

**OS MERCADOS DE COOPERATIVAS DA AGRICULTURA FAMILIAR NO
ESTADO DA BAHIA: DESAFIOS AO ENFRENTAMENTO DA PANDEMIA****THE MARKETS OF FAMILY FARMING COOPERATIVES IN THE STATE OF
BAHIA: CHALLENGES IN FACING THE PANDEMIC****LOS MERCADOS DE COOPERATIVAS DE LA AGRICULTURA FAMILIAR EN EL
ESTADO DE BAHÍA: DESAFÍOS PARA ENFRENTAR LA PANDEMIA**Marcio Rodrigo Caetano de Azevedo Lopes¹Etiene Santiago Carneiro²Marcia Eliana Martins³Geusa da Purificação Pereira⁴**RESUMO**

A pandemia da Covid-19 provocou inúmeras mudanças nas organizações cooperativas, impondo um conjunto de novas realidades junto aos mercados, haja vista que muitas organizações se encontravam dependentes de determinados canais de comercialização, os quais foram afetados pela crise sanitária. Este artigo tem como objetivo analisar a atuação de cooperativas da agricultura familiar do estado da Bahia junto aos mercados no período da pandemia. Para tanto, este trabalho apoiou-se em uma pesquisa com 14 cooperativas dispersas em oito Territórios de Identidade do estado e distribuídas em 11 municípios, tendo ocorrido em duas etapas: aplicação de questionário e “Rodas de Diálogo Virtuais” com os dirigentes das cooperativas. Os resultados demonstram que as cooperativas foram afetadas pela pandemia, mas, em alguma medida, buscaram criar e adaptar estratégias econômicas, sociais e tecnológicas à superação dos desafios impostos pelo fechamento de muitos canais de comercialização.

Palavras-chave: cooperativas; Covid-19; mercados agroalimentares; agricultura familiar.

¹ Doutorando em Desenvolvimento Rural Sustentável (UNIOESTE). Mestre em Gestão de Políticas Públicas e Segurança Social (UFRB). Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Baiano (IF Baiano). Serrinha, Bahia, Brasil. E-mail: marcio.lopes@ifbaiano.edu.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8302-9359>.

² Mestra em Educação Profissional e Tecnológica (IFBA). Professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Baiano (IF Baiano). Serrinha, Bahia, Brasil. E-mail: etiene.carneiro@ifbaiano.edu.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0335-4958>.

³ Doutora em Extensão Rural (UFV). Professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Baiano (IF Baiano). Serrinha, Bahia, Brasil. E-mail: marcia.martins@ifbaiano.edu.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5828-5983>.

⁴ Doutora em Extensão Rural (UFV). Professora da Universidade Federal de Sergipe (UFS). Nossa Senhora da Glória, Sergipe. Brasil. E-mail: geusapereira@academico.ufs.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6843-8071>.

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic caused numerous changes in cooperative organizations, imposing a set of new realities on the markets, given that many organizations found themselves dependent on certain marketing channels, which were affected by the health crisis. This article aims to analyze the performance of family farming cooperatives in the state of Bahia in the markets during the pandemic period. To this end, this work was based on a survey of 14 cooperatives spread across eight Identity Territories in the state and distributed across 11 municipalities, which took place in two stages: application of a questionnaire and “Virtual Dialogue Circles” with the directors of the cooperatives. The results demonstrate that cooperatives were affected by the pandemic, but, to some extent, they sought to create and adapt economic, social and technological strategies to overcome the challenges imposed by the closure of many marketing channels.

Keywords: cooperatives. Covid-19. agri-food markets. family farming.

RESUMEN

La pandemia de Covid-19 provocó numerosos cambios en las organizaciones cooperativas, imponiendo un conjunto de nuevas realidades en los mercados, dado que muchas organizaciones se vieron dependientes de ciertos canales de comercialización, que se vieron afectados por la crisis sanitaria. Este artículo tiene como objetivo analizar el desempeño de las cooperativas de agricultura familiar del estado de Bahía en los mercados durante el período de pandemia. Para ello, este trabajo se basó en una encuesta a 14 cooperativas repartidas en ocho Territorios de Identidad del estado y distribuidas en 11 municipios, la cual se desarrolló en dos etapas: aplicación de un cuestionario y “Círculos Virtuales de Diálogo” con los directivos de las cooperativas. Los resultados demuestran que las cooperativas se vieron afectadas por la pandemia, pero, en cierta medida, buscaron crear y adaptar estrategias económicas, sociales y tecnológicas para superar los desafíos impuestos por el cierre de muchos canales de comercialización.

Palabras clave: cooperativas. Covid-19. mercados agroalimentarios. agricultura familiar.

Como citar este artigo: LOPES, Marcio Rodrigo Caetano de Azevedo *et al.* Os mercados de cooperativas da agricultura familiar no estado da Bahia: desafios ao enfrentamento da pandemia. **DRd – Desenvolvimento Regional em debate**, v. 14, p. 741-766, 24 out. 2024. Doi: <https://doi.org/10.24302/drd.v14.5309>.

Artigo recebido em: 16/02/2024

Artigo aprovado em: 08/08/2024

Artigo publicado em: 24/10/2024

1 INTRODUÇÃO

Podemos considerar que as cooperativas da agricultura familiar vão muito além de um mero setor produtor de alimentos. Em grande medida, este segmento tem se tornado um importante vetor de desenvolvimento social, ambiental e econômico nos territórios, seja pela diversidade de práticas agroecológicas expressas no contexto local ou mesmo pela vocação atribuída à agricultura de base familiar para atuar sob organizações coletivas, por exemplo, embora seja importante considerar que muitos grupos da agricultura familiar enfrentam limites e fragilidades à reprodução dos meios de vida nos espaços rurais (Anjos *et al.* 2022).

No estado da Bahia, as cooperativas da agricultura familiar atuam, sobretudo, em mercados locais, considerando que esses mercados servem a uma miríade de grupos sociais marginalizados das economias globais, contribuindo para encurtar os circuitos de comercialização ao estreitar elos entre produtores e consumidores. Esses espaços têm sido importantes, visto que fortalecem a renda, a proteção aos recursos naturais e podem garantir segurança alimentar e nutricional entre quem produz e quem consome (Anjos *et al.*, 2022; Lopes *et al.*, 2023a).

Há uma destacada agenda no âmbito dos sistemas agroalimentares que tem reconhecido as cooperativas da agricultura familiar enquanto elemento chave para possibilitar um movimento de mudança, sendo os mercados locais decisivos nesse contexto (Pires, 2010; Sabourin, 2014; Moraes, 2019; Araújo *et al.*, 2021). Essa abordagem retoma a importância da ampliação de investimentos públicos sobre os territórios, visando o enfrentamento de determinadas variáveis que nem sempre são controladas pelos atores locais. A esse respeito, destaca-se a pandemia da Covid-19 que provocou o fechamento de muitos mercados da agricultura familiar, intensificando os desafios vivenciados por muitas cooperativas da agricultura familiar, sobretudo, na Região Nordeste.

Tanto pelo lado da produção e comercialização, quanto pelo lado da logística, a crise sanitária provocou inúmeros problemas, inclusive, o fechamento de muitas organizações da agricultura familiar. As barreiras sanitárias afetaram consideravelmente a conjuntura socioeconômica de muitas cooperativas. Portanto, a problemática que se coloca nesse debate deve buscar perceber de que forma organizações coletivas se articularam para o enfrentamento dos desafios impostos pela pandemia. Assim, este artigo tem como objetivo analisar a atuação de cooperativas da agricultura familiar do estado da Bahia junto aos mercados no período da pandemia da Covid-19. Para tanto, além desta seção de introdução, este artigo está estruturado em mais quatro seções. A seção dois busca estabelecer um diálogo entre o cooperativismo e as dimensões social, política, econômica e tecnológica, buscando, posteriormente, analisar as cooperativas da agricultura familiar e suas conexões junto aos mercados. Na seção três, apresentamos o percurso metodológico utilizado na pesquisa. Já na seção quatro, apresentamos os resultados e discussões e, por fim, na seção cinco, estão expostas as considerações finais.

2 O COOPERATIVISMO NA AGRICULTURA FAMILIAR: UM DEBATE MULTIDIMENSIONAL

O cooperativismo surgiu na Europa, no século XIX, a partir da iniciativa de 28 trabalhadores (27 homens e uma mulher), denominados os pioneiros de Rochdale, como alternativa a um conjunto de dificuldades enfrentadas em virtude das consequências da

Revolução Industrial sobre a classe trabalhadora. Trata-se de um modelo de organização que busca a maximização do fator trabalho sobre o fator capital e possui importante papel no processo de desenvolvimento local e regional (Moraes; Schwab, 2019). Pautado nos princípios de gestão participativa, intercooperação, autonomia e independência, entre outros, o cooperativismo contribui para a geração de trabalho e renda e principalmente à redução das desigualdades sociais. De acordo com Andrade e Alves (2013), o cooperativismo permite a inserção do produtor em um mundo globalizado e competitivo, em que o seu modelo de gestão possibilita compartilhar riscos e responsabilidades.

No Brasil, a primeira cooperativa surgiu em Minas Gerais com a fundação da Sociedade Cooperativa Econômica dos Funcionários Públicos de Ouro Preto, em 1889, expandindo-se, posteriormente, para outros estados do país (Alves; Silva; Bueno, 2020). No entanto, do ponto de vista jurídico, uma lei própria para o cooperativismo só foi criada mais de 80 anos depois, com a promulgação da Lei 5.764/71, a qual disciplinou a criação de cooperativas, tendo regulamentado suas atividades por todo o país. Atualmente, no Brasil, o cooperativismo é marcado por contextos sociais, políticos, econômicos, geográficos, entre outros. Do mesmo modo, as cooperativas apresentam distintos modelos de gestão em que, de um lado, encontram-se grandes cooperativas que conseguem competir nos mercados e possuem uma gestão profissional e, de outro, cooperativas de menor porte, sobretudo aquelas existentes nos espaços rurais ou na periferia das grandes cidades, que, em sua maioria, enfrentam diversas dificuldades na gestão e no acesso aos mercados.

[...] o tipo de cooperativismo agrícola que desde então predomina no Brasil tem reproduzido o domínio de uma elite conservadora, voltada a uma economia basicamente agroexportadora – hoje, o agrobusiness. Esse quadro esteve amparado em uma política de controle social e de intervenção estatal que não trouxe mudanças significativas para os trabalhadores cooperativados no meio rural (Gaiger, 2013, p. 215).

As cooperativas populares⁵ têm como objetivo contrapor a racionalidade empresarial e combater os desafios impostos pelo modelo capitalista, buscando “[...] organizar e fomentar a produção e a distribuição de riqueza através de uma economia programada, dinâmica e sustentável” (Porto; Ferreira, 2014, p. 325), tendo, nesse contexto, um importante componente sociopolítico de redução das desigualdades em territórios empobrecidos. Assim, destaca-se o papel das cooperativas da agricultura familiar, representando uma categoria social que contribui à produção de alimentos, abastecendo o mercado interno (e em alguns casos o mercado externo), as quais são concebidas como forma de organização social e econômica de grupos de agricultores que se unem em prol de um modelo de trabalho coletivo. Na perspectiva da inclusão produtiva e na geração de renda, esses elementos são determinantes às cooperativas da agricultura familiar, haja vista que se criam possibilidades à permanência de muitas famílias agricultoras e seus descendentes no campo, ampliando, assim, oportunidades ao meio rural, ao se destacarem enquanto agentes dinamizadores desse segmento.

A organização dos agricultores familiares em cooperativas constitui uma importante estratégia à inserção dessas organizações junto aos mercados: de forma coletiva a agricultura

⁵O cooperativismo popular busca a partir do trabalho coletivo e do desenvolvimento de ações coordenadas e autogeridas, a geração de trabalho e renda, sobretudo para as camadas mais populares e menos favorecidas da sociedade. Trata-se de uma expressão da economia solidária, cujos princípios básicos são a propriedade coletiva ou associada do capital e o direito à liberdade individual, com vistas à inclusão socioeconômica (Cançado, 2005; Singer, 2002).

familiar amplia sua capacidade produtiva, viabilizando, por exemplo, o acesso à políticas públicas voltadas à comercialização e à segurança alimentar e nutricional, como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). Os mercados institucionais, acessados via PNAE e PAA, são clássicos exemplos de políticas públicas que desempenham um papel fundamental para as cooperativas da agricultura familiar. No entanto, mesmo o PNAE sendo uma política imprescindível para as escolas públicas do país, apesar do investimento realizado “[...] na aquisição de alimentos para a alimentação escolar ser significativo, a logística de distribuição dos alimentos nas escolas é complexa e os padrões exigidos dos produtos impossibilitam ou dificultam o acesso pelos empreendimentos de (*sic*) agricultura familiar” (Costa; Amorim Junior; Silva, 2015, p. 117).

[...] o cooperativismo representa importante instrumento na viabilização do acesso ao mercado. Para os agricultores familiares, a cooperativa é muitas vezes é (*sic*) o único mecanismo através do qual conseguem escoar sua produção, não se tratando apenas de um meio para ganho de escala, agregação de valor ou aumento do poder de barganha por melhores condições de preço. De modo mais amplo, tratam-se de organizações que atuam como fator distribuidor de renda, gerador de empregos e arrecadação, promovendo a dinamização econômica dos municípios e territórios rurais (Silva; Schultz, 2017, p. 27).

A agricultura familiar, portanto, tem um importante papel na produção de alimentos saudáveis e no fortalecimento de sistemas agroalimentares, com forte característica de aproximação entre produtor e consumidor. A esse respeito, Anderson *et al.* (2019) destaca a importância da agroecologia para o alcance da autonomia da agricultura familiar e Pires (2010) defende que as cooperativas são idealizadas por sua capacidade de organização dos espaços de produção e comercialização e são vistas como alternativas para a revitalização de territórios vulnerabilizados pelas economias globais. Esses aspectos, aliados à essência dos princípios cooperativistas, tornam sua gestão desafiadora, no sentido de promover e facilitar o acesso aos mercados, a diversificação de produtos, a agregação de valor e a vantagem competitiva. Ademais, abordagens territorializadas podem contribuir para a construção de alianças mais amplas e para a disseminação de práticas sustentáveis (Sanz-Cañada, Sánchez-Hernández e López-García (2023).

Assim, faz-se necessário adotar práticas de gestão que permitam às cooperativas da agricultura familiar manterem suas atividades frente a outros modelos de negócios, sem perder a essência dos princípios cooperativistas e do seu papel social como fomentadoras do desenvolvimento local sustentável. Nessa perspectiva, os gestores devem estar atentos às diversas dimensões que envolvem as práticas de gestão e a atuação das cooperativas. Forgiarini (2022) afirma que, pela própria essência do cooperativismo, as dimensões econômica e social são pilares da atuação dessas organizações, como salientam Beuren *et al.* (2020), a respeito da condição cooperativa:

A diferença reside na dupla natureza, de cumprir objetivos econômicos e sociais, o que confere uma perspectiva mais humanista às operações cotidianas e diferencia as cooperativas das empresas privadas, preocupadas principalmente com retornos financeiros (p. 312).

Por sua vez, Moreira (2022) destaca que a dimensão econômica diz respeito à natureza da atividade desenvolvida pela cooperativa, ou seja, sua atuação no mercado. Relaciona-se com a geração de valor aos cooperados e à cooperativa, além da perspectiva da ampliação da competitividade e da perenidade do empreendimento. Envolve aspectos relacionados à

produção coletiva e solidária e geração de trabalho e renda. Já a dimensão social diz respeito ao seu objetivo-fim, que é prestar serviços aos cooperados e às possibilidades que essa prestação de serviço traz para as pessoas que decidem atuar solidariamente. Desse modo, as dimensões supracitadas envolvem aspectos relacionados ao desenvolvimento local e regional, igualdade de gênero, “olhar” para a comunidade, trabalho coletivo, educação, formação e informação, intercooperação e redes. Ferreira e Arbage (2016, p. 18) destacam que “manter o equilíbrio entre as dimensões do social e do econômico é o principal desafio do cooperativismo, já que o ambiente de competição das cooperativas é o mesmo de todas as outras organizações”. De maneira complementar, Sausen e Baggio (2022) ampliam as dimensões do cooperativismo, inserindo a dimensão política dos seus associados:

É importante considerar que o cooperativismo, conforme definição da Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), constitui-se num movimento social, numa filosofia de vida e num modelo de gestão sócio-político-econômico, que busca contemplar crescimento econômico (resultado para o associado e cooperativas), desenvolvimento social (qualidade de vida na sociedade) e participação política dos seus associados (participação no poder e nas decisões da cooperativa) (p. 167-168).

Autores como Gallardo-Vasques *et al.* (2014) e Beuren *et al.* (2020) compreendem que a dimensão social engloba, também, a dimensão política, no sentido em que a atuação política, no que concerne à gestão democrática e participativa, também envolve aspectos sociais, com relação aos impactos cooperativos nos empregados, cooperados e da comunidade quanto ao bem-estar comum.

O século XXI é marcado pela difusão do acesso e pela expansão da tecnologia. Contudo, muitos segmentos da sociedade ainda permanecem alheios às inovações tecnológicas, em decorrência de questões sociais (conhecimento) e/ou econômicas (recursos materiais). Essa realidade não é diferente para grande parte das cooperativas da agricultura familiar. Contudo, face ao crescimento exponencial das Tecnologias da Informação e da Comunicação, (TICs), sobretudo no período pandêmico e após, é fundamental a necessidade de ampliar a discussão da relação das cooperativas com a dimensão tecnológica. É nessa perspectiva que a dimensão tecnológica pode contribuir para introduzir ou ampliar a utilização da tecnologia em processos de gestão organizacional, sendo possível às cooperativas “a redução dos custos de transações, através da automação, bem como a diversificação dos mercados, através do comércio eletrônico, abrindo novas e melhores oportunidades de geração [...] [de] renda” (Cunha; Schneider, 2021, p. 346).

Portanto, esse tema se mostra como um campo de pesquisa relevante, tornando imprescindível que mais ações e investimentos sejam direcionados para ampliar o acesso das cooperativas às Tecnologias de Informação e Comunicação. As TICs são caracterizadas por um conjunto de recursos tecnológicos que tem como função integrar processos e comunicação e são amplamente utilizadas por organizações em seus diversos ambientes, setores e atividades, proporcionando inovação e principalmente satisfação de usuários e clientes. Assim, Brinkhues e Cunha (2009), afirmam que as TICs são vistas como fonte de criação de negócios e viabilizam a integração, em escala mundial, de cadeias produtivas, possibilitando ainda a intercooperação, gerando o que Beuren *et al.* (2019) definem como inovação colaborativa e responsabilidade social, características inerentes aos princípios cooperativistas.

2.1 AS COOPERATIVAS DA AGRICULTURA FAMILIAR E OS MERCADOS

Há um distinto conjunto de mercados capaz de incorporar a agricultura familiar a um ambiente favorável à comercialização de produtos agrícolas. Embora muitos desses mercados estejam conformados sob diferentes estratégias, os desafios da comercialização são determinados pelo nível de exigência, complexidade das cadeias e pela capacidade de cada grupo familiar adaptar-se às especificidades de cada mercado. Alguns estudos sobre mercados da agricultura familiar têm demonstrado certo consenso ao analisarem que determinados espaços são hostis a muitos grupos de produção da agricultura familiar, já que em alguns mercados prevalecem uma particular necessidade de padronização ou escala para que esta categoria se estabeleça (Maluf, 2004; Wilkinson, 2008), orientando, ao modo capitalista, um certo processo de mercantilização (Perondi, 2009).

Desde o início da década de 1990, a discussão sobre os mercados da agricultura familiar, contribui para a centralidade da teoria da reciprocidade e da economia solidária, em contraposição à lógica mercantil (Sabourin, 2014), sendo esta última um atributo próprio dos mercados convencionais. No entanto, os diferentes tipos de mercados apresentam distintas características que são estabelecidas a partir de valores, alcance espacial, regulação e pelas particularidades dos canais de comercialização, sendo possível observá-los a partir das tipologias propostas por Wilkinson (2008) e Schneider (2016). Recentemente, foram incluídos nessas tipologias os mercados digitais, como discutidos no estudo de Gazolla e Aquino (2021), os quais surgem justamente em resposta à pandemia da Covid-19. No Quadro 1 são apresentadas as principais tipologias de mercados da agricultura familiar.

Quadro 1 – Síntese da tipologia dos mercados da agricultura familiar

Tipo	Características	Canais	Alcance	Desafios
Commodities ou convencionais	Velhos e novos mercados locais ou à distância para venda de mercadorias	Atravessadores; agroindústrias; empresas privadas; cooperativas; supermercados	Sem lugar definido	Padronização; legislação; qualidade; escala; poder de barganha dos compradores
Solidários	Identificação ou não com a agricultura familiar com relações baseadas em redes associativas ou cooperadas	Na propriedade; feiras locais/regionais; grupos de consumo; loja especializada; rede de economia solidária	Local, territorial e regional	Escala; variedade; qualidade
Institucionais	Canais vinculados a políticas públicas de comercialização e SAN	Governos; escolas; ONGs; hospitais; universidades; estoques públicos.	Multiespacial	Acesso à política pública; burocracia; escala; variedade; qualidade; preço
Proximidade	Interação a partir de relações interpessoais baseadas em atributos de confiança	Face a face; feiras; na propriedade; beira de estrada; entrega direta; grupos de consumo	Local e venda direta	Reputação; produção para além do autoconsumo; qualidade
Locais/ Territoriais	Canais de reciprocidade e interconhecimento, detêm mecanismos de oferta e demanda de economia mercantil simples, podendo existir atravessadores	Feira regional e nacional; redes de venda; lojas especializadas; eventos; restaurantes; sacolão	Local, territorial e regional	Poder de barganha dos compradores; regulação; regularidade; procedência; concorrência

Digitais	Proximidade social e espacial entre agricultores e consumidores, com determinado nível de autonomia produtiva e comercial	Internet (redes sociais; plataformas digitais; aplicativos; e-mail)	Multiespacial	Acesso à internet nos espaços rurais; conhecimento sobre tecnologias digitais; escala; regularidade
----------	---	---	---------------	---

Fonte: Adaptado de Wilkinson (2008); Schneider (2016); Gazolla e Aquino (2021).

Nesse conjunto de mercados, é importante refletir que o desafio está em não subordinar a produção familiar a uma relação exclusivamente de trocas monetárias, já que muitos agricultores enfrentam restrições produtivas e estruturais para reproduzir-se *socioeconomicamente* em determinados mercados, sobretudo, os convencionais. Nesse sentido, propõe-se a ideia dos mercados socialmente construídos, confluindo à defesa de Polanyi (2000, p. 77) quando aborda que “[...] em vez de a economia estar embutida nas relações sociais, são as relações sociais que estão embutidas no sistema econômico”. Ou seja, a centralidade de muitos mercados da agricultura familiar ambienta-se sob princípios e valores de confiança e reciprocidade que são desenvolvidos ao longo das cadeias. No entanto, cabe observar aquilo que Abramovay (2012, p. 73) chama de “necessidades decorrentes da reprodução do conjunto familiar”, atentando-se para o motivo de as escolhas dos agricultores serem determinadas pelas variáveis que compõem a unidade de produção familiar.

Particularmente, os distintos níveis de governança em que as cooperativas da agricultura familiar são capazes de se inserir, em grande medida, derivam das relações construídas pelos agricultores nos territórios, embora essa dinâmica seja melhor percebida nos circuitos curtos de comercialização, com o apoio das redes constituídas a partir da intercooperação entre cooperativas, atores locais e organizações que atuam diretamente com a agricultura familiar. Assim, o cooperativismo tem se firmado como um importante mecanismo de governança e de desenvolvimento local/territorial, visto que suas experiências e princípios norteiam uma destacada alternativa à comercialização de produtos agropecuários a partir da atuação em redes.

Dessa maneira, os circuitos curtos de comercialização podem contribuir para o fortalecimento das capacidades institucionais e locais ao incidir na redução de determinadas assimetrias (injustiças e desigualdades, por exemplo) que são provocadas, em certa medida, por cadeias mais longas que exigem escala, padronização, distribuição, o cumprimento de legislações, entre outras. Desse modo, Nascimento *et al.* (2019, p. 12) lembram que “a identidade da produção através de cadeias curtas e/ou venda direta, pode representar uma das formas de reintegração, ressocialização e realocação dentro de sistemas agroalimentares”.

O que se busca observar nas relações entre mercados e cooperativismo, em grande medida, está estabelecido entre as redes constituídas e as questões de ordem macro (política e econômica) e micro (território, atores e instituições). Assim, o cooperativismo surge enquanto estratégia de desenvolvimento local e territorial, haja vista que seus princípios acessam condicionantes e ativos territoriais importantes à transformação dos sistemas agroalimentares convencionais a sustentáveis.

3 MATERIAIS E MÉTODO

Este artigo contempla os resultados de um projeto de pesquisa desenvolvido entre os anos de 2020 e 2022, tendo como objeto de estudo cooperativas da agricultura familiar do

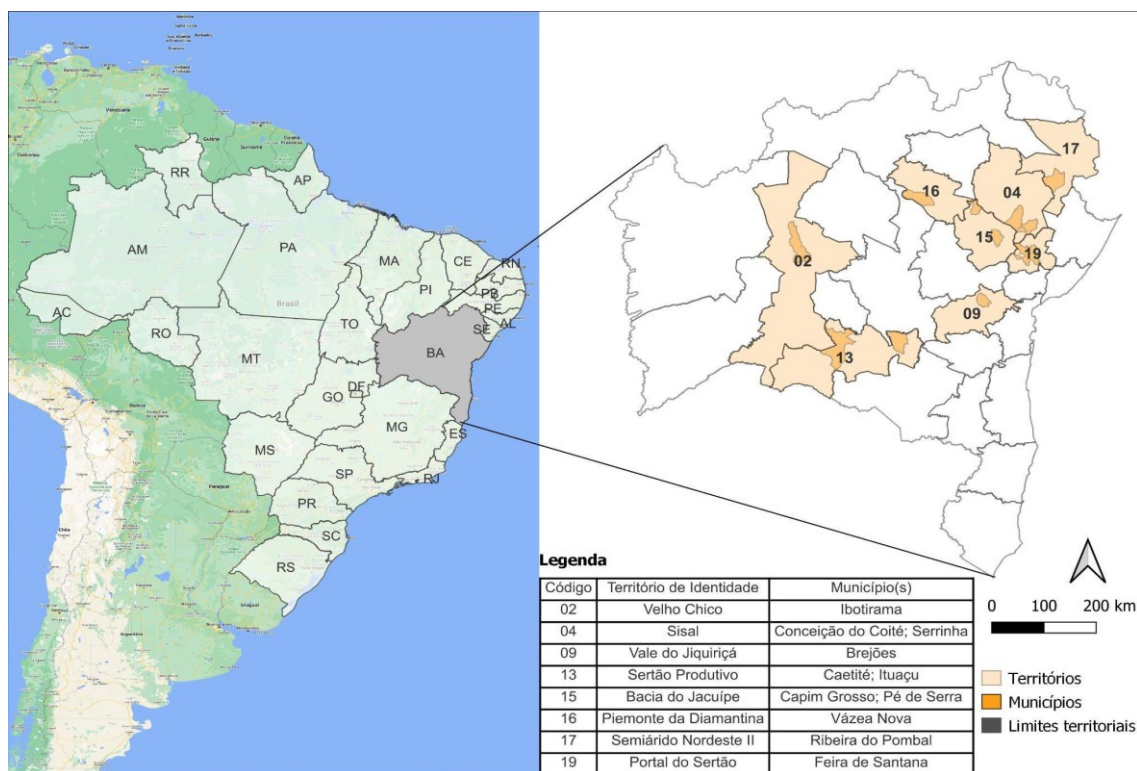
estado da Bahia vinculadas à União Nacional das Cooperativas da Agricultura Familiar e Economia Solidária (UNICAFES-BA). Participaram desta pesquisa 14 cooperativas da agricultura familiar, estando dispersas em oito dos 27 Territórios de Identidade do estado da Bahia, distribuídas em 11 municípios (Figura 1). De modo geral, essas organizações estão conformadas em quatro cooperativas centrais e dez singulares⁶. Sendo que, do total, apenas duas estão dedicadas exclusivamente à comercialização, enquanto as demais atuam tanto na produção, quanto na comercialização.

O contato inicial com os empreendimentos foi feito a partir do acesso à base de dados cedida pela UNICAFES/BA, por meio da qual foram identificados os dados telefônicos e de e-mail das cooperativas. A partir deste levantamento, foram realizados contatos com as cooperativas por telefone, mensagens via aplicativo de texto (*WhatsApp*) ou e-mail, de acordo com a disponibilidade destas. É importante ressaltar que, das 72 cooperativas indicadas na base de dados inicial, quando o contato foi iniciado, em outubro de 2020, muitas já não estavam mais em funcionamento. Além disso, em muitos casos, como o contato foi realizado de forma remota, dadas as especificidades do período de isolamento imposto pela pandemia da Covid-19 e da dificuldade de acesso aos meios de comunicação digitais pelas cooperativas, não obtivemos retorno⁷. Dessa forma, ao final do período estipulado para contato e início da próxima etapa do projeto, apenas 14 cooperativas aceitaram participar da pesquisa, respondendo ao questionário organizado em formulário digital.

⁶ Uma cooperativa singular é aquela que presta serviços diretamente aos seus associados, sendo esses, geralmente, pessoas físicas. Enquanto uma cooperativa central é constituída por, no mínimo, três cooperativas singulares, para as quais presta serviços com o objetivo de aumentar a escala, atuar em rede e oferecer formações técnico-administrativas e educacionais, por exemplo.

⁷ Para algumas das cooperativas indicadas na base de dados cedida pela UNICAFES não estava disponível nenhum tipo de contato (e-mail, telefone ou rede social). Assim, buscou-se informações por meio do CNPJ, a partir das quais foi possível também mapear as cooperativas que já tinham registro ativo durante a realização da pesquisa.

Figura 1 - Mapa de localização das cooperativas participantes do estudo



Fonte: Elaborado pelos autores com base em dados da pesquisa (2020).

Assim, após a etapa inicial, em um primeiro momento foi aplicado um questionário virtual contendo um total de 77 questões. Entre essas questões, 59 eram especificamente pertinentes às dimensões econômica, social e tecnológica. Outras 18 questões vincularam-se à caracterização do empreendimento⁸. Para a discussão que este artigo propõe, realizou-se um recorte nas questões a fim de compreender as dinâmicas que envolveram as cooperativas participantes e suas relações com os mercados durante a pandemia da Covid-19.

Desse modo, estruturamos a discussão dos resultados deste estudo a partir das três dimensões supracitadas, estando categorizadas da seguinte forma: sustentabilidade econômico-financeira e meio ambiente (práticas sustentáveis, relação com a comunidade, assistência técnica, acesso e dependência com recursos monetários externos e formação do preço de venda); e mercados (impacto da pandemia na cooperativa, canais de comercialização, estratégias de comercialização, funcionamento da logística e regularidade da comercialização). O questionário foi aplicado entre os meses de outubro e novembro de 2020. Após a aplicação dos questionários, iniciou-se a tabulação dos resultados em planilha do Programa Microsoft Excel[®], organizados por frequência absoluta e relativa.

Em um segundo momento, realizou-se uma atividade denominada pelos(as) pesquisadores(as) como “Roda de Diálogo Virtual”, uma metodologia baseada em um Diagnóstico Rural Participativo (DRP), intitulado por Kummer (2007) como “levantamento de

⁸Especificamente na caracterização buscou-se obter dados sobre endereço da sede, contato, nome da cooperativa, número de associados(as), idade do(a) dirigente responsável, ramo a que se dedica entre outras informações de caracterização.

problemas, sistematização e priorização”. Essa ferramenta possibilitou e estimulou o debate de ideias entre os sujeitos envolvidos na pesquisa. Assim, cada participante pôde “refletir pessoalmente sobre todos os problemas que sejam os mais comuns [...] e que precisa (*sic*) ser socializados, compreendidos, sistematizados e priorizados para que finalmente sejam resolvidos pelo grupo” (Kummer, 2007, p. 107).

Conforme a atividade era executada, as informações eram “registradas, ordenadas, avaliadas (retirando dúvidas e eliminando repetições), agrupadas e escolhido um título para cada agrupamento” (Kummer, 2007, p. 107). Essas informações eram geradas a partir de questões específicas mediadas pelos(as) pesquisadores(as) e com base nas dimensões do estudo. Nesta etapa de pesquisa foi possível desenvolver três encontros virtuais com oito cooperativas⁹. A partir dos registros dessa atividade, as informações foram sistematizadas a fim de subsidiar a análise, levando em consideração questões que não estavam contempladas no questionário, mas que contribuem para o conjunto de categorias analisadas neste estudo. Assim, foram utilizados gráficos e figuras os quais contemplassem a análise e a interpretação dos resultados obtidos nas duas etapas da pesquisa.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 A SUSTENTABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA E AMBIENTAL DAS COOPERATIVAS DA AGRICULTURA FAMILIAR

Além dos desafios dos mercados, a pandemia da Covid-19 estabeleceu novos paradigmas para as organizações. A atuação de muitas organizações em mercados socialmente construídos depende da construção de “laços de confiança” entre quem produz e quem consome, relacionando-se, desse modo, a determinadas mudanças de comportamento por parte das organizações em relação ao meio ambiente, por exemplo.

A esse respeito, os dados da pesquisa, quando voltados para os procedimentos comuns das cooperativas antes do período de pandemia, apresentam uma baixa ocorrência sobre o desenvolvimento de práticas sustentáveis e investimentos em recursos entre as 13 cooperativas que indicaram tais ações: redução no consumo de energia elétrica ($n=3$)¹⁰; ações educativas para o incentivo ao consumo consciente ($n=5$); e no fluxo reverso, em que reciclam e reutilizam as embalagens e resíduos da produção ($n=2$). Por outro lado, boa parte das cooperativas estudadas incentivam a aquisição de produtos locais ($n=9$), enquanto meio para desenvolver a economia onde estão inseridas, e têm estabelecido parcerias com fornecedores comprometidos com a sustentabilidade ($n=8$).

Para as cooperativas da agricultura familiar esse conjunto de práticas ratifica a importância das dimensões econômica, social e ambiental, fundamentada nos princípios cooperativistas, e incorpora uma tendência dos mercados em exigir das organizações não apenas a qualidade de seus produtos, mas sobretudo, responsabilidade socioambiental, embora

⁹ O primeiro e o segundo encontro contaram com a participação de duas cooperativas singulares e uma central, em cada encontro. Já no terceiro encontro, participaram uma cooperativa central e outra singular, totalizando 8 organizações participantes das duas fases da pesquisa, as quais permanecem em funcionamento atualmente.

¹⁰ A soma do total ($n=x$) ultrapassa o total de cooperativas, tendo em vista que a questão oferecia a possibilidade de indicar mais de uma resposta.

os dados demonstrem que algumas práticas podem ser fortalecidas por meio de iniciativas integradas e compostas por incentivos públicos e privados (localizados) em que os atores e instituições possam se engajar em perspectivas *socioecológicas*.

Como afirma Bittencourt (2020, p. 30), “o consumidor moderno está mais exigente, preocupado não somente com a qualidade dos produtos consumidos, mas também com sua procedência. A ele interessa saber as condições em que o alimento foi produzido [...] sem agressão ao meio ambiente”. Essa postura dos consumidores foi potencializada pela pandemia, período em que se observou uma demanda crescente por produtos orgânicos, agroecológicos e sustentáveis (Embrapa, 2022). Com isso, emerge uma necessidade de adaptação das organizações, entre elas as cooperativas da agricultura familiar, que embora busquem incorporar um modelo de produção sustentável, ainda enfrentam desafios no que tange à governança e à sustentabilidade econômico-financeira e ambiental.

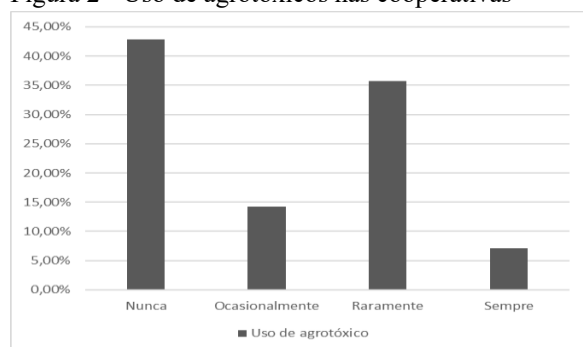
Com exceção da captação de água da chuva, os dados destacam que algumas práticas sustentáveis são incorporadas às atividades diárias dos empreendimentos por um pequeno número de cooperativas ($n=10$): captação e aproveitamento da água da chuva (70%); utilização de tecnologias de baixo consumo energético (20%); controle da poluição atmosférica através da utilização de filtros que retenham poluentes decorrentes das etapas de produção (10%); e sistemas de gestão dos resíduos da produção (30%). Ainda há muito o que avançar em termos de práticas consideradas sustentáveis em muitas cooperativas da agricultura familiar, sugerindo, por exemplo, a necessidade de políticas públicas de estímulo a essas práticas, sejam elas focadas em energias renováveis, Pagamento por Serviços Ambientais (PSA) e demais ações que possam viabilizar a preservação dos ecossistemas locais e territoriais. Um novo cenário a partir de práticas ambientalmente sustentáveis pode possibilitar, inclusive, que as cooperativas atuem em mercados que são respaldados por essas iniciativas, haja vista que essas “engrenagens ambientais” podem contribuir para o fortalecimento desses empreendimentos a médio e longo prazo, seja porque tais ações mitigam os desafios das mudanças climáticas ou mesmo por oportunizar a redução de custos operacionais.

Durante as “Rodas de Diálogo Virtuais”, um dos dirigentes destacou que “os agrotóxicos ainda são utilizados na agricultura por falta de assistência técnica aos associados” (Dirigente Cooperativa A, 2020), e que tem buscado parcerias com algumas organizações e entidades ligadas ao setor a fim de encontrar soluções para erradicar o uso de agrotóxicos. Em outra atividade virtual, o dirigente de outra cooperativa também destacou como “principal preocupação o avanço do agronegócio e o aumento do uso de agrotóxicos” (Dirigente Cooperativa D, 2020) (Figura 2). Sobre as técnicas de produção (Figura 3), os dados mostram que aproximadamente 60% das cooperativas produzem de maneira agroecológica ou orgânica.

Nesse sentido, de acordo com Lopes, Feiden e Matte (2023) é, também, a partir de uma ATER¹¹ agroecológica que muitas mudanças nos sistemas agroalimentares poderão ocorrer, haja vista as possibilidades da ATER enfrentar, junto com outras políticas públicas, os desafios que assolam o meio rural brasileiro, sobretudo, a partir da relação entre a produção e a comercialização.

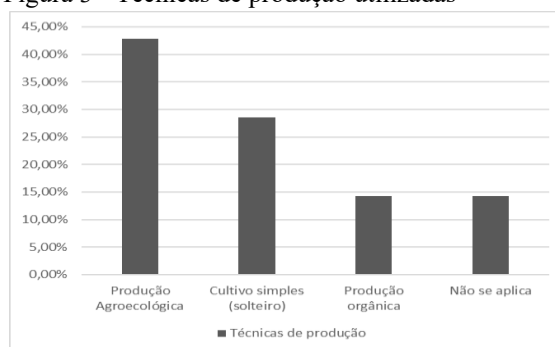
¹¹ Assistência Técnica e Extensão Rural.

Figura 2 - Uso de agrotóxicos nas cooperativas



Fonte: dados da pesquisa (2020).

Figura 3 - Técnicas de produção utilizadas



Fonte: dados da pesquisa (2020).

Ainda sobre o desenvolvimento de práticas ambientais, 11 cooperativas desenvolvem diversas ações visando o cuidado e a manutenção dos recursos naturais presentes nas comunidades em que estão inseridas. Entre o conjunto de ações desenvolvidas pelas cooperativas, encontram-se: capacitações de associados e colaboradores visando a disseminação de práticas sustentáveis ($n=9$); incentivo ao uso de sacolas retornáveis ($n=5$); redução do uso de substâncias tóxicas na produção ou nos serviços de limpeza e manutenção ($n=3$); ações de coleta seletiva de resíduos ($n=2$); e parcerias com cooperativas ou associações de reciclagem ($n=2$). Três cooperativas informaram não desenvolver ações de cuidado e manutenção dos recursos naturais locais.

Os dados mostram que 13 cooperativas também desenvolvem múltiplas ações em busca de fortalecer a comunidade¹²: realização de feiras ($n=8$); seminários de lideranças e eventos políticos ($n=6$); eventos culturais e religiosos ($n=2$); e mutirões ($n=3$). Apenas um empreendimento informou que não realizou ações com a comunidade local. Outro fator que merece destaque, quando abordamos sobre a sustentabilidade dos empreendimentos, diz respeito ao envolvimento dos associados na gestão da cooperativa e seus conhecimentos sobre economia solidária e do cooperativismo. Questionados em que medida os associados conhecem os princípios que regem o cooperativismo, aproximadamente 50% responderam que os associados conhecem pouco, mas reconhecem que precisam conhecer mais. Por sua vez, cerca de 36% dos participantes disseram que os associados conhecem pouco, mas consideram seus conhecimentos suficientes e apenas um entrevistado informou que os associados conhecem bastante sobre os princípios cooperativistas e apenas um dirigente alegou que os associados têm total desconhecimento, sendo uma cooperativa com predominância de baixo grau de escolaridade entre os associados.

De acordo com Cançado, Souza e Pereira (2014), para ampliar o conhecimento sobre os princípios cooperativistas e disseminar uma cultura de cooperação, faz-se necessário o desenvolvimento de ações de comunicação e de formação. Os autores ainda reforçam que “não é uma tarefa fácil, mas ela deve ser realizada, sob pena de as cooperativas se aproximarem do mercado pelo próprio desconhecimento de outras possibilidades relacionadas à natureza da organização cooperativa” (p. 70). Essas ações podem contribuir para a sustentabilidade dos

¹² Nesse caso, a mesma cooperativa que indicou não investir em práticas sustentáveis e ações visando o cuidado e a manutenção dos recursos naturais presentes na comunidade onde está inserida, também afirmou não estimular ações em busca de fortalecer a comunidade, sendo uma cooperativa que se dedica exclusivamente ao ramo da comercialização. Esses dados sugerem que essa cooperativa pode estar inserida em um contexto de atuação não orientado pelos princípios cooperativistas.

empreendimentos cooperativos, no sentido de aumentar a participação nas assembleias e na disseminação da cultura do cooperativismo.

No que concerne à sustentabilidade econômica, 10 cooperativas captaram recursos via projetos ou bancos públicos antes da pandemia (entre 2014 e 2019) e o destino dos recursos captados concentrou-se em: melhorias na produção (37,5%); investimentos nas ações de comercialização (20,8%); estratégias logísticas (12,5%); investimento em tecnologia (12,5%); pagamento de fornecedores (8,3%); e capacitação de pessoal (8,3%). Os participantes da pesquisa destacaram a importância desses recursos para a manutenção das atividades, em que 80% das cooperativas destacaram que o recurso ajudou a solucionar os problemas para os quais foram demandados. No entanto, durante a pandemia¹³ a captação de recursos via projetos públicos ou bancos públicos/privados reduziu, sendo realizada por apenas três cooperativas. Nesse período, os recursos foram destinados à comercialização (50%), capacitação de pessoal (25%) e investimento em tecnologia (25%) e apenas uma cooperativa que não havia acessado a esse tipo de recursos antes da pandemia, passou a acessar durante a pandemia, destinando investimentos na produção e em tecnologias.

Ao avaliar a dependência das cooperativas em relação a recursos externos, três cooperativas informaram que a dependência é baixa, sete destacaram que as cooperativas possuem uma razoável dependência de recursos externos, três informaram um elevado grau de comprometimento e apenas uma cooperativa informou que não depende de recursos externos para a manutenção das atividades. Segundo Gimenes e Gimenes (2005) as organizações têm dificuldades na formação de capital de giro próprio para fazer frente ao volume de operações que se propõem a realizar e no cooperativismo não é diferente. No cenário imposto pela pandemia, com o fechamento de muitos mercados e com a redução do volume das vendas, os recursos externos podem contribuir à redução de riscos, sobretudo, em organizações com pouco capital para operacionalização das atividades, embora devam ser aplicados com responsabilidade e planejamento.

Com relação ao acesso à assistência técnica, entre as 14 cooperativas estudadas, 12 receberam apoio antes e durante o período pandêmico, uma passou a receber apoio apenas durante a pandemia e uma cooperativa relatou não ter acesso à assistência técnica antes e durante a pandemia. As áreas que mais concentraram apoio por meio da assistência foram: a) produção (~37%); b) comercialização (~33%); c) finanças (~13%); d) logística (~10%); e e) gestão de pessoas (~7%). O Dirigente da Cooperativa D destacou a importância dos projetos de assistência técnica para o fortalecimento do empreendimento, principalmente nos aspectos relacionados a necessidade de adaptações em relação à logística, produção e comercialização e quanto ao uso de novas tecnologias para o enfrentamento da pandemia da Covid-19.

Ainda relacionado à sustentabilidade econômica dos empreendimentos, a pesquisa buscou informações sobre a formação do preço de venda dos produtos comercializados, em que apenas cinco dirigentes (35,7%) afirmaram que a metodologia para a precificação leva em consideração uma estimativa de preços que acoberte todos os custos envolvidos na produção. Por sua vez, em seis cooperativas (42,8%) o preço de venda leva em consideração os valores praticados pelos concorrentes e três dirigentes (21,4%) apontaram que a cooperativa não possui

¹³ Considerando a data referência até outubro/novembro de 2020, período da aplicação do questionário deste estudo.

uma política de preços pré-definida e que a precificação pode variar de acordo com a realidade enfrentada pelo empreendimento.

Os dados demonstram uma realidade preocupante, tendo em vista que a não adoção de uma metodologia de custeio e de formação do preço de venda pode comprometer a sobrevivência dos empreendimentos (Matos *et al.*, 2022). Ao desconsiderar os custos e não estabelecer parâmetros ou metodologias para precificação adequada dos seus produtos, as cooperativas comprometem a sustentabilidade econômico-financeira, como destaca Nascimento *et al.* (2016, p. 81): “uma decisão sem os cuidados devidos pode levar a organização a se envolver em situações de risco, que acarretam perdas financeiras e desequilíbrios econômicos”. Sendo assim, destaca-se a necessidade de mudança na governança desses empreendimentos, no sentido de identificar as fragilidades na gestão e no desenvolvimento de práticas que permitam um controle econômico-financeiro com base em dados confiáveis e que auxiliem no processo de tomada de decisões.

Portanto, Konsen e Oliveira (2015) destacam a intercooperação como uma estratégia crucial para a organização e fortalecimento das cooperativas e para seus associados, bem como pela integração de ações sobre múltiplas dimensões. A não ampliação da intercooperação e das relações entre os empreendimentos, institutos e universidades, setor público, organizações não governamentais ou central de cooperativas, enfraquecem “[...] a capacidade de os empreendimentos autogestionários criarem estruturas sólidas, horizontalizadas e centradas a partir de uma concepção para o desenvolvimento sustentável” (Lopes *et al.*, 2023b, p. 11). Desse modo, ações voltadas para a formação dos gestores, análise diagnóstica e planos de ação voltados para a governança dos empreendimentos, podem ser pensadas e desenvolvidas por instituições de ensino, órgãos públicos e terceiro setor, em parceria com as centrais de cooperativas, buscando o aprimoramento da gestão e a mitigação dos riscos da atividade.

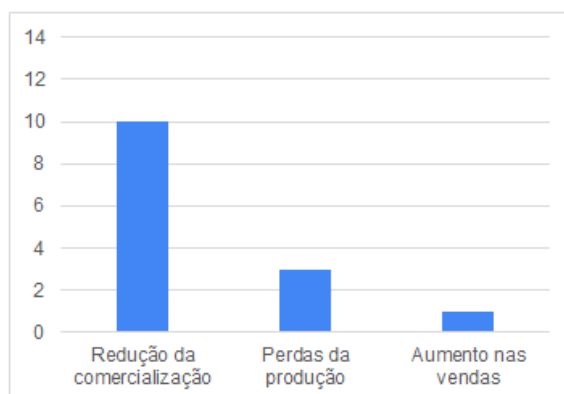
4.2 A PANDEMIA DA COVID-19 E OS MERCADOS DAS COOPERATIVAS DA AGRICULTURA FAMILIAR NO ESTADO DA BAHIA

Diante da complexidade socioeconômica provocada pela pandemia, muitas organizações buscaram se adaptar às novas formas de conexões com os mercados. Para algumas cooperativas da agricultura familiar, a reorganização de muitos mercados foi provocada pela necessidade de alterar a dinâmica de comercialização frente aos desafios da crise sanitária, tendo ocorrido “[...] (re)conexões a partir de sites e plataformas digitais de comercialização de alimentos e produtos com consumidores e populações urbanas” (Gazolla; Aquino, 2021, p. 429). Do mesmo modo, em alguns empreendimentos prevaleceu a busca por uma certa adaptação visando atender às normas sanitárias impostas pelos órgãos competentes locais ou mesmo o encerramento das atividades. Assim, esse cenário conduziu muitas organizações a fazerem escolhas sobre o modo de atuação junto aos mercados, visando, sobretudo, mitigar determinados riscos, bem como enfrentar os desafios que se acirravam à medida que as restrições da pandemia aumentavam.

A respeito dos principais impactos gerados pela pandemia nas atividades das cooperativas, os dados demonstram que – durante o período pandêmico – dez cooperativas foram impactadas com a redução da comercialização, seguido pelas perdas na produção ($n=3$), decorrentes da ausência/diminuição dos canais de comercialização. Sob um outro cenário,

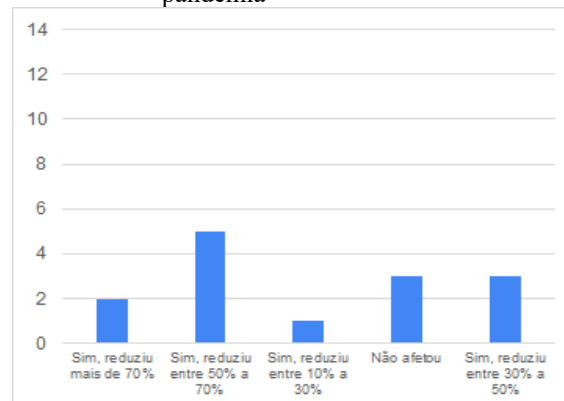
apenas uma cooperativa apresentou aumento nas vendas nesse período (Figura 4). Assim, o impacto da redução da comercialização afetou diretamente a renda dos associados, haja vista que na metade das cooperativas participantes do estudo, os associados tiveram suas rendas reduzidas entre 50% ou mais do valor total que recebiam antes da pandemia. Por outro lado, nas três cooperativas em que os associados não apresentaram perdas na renda, os mercados acessados por esses empreendimentos, no referido período, apresentam-se diversificados, não restritos à mercados institucionais.

Figura 4 – Principal impacto gerado pela pandemia às cooperativas estudadas



Fonte: dados da pesquisa (2020).

Figura 5 – Efeito na renda dos associados das cooperativas estudadas no período da pandemia



Fonte: dados da pesquisa (2020).

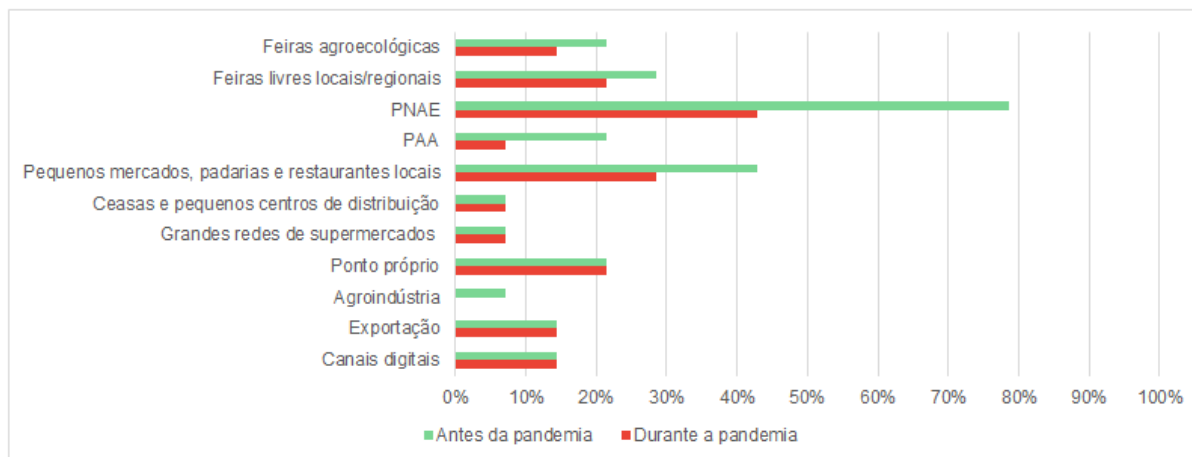
Os dados ainda revelam que em quatro cooperativas que apresentaram expressivas reduções nos níveis de comercialização, mais da metade dos associados passaram a se dedicar a outras atividades com o intuito de obtenção de novas fontes de renda, tendo contribuído menos ou se afastado totalmente da cooperativa em 50% e 25% dos casos, respectivamente, e 25% continuaram atuando na mesma intensidade. Para a cooperativa que indicou aumento nas vendas, o dirigente informou que esse aumento foi possível em decorrência das estratégias adotadas visando a adaptação à nova realidade ao priorizar determinadas alternativas diante das incertezas, tais como: criação de metas, alteração na dinâmica da logística e a utilização de plataformas digitais para comercializar os produtos.

Para muitas cooperativas da agricultura familiar, alterar os canais de comercialização é (ou sempre foi) um desafio, tendo em vista que os sistemas agroalimentares hegemônicos têm amplo domínio sobre as cadeias e as regras incutidas nesses arranjos impedem ou limitam que muitas cooperativas possam atuar em determinados mercados. Nesse sentido, Lopes *et al.* (2023^a) apresentam que o sistema agroalimentar hegemônico não está concentrado somente na produção de *commodities* agrícolas, considerando que este setor atua, sobretudo, no processamento, armazenamento e distribuição de alimentos, constituindo uma gigantesca rede global alimentar *a montante* e *a jusante*. Corroborando com essa questão, Belik (2020) destaca que 41% do faturamento do varejo alimentar no Brasil está concentrado em apenas três grandes grupos, sendo eles: Carrefour, Grupo Pão de Açúcar e Wal-Mart.

Durante a pandemia algumas cooperativas da agricultura familiar mantiveram, de maneira geral, vínculos com canais de comercialização territoriais/regionais, sendo priorizados os mercados institucionais ($n=7$) (PNAE e/ou PAA) e territoriais ou solidários ($n=10$), haja vista a sua vocação para atuar localmente, contando com o apoio de redes solidárias à comercialização (ponto fixo, feiras locais etc.). Assim, os achados deste estudo revelam os principais canais de comercialização acessados pelas cooperativas antes e durante a pandemia,

conforme ilustra a Figura 6, revelando mudanças ou inalteração entre os canais acessados pelas cooperativas para o período observado.

Figura 6 – Principais canais de comercialização acessados pelas cooperativas estudadas antes e durante a pandemia



Fonte: dados da pesquisa (2020).

Durante o período mais crítico da pandemia, o fechamento das feiras afetou significativamente muitos agricultores, levando em consideração que esse canal de comercialização é um importante mercado para as organizações da agricultura familiar, tanto pelo fator renda, quanto pela valorização da atividade do agricultor. De acordo com Niederle (2014), as feiras, além de contribuírem para os circuitos curtos de comercialização, promovem o contato direto entre quem produz e consome, sendo capazes de ressignificar as relações de confiança. Os dados mostram que durante o primeiro ano da pandemia houve redução quanto ao acesso às feiras por parte das cooperativas, sendo justificada pelas restrições impostas nesse período, o que não foi diferente em relação à comercialização nos pequenos mercados, padarias e restaurantes locais.

Para as cooperativas que antes da pandemia mantinham contratos com os municípios, através do PNAE e/ou PAA ($n=14$), o dirigente de uma das cooperativas revelou que “com o início da pandemia houve a redução significativa (*sic*) na produção e comercialização devido a paralisação das aulas, tendo uma melhora a partir [do momento] que a prefeitura começou a doar os kits alimentação aos alunos” (Dirigente Cooperativa A, 2020). Do mesmo modo, nesse mesmo período alguns dados têm revelado que houve uma drástica redução nos recursos do PNAE durante a pandemia, por exemplo (Observatório da Alimentação Escolar, 2021), comprometendo a comercialização de muitos grupos da agricultura familiar que dependem dos mercados institucionais.

Vale ressaltar que o PAA, por exemplo, contribui para a segurança alimentar e nutricional de pessoas em situação de vulnerabilidade socioeconômica, contexto também agravado pela pandemia, levando, somente no Brasil, 33 milhões de pessoas à situação de fome¹⁴. Especificamente entre as cooperativas observadas, durante a pandemia a comercialização por meio do PNAE reduziu cerca de 46%, enquanto referente ao PAA foi

¹⁴Dados da Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional (REDE PENSSAN, 2022).

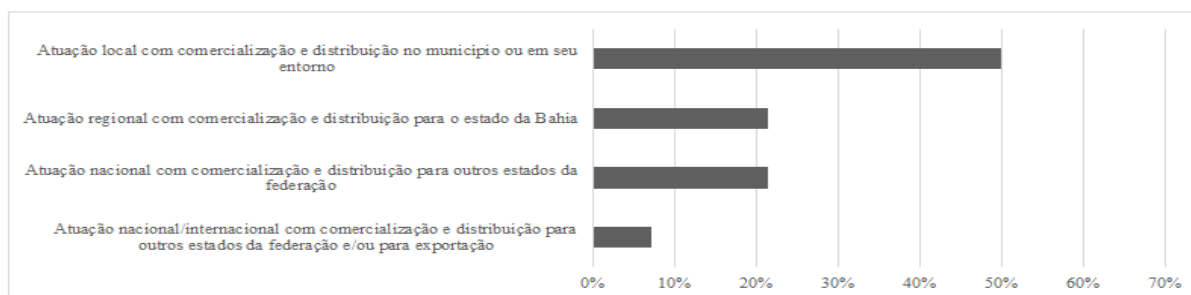
aproximadamente 66%, representando riscos às cooperativas, tendo em vista que 35,7% dos empreendimentos, antes da pandemia, tinham os mercados institucionais enquanto metade dos canais em que atuavam e 21,4% escoavam exclusivamente para esses canais. Assim, a concentração da comercialização em um único canal, por exemplo, demonstra os riscos sobre os quais, por vezes, cooperativas da agricultura familiar encontram-se expostas, estando suscetíveis à conjuntura política ou macroeconômica, sendo variáveis não controláveis pelos atores. Desse modo, torna-se fundamental a diversificação dos canais de comercialização.

Chama atenção que apenas uma cooperativa aderiu aos canais digitais como meio de comercialização durante a pandemia, considerando a não vinculação a esse canal antes da pandemia, e apenas uma já utilizava a internet enquanto meio de comercialização antes da pandemia e manteve o acesso a esse canal. Houve, sobretudo, o fato de uma cooperativa deixar de utilizar diretamente esse canal enquanto principal meio de comercialização durante a pandemia, não sendo possível, por meio do questionário aplicado, identificar a motivação. Por sua vez, a pesquisa indica que a pandemia afetou consideravelmente a regularidade da comercialização nas cooperativas. Na pandemia, a regularidade da comercialização ocorreu muito mais numa escala mensal (uma vez por mês) ou sazonal (período de safra), enquanto reduziu-se a periodicidade diária ou semanal, tal como ocorria antes da pandemia.

Durante a pandemia, apenas quatro cooperativas receberam apoio de redes ou central de cooperativas para estimular a comercialização, o que não contribuiu para aumentar as vendas nessas organizações, de acordo com as respostas obtidas através dos dirigentes. É possível que essas cooperativas, necessariamente, não estiveram afastadas dos vínculos de reciprocidade entre essas organizações, mas sugere-se que muitas delas se encontravam desestruturadas para o enfrentamento da pandemia, inclusive as centrais. Os dados ainda mostram que apenas três receberam apoio de órgãos públicos, enquanto seis não receberam nenhum tipo de apoio e apenas duas tiveram apoio de universidades ou institutos. Cabe reforçar que apenas uma cooperativa não realizou curso de capacitação para os associados nos últimos três anos, antes do início da pandemia, tendo as cooperativas que investiram em capacitação focado em cursos voltados à economia solidária ou ao cooperativismo, à novas tecnologias ou à área comercial.

Em relação à área geográfica de comercialização, majoritariamente, as cooperativas utilizam canais de comercialização locais ou regionais, com vendas para o município ou fora do município, atuando em outras regiões do estado da Bahia, independentemente do período da pandemia (Figura 7). Isso demonstra que essas cooperativas assumem, em alguma medida, uma estratégia de comercialização mais localizadas (Schneider; Gazolla, 2017), haja vista que esses circuitos podem corresponder a uma solução para os problemas de abastecimento em territórios considerados periféricos, ocupando determinados nichos de mercados que estão desintegrados dos mercados agroalimentares globais (Renting; Marsden; Banks, 2017).

Figura 7 – Área geográfica de comercialização das cooperativas estudadas

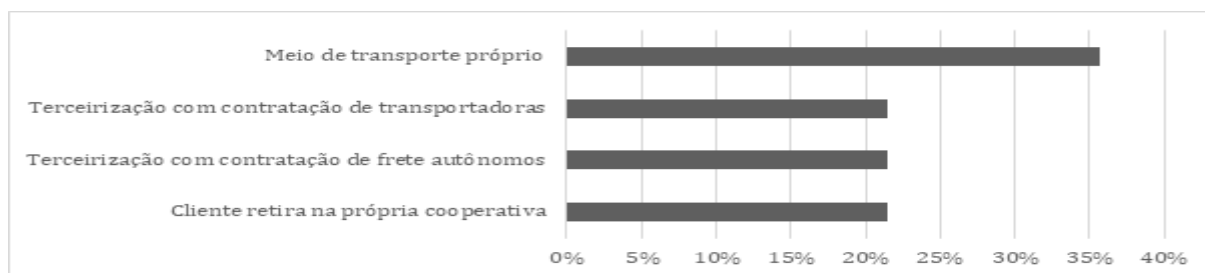


Fonte: dados da pesquisa (2020).

Embora estejam muito mais “conectadas” aos seus territórios, as cooperativas da agricultura familiar enfrentam desafios em relação à distribuição dos seus produtos. A logística é um fator limitante para essas organizações, considerando que além de boa parte dessas cooperativas estarem localizadas em comunidades rurais, especialmente no caso da Bahia, de modo geral, as estradas são de difícil acesso e afastadas dos centros urbanos. Isto pôde ser identificado em pesquisa recente desenvolvida por Araújo *et al.* (2021) nos 27 Territórios de Identidade do estado da Bahia com 134 empreendimentos de economia solidária. No entanto, no quesito logística, para além de considerar as condições das estradas, é preciso levar em conta os condicionantes de infraestrutura (capital humano e financeiro, transporte etc.), pois esses elementos são essenciais para compreender a capacidade de comercializar e distribuir os produtos.

Desse modo, os dados revelam que seis cooperativas (~42%) terceirizam a logística do empreendimento, seja através da contratação de transportadoras ou através de serviços prestados por autônomos. A pesquisa ainda identificou que cinco cooperativas (~36%) possuem meio de transporte próprio, enquanto nos demais empreendimentos, seus clientes retiram os produtos na própria sede (~21%), conforme ilustra a Figura 8.

Figura 8 - Principal meio de transporte utilizado pelas cooperativas estudadas para distribuição e entrega dos produtos



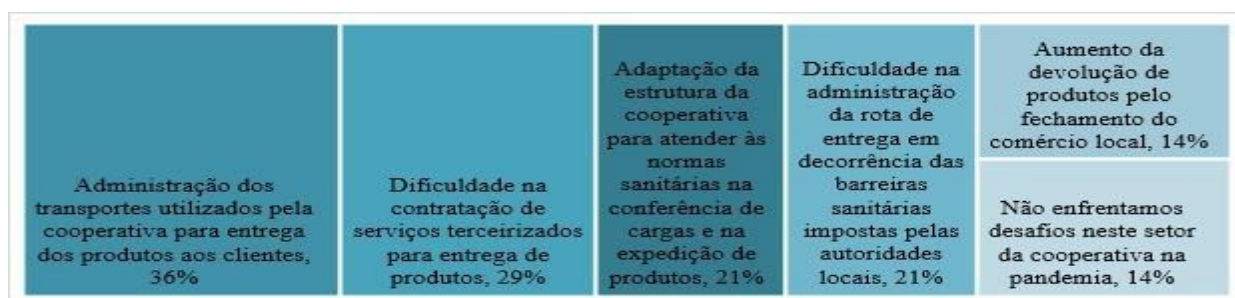
Fonte: dados da pesquisa (2020).

A logística é um elemento imprescindível para que as organizações atuem em determinados mercados. Se, de um lado, a pandemia impôs limites à comercialização, de outro, um dos dirigentes revelou que estiveram “em busca de parcerias com associações e outras cooperativas para realizarem suas entregas” (Dirigente Cooperativa B, 2020), sendo consensuado pelo Dirigente da Cooperativa C: “o mais importante para o fortalecimento do mercado local e territorial é a união e as relações das cooperativas, a comunicação, estabelecer parcerias e ampliar a produção”. É importante compreender que o sistema logístico dessas organizações pode apresentar um formato híbrido, baseado em oportunidades e disponibilidade de recursos.

Podendo indicar até duas opções, os dirigentes indicaram as principais estratégias desenvolvidas pelas cooperativas durante a pandemia para o melhor funcionamento da logística: desenvolvimento do controle e gestão do frete, negociando o custo e o preço do frete ($n=6$); utilização do sistema de roteirização de entregas para redução dos custos com transporte ($n=5$); realização de monitoramento e análise de indicadores de desempenho logísticos, tais como: tempo em trânsito, devoluções, pontualidade nas entregas ($n=1$); desenvolvimento de gestão e controle dos estoques, a fim de minimizar as perdas de produtos e custos logísticos ($n=1$); e não realização de estratégias para o funcionamento da logística no referido período ($n=3$). Esses dados sugerem que, em alguma medida, as cooperativas se esforçaram para reduzir os custos com fretes, ao tempo que buscaram otimizar o serviço visando a pontualidade e a redução de perdas.

Nesse sentido, entre os desafios encontrados pelas cooperativas, percebe-se que a administração dos transportes utilizados para a entrega dos produtos aos clientes ($n=5$) e a dificuldade de contratar serviços terceirizados ($n=4$), foram os maiores desafios enfrentados pelas cooperativas durante os períodos mais densos da pandemia, confirmando a necessidade de estabelecer parcerias para a superação desses desafios. A necessidade de adaptação da estrutura da cooperativa para atender às normas sanitárias, seja na conferência de cargas e/ou na expedição de produtos, junto com as dificuldades na administração da rota de entrega em decorrência das barreiras sanitárias impostas pelas autoridades locais, estão entre outros dois desafios encontrados pelas cooperativas no período, conforme demonstra a Figura 9.

Figura 9 - Principais desafios no funcionamento da logística enfrentados pelas cooperativas estudadas durante a pandemia



Fonte: dados da pesquisa (2020).

A dependência de parte das cooperativas da agricultura familiar a determinados mercados, tal como os mercados institucionais, reproduz enormes desafios a essas organizações, visto que os limites orçamentários impostos a essas políticas, podem reduzir (de uma hora para outra) drasticamente os níveis de comercialização e, conseqüentemente, a renda dos associados. Por sua vez, os circuitos alternativos de comercialização ainda se mostram, em alguma medida, vulneráveis frente a momentos graves, como no caso da pandemia, ao mesmo tempo em que revelam uma alternativa interessante à superação dos desafios sociais, econômicos e de segurança alimentar e nutricional em momentos de crise.

Não obstante, as estratégias de abastecimento não alcançaram um escalonamento adequado, sugerindo a necessidade de fortalecimento das redes solidárias entre as cooperativas. O que está posto, tanto nos estudos sobre cooperativismo (Pires, 2010; Ferreira; Arbage, 2016; Beuren, 2020), quanto no campo da economia social (Gaiger, 2013; França Filho; Eynaud, 2020) e dos mercados e sistemas agroalimentares (Schneider; Gazolla, 2017; Renting; Marsden;

Banks, 2017, Lopes *et al.*, 2023a), contribui às discussões sobre esse tema, apoiando um conjunto de pesquisas empíricas e no surgimento de uma vasta e valiosa agenda de pesquisa sobre cooperativas da agricultura familiar.

Apesar dos limites, as análises expressas neste estudo expõem um cenário preocupante em relação às cooperativas observadas. A maior parte das cooperativas analisadas acabam enfrentando elevadas restrições em situações de adversidades, como no caso da pandemia. É válido reforçar que, embora essas cooperativas estejam imersas em um contexto desafiador – seja pelos poucos recursos e infraestrutura disponíveis, assim como pelos desafios impostos pelos próprios mercados em que atuam – é preciso considerar que a sustentabilidade econômico-financeira deve alinhar-se às práticas sustentáveis e à forma com a qual essas organizações interagem com o meio ambiente, seja porque dependem dos recursos naturais para produzir ou mesmo pelas relações que são estabelecidas com os mercados e, portanto, respaldam questões culturais, éticas, políticas, ecológicas e demais valores e princípios do cooperativismo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo buscou analisar a atuação das cooperativas da agricultura familiar do estado da Bahia junto aos mercados durante a pandemia da Covid-19. Buscamos ampliar o escopo desta análise para além dos mercados, considerando a importância em observar as práticas de produção e a forma com a qual essas organizações conduzem suas atividades a partir da relação entre o ambiente interno e externo do empreendimento. Em decorrência dos impactos da pandemia, a equipe executora do projeto enfrentou desafios para acessar a inúmeras cooperativas, principalmente no retorno dos empreendimentos entre as diversas tentativas de contato que foram realizadas por e-mail, por aplicativos de mensagens ou através de contato telefônico, já que muitos cadastros se encontravam desatualizados ou inoperantes. Outro desafio diz respeito às dificuldades de acesso por parte de alguns empreendimentos às tecnologias digitais, tendo em vista que a etapa das “Rodas de Diálogo Virtuais” foi realizada por meio de encontros virtuais.

Os resultados mostram que as cooperativas enfrentaram inúmeras dificuldades no período pandêmico, seja por conta das restrições impostas pelas normas sanitárias - a partir do fechamento ou suspensão dos principais canais de comercialização – ou mesmo pelas condições de infraestrutura apresentadas pelos empreendimentos. Esses fatos contribuíram para uma redução no volume de vendas, consequentemente, impactando diretamente na renda dos associados, entre os quais, boa parte, passaram a se dedicar a outras atividades.

A maior parte dos empreendimentos manteve o vínculo com canais de comercialização regionais/territoriais e com os canais institucionais, tal como o PNAE e o PAA, em decorrência da distribuição de kits alimentares realizada pelas instituições públicas de ensino e prefeituras, demonstrando que, apesar da redução da comercialização por meio desses canais, esses ainda se apresentam enquanto um dos principais canais de comercialização para as cooperativas da agricultura familiar. A logística das cooperativas se mostrou como um fator limitante para a ampliação dos canais de comercialização e da área geográfica de atuação dos empreendimentos, com resultados que demonstram que o atual sistema logístico das cooperativas está sob um formato híbrido, baseado em oportunidades e disponibilidade de recursos. Portanto, faz-se

necessário o desenvolvimento de estratégias visando à melhoria dos fluxos logísticos, que permitam às cooperativas ampliarem os canais de comercialização e as áreas de atuação, fato que pode contribuir para redução dos riscos do empreendimento.

Observou-se, também, que os empreendimentos tiveram baixo apoio das redes e/ou centrais de cooperativas, durante o período pandêmico, e os resultados sugerem que essas centrais também não estavam preparadas para enfrentar os desafios da pandemia. A atuação das redes e centrais de cooperativas são importantes para o fortalecimento do sistema cooperativista e, principalmente, para a ampliação das redes de cooperação, sendo um tema que merece a atenção dos pesquisadores e estudiosos da área.

No que tange à sustentabilidade, os resultados mostram uma preocupação das cooperativas com o avanço do agronegócio e principalmente com o uso dos agrotóxicos, em que a assistência técnica agroecológica se apresenta como uma alternativa fortalecer os sistemas agroalimentares da agricultura familiar. A assistência técnica ainda se mostrou importante para a sustentabilidade econômica e a manutenção das atividades dos empreendimentos durante o período pandêmico. Ainda sobre a sustentabilidade, os resultados chamam atenção para a ausência de metodologias e sistemas de custeio efetivos que permitam a precificação correta dos produtos comercializados, fato que compromete a saúde financeira das cooperativas, impactando, inclusive, em sua organização econômica para o enfrentamento de determinadas crises ou fomentar investimentos.

Obviamente, este trabalho não esgota todos os desdobramentos e impactos da pandemia da Covid-19 nos mercados e na atuação das cooperativas da agricultura familiar do estado da Bahia, mas procura chamar atenção para a necessidade de ampliação de pesquisas que possam contribuir com a sustentabilidade e o futuro desses empreendimentos. Assim, destaca-se a importância de realização de pesquisas futuras e ações de extensão relacionadas à logística no contexto das cooperativas, fortalecimento de redes solidárias, formação do preço de venda e métodos de custeio adequados à realidade das cooperativas da agricultura familiar e às possibilidades de fortalecimento da governança.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. **Paradigma do capitalismo agrário**. São Paulo: Edusp, 2012.

ALVES, L. L.; SILVA, A. C.; BUENO, M. P. Cooperativismo Agropecuário: benefícios e desafios. **Revista FAFIBE**, v. 13, p. 18-34, 2020.

ANDERSON, C. R. *et al.* From Transition to Domains of Transformation: Getting to Sustainable and Just Food Systems through Agroecology, **Sustainability**, 2019.

ANDRADE, M. C.; ALVES, D. C. Cooperativismo e Agricultura Familiar: um estudo de caso. **RAIMED – Revista de Administração IMED**, v. 3, n. 3, p. 194 - 208, 2013.

ANJOS, E. *et al.* O cooperativismo como estratégia de fortalecimento da agricultura familiar na Bahia: uma análise baseada no Censo Agropecuário 2017. **DRd – Desenvolvimento Regional em debate**, v. 12, ed. esp. 2 (Dossiê Cooperativismo), p. 8-31, 2022.

ARAÚJO, E. T. *et al.* **Avaliação de instrumentos de políticas públicas de agricultura familiar e economia solidária na Bahia**. Cruz das Almas, BA: EDUFRB, 2021.

BELIK, W. **Um retrato do sistema alimentar brasileiro e suas contradições**. Rio de Janeiro: Instituto Ibirapitanga, 2020.

BEUREN, I. M. *et al.* Reflexos do compartilhamento de informações e da inovação colaborativa na responsabilidade social de cooperativas. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 22, n. 22, 2020.

BITTENCOURT, D. M. C. **Agricultura familiar, desafios e oportunidades rumo à inovação**. Embrapa Recursos Genéticos e Biotecnologia. Secretaria de Pesquisa e Desenvolvimento Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Brasília: Editora Técnica, 2020.

BRINKHUES, R. A.; CUNHA, M. A. V. C. Vantagem Competitiva e o uso das tecnologias de informação e comunicação: estudo na cadeia produtiva do vinho do Rio Grande do Sul. **REBRAE – Revista Brasileira de Estratégia**. Curitiba, v. 2, n. 3, 2009.

CANÇADO, A. C.; SOUZA, M. F. A.; PEREIRA, J. P. Os princípios cooperativistas e a identidade do movimento cooperativista em xeque. **Revista de Gestão e Organizações Cooperativas – RGC**. Santa Maria, v. 1, n. 2, 2014.

CANÇADO, A. C. Para a apreensão de um conceito de cooperativa popular. *In*: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO - ENANPAD, 29. 2005, Brasília. **Anais [...]**. Brasília: ANPAD, 2005. v. 1.

CAR - COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO E AÇÃO REGIONAL. **Bahia Produtiva**. 2023a. Disponível em: <http://www.car.ba.gov.br/projetos/bahia-produtiva>. Acesso em: 12 jun. 2023.

COSTA, B. A. L.; AMORIM JUNIOR, P. C. G.; SILVA, M. G. As Cooperativas de Agricultura Familiar e o Mercado de Compras Governamentais em Minas Gerais. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 53, n. 1, p. 109-126, 2015.

CUNHA, J. I. C; SCHNEIDER, S. TICs, digitalização e comercialização em rede: O caso da rede Xique-Xique/RN. *In*: NIEDERLE, P.; SCHNEIDER, S.; CASSOL, A. (orgs.). **Mercados Alimentares Digitais: Inclusão produtiva, cooperativas e políticas públicas**. Porto Alegre: UFRGS, 2021. p. 339-371.

EMBRAPA. 2022. **Preocupação com alimentação saudável aumentou durante a pandemia**: agricultura familiar, agroecologia e produção orgânica. Estudos socioeconômicos e ambientais. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/77187714/preocupacao-com-alimentacao-saudavel-aumentou-durante-a-pandemia>. Acesso em jun. 2023.

FERREIRA, G. M. V.; ARBAGE, A. P. **Governança e sua relação com a fidelidade em cooperativa**. Porto Alegre: Ed. Buqui, 2016.

- FRANÇA FILHO, G. C.; EYNAUD, P. **Solidariedade e organizações: pensar uma outra gestão**. Salvador: EDUFBA, Ateliê de Humanidades, 2020.
- GAZOLLA, M.; AQUINO, J. R. Reinvenção dos mercados da agricultura familiar no Brasil: a novidade dos sites e plataformas digitais de comercialização em tempos de Covid-19. **Estudos, Sociedade e Agricultura**, v. 29, n. 2, p. 427-460, 2021.
- GAIGER, L. I. A economia solidária e a revitalização do paradigma cooperativo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 28, n. 82, 2013.
- GALLARDO-VASQUEZ, D.; SANCHES-HERNANDES, M. I.; CASTILLA-POLLO, F. Theoretical and methodological framework for the qualitative validation of an explanatory model of social responsibility in cooperatives societies. **Management Research: The Journal of the Iberoamerican Academy of Management**, v. 12, n. 3, p. 259-287, 2014.
- GIMENES, R. M. T.; GIMENES, F. M. P. Financiamento das necessidades líquidas de capital de giro em cooperativas agropecuárias: uma investigação empírica sob a perspectiva do modelo Fleuriet. **Revista da FAE**, v. 8, n. 1, Curitiba, 2005.
- FORGIARINI, D. I. Cooperativismo (o que é?). In: GRIEBELER, M. P. D. *et al.* (orgs.). **Dicionário Contemporâneo de Cooperativismo**. Uruguaiana: Conceito, 2022. p. 98-105.
- KONSEN, R. R. P.; OLIVEIRA, C.A. Intercooperação entre cooperativas: barreiras e desafios a serem superados. **Revista de Gestão e Organizações Cooperativas – RGC**, v. 2, n. 4, 2015.
- KUMMER, L. **Metodologia participativa no meio rural: uma visão interdisciplinar – conceitos, ferramentas e vivências**. GTZ: Salvador, 2007
- LOPES, M. R. C. A. *et al.* Entre o “agro pop” e a agricultura familiar: um breve retrato do cenário agroalimentar brasileiro. **Revista Grifos**, v. 33, n. 61, 2023a.
- LOPES, M. R. C. A. *et al.* Indicação Geográfica na Cooperativa Agrofamiliar Solidária (Coofamel): um estudo de caso baseado em cinco dimensões da sustentabilidade. **Revista Thêma et Scientia**, v. 13, n. 1, 2023b.
- LOPES, M. R. C. A.; FEIDEN, A.; MATTE, A. ATER Agroecológica: perspectivas à transformação dos sistemas agroalimentares. In: SILVA, M. H. A.; ZUIN, L. F. S. (orgs.). **Caminhos e olhares sobre a ATER digital**. São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2023.
- MALUF, R. S. Mercados alimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 25, n. 1, 2004.
- MARTINEZ, I. B.; PIRES, M. L. L. S. Cooperativas e revitalização dos espaços rurais: uma perspectiva empresarial e associativa, **Cadernos de Ciência e Tecnologia**, v. 19, n. 1, 2002.
- MATOS, C. L. S. *et al.* A importância da Gestão de Custos para as cooperativas da Agricultura Familiar, **Cadernos Macambira**, v. 7, p. 14-35, 2022.

MORAES, J. L. A; SCHWAB, P. I. O papel do cooperativismo no fortalecimento da agricultura familiar, **Revista do CEPE**, n. 49, p. 67-79, 2019.

MOREIRA, V. R. Desempenho de cooperativas. *In*: BAGGIO, D. K.; BAGGIO, A. F. (orgs.). **Governança e Gestão em Cooperativas**. Porto Alegre: SESCOOP - RS, 2022.

NASCIMENTO, J. E. B. *et al.* Construção social de mercados agroalimentares e a ATER: desafios para o desenvolvimento do território do sertão ocidental de Sergipe. **Revista Geografia Acadêmica**, v. 13, n. 1, p. 5-28, 2019.

NASCIMENTO, R. N. O.; REGO, T. F.; DIAS, T. F. Metodologias de custeio e preço de venda: um estudo sobre as práticas dos empreendimentos econômicos solidários. **Revista Ambiente Contábil**, v. 8, n.1, 2016.

NIEDERLE, P. A. Os agricultores ecologistas nos mercados para alimentos orgânicos: contramovimentos e novos circuitos de comércio. **Sustentabilidade em Debate**, v. 5, n. 3, p. 79-96, set/dez 2014.

OBSERVATÓRIO DA ALIMENTAÇÃO ESCOLAR. **Pesquisa revela a redução das compras da agricultura familiar para estudantes durante pandemia**. 2021. Disponível em: <https://alimentacaoescolar.org.br/noticias/2021/12/3/pesquisa-revela-a-reducao-das-compras-da-agricultura-familiar-para-estudantes-durante-pandemia/>. Acesso em: 10 mar. 2023.

PIRES, M. L. L. S. O cooperativismo agrícola como uma forma de neutralizar as desvantagens competitivas da agricultura familiar: em análise a Coopercaju. *In*: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, **Anais [...]** Caxias do Sul - RS, 2010.

PERONDI, M. A. Mercantilização da Agricultura familiar. *In*: BASSO, D.; SCARIOT, N. (orgs.). **Gestão da unidade de produção e vida familiar**: gestão em desenvolvimento com ênfase em cooperativismo. 1 ed. Francisco Beltrão: GRAFISUL, 2009.

POLANYI, K. **A grande transformação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

PORTO, S. B.; FERREIRA, M. V. Cooperativismo e desenvolvimento socioeconômico: uma análise da cooperativa de crédito rural de economia solidária – Solicred Benjamin Constant/AM. **Cadernos de Gestão Social**, v. 5, n. 2, 2014.

REDE PENSSAN. **II Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da COVID-19 no Brasil**. Rede PENSSAN, 2022.

RENTING, H.; MARSDEN, T.; BANKS, J. Compreendendo as redes alimentares alternativas: o papel de cadeias curtas de abastecimento de alimentos no desenvolvimento rural. *In*: SCHNEIDER, S.; GAZOLLA, M. (orgs.). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas**: negócios e mercados da agricultura familiar. Editora da UFRGS, 2017.

SABOURIN, E. Acesso aos mercados para a agricultura familiar: uma leitura pela reciprocidade e a economia solidária. **Revista Econômica do Nordeste**, Fortaleza, v. 45, p. 18-30, 2014.

SANZ-CAÑADA, J.; SÁNCHEZ-HERNÁNDEZ, J. L.; LÓPEZ-GARCÍA, D. Reflecting on the Concept of Local Agroecological Food Systems, **Land**, v. 12, 2023.

SCHNEIDER, S. Mercados e Agricultura Familiar. *In*: MARQUES, F. C.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. (orgs.). **Construção de Mercados e Agricultura Familiar**: desafios para o desenvolvimento rural. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016. p. 93-157.

SCHNEIDER, S.; GAZOLLA, M. Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas. *In*: SCHNEIDER, S.; GAZOLLA, M. (orgs.). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas**: negócios e mercados da agricultura familiar. Editora da UFRGS, 2017.

SAUSEN, J. O.; BAGGIO, A. F. O equilíbrio entre as dimensões econômica, social e política nas cooperativas. *In*: BAGGIO, D. K.; BAGGIO, A. F. (orgs.). **Governança e gestão em cooperativas**. Porto Alegre: SESCOOP - RS, 2022.

SILVA, C. M. V.; SCHULTZ, G. Acesso a mercados e gestão de cooperativas da agricultura familiar no Brasil. **Revista Espacios**, v. 38, v. 44, 2017.

SINGER, P. **Introdução à economia solidária**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2002.

WILKINSON, J. **Mercados, redes e valores**: o novo mundo da agricultura familiar. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.