

VOLUME 15

N. 1
2025



REVISTA
agro em questão

**Comercialização em
cadeias curtas: Análise
em três estados do
nordeste brasileiro**



**Faculdade
CNA**

Comercialização em Cadeias Curtas: Levantamento em três estados do nordeste do Brasil

Crissanny Inês de Oliveira Silva¹

Joilson Ferreira Alves²

Marcelo Sallas Neves de Souza³

Luane Sousa Aguiar⁴

<http://lattes.cnpq.br/5262445542179860>

RESUMO

Este artigo propõe um levantamento das estratégias de comercialização em Cadeias Curtas, de forma específica em três estados da região Nordeste do Brasil, sendo eles: Bahia, Pernambuco e Piauí. A pesquisa tem o objetivo de investigar os benefícios, vantagens e desafios associados à prática da comercialização por meio das Cadeias Curtas nos três estados da região Nordeste, bem como compreender as nuances envolvidas no processo de comercialização e as características dos produtores rurais dessas três regiões do Nordeste. Desse modo, o presente estudo busca entender como a estratégia de comercialização por meio das Cadeias Curtas podem impactar o desenvolvimento econômico local, considerando aspectos econômicos, sociais e ambientais. Para tal objetivo, o método adotado nesta pesquisa, envolveu em levantamento bibliográfico, análise documental e aplicação de questionário com produtores rurais dos três estados mencionados, com o objetivo de conhecer de forma demográfica os produtores rurais dos estados, a sua atuação e a relação com a

¹ Pós-graduada pela Faculdade CNA. E-mail: crissanny.oliveira@senar-pe.com.br)

² Estudante da Faculdade CNA.

³ Estudante da Faculdade CNA.

⁴ Docente da Faculdade CNA. E-mail: Luane.aguiar7@gmail.com



comercialização da produção agropecuária por meio das Cadeias Curtas. Os resultados encontrados, por meio dos 76 produtores participantes da pesquisa, informam que 43,4% dos produtores entrevistados enfrentam dificuldades de infraestrutura inadequada para venda da produção com menos intermediários e 21,1% dos produtores informaram que não possuem garantia de venda da produção sem a presença de intermediários que, são dois dos maiores desafios para prosseguirem com a comercialização por meio das Cadeias Curtas. Portanto, nota-se que os produtores da região da Bahia, Pernambuco e Piauí possuem interesse em comercializar a produção sem a presença de intermediários, ou seja, por meio das Cadeias Curtas. Contudo, enfrentam dificuldades para tal prática. Os dados permitem compreender que o desenvolvimento local, no qual os produtores estão inseridos, carece, principalmente, de infraestrutura. Por fim, espera-se que os resultados contribuam para a compreensão das dinâmicas de comercialização agrícola na região nordestina e pesquisas futuras possam se debruçar em pesquisar formas efetivas de propiciar o desenvolvimento e melhores condições de comercialização.

Palavras-chave: Cadeias curtas, Comercialização, Desenvolvimento econômico, Nordeste.

ABSTRACT

This article proposes a survey of short supply chain marketing strategies, specifically in three states in the Northeast region of Brazil: Bahia, Pernambuco, and Piauí. The research aims to investigate the benefits, advantages, and challenges associated with short supply chain marketing in the three states, as well as to understand the nuances involved in the marketing process and the characteristics of rural producers in these three regions. Therefore, this study seeks to understand how short supply chain marketing strategies can impact local economic development, considering economic, social, and environmental aspects. To this end, the method adopted in this research involved a bibliographic survey, document analysis, and a questionnaire administered to rural producers in the three states. The objective was to obtain demographic information about rural producers in these states, their activities, and their relationship with the marketing of agricultural production through short supply chains. The results obtained from the 76 producers participating in the survey indicate that 43.4% of the producers interviewed face difficulties due to inadequate infrastructure to sell their produce with fewer intermediaries, and 21.1% of the producers reported that they have no guarantee of selling their produce without the presence of intermediaries, two of the biggest challenges to continuing to sell through Short Supply Chains. Therefore, it is clear that producers in the Bahia, Pernambuco, and Piauí regions are interested in selling their produce without the presence of intermediaries, that is, through Short Supply Chains. However, they face difficulties in doing so. The data allow us to understand that local development, in which these producers are involved, primarily lacks



infrastructure. Finally, it is hoped that the results will contribute to understanding the dynamics of agricultural marketing in the Northeast region, and future research can focus on finding effective ways to foster development and improve marketing conditions.

Keywords: *Short Supply Chains, Marketing, Economic Development, Northeast*

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo, afirma-se em pesquisar sobre a estratégia de Comercialização em Cadeias Curtas em três estados da região Nordeste do Brasil. Esse estudo, se ocorre devido ao conhecimento que as Cadeias Curtas podem ser uma estratégia já reconhecida para serem uma forma eficaz de fortalecimento da agricultura.

De acordo com Silva et al. (2019), a comercialização em cadeias curtas tem sido reconhecida como uma estratégia eficaz para fortalecer a agricultura familiar e impulsionar o desenvolvimento local em regiões como o Nordeste do Brasil. Além disso, segundo Santos e Pinto (2018), a conexão direta entre produtores e consumidores por meio de práticas como venda direta ao consumidor e programas de cestas e/ou kits tem demonstrado impactos positivos na promoção da agricultura sustentável e no estímulo à economia local.

Um ponto pertinente é que as cadeias agroalimentares curtas se constituem em uma alternativa para dois problemas que os agricultores vêm enfrentando. Um deles é o aumento dos custos de produção, enquanto o outro refere-se à crescente preocupação com a segurança alimentar e a qualidade dos alimentos (SCARABELOT; SCHNEIDER, 2012). O aumento dos custos de produção diz respeito à situação em que os agricultores passam ao estarem inseridos em determinado movimento tecnológico, tornando-se dependentes da utilização de insumos externos, o que resulta em um aumento de custos mais elevado do que o aumento de produção, ocasionando uma diminuição em suas rendas.

Diante da importância das Cadeias Curtas para os produtores, principalmente, em reduzirem a quantidade de atravessadores em seu processo de comercialização, a presente pesquisa, tem como **objetivo geral:** investigar as estratégias de comercialização em cadeias curtas, analisando os benefícios e desafios para os produtores rurais. E como **objetivos específicos:** Analisar os impactos econômicos, sociais e ambientais das cadeias curtas; Avaliar os desafios enfrentados pelos produtores na implementação e manutenção de cadeias curtas de comercialização e; Propor recomendações para melhorar as estratégias de comercialização em cadeias curtas, visando o fortalecimento da economia na região.



Para tal objetivo, o método adotado nesta pesquisa, envolveu em levantamento bibliográfico, análise documental e aplicação de questionário com produtores rurais dos três estados mencionados, com o objetivo de conhecer de forma demográfica os produtores rurais dos estados, a sua atuação e a relação com a comercialização da produção agropecuária por meio das Cadeias Curtas.

A presente pesquisa justifica-se pela necessidade de compreender melhor como as cadeias curtas de comercialização impactam a economia local nos estados do Nordeste. A pesquisa visa investigar os benefícios e desafios associados a essas cadeias, considerando as particularidades econômicas, sociais e ambientais em cada estado analisado. Os resultados esperados serão importantes para orientar decisões e ações que impulsionam o desenvolvimento econômico e social local.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Comercialização no Agronegócio

A comercialização no agronegócio envolve uma série de processos que conectam os produtos agrícolas desde a produção até o consumidor final. Esse percurso inclui etapas como colheita, armazenamento, transporte, processamento e distribuição. O sistema tradicional de comercialização geralmente envolve múltiplos intermediários, o que pode aumentar os custos e reduzir a margem de lucro para os produtores. A eficiência na comercialização é essencial para assegurar que os produtos cheguem aos consumidores de forma oportuna e a preços competitivos, ao mesmo tempo que se garante um retorno justo para os agricultores.

Para Aguiar et al. (2018), as estratégias de comercialização podem variar de acordo com o contexto e os objetivos específicos de cada iniciativa. Algumas das estratégias comuns incluem: Venda direta ao consumidor; Programas de cestas ou kits; Lojas de produtores; Feiras agrícolas e mercados de produtores e; Programas de CSA (Community Supported Agriculture).

Ainda de acordo com Aguiar et al. (2018), essas estratégias podem ser combinadas ou adaptadas de acordo com as necessidades e recursos disponíveis em cada contexto local. O objetivo principal é estabelecer conexões mais diretas entre produtores e consumidores, reduzindo o número de intermediários na cadeia de abastecimento e promovendo a sustentabilidade econômica e social das comunidades agrícolas.



2.3 Cadeias Curtas

Cadeias curtas de comercialização referem-se a sistemas em que há uma redução significativa do número de intermediários entre o produtor e o consumidor. Segundo Marsden et al. (2000), "as cadeias curtas de abastecimento de alimentos (SFSCs) são caracterizadas por formas de produção, distribuição e consumo que visam aumentar a proximidade entre produtores e consumidores, reduzindo a distância física, econômica e social".

Essas cadeias curtas incluem diversas formas de comercialização direta, como: Venda direta ao consumidor em feiras ou mercados locais; Programas de cestas ou kits de produtos entregues diretamente aos consumidores; Parcerias com restaurantes e estabelecimentos locais; Venda através de lojas de produtores ou cooperativas; Plataformas online para venda direta; Vantagens das Cadeias Curtas Algumas das estratégias comuns incluem:

- **Venda direta ao consumidor:** Produtores vendem seus produtos diretamente aos consumidores, seja em feiras livres, mercados locais, lojas de fazenda, pontos de venda coletivos ou através de programas de assinatura de alimentos.
- **Programas de cestas ou kits:** Os consumidores podem se inscrever para receber cestas ou kits de produtos agrícolas frescos regularmente, muitas vezes entregues diretamente em suas casas ou em pontos de coleta.
- **Lojas de produtores:** Os agricultores se unem para abrir lojas coletivas onde vendem seus próprios produtos, proporcionando uma experiência de compra direta aos consumidores.
- **Feiras agrícolas e mercados de produtores:** Esses eventos proporcionam aos agricultores a oportunidade de vender seus produtos diretamente aos consumidores, muitas vezes em locais de alta visibilidade e com grande fluxo de pessoas.
- **Programas de CSA (Community Supported Agriculture):** Os consumidores se tornam "membros" de uma fazenda, pagando antecipadamente por uma parte da produção agrícola e recebendo regularmente uma variedade de produtos ao longo da temporada de cultivo.
- **Restaurantes e estabelecimentos locais:** Parcerias com restaurantes, escolas, hospitais e outros estabelecimentos locais para fornecer produtos frescos diretamente do produtor.
- **Venda online:** Plataformas online permitem que os consumidores comprem diretamente dos produtores, muitas vezes com opções de entrega em domicílio.



2.4 Vantagens das Cadeias Curtas

De acordo com a literatura, as cadeias curtas apresentam várias vantagens, entre as quais destacam-se:

- **Redução de Intermediários:** A diminuição do número de intermediários permite que os produtores obtenham uma parcela maior do preço final pago pelo consumidor. Isso pode resultar em uma renda mais justa para os agricultores, como observado por Schmitt (2011), que ressalta que "a venda direta reduz significativamente a necessidade de intermediários, aumentando a margem de lucro para os produtores" (Schmitt, 2011, p. 32).
- **Frescor e Qualidade dos Produtos:** Produtos comercializados por cadeias curtas tendem a ser mais frescos, pois há menos tempo entre a colheita e a venda. Esse fator é evidenciado por Jarosz (2008), que argumenta que "os produtos frescos vendidos diretamente pelos agricultores são geralmente de qualidade superior e mais nutritivos" (Jarosz, 2008, p. 234).
- **Desenvolvimento Econômico Local:** Cadeias curtas contribuem para a economia local ao manter o dinheiro circulando dentro da comunidade e ao criar empregos locais. Hinrichs (2000) aponta que "as cadeias curtas promovem a sustentabilidade econômica ao fortalecer os mercados locais e manter a riqueza dentro da comunidade" (Hinrichs, 2000, p. 295).
- **Menor Impacto Ambiental:** A comercialização local reduz a necessidade de transporte de longa distância, o que, por sua vez, diminui as emissões de gases de efeito estufa e outros impactos ambientais. Conforme Goodman et al. (2012), "a redução das distâncias de transporte é um benefício ambiental significativo das cadeias curtas de abastecimento de alimentos" (Goodman et al., 2012, p. 87).

Fortalecimento das Relações Sociais: A proximidade entre produtores e consumidores pode fortalecer as relações sociais e aumentar a confiança nos alimentos consumidos. Seyfang (2006) observa que "as cadeias curtas facilitam a criação de redes de apoio e confiança entre os produtores e os consumidores" (Seyfang, 2006, p. 391).

Essas vantagens mostram como as cadeias curtas podem ser benéficas não apenas para os produtores e consumidores, mas também para a sociedade em geral, promovendo um modelo de desenvolvimento mais sustentável e resiliente.



3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

De acordo com Aguiar et al. (2018) a comercialização em cadeias curtas não apenas beneficia economicamente os produtores locais, mas também promove a sustentabilidade ambiental e fortalece as comunidades rurais.

Ao encurtar a distância entre produtores e consumidores, essas iniciativas ajudam a reduzir as emissões de carbono associadas ao transporte de alimentos, promovendo um consumo mais consciente e sustentável.

A comercialização em cadeias curtas representa uma oportunidade promissora para impulsionar o desenvolvimento econômico e social nos estados do Nordeste. Com base nas respostas coletadas por meio do Google Forms, as análises dos dados apontam uma diversidade de perfis entre os produtores, destacando-se aspectos como idade, estado civil, grau de escolaridade e características demográficas. Essas informações auxiliam na contextualização dos resultados e refletem o panorama socioeconômico dos participantes.

Diante disso, foi realizada a análise dos dados coletados, considerando o questionário aplicado via Google Forms, sendo em sua maioria de forma on-line e alguns questionários foram coletados de forma impressa e, posteriormente, registrados no formulário. Foram obtidos 76 questionários, sendo 46,1% no estado do Piauí, 43,4% em Pernambuco e 10,5% no estado da Bahia.

3.1 Perfil dos Produtores

O perfil demográfico dos produtores rurais que participaram da pesquisa revela uma predominância de indivíduos na faixa etária entre 30 e 49 anos, refletindo uma força de trabalho com considerável experiência agrícola. Esse perfil está alinhado com o que Silva et al. (2019) identificaram em estudos sobre a agricultura familiar no Nordeste do Brasil, onde a maioria dos agricultores pertence a faixas etárias intermediárias, combinando juventude e experiência.

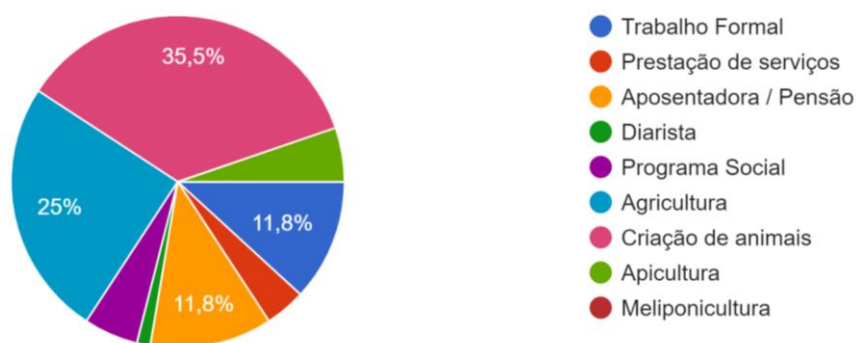
Tabela 01 - Variáveis Demográficas

Variável	Frequência
Idade	18-29 anos, 30-49 anos, 50-69 anos
Gênero	Masculino e Feminino
Grau de Escolaridade	Técnico completo, Especialização, Mestrado, Doutorado

Fonte: os autores, 2024.

O nível de escolaridade dos produtores variou de técnico completo a doutorado, o que sugere uma base educacional considerável entre os participantes, permitindo maior acesso a técnicas agrícolas avançadas e estratégias de comercialização inovadoras. Essa relação entre educação e eficiência produtiva é reforçada por Aguiar et al. (2018), que destacam o impacto positivo da formação técnica no desempenho dos produtores, especialmente na adoção de práticas sustentáveis e na comercialização por Cadeias Curtas. Outro ponto relevante é a predominância de homens entre os participantes, embora a participação feminina também tenha sido significativa, refletindo uma dinâmica de gênero comum na agricultura familiar brasileira, conforme observado por Santos e Pinto (2018) em suas análises de cadeias produtivas no contexto da agricultura familiar.

Gráfico 1 - Principal Fonte de Renda



Fonte: os autores, 2024.

Segundo os dados coletados, o gráfico revela que a principal fonte de renda é a agricultura e a criação de animais como atividades econômicas, porém há uma dependência significativa de fontes alternativas de renda, como aposentadorias e programas sociais. Esse dado sugere que muitos produtores enfrentam dificuldades para obter uma renda suficiente apenas com a produção agrícola, o que pode estar relacionado às barreiras de comercialização enfrentadas nas Cadeias Curtas, como a falta de infraestrutura e a dependência de intermediários.

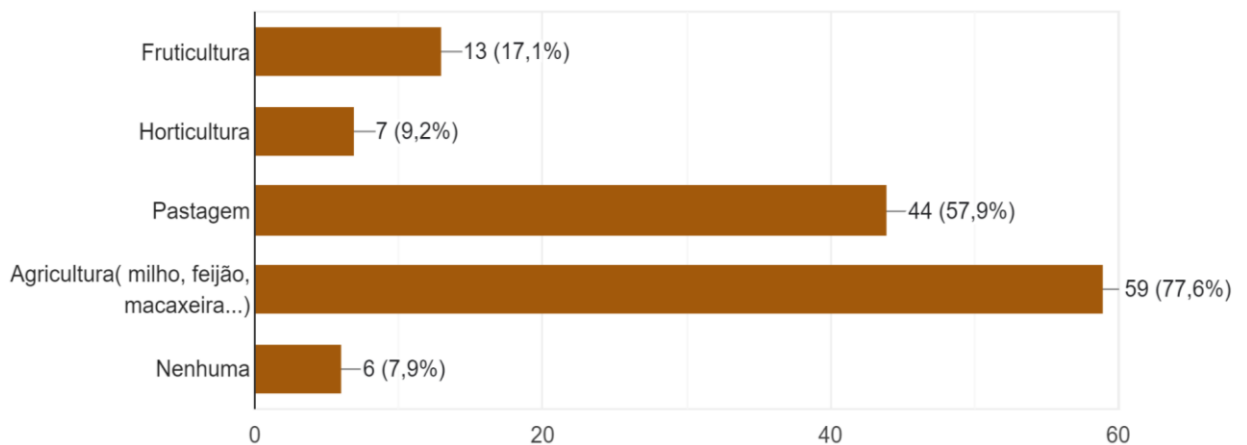
Para a literatura, isso é reflexo da vulnerabilidade econômica dos pequenos produtores e demonstra a necessidade de estratégias como as Cadeias Curtas, que podem aumentar a lucratividade ao reduzir a dependência de intermediários (Silva et al., 2019). Além disso,

políticas públicas voltadas para o incentivo à agricultura familiar e a ampliação da assistência técnica poderiam aumentar a rentabilidade dessas famílias, promovendo maior autonomia econômica.

3.2 Formas de Produção e Comercialização

O resultado da análise das formas de produção e comercialização entre os produtores rurais entrevistados revela uma diversidade significativa de culturas presentes nas propriedades, com destaque para a fruticultura e a horticultura, além da agricultura de subsistência, como milho e feijão. Essa diversidade produtiva é uma característica marcante da agricultura familiar no Nordeste, conforme apontado por Silva et al. (2019), que destacam a importância da pluralidade de culturas para a segurança alimentar e a estabilidade econômica dos produtores.

Gráfico 2 - Principais culturas existentes



Fonte: os autores, 2024.

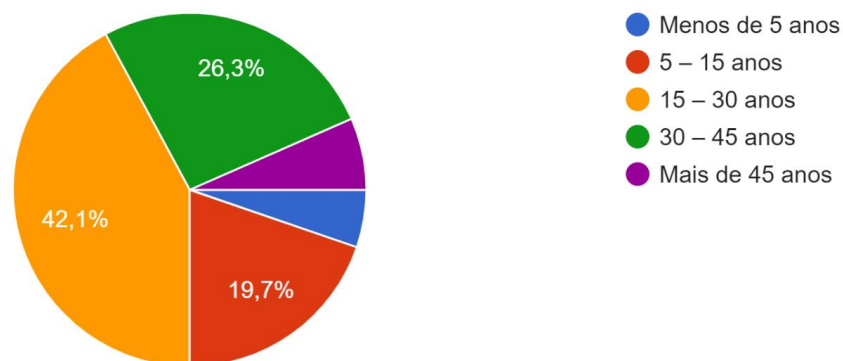
O gráfico acima revela que as principais atividades agrícolas dos produtores pesquisados foram a fruticultura e a horticultura. Essas culturas por serem perecíveis favorecem a comercialização direta e local, uma vez que a rapidez de entrega é um fator essencial para garantir a frescura e a qualidade dos produtos. Esse aspecto é corroborado por Santos e Pinto (2018), que destacam como a venda direta ao consumidor, por meio de cadeias curtas, oferece benefícios tanto econômicos quanto ambientais, permitindo que os produtos cheguem ao consumidor final de forma mais fresca e com menor impacto ambiental.



A diversidade produtiva permite maior flexibilidade para os agricultores na adaptação às demandas do mercado, fortalecendo ainda mais a viabilidade das Cadeias Curtas. Neste contexto, Aguiar et al. (2018) reforçam que essa pluralidade agrícola contribui para a resiliência dos produtores diante de oscilações de mercado, permitindo-lhes diversificar suas fontes de renda e se adaptar melhor às demandas de diferentes mercados consumidores. Além disso, essa prática de manter a diversidade produtiva contribui para o desenvolvimento sustentável das comunidades locais, fortalecendo a economia e melhorando a qualidade de vida dos agricultores familiares (Santos & Pinto, 2018).

O tempo de atuação dos produtores nas propriedades rurais, revelam informações cruciais para a compreensão da experiência e do nível de envolvimento dos agricultores na atividade agrícola. A análise desse gráfico é fundamental para avaliar como o tempo de trabalho influencia as práticas agrícolas, a adoção de novas tecnologias e a capacidade de enfrentar os desafios de comercialização em Cadeias Curtas.

Gráfico 3 - Tempo de trabalho em propriedades rurais



Fonte: os autores, 2024.

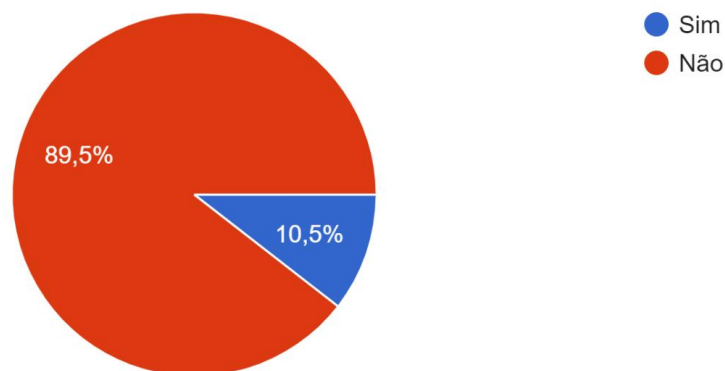
De acordo com o gráfico, a maioria dos produtores tem mais de 15 anos de experiência no setor agrícola. Correlacionando o tempo de experiência e novas formas de comercialização, podemos considerar a possibilidade de resistência à adoção de novas tecnologias, como as vendas online. No entanto, como observado por Marsden et al. (2000), essa permanência de longo prazo pode limitar a adoção de inovações, como o uso de tecnologias digitais para comercialização. Essa observação é complementada por Hinrichs (2000), que argumenta que o sucesso das cadeias curtas muitas vezes depende da disposição dos agricultores em integrar novas práticas que aproximam o produtor do consumidor,

incluindo o uso de plataformas digitais para vendas diretas (Marsden et al., 2000; Hinrichs, 2000).

Esses dados apontam para a necessidade de políticas e programas de capacitação que ajudem esses produtores a integrar novas formas de comercialização digital, aumentando seu alcance de mercado e a competitividade.

Outro fator relevante nas cadeias curtas é a presença ou ausência de empregados nas propriedades rurais é um reflexo da maneira como os produtores organizam seu trabalho e suas estratégias de gestão. Quando há trabalhadores, a colaboração pode impulsionar a produtividade e a inovação, enquanto a ausência pode indicar um modelo mais autônomo ou familiar. O gráfico abaixo, nos permite compreender como os produtores organizam suas atividades e como isso pode impactar diretamente a eficiência e a capacidade de crescimento do negócio.

Gráfico 4: Possui ou não empregados?



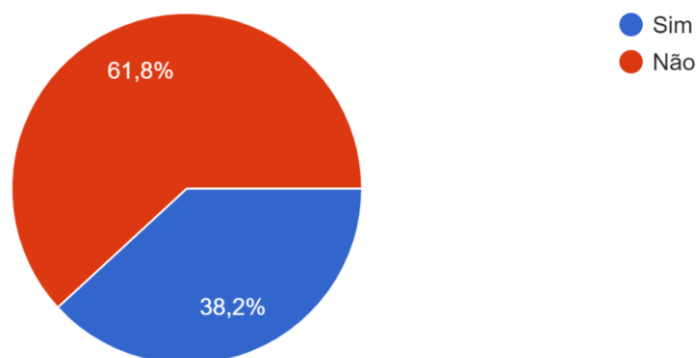
Fonte: os autores, 2024.

Conforme o gráfico, a maioria dos produtores trabalha sem empregados, baseando-se em mão de obra familiar, reforçando a necessidade de práticas de comercialização que não exijam grandes investimentos logísticos ou custos operacionais elevados. Schmitt (2011) afirma que a comercialização direta, como em feiras e mercados locais, permite que pequenos produtores mantenham seus custos de operação baixos, já que não dependem de uma grande força de trabalho externa. No entanto, a ausência de trabalhadores contratados pode limitar a capacidade de produção e expansão. Essa questão pode ser solucionada investindo em capacitação para formação de associações ou cooperativas de produtores.

O serviço de assistência técnica é um importante suporte para a implementação de boas práticas agrícolas e a melhoria da eficiência produtiva. A interpretação do gráfico abaixo é fundamental para compreender como a falta ou presença de assistência técnica impacta a adoção de tecnologias, a qualidade da produção e a inserção dos produtores em mercados mais competitivos, como as Cadeias Curtas de comercialização.

Analisando o gráfico, muitos produtores não têm acesso a assistência técnica ou consultoria, o que prejudica a adoção de práticas agrícolas modernas e sustentáveis. Essa falta de apoio técnico dificulta o aumento da produtividade e a implementação de estratégias inovadoras de comercialização, como o uso de plataformas digitais ou a integração em Cadeias Curtas. Para Aguiar et al. (2018) a falta dessa assistência prejudica a competitividade dos pequenos agricultores e sua capacidade de acessar mercados mais amplos, especialmente dentro das Cadeias Curtas.

Gráfico 5 - Serviço de Assistência técnica e Consultoria



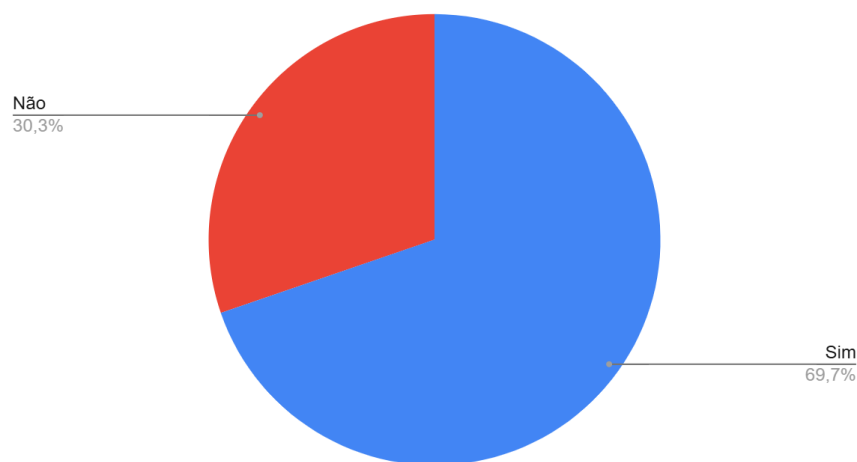
Fonte: os autores, 2024.

Aguiar et al. (2018) ainda apontam que a assistência técnica é crucial para capacitar os produtores em práticas modernas de manejo e comercialização, garantindo que eles possam maximizar a produção sem comprometer a qualidade. Desta forma, entende-se que a inclusão de políticas públicas que garantam o acesso a assistência técnica de qualidade poderia melhorar significativamente a competitividade e a sustentabilidade da produção agrícola no Nordeste.

A participação dos produtores rurais em associações ou cooperativas, oferece uma visão clara sobre o nível de cooperação e organização coletiva entre os agricultores. Como Renting et al. (2017) ressaltam, "as cooperativas e associações desempenham um papel

fundamental no fortalecimento das cadeias curtas, pois permitem a organização coletiva dos produtores, facilitando a redução de custos, o compartilhamento de recursos e a ampliação do acesso aos mercados" (Renting et al., 2017, p. 35). A análise desse gráfico é essencial para entender como a participação em grupos organizados pode influenciar o acesso a mercados, melhorar as condições de comercialização e aumentar o poder de negociação, fatores que são particularmente importantes para o sucesso nas Cadeias Curtas de abastecimento.

Gráfico 6 - Participa de associação ou cooperativa?



Fonte: os autores, 2024.

A análise do gráfico sobre participação em associações ou cooperativas mostra que a maioria dos produtores ainda não está inserida em uma organização coletiva. Conseqüentemente há uma redução na capacidade dos produtores de negociar melhores condições de venda e acessar mercados mais amplo.. A baixa participação dos produtores em associações ou cooperativas limita seu poder de barganha e a capacidade de compartilhar custos e recursos, como observado por Renting et al. (2017).

Ao integrar uma associação ou cooperativa, os produtores podem reduzir os custos de produção e comercialização, além de aumentar sua competitividade. Portanto, o fortalecimento dessas organizações é importante para a promoção das Cadeias Curtas e o desenvolvimento local. A participação nessas organizações é, portanto, uma estratégia chave para enfrentar os desafios logísticos e financeiros destacados na pesquisa (Renting et al., 2017).

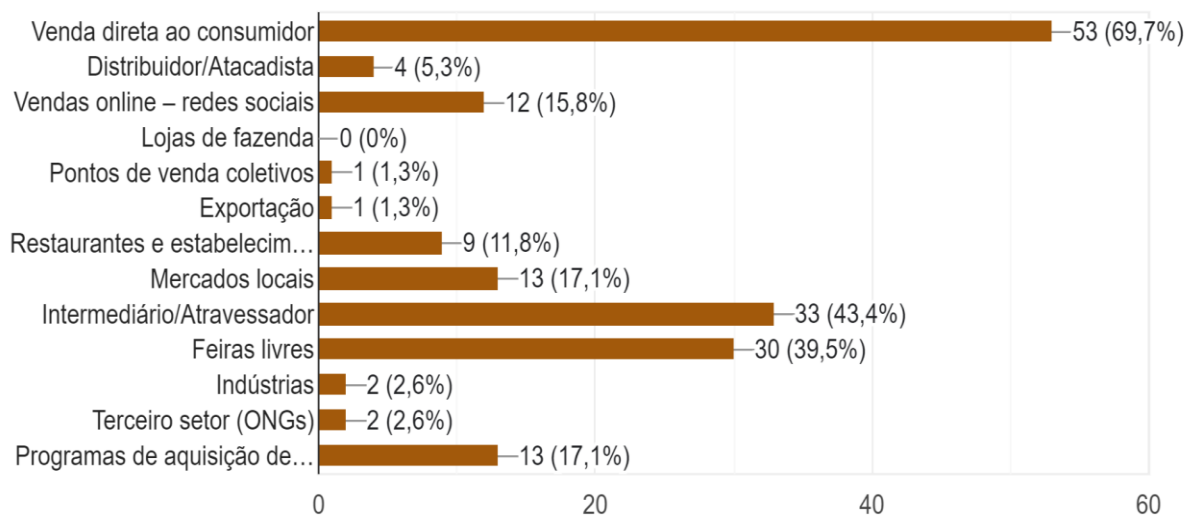


Os métodos de comercialização mais citados pelos produtores incluem: venda direta ao consumidor, feiras livres e vendas online (plataformas digitais).

A participação em feiras livres e vendas diretas demonstra uma forte adesão às cadeias curtas, o que corrobora com a literatura sobre a importância de encurtar a distância entre produtor e consumidor.

A análise do gráfico abaixo, evidencia que a venda direta ao consumidor e as feiras livres são as formas predominantes de comercialização entre os produtores, com ênfase para a forte adesão a essas práticas em Pernambuco e Piauí.

Gráfico 7 - Meios de Comercialização



Fonte: os autores, 2024.

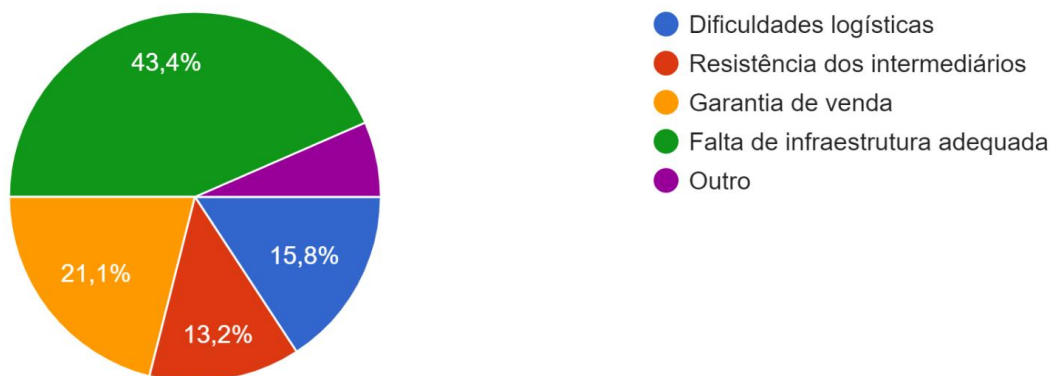
Isso sugere que os mercados locais e as feiras ainda são fundamentais para a economia local, favorecendo a proximidade entre produtores e consumidores. No entanto, observa-se que a comercialização online ainda enfrenta desafios, o que aponta para a necessidade de melhorar o acesso a tecnologias e serviços de internet nas regiões rurais, promovendo maior inclusão digital e expansão das cadeias curtas para novos mercados.

3. 3. Principais Desafios

Os principais desafios destacados pelos produtores: dificuldades logísticas e de transportes, falta de infraestrutura adequada e burocracia excessiva para obtenção de certificações e selos, estão alinhados com as barreiras mais comuns enfrentadas pelas Cadeias Curtas, como apontado por Schmitt (2011) e Goodman et al. (2012).

A análise do gráfico abaixo, confirma que as dificuldades logísticas e a falta de infraestrutura são as barreiras mais mencionadas pelos produtores. Esses obstáculos não apenas comprometem a eficiência da comercialização, mas também limitam a expansão das cadeias curtas.

Gráfico 8 - Desafios enfrentados pelos produtores.



Fonte: os autores, 2024.

A burocracia envolvida na obtenção de certificações também foi destacada como um fator limitante, sugerindo que políticas públicas voltadas para a desburocratização e o apoio logístico poderiam facilitar a comercialização direta e promover a sustentabilidade dessas cadeias. Assim, a solução desses problemas se mostra essencial para garantir que os produtores possam acessar mercados de forma eficiente e lucrativa.

A comercialização direta exige uma infraestrutura mínima para que os produtos possam ser transportados e vendidos de maneira eficiente. Além disso, a burocracia para obtenção de certificações e selos de qualidade, como observado por Santos e Pinto (2018), é um obstáculo significativo para os pequenos produtores que desejam acessar mercados mais amplos ou vender seus produtos como orgânicos ou de qualidade superior (Schmitt, 2011; Goodman et al., 2012; Santos & Pinto, 2018). Esses obstáculos revelam a necessidade de melhorias nas políticas de apoio, como incentivos ao desenvolvimento logístico e à simplificação de processos burocráticos.



4. CONCLUSÃO

Com base nas respostas dos produtores, conclui-se que as cadeias curtas apresentam benefícios econômicos e sociais significativos, especialmente na promoção da proximidade entre produtores e consumidores.

No entanto, os desafios estruturais e logísticos, como a falta de infraestrutura e a burocracia para certificação, ainda são barreiras críticas que precisam ser superadas. Esses obstáculos apontam para a necessidade urgente de investimentos em infraestrutura, suporte institucional e políticas de incentivo para fortalecer as cadeias curtas e promover o desenvolvimento sustentável da região Nordeste.

Referências

AGUIAR L. C.; DELGROSSI M. E.; THOMÉ K. M. Short food supply chain: characteristics of a family farm. **Ciência Rural**, Santa Maria, v.48, n.5, e20170775, 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/0103-8478cr20170775>.

GOODMAN, D.; DUPUIS, E. M.; GOODMAN, M. K. *Alternative Food Networks: Knowledge, Practice, and Politics*. **Routledge**, 2012.

HINRICHS, C. C. Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market. **Journal of Rural Studies**, v.16, n.3, p. 295-303, 2000.

JAROSZ, L. The city in the country: Growing alternative food networks in metropolitan areas. **Journal of Rural Studies**, v.24, n.3, p. 231-244, 2008.

MARSDEN, T.; BANKS, J.; BRISTOW, G. Food supply chain approaches: Exploring their role in rural development. **Sociologia Ruralis**, v.40, n.4, p. 424-438, 2000.

SANTOS, R. F.; PINTO, L. M. Estratégias de comercialização em cadeias curtas no contexto da agricultura familiar: experiências e desafios. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v.13, n.3, p. 245-259, 2018.

SCHMITT, C. J. Direct selling: a marketing strategy for organic products. **Ecological Economics**, v.70, n.3, p. 616-626, 2011.

SEYFANG, G. Ecological citizenship and sustainable consumption: Examining local organic food networks. **Journal of Rural Studies**, v.22, n.4, p. 383-395, 2006.

SILVA, A. B.; OLIVEIRA, C. C.; SANTOS, M. P. Comercialização em cadeias curtas e a sustentabilidade da agricultura familiar: um estudo de caso no Nordeste do Brasil. **Revista de Desenvolvimento Local**, v.4, n.2, p. 24-35, 2019.



RENTING, H.; MARSDEN, T.; BANKS, J. Compreendendo as redes alimentares alternativas: o papel das cadeias curtas de abastecimento de alimentos no desenvolvimento rural. In: **SCHNEIDER, S.; GAZOLLA, M. (Org.). Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas**. Porto Alegre: UFRGS, 2017, p. 27-51.

SCARABELOT, M.; SCHNEIDER, S. As cadeias agroalimentares curtas e desenvolvimento local – um estudo de caso no município de Nova Veneza/SC. **Faz Ciência**, Francisco Beltrão (PR), v.14, n.19, p. 101-130, 2012.

SCHNEIDER, S.; GAZOLLA, M. Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas. In: **SCHNEIDER, S.; GAZOLLA, M. (Org.). Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas**. Porto Alegre: UFRGS, 2017, p. 9-24.



ANEXO I

ESTRUTURA PARA PERGUNTAS - ENTREVISTA GOOGLE FORMS

Entrevista sobre Comercialização em Cadeias Curtas no Nordeste

Objetivos:

Esta entrevista tem como objetivo coletar informações sobre as estratégias de comercialização utilizadas pelos produtores, os impactos econômicos, sociais, ambientais das cadeias curtas, bem como os desafios enfrentados e possíveis recomendações para melhorar essas estratégias.

OBS.: Os dados serão para fins de pesquisa e publicação de artigos por alunos da Graduação e Pós-graduação da Faculdade CNA

Identificação e Localização

NOME

ESTADO

Pernambuco

Bahia

Piauí

CIDADE:

1.INDICADORES SOCIAIS

1.1. Idade:

18 à 29 anos

30 à 49

50 à 69

70 ou mais

1.2. Qual característica racial possui?

Amarela

Parda

Negra

Indígena

Branca

Não Declarar

1.3. Gênero:

Feminino

Masculino

Outro

Não Declarar

1.4. Estado Civil:

Solteiro

Casado

União Estável



Viúvo

Separado/Divorciado

Não Declarar

1.5. Grau de Escolaridade:

Sem instrução

Saber ler e escrever

Fundamental I completo

Fundamental I incompleto

Fundamental II completo

Fundamental II incompleto

Médio completo

Médio incompleto

Técnico completo

Técnico Incompleto

Superior completo

Superior incompleto

Especialização

Mestrado

Doutorado

Não Declarar

1.6. Quantas pessoas moram com você?

1

2

3

4

5

Mais de 5

1.7. Quantos trabalham na propriedade?

1

2

3

4

5

Mais de 5

2. INDICADORES ECONÔMICOS

2.1. Condição de moradia

Própria

Alugada

Cedida

Arrendada

Outro (especifique): _____

2.2. Local da residência

Na propriedade

Vila mais próxima

Centro urbano (cidade)

Outro (especifique): _____

2.3. Tamanho do imóvel rural da família (hectare - ha)?

Menos de 1ha

1 -2 há

2-5ha

mais de 5ha

2.4. Quais as culturas existentes na propriedade? (Marcar todos que forem aplicáveis).



- Fruticultura Horticultura Pastagem
 Agricultura (milho, feijão, macaxeira...)

--

2.5. Quais as criações de animais na propriedade? (Marcar todos que forem aplicáveis).

- Gado de leite Gado de corte Equinos
 Caprinos Ovinos Suínos
 Peixe Aves (Galinha, codorna, pato...)
 Abelha (apis/melipona) Outro, qual? _____

2.6. Renda da família por mês?

- 1 à 2 Salários mínimos 2 à 3 Salários mínimos
 3 à 4 Salários mínimos mais de 4 salários mínimos

2.7. Principal fonte de renda? (Marcar apenas uma opção)

- Trabalho Formal Prestação de serviços
 Aposentadoria/Pensão Diarista
 Programa Social Agricultura
 Criação de animais Apicultura/Meliponicultura

2.8. Fontes de renda da família? (Marcar todos que forem aplicáveis).

- Trabalho Formal Prestação de serviços
 Aposentadoria/Pensão Diarista
 Programa Social Agricultura
 Apicultura Criação de animais

3. INDICADORES AMBIENTAIS

3.1. Fonte de abastecimento de água para consumo

- Água encanada da rede pública Cisterna na casa
 Chafariz comunitário Caminhão pipa
 Poço ou nascente Açude
 Barragem Cacimba
 Rio Barreiro
 Outro (especifique): _____



3.2. Fonte de iluminação

Elétrica

Outro (especifique): _____

3.3. Destino do esgoto

Rede coletora de esgoto (pluvial)

Céu aberto

Fossa séptica (revestida com alvenaria)

Fossa rudimentar (fossa negra)

Outro (especifique): _____

3.4. Destino do lixo

Coleta seletiva

Coleta municipal

Céu aberto

Enterrado

Queimado

Outro (especifique): _____

4. NÍVEL TECNOLÓGICO

4.1. Quantos anos trabalha no meio Rural?

Menos de 5 anos

5 – 15 anos

15 – 30 anos

30 – 45 anos

Mais de 45 anos

4.2. Possui Empregados?

Sim

Se sim, quantos permanentes _____ e temporários _____

Não

4.3. Possui Transporte ?

Sim

Se sim, próprio _____ ou alugado _____

moto, carro, camionete, caminhão

Quantos _____

Não

4.4. Meio de comunicação para acesso às informações

tv

rádio



internet

telefone

4.5. Tem serviço de assistência técnica ou consultoria?

Sim

Não

4.6. Participa de alguma associação ou cooperativa?

Sim

Não

5.COMERCIALIZAÇÃO

5.1. Quais estratégias de comercialização?

Venda direta ao consumidor

Distribuidor/Atacadista

Vendas online – redes sociais

Lojas de fazenda

Pontos de venda coletivos

Exportação

Restaurantes e estabelecimentos locais

Mercados locais

Intermediário/Atravessador

Feiras livres

Indústrias

Terceiro setor (ONGs)

Programas de aquisição de alimentos (PAA/PNAE)

5.2. Formas de Comercialização

Dinheiro

Pix

Débito

Crédito

Outros, especifique _____

5.3. Os principais desafios enfrentados na implementação e manutenção de cadeias curtas de abastecimento são:

Dificuldades logísticas

Resistência dos intermediários

Falta de infraestrutura adequada

Outro (especifique): _____