

## **A Agricultura familiar na Pandemia de Covid-19: estratégias inovadoras que emergiram entre as agricultoras da Feira da Mulher Rural no município de Itaituba no estado do Pará**

### **Family farming in the Covid-19 pandemic: innovative strategies that emerged among the farmers of the Rural Women's Fair in the municipality of Itaituba in the state of Pará**

(Rosana Santos de Oliveira - UFSC - oliveiraufsc2021@gmail.com)  
(Carlos Eduardo Facin Lavarda - UFSC - elavarda@gmail.com)

#### **Resumo**

A crise sanitária da Covid-19 teve impactos significativos em diversos setores, especialmente na agricultura familiar que precisou se adaptar rapidamente para garantir sua subsistência. Nesse sentido, as estratégias de inovação são fundamentais para auxiliar os agricultores a enfrentarem os desafios impostos pelo novo contexto. O objetivo desta pesquisa é identificar as estratégias inovadoras que emergiram durante a pandemia de Covid-19 entre as agricultoras da Feira da Mulher Rural no município de Itaituba, no estado do Pará, com o intuito de mapear as iniciativas adotadas por elas para enfrentar os desafios impostos pelo contexto de crise sanitária. Para isso, foi realizada uma pesquisa exploratório-descritiva, qualitativa, a partir de um estudo de caso. A amostra da pesquisa foi composta por agricultoras da Feira da Mulher Rural. A coleta de dados foi realizada por meio de sete entrevistas semiestruturadas *in loco*. Os dados foram analisados utilizando o *software* Atlas.ti e a técnica de análise de conteúdo. Os resultados sugerem que as estratégias adotadas foram essenciais para a continuidade da agricultura familiar, especialmente por meio da inovação. A Feira da Mulher Rural conseguiu superar os impactos da pandemia da Covid-19 devido à implantação de medidas preventivas, ao apoio do governo municipal, às decisões tomadas pelas participantes da feira, à introdução de novos produtos e aprimoramento daqueles já existentes, além da adoção da tecnologia.

**Palavras-Chave:** Agricultura familiar; Covid-19; Inovação.

#### **Abstract**

The Covid-19 health crisis has had significant impacts on a number of sectors, especially family farming that has had to adapt quickly to ensure its livelihood. In this sense, innovation strategies are fundamental to help farmers face the challenges posed by the new context. The aim of this research is to identify innovative strategies that have emerged during the Covid-19 pandemic among the farmers of the Rural Women's Fair in the municipality of Itaituba, in the state of Pará, in order to map the initiatives adopted by them to face the challenges posed by the context of the health crisis. An exploratory-descriptive, qualitative research was carried out based on a case study. The sample was composed of farmers from the Rural Women's Fair. Data collection was performed through seven semi-structured on-site interviews. Data were analyzed using the Atlas.ti software and the content analysis technique. The results suggest that the strategies adopted were essential for the continuity of family farming, especially through innovation. The Rural Women's Fair was able to overcome the impacts of the Covid-19 pandemic thanks to the implementation of preventive measures, the support of the municipal government, the decisions taken by the participants of the fair, the introduction of new products and improvement of those already existing, in addition to the adoption of technology.

**Keywords:** Family farming; Covid-19; Innovation.

*Recebido em 27/04/2022*

*Revisado em 03/06/2023*

*Aceito em 15/12/2023*

## 1. Introdução

A agricultura familiar tem ganhado destaque no debate sobre a produção de alimentos no Brasil, não apenas por proporcionar qualidade de vida, mas também por contribuir significativamente para a economia (Cavalli et al., 2020; Navarro, 2016). Até o início de 2020, os agricultores familiares vendiam seus produtos em mercados, feiras livres, escolas e outros locais, conforme apontado por Valadares et al. (2020). No entanto, com a crise sanitária causada pela pandemia da Covid-19 no final de 2019, tanto os agricultores familiares quanto a sociedade em geral foram afetados pelos efeitos negativos que se propagaram em diversos setores da economia (Sousa et al., 2021).

Bocchi et al. (2019) afirmam que a feira livre é o principal canal de venda para a agricultura familiar, que foi afetada pela suspensão da comercialização dos produtos agrícolas. Desde então, os agricultores familiares precisaram se adaptar ao novo contexto, com a pandemia da Covid-19 impondo essas mudanças (Albuquerque & Silva, 2021). Para superar essa situação, Yegbemey et al. (2021) argumentam que a agricultura familiar precisou recorrer a inovações estratégicas para manter a produção e o escoamento de seus produtos. A inovação estratégica é fundamental para impulsionar o desenvolvimento da agricultura familiar (Silveira, 2013), e em tempos de pandemia, torna-se ainda mais essencial para atenuar os impactos e manter a produção em funcionamento (Pitaluga & Le Bourlegat, 2021).

Estudos anteriores têm demonstrado que a continuidade da agricultura familiar foi impulsionada pela inovação, especialmente no que diz respeito à tecnologia, com a utilização das redes sociais, mudanças na forma de comercialização, como a implementação de sistemas de *delivery* e outras formas de recebimento (Breitenbach, 2021). Ademais, a venda em plataformas digitais tem apresentado um impacto positivo na comercialização dos produtos (Souza & Manoel, 2021).

Assim, os estudos evidenciaram o impacto da crise sanitária sobre os pequenos produtores rurais (Futemma et al., 2021; Sousa et al., 2021; Pedroso et al., 2020), ações de estratégias e inovação para minimizar o impacto da pandemia na agricultura familiar (Breitenbach, 2021; Palmeira et al., 2021; Vasconcelos et al., 2020) e desafios dos agricultores familiares na adoção das plataformas digitais (Cunha, 2020; Siche, 2020; Feiden et al., 2020; Souza & Manoel, 2021). Breitenbach (2021) indicaram a realização de estudos empíricos sobre as estratégias e ações da agricultura familiar no contexto da crise da pandemia.

Nesse sentido, o presente artigo tem como objetivo identificar as estratégias inovadoras que emergiram durante a pandemia de Covid-19 entre as agricultoras da Feira da Mulher Rural no município de Itaituba, no estado do Pará. Esta feira foi escolhida por ser a única do município que não suspendeu suas atividades durante a pandemia e por ser composta exclusivamente por mulheres, o que pode trazer novas evidências de estratégias adotadas por elas. Para isso, foram coletados dados por meio de entrevistas com as agricultoras da feira, buscando identificar as estratégias inovadoras utilizadas para enfrentar os desafios da pandemia.

A análise dos dados permitiu identificar as principais estratégias adotadas, como a adoção de tecnologias para a divulgação dos produtos e para a venda *online*, a diversificação dos produtos oferecidos e a adoção de medidas de segurança sanitária para garantir a continuidade das atividades da feira. Em síntese, os resultados indicam que a inovação da



estratégia é fundamental para a continuidade da agricultura familiar durante a pandemia, permitindo que os produtores se adaptem às novas demandas do mercado e garantam a comercialização dos seus produtos.

A pesquisa contribui com a literatura ao fornecer evidências sobre a agricultura familiar e a pandemia da Covid-19, e ao identificar as estratégias utilizadas pelas agricultoras da Feira da Mulher Rural possibilitando a continuação de suas atividades, apesar da crise sanitária. Diversos estudos já apontaram a importância da inovação nesse segmento, como destacam Valadares et al. (2020), Vasconcelos et al. (2020), Siche (2020) e Gazolla e Aquino (2021). A escolha pelo setor da agricultura familiar se justifica diante dos impactos significativos causados pela pandemia de Covid-19 aos pequenos agricultores, como a suspensão das feiras locais e escolas, que são os principais canais de venda de seus produtos. Estudos realizados por Palmeira et al. (2021), Yegbemey et al. (2021) e Siche (2020) apontam que o fechamento das feiras locais, embora tenha sido um obstáculo para os agricultores familiares, incentivou-os a buscar novas estratégias para sobreviver no mercado, com destaque para a adoção de tecnologias inovadoras.

A pesquisa fornece implicações práticas e sociais. Para as práticas, o estudo apresenta informações para os agricultores familiares, governos locais e outras partes interessadas envolvidas na promoção da agricultura sustentável e no desenvolvimento rural, ao identificar oportunidades de inovação e novos mercados para os produtos agrícolas, em detrimento da crise. Para as implicações sociais, o estudo contribui no fortalecimento da agricultura familiar, economia local, redução da pobreza, insegurança alimentar e a promoção da sustentabilidade. Além disso, a pesquisa ajuda a valorizar o papel das mulheres na agricultura e a promover a igualdade de gênero nas áreas rurais.

## 2. Referencial Teórico

O referencial teórico que sustenta esta pesquisa está dividido em duas partes. A primeira aborda a agricultura familiar e os impactos da pandemia da Covid-19 neste setor. Na segunda seção, são discutidas as estratégias de inovação utilizadas pelos agricultores para enfrentar os desafios decorrentes da pandemia.

### 2.1 Agricultura familiar e Covid-19

A agricultura familiar no Brasil é caracterizada pela produção em pequena escala, realizada em propriedades rurais, com baixa geração de renda e lucro (Cavalli et al., 2020; Navarro, 2016). Apesar disso, a agricultura familiar desempenha um papel significativo no desenvolvimento da agricultura sustentável no país (Araújo et al., 2021). A agricultura familiar no Brasil é bastante diversa, envolvendo famílias com diferentes níveis de renda e acesso a recursos, desde aquelas que têm apenas uma pequena porção de terra para subsistência até aquelas que possuem maior poder aquisitivo e utilizam suas terras para produzir e comercializar (Araújo et al., 2021; Graeb et al., 2016).

Além disso, a agricultura familiar é responsável pela produção de variedades importantes de alimentos que contribuem para a qualidade de vida das pessoas (Lucena et al., 2020). Ademais, fortalecer a agricultura familiar não só garante o fornecimento de alimentos para a sociedade, mas também contribui para a geração de renda, a redução da pobreza e da vulnerabilidade social dos agricultores (Organização das Nações Unidas para Alimentação e



Agricultura [FAO], 2020; Graeub et al., 2016). Cavalli et al. (2020) reforçam que a agricultura familiar promove a melhoria das condições de vida no meio rural e tem um impacto positivo no meio ambiente.

As feiras livres e as compras públicas são os principais canais de vendas utilizados pelos agricultores familiares (Bocchi et al., 2019; Cavalli et al., 2020). Entretanto, a pandemia da Covid-19 trouxe dificuldades para produção e escoamento dos alimentos, especialmente devido ao fechamento das feiras (Valadares et al., 2020). Com isso, os agricultores familiares precisaram se adaptar e enfrentar os desafios trazidos pela pandemia (Futemma et al., 2021; Preiss, 2020).

A pandemia da Covid-19 trouxe impactos negativos para a produção e escoamento de alimentos dos agricultores familiares no curto prazo (Barbosa, 2020; Valadares et al., 2020). No entanto, esses efeitos podem se intensificar em médio prazo, afetando a continuidade do plantio e o abastecimento alimentar (Barbosa, 2020; Valadares et al., 2020). As restrições decorrentes da pandemia intensificaram as desigualdades e aumentaram os indicadores de pobreza, prejudicando os agricultores familiares que dependiam das feiras locais para escoar sua produção (Breitenbach, 2021; Claudino, 2020; Schneider et al., 2020).

A situação não é diferente em outros países da América Latina, onde os agricultores familiares também enfrentam desafios na produção e comercialização de alimentos (Preiss, 2020; Schneider et al., 2020). A redução das possibilidades de escoamento da produção afetou principalmente os agricultores que vendiam seus alimentos nas feiras livres ou entregavam para supermercados e escolas (Breitenbach, 2021). Problemas relacionados à distribuição, escoamento da produção e logística também levaram muitos agricultores a deixarem de colherem suas safras, já que não havia compradores para seus produtos (Schneider et al., 2020). No estado do Pará, os agricultores normalmente vendem seus produtos a intermediários ou diretamente aos consumidores nas feiras livres ou mercados (Futemma et al., 2021). Entretanto, esses agricultores enfrentam dificuldades para escoar seus produtos devido às estradas e pontes precárias, bem como o transporte deficiente.

Nesse sentido, na agricultura familiar, a gestão da cadeia de suprimentos pode auxiliar os produtores a aumentarem a eficiência de seus negócios, reduzirem custos, qualidade dos produtos e a satisfação dos clientes (Coti-Zelati & Moori, 2015; Moreira et al., 2016). Além do mais, a gestão de custos é fundamental para garantir a rentabilidade e sustentabilidade das atividades agrícolas, permitindo que os agricultores familiares identifiquem os principais custos de produção, estabeleçam metas e objetivos financeiros e tomem decisões mais informadas sobre investimentos e melhorias no processo produtivo (Lourenzani, 2006).

Além do fechamento das feiras livres, as atividades escolares também foram suspensas, contribuindo para o impacto negativo na agricultura familiar (Sousa & Jesus, 2021). Essas restrições têm imposto dificuldades para promover o abastecimento alimentar no Brasil (Silva & Barbosa, 2020), resultando em desabastecimento dos produtos agrícolas e trazendo a discussão sobre a importância de medidas de apoio e proteção aos agricultores (Valadares et al., 2020). De acordo com Yegbemey et al. (2021), a pandemia da Covid-19 teve um impacto significativo na produção de hortaliças, afetando desde a obtenção de insumos agrícolas até o armazenamento e venda dos vegetais. Como forma de atenuar essa situação, os agricultores tiveram que buscar novos mercados e praticar preços mais baixos.



Já a pesquisa realizada por Futemma et al. (2021) teve como objetivo identificar os impactos da pandemia na agricultura familiar a partir da perspectiva dos próprios produtores e gestores. De certa forma, a pandemia contribuiu para que todos os setores, em especial a agricultura, pudessem realizar mudanças necessárias e compreender a importância dos meios tecnológicos (Claudino, 2020; Wivaldo, 2020). Também destacou a necessidade de uma agricultura mais sustentável, capaz de garantir benefícios sociais, econômicos e ambientais, além de oferecer soluções para a continuidade na produção e comercialização (Silva & Barbosa, 2020).

## 2.2 Estratégias de inovação na agricultura

Estratégia bem-sucedida deve ser baseada em um posicionamento único e claro em relação às forças competitivas. Isso pode envolver uma abordagem de liderança em custos, diferenciação do produto ou foco em um nicho específico do mercado (Mintzberg et al., 2010; Porter, 1986). Assim, diante de uma crise na agricultura familiar, é importante que as famílias adotem uma abordagem estratégica para lidar com as dificuldades. Isso pode envolver a diversificação da produção agrícola, a busca de novos mercados, a adoção de práticas sustentáveis e a cooperação entre as famílias agrícolas. O acesso à informação atualizada e conhecimento também é essencial para que os agricultores possam se adaptar e se fortalecer diante das crises (Cassol et al., 2020). Assim, a inovação pode ser definida como a implantação de novas ideias com valor agregado em um contexto específico (Audy, 2017). Segundo Schumpeter (1982), produzir ou criar inovação é um "ato empreendedor" que pode ajudar a organização a se destacar ou adaptar-se ao mercado. A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico [OCDE] (2018) define inovação como o desenvolvimento de produtos ou processos novos ou aprimorados.

Diante do cenário da pandemia da Covid-19, Albuquerque e Silva (2021) observaram que a pandemia impulsionou a criação de novas estratégias nas cooperativas da agricultura familiar. De acordo com os autores, essas estratégias inovadoras podem ser consideradas como inovações no setor, mesmo que já tenham sido implantadas em outros setores. Além do mais, a inovação estratégica consiste no desenvolvimento de modificações inovadoras que não são amplamente conhecidas, visando adentrar e permanecer no ambiente econômico (Amaral et al., 2019; Duarte et al., 2019; Han & Gao, 2019; Schlegelmilch et al., 2003). Goswami et al. (2021) destacam que a inovação estratégica é crucial para impulsionar a criação de novas ideias e modelos de negócios, bem como para acompanhar a evolução do mercado em termos tecnológicos, sociais, econômicos e estratégicos. Isso possibilita uma gestão eficiente dos recursos.

Černe et al. (2016) afirmam que a inovação estratégica não está restrita apenas ao planejamento estratégico, mas permeia todos os níveis organizacionais. Han e Gao (2019) acrescentam que a inovação estratégica engloba todos os tipos de inovação, independentemente de serem tecnológicos ou não. Os autores destacam que a inovação estratégica tem como foco atender aos objetivos de mercado e gerar valor aos clientes. Vários estudos apontam a inovação como fator primordial para a continuidade da produção e comercialização na agricultura familiar. Albuquerque e Silva (2021) propõem uma discussão sobre possíveis estratégias de comercialização e produção no contexto das cooperativas da agricultura familiar em período de crise provocada pela Covid-19.





Breitenbach (2021) relata que a diminuição das atividades sociais e econômicas advindas do isolamento social trouxe dificuldades na agricultura familiar em relação ao escoamento de alimentos e aumento da vulnerabilidade social. O autor afirma que os efeitos da pandemia fizeram com que os agricultores familiares identificassem estratégias e ações para minimizar os impactos decorrentes da crise. A crise sanitária acelerou o desenvolvimento dos mercados digitais (Costa, 2020; Feiden et al., 2020; Kenney et al., 2020; Reardon & Swinnen, 2020). De acordo com o estudo de Zuñiga et al. (2020), na América Latina e Caribe, as plataformas digitais que surgiram durante a pandemia contribuíram para que os agricultores familiares não precisassem interromper a produção, sendo que 30% das vendas da agricultura familiar foram realizadas por essas plataformas.

Souza e Manoel (2021) analisaram os desafios dos agricultores familiares na adoção das plataformas digitais, destacando as dificuldades e limitações enfrentadas, mas enfatizando a superação para continuar com a comercialização, que foi a maneira encontrada para manter as vendas dos produtos. A venda *online* foi essencial para a permanência e estabilidade da agricultura familiar, sendo realizada através das redes sociais (*WhatsApp*, *Facebook* e *Instagram*) e do serviço de entrega (*delivery*), que antes estava mais atrelado aos restaurantes e outros empreendimentos (Albuquerque & Silva, 2021; Breitenbach, 2021).

Acesso à internet se tornou a principal ferramenta para a agricultura familiar comercializar seus produtos, tornando a tecnologia uma forma de inovação estratégica que contribui para a continuação das vendas, apesar das dificuldades enfrentadas pelos agricultores familiares (Cunha, 2020; Siche, 2020; Feiden et al., 2020; Souza & Manoel, 2021). Contudo, é importante ressaltar que o acesso à tecnologia ainda é um desafio para muitos agricultores em regiões mais carentes, o que pode dificultar a comercialização de seus produtos.

Albuquerque e Silva (2021) e Grilli (2020) destacam que a pandemia expôs a fragilidade do meio tecnológico para a agricultura familiar e trouxe mudanças não apenas na forma de vender, mas também na forma de receber, obrigando os agricultores a se adaptarem com contas bancárias para depósitos, transferências e pagamentos com cartões de débito e crédito. O estudo realizado por Vasconcelos et al. (2020) na feira AGROUFAM, que comercializa produtos agrícolas em um espaço da Universidade Federal do Amazonas, revelou que a suspensão das atividades presenciais devido à pandemia causou impactos negativos para os agricultores familiares. No entanto, uma estratégia inovadora foi adotada: a transformação da feira presencial em uma feira *online*. Essa mudança permitiu aos agricultores diversificar os canais de comercialização, obter novos clientes e ampliar o mercado.

Futemma et al. (2021) destacam a relevância do acesso à internet para os agricultores familiares, porém, nem todos têm esse acesso, o que prejudicou a produção. Nesse contexto de pandemia, o uso do *WhatsApp* se mostrou fundamental, permitindo as vendas, compras de insumos, atendimento a clientes e serviços de assistência técnica. Os autores ressaltam que, apesar dos impactos negativos para os pequenos produtores rurais, estes conseguiram superar os desafios e enfrentar a crise. Pedrosa et al. (2020) investigaram a crise do coronavírus na produção de hortaliças pelos agricultores familiares e observou que aqueles que comercializam para estabelecimentos fixos tiveram menos impacto do que aqueles que vendem em feiras.



Palmeira et al. (2021) analisaram a percepção dos trabalhadores da feira livre de Venda Nova do Imigrante, bem como as estratégias adotadas na comercialização de seus produtos em meio às medidas de contenção da Covid-19 implementadas pela prefeitura. Gazolla e Aquino (2021) investigaram a adaptação dos mercados da agricultura familiar durante a pandemia da Covid-19, com foco em *sites* e plataformas digitais para a comercialização de alimentos e produtos com clientes urbanos. Por outro lado, Sousa e Jesus (2021) examinaram as notícias divulgadas na mídia sobre a agricultura familiar do Tocantins em tempos de pandemia, bem como as medidas adotadas para mitigar os impactos negativos que a crise gerada pela pandemia tem causado aos agricultores familiares.

### 3. Método de Pesquisa

Nesta seção, são apresentados os procedimentos metodológicos adotados para a realização da pesquisa. Foi realizada uma pesquisa exploratório-descritiva, qualitativa, a partir de um estudo de caso. Segundo Gil (2008), a pesquisa descritiva tem como principal objetivo descrever as características de uma população ou fenômeno. O estudo é de caráter qualitativo, pois visa descrever a complexidade dos problemas, analisar a interação entre as categorias, compreender e classificar determinados processos sociais (Bryman, 2012). Gray (2012) define o estudo de caso como uma investigação empírica que busca compreender um fenômeno contemporâneo em seu contexto real, principalmente quando os limites entre os fenômenos e o contexto não são claros.

#### 3.1 Seleção do caso

O caso selecionado é a Associação dos Produtores Rurais da Comunidade Monte Moriá, situada na Vicinal do Cacau, município de Itaituba, no estado do Pará. Fundada em três de março de 2004, a associação reúne mulheres que buscam formas de comercializar seus produtos, apesar das dificuldades de infraestrutura, especialmente a falta de internet e a logística, as propriedades rurais das agricultoras tem uma distância de quase 90 km até o município. Em novembro de 2009, decidiram criar a Feira da Mulher Rural, que acontece mensalmente no centro de Itaituba, em uma praça, sempre na primeira quarta-feira do mês e se estende por três dias.

A feira recebe o apoio da Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Pesca (Sedap), através de sua regional em Itaituba, que oferece transporte para os produtos até o local de comercialização. A feira oferece uma variedade de produtos, como mandioca e seus derivados (tapioca, tucupi e farinha), macaxeira, cacau e seus derivados, banana, inhame, batata-doce, óleos (coco, babaçu, andiroba e copaíba), compotas de doces e polpas (cacau, açaí, acerola, graviola, caju, abacaxi e cupuaçu), entre outros. É importante destacar que todos os produtos disponíveis na feira, tanto os *in-natura* quanto as derivações, são produzidos pelas próprias agricultoras familiares de forma manual, e cada uma em sua propriedade, sem a adoção de tecnologias modernas, mantendo a tradição e o conhecimento passado de geração em geração.

#### 3.2 Perfil das entrevistadas

A Feira da Mulher Rural é formada por 12 agricultoras e foram entrevistadas sete presentes na data da coleta, uma vez que outras cinco estavam com sintomas de Covid-19,

que, por precaução, optaram por não participar da feira, caracterizando uma amostra por conveniência. A lista e perfil das entrevistadas são apresentados na Tabela 1.

**Tabela 1 - Perfil das entrevistadas**

Código	Idade	Sexo	Escolaridade	Comunidade	Exp	Temp
E01	45	F	Ensino fundamental incompleto	Monte Moriá	32	5
E02	66	F	Ensino fundamental incompleto	Vicinal do Cacau	53	8
E03	48	F	Ensino fundamental incompleto	São Raimundo Nonato	35	10
E04	63	F	Ensino fundamental incompleto	Monte Moriá	50	12
E05	30	F	Ensino fundamental incompleto	Monte Moriá	20	3
E06	47	F	Ensino Médio	Monte Moriá	34	3
E07	63	F	Ensino Infantil	São Raimundo Nonato	48	10

Nota: Exp. = tempo de experiência na agricultura, em anos; temp. = tempo como membro da feira, em anos.

Fonte: Elaboração própria (2023).

### 3.3 Instrumento de pesquisa

Foi elaborado um roteiro de entrevista semiestruturada, seguindo as orientações de Mazzotti e Gwandsznajder (2004). Esse tipo de entrevista permite que o entrevistador faça perguntas específicas, mas também deixe que o entrevistado responda em seus próprios termos. As perguntas foram agrupadas em três categorias e suas respectivas subcategorias, conforme apresentado na Tabela 2, e foram embasadas pelos autores indicados.

**Tabela 2 - Categorias, subcategorias do estudo e roteiro da entrevista**

Categorias	Subcategorias	Roteiro da entrevista	Referências
Crise	Impactos da crise	Como a pandemia afetou suas operações de vendas e produção? Pode compartilhar mais detalhes sobre essa situação?	Siche (2020) e Cavalli et al. (2020)
<i>Fonte de inovação*</i>	<i>Tecnológico</i>	Quais estratégias foram adotadas para manter as vendas durante esse período desafiador?	Feiden et al. (2020)
Inovação	Novos produtos ou aprimorados		Futemma et al. (2021) e Han e Gao (2019)
Desempenho	Clientes	Se houve uma redução nas vendas, poderia destacar alguns motivos que evoluíram para esse declínio? Além disso, como isso impactou diretamente o desempenho financeiro?	Ceribeli et al. (2019)

Nota: \*As palavras em itálico emergiram no decorrer da categorização.

Fonte: Elaboração própria (2023).

### 3.4 Procedimentos e Técnicas de análise de dados

As entrevistas foram realizadas *in loco*, gravadas e posteriormente transcritas. O período de coleta de dados foi em janeiro de 2022, totalizando aproximadamente 2 horas e 30 minutos de gravação. Para a análise dos dados, utilizou-se a técnica de análise de conteúdo, que consiste em um conjunto de métodos de interpretação de informações obtidas por meio



de comunicação oral ou escrita (Bardin, 2016). As entrevistas foram transcritas e submetidas ao *software* Atlas.ti 22 para o processo de codificação e categorização dos dados.

## 4. Resultados

### 4.1 Descrição dos Dados

A categoria **Crise** foi identificada como a primeira das três categorias da pesquisa. As agricultoras relataram que, apesar da pandemia, não tiveram um impacto negativo em relação ao fechamento da feira, pois o governo municipal autorizou o seu funcionamento com os devidos cuidados sanitários. Assim, foram implantados em função da pandemia o uso de máscaras e luvas durante a manipulação dos alimentos, a disponibilização de álcool em gel para os clientes, a organização das barracas com um distanciamento maior entre elas e a limitação do número de pessoas que podiam entrar na feira ao mesmo tempo. Além disso, algumas agricultoras relataram que também adotaram medidas adicionais, como a desinfecção frequente das superfícies e a instalação de barreiras físicas de proteção nas barracas. Trechos das entrevistas que exemplificam esses pontos podem ser vistos na Figura 1.

**Figura 1 - Trechos sobre a crise**

#### Impactos da crise

- (E01) Antes da pandemia estava muito bem, trazia as coisas, vendia bem.
- (E02) A feira não teve tantos prejuízos porque não foi preciso fechar.
- (E03) O impacto posso lhe dizer sem sombras de dúvidas foram os aumentos nos supermercados.
- (E04) A pandemia não nos atingiu muito, primeiro porque não tivemos que encerrar.
- (E05) Acredito que o impacto que a pandemia trouxe foram mais essas questões do aumento do preço dos produtos que nós compramos.
- (E06) Que bom que a feira não parou, senão estávamos em uma situação bem difícil.
- (E07) O bom que a feira não parou, apenas orientações da vigilância.
- (E03) As vendas antes da pandemia são bem diferentes de como estão agora.
- (E04) O que prejudicou bastante não foram as vendas e sim as compras.
- (E05) A pandemia de certo modo diminuiu as vendas.
- (E06) Apesar da pandemia ter diminuído com as vendas.

Fonte: Elaboração própria (2023).

No entanto, todas as entrevistadas concordaram que houve uma diminuição nas vendas. Apesar disso, a permanência da feira mensalmente foi um alívio para todas, visto que elas apenas comercializam os produtos naquele local. Outro ponto de destaque com o início da pandemia foram os aumentos dos preços no comércio local. As agricultoras tiveram que aumentar os preços dos seus produtos para conseguir comprar alimentos, pagar dívidas, comprar remédios, entre outros, o recebimento dos seus produtos na feira não estava mais possibilitando realizar suas compras mensais.

Na categoria **Fonte de inovação**, a tecnologia é uma ferramenta imprescindível, especialmente em momentos críticos como a disseminação do vírus da Covid-19, quando todo cuidado é primordial e os meios tecnológicos contribuem para o distanciamento social. Nesse contexto, algumas agricultoras já utilizam formas como PIX e máquina de cartões para receber, os quais são bem mais acessíveis a todos. Durante este período, houve uma grande procura por esses meios de pagamento. No entanto, algumas agricultoras ainda não aderiram

a essa forma de recebimento devido ao receio de serem enganadas pelos clientes, como relatado pela entrevistada (E03). Infelizmente, algumas vendas foram perdidas, mas a entrevistada não pretende utilizar outras formas de recebimento além do dinheiro. A (E02) comentou que a idade avançada de muitas mulheres impossibilita o uso desses meios tecnológicos, apesar das perdas nas vendas. Algumas falas das entrevistadas podem ser observadas na Figura 2.

**Figura 2 - Trechos sobre fonte de inovação**

**Tecnológico**  
(E04) Estou recebendo em dinheiro e tem alguns meses que estou no PIX e cartão, pois os clientes solicitaram muito.  
(E05) Tem uns dois meses que comprei a máquina de cartões e utilizo o PIX também, a maioria dos meus clientes só pagam assim.  
(E05) Já deixei várias vezes de vender por não tem o PIX os clientes perguntam bastante.  
(E03) Por enquanto recebo só em dinheiro, tem muitas desconfianças nessas tecnologias.  
(E01) Meus recebimentos são apenas em dinheiro, tenho muito medo de me enganarem.  
(E06) Estou recebendo também no PIX, transferências e cartão de débito, os clientes gostam bastante.

Fonte: Elaboração própria (2023).

Em relação à categoria **inovação**, as agricultoras reportaram ter incluído novos produtos que antes da pandemia não comercializavam. É comum em períodos de crise surgirem oportunidades para aprimorar ou expandir a oferta de produtos, a fim de manter-se competitivo no mercado. Muitas das agricultoras entrevistadas sentem-se satisfeitas com o resultado das vendas desses novos produtos, o que contribui para o aumento do rendimento. Na Figura 3, é possível observar alguns trechos das entrevistas.

**Figura 3 - Trechos sobre inovação**

**Produtos**  
(E01) O que eu acrescentei nas vendas são as compotas de doces e comecei a vender bastante.  
(E02) Como as vendas estavam bem poucas eu trouxe outros produtos como a gelatina e chocolate em pó.  
(E05) no meu caso eu acabei trazendo mais produtos, tinha produto que eu não vendia [...] Trago bastante mudas e consigo vender todas.

Fonte: Elaboração própria (2023).

Por último, em relação à categoria de **desempenho**, foi analisada a subcategoria clientes. Nas entrevistas, as agricultoras relataram uma diminuição da clientela, inclusive de clientes fixos, o que prejudicou o desempenho nas vendas. Para tentar manter as vendas, é comum que as agricultoras ofereçam descontos nos produtos no terceiro dia da feira. No entanto, essa estratégia diminui o rendimento das agricultoras e, às vezes, elas precisam ficar mais alguns dias no município para tentar vender tudo, pois não é viável retornar com a mercadoria devido às perdas totais que isso acarretaria.

A (E05) relatou que, além dos gastos para estar no município, retornar com a mercadoria não é viável. Apesar de algumas agricultoras afirmarem que a crise não teve um impacto significativo nas vendas, houve relatos de desânimo por não conseguirem vender todos os produtos. É importante mencionar que a distância da feira, que é de 90 km, e as más condições da estrada também são fatores que afetam a motivação e o desempenho das agricultoras. Podem-se observar na Figura 4 alguns trechos das entrevistas.

**Figura 4 - Trechos sobre desempenho**

**Clientes**

- (E02) Mas depois que voltei as vendas percebi que teve diminuição.  
(E04) O que vendeu bastante durante a pandemia foram o mel e a andiroba.  
(E04) Nas vendas durante a pandemia não senti muito na diminuição de clientes.  
(E05) Não tive dificuldades com as vendas durante esse período.  
(E05) Eu nunca perdi mercadoria se por acaso eu trouxe a mais e no último dia não ter vendido tudo eu sempre faço promoção e vendo tudo.  
(E07) Mas tudo que a gente trás vendi um pouco e sempre no último dia da feira fazemos ofertas.  
(E07) Tivemos mudanças nas vendas, antes da pandemia ficava bem cheio aqui, agora sempre aparece de pouco.  
(E01) Não prejudicou tanto as vendas, mas teve uma queda.  
(E02) Mas apesar dessa diminuição houve bastante procura, por exemplo, da farinha de tapioca e farinha comum.

Fonte: Elaboração própria (2023).

A seguir, serão discutidos os resultados encontrados pelas agricultoras para se manterem e prosperarem diante do contexto de crise

#### 4.2. Discussão dos Resultados

A pandemia da Covid-19 teve impacto significativo na agricultura familiar, tanto positivo quanto negativo, como observado por Cavalli et al. (2020) e Fudemma et al. (2021). Dentre os aspectos mencionados pelas agricultoras, observa-se que a manutenção da feira contribuiu significativamente para a continuidade da comercialização. No entanto, o estudo de Palmeira et al. (2021) apresenta um cenário diferente, em que a feira livre da agricultura familiar de Venda Nova do Imigrante, no Espírito Santo, precisou ser suspensa durante a pandemia. Nesse caso, medidas pontuais foram adotadas, como a comercialização por meio de *delivery*, uma prática bastante utilizada por outros segmentos durante a pandemia.

Entretanto, no caso específico da Feira da Mulher Rural, essa estratégia seria inviável devido à distância da comunidade para o município e à falta de acesso à internet nas comunidades onde os agricultores residem (Fudemma et al., 2021). Fudemma et al. (2021) destacam que no estado do Pará a falta de tecnologia e as condições precárias das estradas dificultam o acesso dos agricultores aos clientes e o escoamento adequado da produção, o que prejudica as vendas e a renda dos agricultores. Breitenbach (2021) aponta que, diante da pandemia, as principais estratégias adotadas para a agricultura familiar foram ações governamentais. No caso da Feira da Mulher Rural, apesar da suspensão de outras feiras no município, a manutenção da feira foi uma ação governamental que permitiu que as agricultoras continuassem comercializando seus produtos. Portanto, é fundamental que governos, organizações e pesquisadores desenvolvam políticas e programas que visem a reduzir a vulnerabilidade dos agricultores familiares e promover a adoção de estratégias que possam contribuir para a sustentabilidade dessa atividade.

Além disso, é necessário incentivar a participação ativa das mulheres na agricultura familiar, reconhecendo seu papel fundamental na adoção de estratégias para enfrentar os desafios impostos pelos desastres naturais e pela pandemia da Covid-19. Assim sendo, pode-se concluir que a decisão do governo municipal em manter a feira em funcionamento durante a pandemia contribuiu para minimizar os impactos negativos sobre a produção e o

escoamento dos produtos agrícolas. Com base nesse entendimento, é possível formular a seguinte proposição:

**Proposição 1:** *A ação do governo municipal tem influência na redução de impacto econômico da Covid-19 na produção e escoamento de feiras locais.*

A incorporação de tecnologia na agricultura é considerada uma inovação, visto que ainda há muitos agricultores que não a utilizam (Han & Gao, 2019). Souza e Manoel (2021) destacam que a adoção de plataformas digitais para comunicação e comercialização foi fundamental para superar os desafios impostos pela pandemia, mas tais práticas não eram viáveis para a amostra estudada nesta pesquisa (Feiden et al., 2020; Gazolla & Aquino, 2021). Em sua pesquisa, Albuquerque e Silva (2021) identificaram as principais estratégias inovadoras de gestão adotadas por cooperativas antes e depois da pandemia da Covid-19, incluindo vendas *online* e recebimento virtual por meio de cartões de crédito e transações bancárias. No entanto, como observado pelas agricultoras da Feira da Mulher Rural, a adesão a novas tecnologias pode ser um desafio e algumas podem ser relutantes em adotar novos métodos de pagamento, como o PIX, o que pode prejudicar seu rendimento.

A adoção de plataformas digitais pode ser uma importante estratégia para contornar as dificuldades enfrentadas pelos agricultores em meio à crise. No entanto, é importante destacar que a implantação dessas tecnologias pode não ser simples, especialmente em áreas rurais com pouca infraestrutura de internet e acesso limitado à tecnologia. Além disso, a adoção de tecnologias digitais na agricultura pode ser vista como uma oportunidade para aumentar a eficiência e a produtividade do setor.

No entanto, é preciso considerar também as desigualdades que podem surgir em decorrência da adoção dessas tecnologias, especialmente em relação a pequenos agricultores que podem não ter os recursos necessários para investir em tecnologia. Por fim, é importante ressaltar que o uso da tecnologia na agricultura não deve ser visto como uma solução isolada para os problemas enfrentados pelo setor, mas sim como parte de uma estratégia mais ampla que envolva políticas públicas, cooperação entre agricultores e outros atores do setor, e investimentos em infraestrutura e capacitação. Portanto, é evidente que a tecnologia se tornou uma grande aliada para os pequenos agricultores. Com base nisso, pode-se elaborar a seguinte proposição:

**Proposição 2:** *A inovação por meio da tecnologia (plataforma digital) está positivamente relacionada às estratégias para sobressair no período de crises.*

De acordo com Yegbemey et al. (2021), a pandemia teve um impacto significativo na produção agrícola, levando os pequenos agricultores a adotarem novas estratégias para enfrentar a crise. Essas estratégias incluíram a exploração de novos mercados e a redução de preços de venda. No entanto, as agricultoras da Feira da Mulher Rural não conseguiram reduzir seus preços devido ao aumento do poder de compra no comércio local. Ao contrário, elas foram impulsionadas a aumentar os preços de seus produtos para atender suas necessidades básicas. Porém, é importante ressaltar que as agricultoras da Feira da Mulher Rural têm adotado uma estratégia de promoções no último dia de feira, com o intuito de

mitigar os prejuízos causados pelo retorno dos produtos ao campo. Essa estratégia mostra uma tentativa de adaptação das agricultoras em meio à crise causada pela pandemia, demonstrando sua resiliência e flexibilidade diante das adversidades.

As reduções incorridas nos preços devem estar atreladas a uma gestão eficiente de custos, permitindo que as agricultoras identifiquem quais os principais custos e despesas e, a partir disso, encontrem formas de reduzir esses custos sem comprometer a qualidade dos produtos. Com essa redução de custos, as agricultoras podem reduzir os preços de venda e tornar seus produtos mais acessíveis aos consumidores (Moreira et al., 2016). Além disso, a gestão de custos pode permitir que as agricultoras identifiquem oportunidades para aumentar a eficiência em sua produção e melhorar a qualidade dos produtos (Lourenzani, 2006). Ao agregar valor aos produtos, as agricultoras podem diferenciá-los no mercado e atrair mais clientes. Isso pode levar a um aumento nas vendas e na receita, o que pode ajudar a garantir a sustentabilidade dos negócios e a melhoria das condições de vida das agricultoras e suas famílias.

O estudo também destaca a importância da inovação no contexto atual, conforme Han e Gao (2019). A inovação de produtos pode contribuir para melhorar a comercialização e aumentar a renda dos agricultores (Han & Gao, 2019). As agricultoras da Feira da Mulher Rural relataram que a introdução de novos produtos e aprimoramentos nos produtos já existentes foi bem aceita pelos clientes, o que ajudou a aumentar a renda. Em relação ao desempenho, Schneider et al. (2020) afirmam que muitos agricultores tiveram que deixar de colher sua safra devido à falta de compradores, o que teve um impacto significativo na produção. Embora as agricultoras da Feira da Mulher Rural tenham tido um local para vender seus produtos, a diminuição na comercialização ainda teve um impacto negativo em seu rendimento e desempenho.

Essas reflexões evidenciam a complexidade do cenário agrícola em tempos de pandemia, e a importância de pensar em estratégias inovadoras e adaptáveis para garantir a sustentabilidade dos agricultores. Essa discussão ressalta a importância de se pensar em estratégias para aprimorar a gestão na agricultura, de forma a torná-la resiliente diante de crises como a pandemia da Covid-19. As estratégias adotadas pelas agricultoras citadas no estudo demonstram a importância da inovação, da adoção de tecnologias e da busca por novos produtos como formas de superar os desafios e garantir a continuidade da produção e da comercialização de produtos agrícolas. Nesse sentido, foi elaborada a seguinte proposição:

**Proposição 3:** *A relação entre a diminuição nas vendas e o desempenho financeiro estão positivamente influenciados pelo contexto de crise.*

Estes resultados são consistentes com os estudos de Cavalli et al. (2020) e Fudemma et al. (2021), que enfatizam a adoção de tecnologias pelos agricultores. Embora as agricultoras da Feira da Mulher Rural não tenham condições de realizar entregas por *delivery* devido à falta de internet e logística, elas conseguiram aderir a meios de recebimentos digitais, como PIX, que se tornou uma opção de pagamento cada vez mais procurada durante a pandemia, contribuindo assim para as vendas. Como apontado por Han e Gao (2019), a inovação e melhoria dos produtos são fatores-chave para se manter competitivo e atrair clientes novos e antigos.





As agricultoras da Feira da Mulher Rural adotaram estratégias inovadoras que foram cruciais para garantir a continuidade das vendas, mesmo diante da crise provocada pela pandemia da Covid-19 (Yegbemey et al., 2021). Enquanto muitos setores foram impactados negativamente pela crise, a agricultura familiar buscou se adaptar às adversidades e manter as vendas mensais. Embora o governo municipal tenha autorizado o funcionamento da feira durante o período de fechamento de outras feiras em Itaituba, essa escolha foi motivada pela necessidade de garantir uma fonte de comercialização para as agricultoras que vêm de locais distantes do município. Mesmo assim, as agricultoras tiveram que buscar estratégias para se manter, diferentemente de outras cidades que sofreram prejuízos ainda maiores na colheita, plantação e vendas, conforme aponta a pesquisa de Palmeira et al. (2021).

Apesar das dificuldades enfrentadas, a Feira da Mulher Rural se manteve ativa e foi um importante meio de sustento para as agricultoras familiares da região, que se esforçaram para superar os desafios impostos pela crise. Isso demonstra que a adoção de práticas inovadoras pode ser uma forma eficaz de enfrentar dificuldades e manter a produção agrícola em momentos de crise.

Na Figura 5, observa-se que há semelhanças na adoção de estratégias provenientes da pandemia entre os estudos anteriores e os resultados da pesquisa, tais como as ações governamentais, a diversificação de produção agrícola e alocação de tecnologia. Vale ressaltar que, no contexto da agricultura, surgem as particularidades locais e regionais, as quais podem impactar na adoção de algumas práticas ou não.

**Figura 5 - Similaridades com os estudos anteriores**



Fonte: Elaboração própria (2023).

Na Tabela 3, apresenta-se uma síntese dos principais achados obtidos a partir das entrevistas realizadas com as agricultoras. A tabela permite uma visualização rápida e clara

dos resultados mais relevantes da pesquisa, fornecendo um resumo dos principais pontos discutidos nas entrevistas.

**Tabela 3 - Síntese dos principais achados do estudo**

<b>Categorias</b>	<b>Principais achados</b>
Crise	Apesar da pandemia, as agricultoras tiveram uma boa notícia: a feira continuou funcionando, seguindo os cuidados sanitários necessários. No entanto, essa notícia positiva veio acompanhada de um impacto negativo nas vendas. Além do mais, as agricultoras precisaram aumentar os preços de seus produtos para conseguir manter as contas em dia e suas compras mensais.
<i>Outras fontes de inovação</i>	A tecnologia é uma ferramenta valiosa para as agricultoras, especialmente durante momentos críticos como a pandemia. Algumas delas já adotaram meios eletrônicos de recebimento, como PIX e máquina de cartões, que são mais acessíveis para os clientes. No entanto, outras agricultoras ainda têm receio de adotar esses meios, com medo de possíveis golpes ou fraudes.
Inovação	Durante a pandemia, as agricultoras encontraram oportunidades para expandir sua oferta de produtos, adicionando novos itens que antes não comercializavam. Essa estratégia mostrou-se eficaz para aumentar o rendimento, e muitas agricultoras relataram satisfação com o resultado das vendas dos novos produtos. A crise pode ser vista como uma oportunidade para aprimorar e inovar, mantendo-se competitivo no mercado.
Desempenho	Durante as entrevistas, as agricultoras relataram que a pandemia afetou suas vendas, com diminuição da clientela, inclusive dos clientes fixos, o que prejudicou o desempenho nas vendas. Para tentar manter as vendas, muitas delas adotaram a estratégia de oferecer descontos nos produtos no terceiro dia da feira, porém, isso diminuiu o rendimento das agricultoras. Além disso, algumas agricultoras sentiram-se desanimadas por não conseguirem vender todos os produtos. Além das más condições da estrada e a distância da feira também afetaram a motivação e o desempenho das agricultoras. Apesar desses desafios, algumas agricultoras aproveitaram a crise como uma oportunidade para inovar, incluindo produtos aprimorados e novos produtos que antes da pandemia não comercializavam, o que contribuiu para o aumento do rendimento.

Fonte: Elaboração própria (2023).

Assim, os resultados encontrados fornecem evidências de uma feira composta apenas por mulheres, que conseguiram se adaptar ao contexto de crise. Diferentemente da adoção de outras estratégias em outras regiões, essas mulheres se refizeram de acordo com o seu contexto e condições.

## 5. Considerações finais

Este estudo abordou a questão de como as agricultoras participantes da Feira da Mulher Rural utilizaram estratégias de inovação em resposta à pandemia da Covid-19. Constatou-se que, ao contrário de outras regiões que precisaram suspender suas atividades, a feira pesquisada conseguiu continuar funcionando, o que se tornou um diferencial positivo. Porém, as vendas sofreram uma redução considerável, exigindo das agricultoras a adoção de estratégias para manter a comercialização de seus produtos. Dentre eles, a implantação de meios tecnológicos desempenhou um papel fundamental para garantir a continuidade das vendas durante a pandemia. Novos produtos foram desenvolvidos e produtos foram



aprimorados, visando atender às necessidades dos clientes e manter a competitividade no mercado. Além disso, novas formas de recebimento, como o PIX, transferência bancária e cartão, foram incluídas para atender às demandas dos clientes.

O aumento nos preços dos produtos também foi observado, uma vez que os valores praticados anteriormente não permitiam que as agricultoras cobrissem seus custos e pagassem suas dívidas. Entretanto, as promoções adotadas no último dia da feira são uma estratégia de vendas para incentivar a compra de produtos e evitar o desperdício de produtos. Essas medidas refletem a adaptação das agricultoras às mudanças econômicas e sociais provocadas pela pandemia, mostrando sua capacidade de se reinventar e buscar soluções criativas para superar os desafios impostos pelo contexto atual.

Em síntese, este estudo evidenciou que as agricultoras da Feira da Mulher Rural utilizaram estratégias de inovação para enfrentar a crise decorrente da pandemia, visando à continuidade de suas atividades e à manutenção da renda. A adoção de meios tecnológicos e a inovação de produtos foram fundamentais para a atração de novos clientes e manutenção dos já existentes, destacando a importância da busca por novas estratégias diante de situações adversas. Este estudo teve como objetivo identificar as estratégias inovadoras que emergiram durante a pandemia de Covid-19, com foco nas agricultoras da Feira da Mulher Rural no município de Itaituba, no estado do Pará.

Uma das limitações deste estudo diz respeito ao tamanho da amostra, composta por apenas sete agricultoras. As demais não foram entrevistadas, pois estavam apresentando sintomas de Covid-19 e não possuíam acesso à internet para participar da pesquisa. Porém, apesar de não ter entrevistado todas as agricultoras, o estudo mostra consistência nos resultados, visto que há entre as agricultoras um consenso nas respostas obtidas de como se reinventaram nesse momento. Outra limitação refere-se à realização da pesquisa em apenas uma feira, o que pode limitar a transferência dos resultados para outras feiras livres da região.

Assim, recomenda-se além das proposições apresentadas, são sugeridos para estudos futuros: i) análise das estratégias de inovação adotadas por agricultores familiares em outras regiões durante a pandemia da Covid-19 e seus resultados na manutenção das vendas e da produção agrícola; ii) investigação sobre o papel das políticas públicas na promoção da agricultura familiar e na mitigação dos efeitos da crise sanitária e econômica decorrente da pandemia; iii) estudo sobre os desafios enfrentados pelas agricultoras familiares na comercialização de seus produtos e possíveis soluções para garantir maior acesso aos mercados locais e regionais; e iv) pesquisa sobre a importância das feiras locais na promoção da agricultura familiar e na geração de renda para as comunidades rurais.

As implicações teóricas, o estudo pode contribuir para o avanço do conhecimento sobre os desafios enfrentados pelos pequenos agricultores durante a pandemia da Covid-19 e as estratégias que podem ser adotadas para superá-los. Além disso, a pesquisa pode fornecer *insights* sobre as relações entre agricultores familiares e mercados locais, bem como sobre a importância da inovação e da adaptação em momentos de crise.

Os resultados da pesquisa podem ter implicações práticas e sociais para os agricultores familiares, governos locais e outras partes interessadas envolvidas na promoção da agricultura sustentável e no desenvolvimento rural. Por exemplo, os resultados podem ser utilizados para orientar políticas públicas que visam apoiar os agricultores familiares durante crises, bem como para identificar oportunidades de inovação e novos mercados para os

produtos agrícolas. O fortalecimento da agricultura familiar e da economia local, a redução da pobreza e da insegurança alimentar, e a promoção da sustentabilidade. Além disso, a pesquisa pode ajudar a valorizar o papel das mulheres na agricultura e a promover a igualdade de gênero nas áreas rurais.

Ademais, são realizadas sugestões às agricultoras sobre: i) investigar as opções disponíveis de tecnologia e plataformas digitais para comunicação e comercialização, como redes sociais e aplicativos de mensagens, e explorar a possibilidade de utilizá-las para expandir seu alcance de vendas e se conectar com mais clientes, buscando apoio do governo local de infraestrutura e internet para as propriedades rurais; ii) buscar parcerias com cooperativas locais ou outras organizações que possam oferecer suporte técnico, financeiro e de capacitação em tecnologia, gestão de negócios e outras habilidades relevantes; iii) explorar alternativas de venda, como feiras virtuais, vendas em grupo ou encomendas por telefone, para alcançar mais clientes e expandir o mercado consumidor; iv) fortalecer as redes de cooperação entre as agricultoras da Feira da Mulher Rural e outras organizações locais, para compartilhar experiências e conhecimentos, além de criar novas oportunidades de negócios.

## Referências

- Albuquerque, F. S., & Silva, A. R. P. E. (2021). Estratégias inovadoras de gestão em cooperativas antes e pós pandemia do Covid-19. *Revista Espaço Acadêmico*, 20, 87-95. Recuperado de <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/58155>
- Amaral, M. G., Fisher, B. B., Carvalho, R. D. S., & Oliveira, V. C. D. S. (2019). Pensar o Brasil: novos tempos para ciência, tecnologia e inovação. *Revista de Administração, Sociedade e Inovação*, 5(3), 1–4. <https://doi.org/10.20401/rasi.5.3.397>
- Araújo, A. L., Canteri, M. H. G., & Bittencourt, J. V. M. (2021). Agricultura familiar e o impacto do covid-19 aos Programas de Políticas Públicas - PNAE E PAA. Extensão Rural: práticas e pesquisas para o fortalecimento da agricultura familiar, *Editora Científica Digital*, 2, 81–103. <https://doi.org/10.37885/210303576>
- Audy, J. (2017). A inovação, o desenvolvimento e o papel da Universidade. *Estudos Avançados*, 31(90), 75–87. <https://doi.org/10.1590/s0103-40142017.3190005>
- Barbosa, C. (2020). *Pequenos agricultores se organizam em rede para doar cestas agroecológicas no Pará*. Disponível em <https://www.brasildefato.com.br/2020/05/19/pequenos-agricultores-se-organizam-em-rede-para-doar-cestas-agroecologicas-no-para>
- Bardin, C. (2016). *Análise de conteúdo*. (Tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro). São Paulo: Edições 70.
- Bocchi, C. P., Magalhães, É. de S., Rahal, L., Gentil, P., & Gonçalves, R. de S. (2019). A década da nutrição, a política de segurança alimentar e nutricional e as compras públicas da agricultura familiar no Brasil. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 43, 1. <https://doi.org/10.26633/RPSP.2019.84>



Breitenbach, R. (2021). Estratégias de enfrentamento dos efeitos da pandemia na agricultura familiar. *Desafio online*, 9(1). <https://doi.org/10.55028/don.v9i1.10941>

Bryman, A. (2012). *Social research methods*. 4th edition New York: Oxford University Press.

Cassol, A., Vargas, L. P., & Canever, M. D. (2020). Territorial development, covid-19 and the new strategies of production, commercialization and food consumption of family farming in the southern region of Rio Grande do Sul. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, 374-387.

Cavalli, S. B., Soares, P., Martinelli, S. S., & Schneider, S. (2020). Family farming in times of Covid-19. *Revista de Nutrição*, 33, 1–8. <https://doi.org/10.1590/1678-9865202033e200180>

Černe, M., Kaše, R., & Škerlavaj, M. (2016). Non-technological innovation research: evaluating the intellectual structure and prospects of an emerging field. *Scandinavian Journal of Management*, 32(2), 69–85. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2016.02.001>

Ceribeli, H. B., Pereira, M. R., & de Souza Rocha, G. B. (2019). Avaliação de desempenho nas organizações: um estudo multicaseos. *Revista Pretexto*, 11-31

Claudino, L. S. D. (2020). Impactos dos primeiros meses de pandemia de Covid-19 para a agricultura familiar paraense e como a Agroecologia pode apoiar a superação. *Ambiente: Gestão e Desenvolvimento*, 1(1), 40-54. <https://doi.org/10.24979/ambiente.v1i1.832>

Coti-Zelati, P. E., & Moori, R. G. (2015). O papel da colaboração no desempenho da gestão da cadeia de suprimentos: um estudo sobre o café orgânico. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, 17(2), 195-208. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87841064005>

Costa, J. (2020). *Pandemia acelera processos de digitalização de produtores orgânicos*. Jornal da UFRGS, Porto Alegre. Disponível em <https://www.ufrgs.br/jornal/pandemia-acelera-processo-de-digitalizacao-de-produtores-organicos/?print=print>

Cunha, J. J. C. Da. (2020). *A internet e mídias digitais em tempos de pandemia*. Série GEPAD em Quarentena - Texto 31. Recuperado de <https://www.facebook.com/estudosemagricultura>

Duarte, I. M., Toda, F., Castro, M. C., & Seixas, G. (2019). Barreiras de adoção de uma inovação: O emprego da metodologia SCRUM na MRS Logística S.A. *Revista de Administração, Sociedade e Inovação*, 5(2), 198–220. <https://doi.org/10.20401/rasi.5.2.313>

FAO - Food and Agriculture Organization. (2020). *Agri-food markets and trade policy in the time of Covid-19*. Rome: FAO. <https://www.fao.org/3/ca8446en/CA8446EN.pdf>

Feiden, A., Ramos, M. J., & Schwanke, J. (2020). O comércio eletrônico como ferramenta de comercialização para a agricultura familiar. *Redes*, 25, 2151–2170. <https://doi.org/10.17058/redes.v25i0.15092>

Futemma, C., Monteiro Tourne, D. C., Vasconcelos Andrade, F. A., dos Santos, N. M., Rosa Macedo, G. S. S., & Pereira, M. E. (2021). A pandemia da Covid-19 e os pequenos





produtores rurais: superar ou sucumbir? *Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi: Ciências Humanas*, 16(1). <https://doi.org/10.1590/2178-2547-BGOELDI-2020-0143>

Gazolla, M., & Aquino, J. R. (2021). 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*, 29(2), 427. <https://doi.org/10.36920/esa-v29n2-8>

Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6ª Edição, São Paulo: Atlas.

Goswami, R., Roy, K., Dutta, S., Ray, K., Sarkar, S., Brahmachari, K., Nanda, M. Kr., Mainuddin, M., Banerjee, H., Timsina, J., & Majumdar, K. (2021). Multi-faceted impact and outcome of COVID-19 on smallholder agricultural systems: Integrating qualitative research and fuzzy cognitive mapping to explore resilient strategies. *Agricultural Systems*, 189, 103051. <https://doi.org/10.1016/j.agsy.2021.103051>

Graeb, B. E., Chappell, M. J., Wittman, H., Ledermann, S., Kerr, R. B., & Gemmill-Herren, B. (2016). The State of Family Farms in the World. *World Development*, 87, 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.05.012>

Gray, D. E. (2012). *Pesquisa no mundo real*. 2ª edição, Porto Alegre. Penso.

Grilli, M. (2020). Agro sem CEP. *Revista Globo Rural*, 42, 15-17.

Han, C., & Gao, S. (2019). A Chain Multiple Mediation Model Linking Strategic, Management, and Technological Innovations to Firm Competitiveness. *Review of Business Management*, 21(4), 879–905. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v21i5.4030>

Kenney, M., Serhan, H., & Trystram, G. (2020). Digitalization and platforms in agriculture: organizations, power asymmetry, and collective action solutions. *ETLA Working Papers, Berkeley*, 78. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3638547>

Lourenzani, W. L. (2006). Capacitação gerencial de agricultores familiares: uma proposta metodológica de extensão rural. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, 8(3), 313-322. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87880303>

Lucena, C. C.; Filho, Z. F. H.; & Bonfim, M. A. D. (2020). *Atuais e potenciais impactos do coronavírus (Covid-19) na caprinocultura e ovinocultura*. Sobral, CE: Embrapa, CIM - Centro de Inteligência e Mercado de Caprinos e Ovinos (Boletim/Embrapa CIM).

Mazzotti, A. J. A., & Gewandsznajder, F. (2004). *O método das ciências naturais e sociais: pesquisa quantitativa e qualitativa*. 2ª edição, São Paulo: Pioneira Thompson Learning.

Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2010). *Safari de Estratégia: Uma Jornada pela Selva do Planejamento Estratégico*. Bookman Editora.

Moreira, A. D. S., Melo, J. D., & Carvalho, J. D. (2016). Gestão de custos em uma propriedade rural do ramo de Hortaliças. *Custos e @gronegocio online*, 12(2), 298-332. ISSN 1808-2882.

Navarro, Z. (2016). O mundo rural no novo século (um ensaio de interpretação). *A agricultura brasileira: Desempenho, desafios e perspectivas*, 25–63, Brasília: IPEA.



OCDE. (2018). Oslo manual 2018: guidelines for collecting, reporting and using data on innovation (4th ed.). OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>

Palmeira, J. A., de Carvalho, F. C., & C Caetano, R. da. (2021). A Feira-livre da agricultura familiar de venda nova do imigrante/ES em tempos de covid-19: a percepção protagonista dos Feirantes. *Holos*, 1, 1-17.

Pedroso, M. T. M., Corcioli, G., & Foguesatto, C. (2020). A crise do Coronavírus e o agricultor familiar produtor de hortaliças. *Gestão e Sociedade*, 14(39), 3740–3749. Disponível em: <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/213868/1/3254-Texto-do-artigo-10891-1-10-20200602.pdf>

Pitaluga, C. M., & Le Bourlegat, C. A. (2021). Ecosistemas de inovação e as cadeias curtas no abastecimento de alimentos saudáveis às populações vulneráveis em Mato Grosso do Sul durante a pandemia da Covid-19. *Estudos Sociedade e Agricultura*, 29(2), 404-426. <https://doi.org/10.36920/esa-v29n2-7>

Porter, M. E. (1986). *Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Preiss, P. V. (2020). Challenges facing the COVID-19 pandemic in Brazil: lessons from short food supply systems. *Agriculture and Human Values*, 37(3), 571–572. <https://doi.org/10.1007/s10460-020-10062-4>

Reardon, T., & Swinnen, J. (2020). *COVID-19 and resilience innovations in food supply chains*. Washington D.C.: IFPRI. <https://www.ifpri.org/blog/covid-19-and-resilience-innovations-food-supply-chains>

Schlegelmilch, B. B., Diamantopoulos, A., & Kreuz, P. (2003). Strategic innovation: the construct, its drivers and its strategic outcomes. *Journal of Strategic Marketing*, 11(2), 117–132. <https://doi.org/10.1080/0965254032000102948>

Schneider, S., Cassol, A., Leonardi, A., & Marinho, M. de M. (2020). Os efeitos da pandemia da Covid-19 sobre o agronegócio e a alimentação. *Estudos Avançados*, 34(100), 167–188. <https://doi.org/10.1590/s0103-4014.2020.34100.011>

Schumpeter, J. A. (1982). *Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e ciclo econômico*. São Paulo: Abril Cultural. Capitalismo, Socialismo e Democracia. Os Economistas.

Siche, R. (2020). What is the impact of COVID-19 disease on agriculture? *Scientia Agropecuaria*, 11(1), 3–6. <https://doi.org/10.17268/sci.agropecu.2020.01.00>

Silva, J. H. C. S., & Barbosa, A. S. (2020). A inserção da agroecologia em um novo sistema alimentar pós-covid-19. *Revista Brasileira de Educação Ambiental (RevBEA)*, 15(4), 148–159. <https://doi.org/10.34024/revbea.2020.v15.10618>

Silveira, S. M. P. (2013). Rede Ecovida de agroecologia: uma inovação estratégica para o desenvolvimento territorial sustentável na zona costeira catarinense? *Revista Internacional Interdisciplinar INTERthesis*, 10(2).



Sousa, D. N. de, Jesus, M. E. R. de, & Beraldo, K. A. (2021). Impactos da Pandemia do Covid-19 para a inclusão produtiva de agricultores familiares no Tocantins: estudo de caso na COOPRATO. *Revista Movimentos Sociais e Dinâmicas Espaciais*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.51359/2238-8052.2021.248825>

Sousa, D. N., & Jesus, M. E. R. (2021). Monitoramento de notícias divulgadas na mídia em tempos de pandemia da covid-19 e sua relação com a agricultura familiar do Tocantins. *Holos*, 37(1).

Souza, A. F., & Manoel, C. P. (2021). Adoção de plataformas digitais para comunicação e comercialização pelos agricultores familiares em decorrência da covid-19. *Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN)*, 5(1). <https://periodicos.ufms.br/index.php/EIGEDIN/article/view/13944/9483>

Valadares, A. A.; Alves, F.; Galiza, M.; & Silva, S. P. (2020). *Agricultura familiar e abastecimento alimentar no contexto do Covid-19: uma abordagem das ações públicas emergenciais*. IPEA: Diretoria de Estudos e Políticas Sociais. (Nota técnica, nº 69).

Vasconcelos, A. R. M., Silva, S. C. P., Santiago, J. L., Pereira, C. F., Rabelo, N. P., & Fraxe, T. de J. P. (2020). Inovação social na comercialização da produção da Feira AGROUFAM no contexto da covid-19 no amazonas. *Revista Brasileira de Agroecologia*, 15(4), 12. <https://doi.org/10.33240/rba.v15i4.23317>

Wivaldo, J. N. S. (2020). Ações para o despertar da agricultura familiar frente a Covid-19. *Boletim Cientistas Sociais*, 77. <http://anpocs.org/index.php/publicacoes-sp-2056165036/boletim-cientistas-sociais/2408-boletim-cientistas-sociais-n-77>

Yegbemey, R. N., Komlan Ahihou, C. M., Olorunnipa, I., Benali, M., Afari-Sefa, V., & Schreinemachers, P. (2021). Covid-19 effects and resilience of vegetable farmers in north-western Nigeria. *Agronomy*, 11(9). <https://doi.org/10.3390/agronomy11091808>

Zuñiga, E. C. C., Zuñiga, N. C., & Lugo, I. A. (2020). Agricultura familiar e plataformas digitais no contexto da Covid-19. *Boletim Covid-19*, Campinas, 15. [https://www.unicamp.br/unicamp/sites/default/files/2020-07/Boletim\\_%20Covid%20n15\\_Agricultura%20Familiar\\_Plataformas%20Digitais%20%282%29.pdf](https://www.unicamp.br/unicamp/sites/default/files/2020-07/Boletim_%20Covid%20n15_Agricultura%20Familiar_Plataformas%20Digitais%20%282%29.pdf)