

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA

LAVÍNIA DA SILVA OLIVEIRA RODRIGUES

**OS FATORES QUE INFLUENCIAM NA COMERCIALIZAÇÃO DA FARINHA DE
MANDIOCA: UM ESTUDO DE CASO DA CENTRAL DAS COOPERATIVAS DOS
PRODUTORES FAMILIARES DO VALE DO JURUÁ – ACRE**

**VIÇOSA – MINAS GERAIS
2022**

LAVÍNIA DA SILVA OLIVEIRA RODRIGUES

**OS FATORES QUE INFLUENCIAM NA COMERCIALIZAÇÃO DA FARINHA DE
MANDIOCA: UM ESTUDO DE CASO DA CENTRAL DAS COOPERATIVAS DOS
PRODUTORES FAMILIARES DO VALE DO JURUÁ - ACRE**

Pesquisa final apresentada ao Curso de Cooperativismo da Universidade Federal de Viçosa, como exigência da disciplina ERU 499 – Trabalho de Conclusão de Curso.

Aluna: Lavínia da Silva Oliveira Rodrigues

Orientador: Mateus de Carvalho Reis Neves

RESUMO

O presente trabalho foi realizado com o objetivo de aprofundar os estudos sobre os fatores que influenciam na comercialização da farinha de Mandioca pela Central das Cooperativas dos Produtores Familiares do Vale do Juruá, que possui o selo de Indicação Geográfica. Para o desenvolvimento do trabalho foi feita uma pesquisa qualitativa, com caráter exploratório. Assim, a partir das entrevistas coletadas, análise de documentos internos e observação participante, foi possível encontrar fatores relacionados à gestão das cooperativas, transporte da matéria prima, assistência técnica e demais canais de comercialização da produção, que interferem diretamente na comercialização. Além disso, a pesquisa fornece abertura para aprofundamento em cada fator, com aplicabilidade em outros contextos, inclusive, em grupos mais amplos.

Palavras-chave: farinha de mandioca; comercialização; Cruzeiro do Sul.

SUMÁRIO

1. Introdução	1
2. Hipóteses	3
3. Objetivos.....	3
3.1.1. Objetivo Geral	3
3.1.2. Objetivos Específicos	3
4. Referencial Teórico	3
5. Metodologia.....	8
6. Resultados e Discussões	10
6.1 Descrição da Central Juruá	10
6.2 Análises das Entrevistas.....	13
6.3 Observação Participante	17
7. Considerações Finais	20
8. Referências	22
Apêndice	24

1. Introdução

O cooperativismo, segundo Farias *et al.* (2013) é uma doutrina econômica e social fundamentada na liberdade, solidariedade, humanismo e justiça social. Assim, tendo em vista essa doutrina, a cooperativa pode ser definida como “uma organização empresarial de caráter auxiliar, por cujo intermédio uma coletividade de produtores, consumidores ou poupadores promove, em comum, com base no associativismo e em uma série de valores e princípios, a defesa de suas economias individuais.” (CENZI; 2009 apud FARIAS *et al.*, 2013, p. 19).

A Lei 5.764/71, que define a Política Nacional do Cooperativismo no Brasil, também traz uma definição de cooperativa como sendo uma sociedade de pessoas que têm forma e natureza jurídica próprias, de natureza civil, constituídas para prestar serviços aos cooperados. Neste sentido, para Freitas *et al.* (2010), as cooperativas têm o papel de fazer a intermediação entre os cooperados e os mercados, e a sua gestão deve garantir a participação dos cooperados nas instâncias deliberativas.

Com base nesse arcabouço legal, essas cooperativas devem ser constituídas pelo número mínimo de vinte pessoas físicas e são denominadas de cooperativas singulares ou de 1º grau, destinando-se a prestar serviços diretamente aos membros proprietários e usuários da organização. Com o objetivo de dar apoio e organizar em maior escala os serviços dessas cooperativas singulares surgem as chamadas cooperativas centrais ou federações. Via de regra, elas devem ser constituídas por, no mínimo, três cooperativas singulares. Assim, diante da grande necessidade de inserção no mercado, as cooperativas têm vislumbrado a criação das centrais como uma oportunidade de realizar a comercialização em grande escala.

De acordo com dados do Anuário do Cooperativismo (2021), até o dia 31/12/2020, o Brasil tinha 4.868 cooperativas ativas nos registros da Organização das Cooperativas Brasileiras - OCB, entre elas, 62 com sede no Acre, sendo 17 do ramo agropecuário. Importante destacar que o ramo agropecuário no Brasil pode ser definido, conforme o Sistema OCB, como aquele que reúne cooperativas agropecuárias, extrativistas, agroindustrial, aquícola ou pesqueira. Nesse estado, especificamente, as cooperativas agropecuárias tem como atividade principal a comercialização do açaí, buriti e da mandioca e seus derivados, que são altamente consumidos nesta parte do país.

Conforme o Censo Agropecuário de 2017, o Acre possuía 24.751 estabelecimentos agropecuários com produção de lavoura temporária. Entre estes estabelecimentos, cerca de 80,2% produziam mandioca, incluindo neste grupo cooperativas, associações e demais empreendimentos. Deste total de estabelecimentos, cerca de 75,94% eram da agricultura

familiar. Neste contexto, o Acre produziu 586.202 toneladas de mandioca, com um rendimento médio de 23.271 kg/ha, ocupando o segundo lugar entre os estados brasileiros no ranking de rendimento médio, ficando atrás apenas do Paraná, sendo o alimento que obteve maior produção agrícola em 2020 (IBGE; 2020).

Especificamente sobre a cadeia da mandioca, Fialho e Souza (2003) apresentam três tipologias básicas: a unidade doméstica, a unidade familiar e a unidade empresarial, que levam em consideração a origem da mão de obra, o nível tecnológico, a participação do mercado e o grau de intensidade do uso de capital na exploração. Ainda segundo esses autores, no Brasil as unidades empresariais e da agricultura familiar respondem pela maior parte na produção dessas raízes, e seu processamento gera produção de farinhas, de fécula, de alimentos pré-cozidos, congelados de mandioca, entre outros.

Importante destacar também, que a farinha de mandioca fez parte do processo de estruturação do Acre. Quando a economia tinha como base a extração da borracha, esse era o alimento básico dos seringueiros, evidenciando, assim, sua importância histórica, presente ainda hoje na cultura alimentar do acreano. No estado, a farinha tem suas particularidades regionais, contudo, a principal e mais popularmente conhecida é a Farinha de Cruzeiro do Sul, produzida na região do Alto Juruá.

A produção da Farinha de Cruzeiro do Sul foi inserida na região por migrantes nordestinos e adaptada por agricultores indígenas e não indígenas locais, logo, ela é mais que uma tradição secular, é também uma identidade local (SOUZA *et al.*; 2017). Em termos de valor econômico, a mandioca respondia até 2012, por cerca de 48% do valor bruto da produção no Acre. Todavia, a região de produção da mandioca, embora marcada pelo associativismo e cooperativismo, é precária em questões de infraestrutura, com ramais de difícil acesso e transporte fluvial, que afetam sua comercialização. (SIVIERO *et al.*; 2012).

A produção na região do Juruá, segundo Souza *et al.* (2017), ocorre principalmente pela agricultura familiar, sendo, por vezes, comercializada por intermédio de cooperativas. Dessa forma, evidencia-se uma abertura para a comercialização direta entre agricultores familiares e demais canais de comercialização. Ademais, explicita o papel das cooperativas nesse processo de comercialização, as quais, em teoria, são importantes para a venda destes produtos em grande escala, além de possibilitar a inserção de agricultores familiares nas políticas públicas.

Entretanto, mesmo diante do contexto apresentado, durante a vivência da autora, percebeu-se a dificuldade de encontrar farinhas legítimas de Cruzeiro do Sul nas demais cidades do estado, principalmente aquela produzida pela Central das Cooperativas dos Produtores

Familiars do Vale do Juruá, cujo nome fantasia é Central Juruá, com sede na Cidade de Cruzeiro do Sul, que tem atualmente seis cooperativas singulares.

E por isso, este presente trabalho com o intuito de aprofundar os estudos sobre a farinha de mandioca no estado, visando compreender sua forma de produção, e como ocorre sua comercialização no mercado interno, tendo em vista as particularidades existentes, em razão da sua localização e da região, se orienta pela seguinte questão: “Quais fatores influenciam na comercialização da farinha de mandioca pela Central das Cooperativas dos Produtores Familiares do Vale do Juruá, no estado do Acre?”

2. Hipóteses

Os fatores que influenciam na comercialização da farinha de mandioca pela Central Juruá se relacionam à falta de acessibilidade via estradas do estado em períodos de chuva, ao baixo incentivo à comercialização e à falta de especialização na gestão das cooperativas.

3. Objetivos

3.1.1. Objetivo Geral

Analisar quais fatores podem influenciar na comercialização da farinha de mandioca da Central das Cooperativas dos Produtores Familiares do Vale do Juruá, no estado do Acre.

3.1.2. Objetivos Específicos

- a) Verificar alguns dos condicionantes da comercialização da farinha de mandioca nas cooperativas analisadas.
- b) Examinar as características relativas à gestão das cooperativas singulares e da Central;

4. Referencial Teórico

Conforme decreto 9064/2017 a Unidade Familiar de Produção Agrária-UFPA, pode ser definida como:

Conjunto de indivíduos composto por família que explore uma combinação de fatores de produção, com a finalidade de atender a própria subsistência e à demanda da sociedade por alimentos e por outros bens e serviços, e que resida no estabelecimento ou em local próximo a ele.

Ainda segundo o decreto, as cooperativas singulares da agricultura familiar, são aquelas que possuem no mínimo 60% de seus cooperados agricultores familiares e com inscrição ativa no Cadastro Nacional da Agricultura Familiar – CAF.

Para Mendes (2007), a comercialização significa a execução de todas as atividades necessárias para atender às necessidades e anseios dos mercados, planejar a disponibilidade da produção, transferir a propriedade dos produtos, fornecer meios para distribuição física e facilitar as operações de todo o processo produtivo.

Assim, ao abordar a comercialização feita pelas cooperativas e centrais de cooperativas, nos deparamos com diversos fatores que influenciam nesse processo, dentre estes a atuação dos atravessadores, as dificuldades de logística da produção. Assim, Ueno *et al.* (2016), em pesquisa sobre as estratégias de comercialização da agricultura familiar, destacam que as cooperativas conseguem garantir a segurança alimentar das famílias brasileiras e ser um importante meio de comercialização no mercado interno. Todavia, a agricultura familiar ainda passa por muitas dificuldades de acesso a diferentes mercados e na obtenção de preços justos. Fatores estes evidenciados por pesquisas em dois assentamentos rurais escolhidos pelos autores.

Portanto, por vezes, os mercados institucionais, como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), atualmente denominado de Programa Alimenta Brasil, têm sido um importante instrumento de inserção no mercado deste tipo de agricultura, seguido das cooperativas, que, conforme os autores, podem ser regionais ou nacionais. Neste sentido, as cooperativas regionais emergem como responsáveis pela comercialização para pequenos estabelecimentos e programas governamentais na sua região de atuação, já as cooperativas nacionais atuam na agregação de valor à mercadoria e venda em larga escala, até mesmo para exportação da produção.

Santos *et al.* (2019), em sua pesquisa sobre a Cooperativa de Agricultura Familiar e Economia Solidária do Estado de Sergipe - CENTRAFES apresentam elementos da cadeia de comercialização da agricultura familiar no território sergipano e também corroboram com a percepção de que as políticas públicas emergem como mecanismos de apoio estratégicos aos agricultores familiares. Entre estas políticas públicas direcionadas à comercialização dos produtos da agricultura familiar, destaca-se mais uma vez o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE).

Contudo, para tal prática é necessário que os agricultores familiares estejam organizados em grupos, associações ou cooperativas. Assim, através de entrevistas com atores chave, revisão bibliográfica, anotações e relatórios, os autores identificaram um personagem que atua

separadamente da Central e influencia no trabalho realizado por ela, denominado “Atravessador”, o qual é o principal canal de comercialização para o agricultor em Sergipe. O Atravessador compra a produção de uma única vez e costuma buscar na casa do agricultor. Porém, ele apresenta desvantagem em relação aos preços pagos pela mercadoria, que costumam ser baixos. Além disso, destacam-se as vendas diretas feitas pelos agricultores nas feiras da cidade. De acordo com a opinião dos agricultores, estas vendas diretas possibilitam a obtenção de maior do valor do produto e obtenção direta de informações de mercado sobre preferências de consumo.

Na mesma perspectiva, Lopes e Carvalho (2018), com o intuito de evidenciar as cooperativas como oportunidades de negócio na comercialização do produto agrícola, fizeram uma revisão de literatura e, ao final de sua pesquisa, concluíram que:

As 40 (quarenta) empresas brasileiras que mais exportaram em 2015 somaram o que equivale 45,11 bilhões de dólares com suas transações, esse resultado representa 47% da balança comercial nacional. Entre as empresas que mais exportaram, são destacadas quatro cooperativas: a Copersucar, a Coamo, a Citrosuco e a Cooxupé, isso demonstra os resultados e o potencial de negócios que podem ter essas organizações. (REVISTA EXAME, 2015 apud LOPES; CARVALHO, 2018, p. 397).

Para os autores, portanto, as cooperativas nacionais apresentaram um significativo crescimento nos últimos anos e ainda tiveram destaque na prática de políticas de exportação. Elas são importantes até mesmo para os pequenos e médios produtores. Contudo, “há necessidade de alinhamento dos interesses econômicos, financeiros, políticos e sociais às tendências de um mercado competitivo e aos avanços tecnológicos.” (LOPES; CARVALHO, 2018, p.398).

Importantes também, foram os resultados obtidos por Martins *et al.* (2008) que ao pesquisarem sobre a produção e a comercialização da Castanha do Brasil no Acre, mostraram que ela é comercializada através de associações e cooperativas de extrativistas. Entre as cooperativas com destaque na comercialização da castanha pode-se citar a Cooperativa Central de Comercialização Extrativista do Estado do Acre Ltda - COOPERACRE, a Cooperativa dos Produtores Rurais do Vale do Rio Iaco – COOPERIACO, a Cooperativa Agroextrativista dos Produtores de Epitaciolândia e Brasileia – COMPAEB e a Cooperativa Agropecuária Extrativista de Xapuri – CAEX.

Neste contexto, vale mencionar o papel relevante de incentivo do Governo Estadual na produção e na comercialização da castanha, fornecendo assistência técnica e estimulando a compra de castanhas beneficiadas para as escolas, hospitais e órgãos de segurança pública. Por

fim, os autores frisam a importância das certificações para que possam alcançar o mercado externo e também concluem que a assistência técnica fornecida às cooperativas contribui para a ausência de contaminação por aflatoxina, que é uma micotoxina tóxica presente em alguns produtos e que prejudica a saúde do homem e dos animais.

Ainda sobre a importância das políticas públicas na comercialização dos produtos da agricultura familiar, Martins *et al.* (2020) analisaram a dinâmica da produção e comercialização de hortaliças na feira da cidade de Cruzeiro do Sul – Acre. Como resultados perceberam, por meio de uma análise quantitativa e qualitativa, que 17% dos feirantes alegaram dificuldade para chegar até o local da feira, visto que moram na zona rural, 17% também alegaram falta de apoio governamental, 8% encontraram dificuldades em período chuvoso e outros 8% alegaram que os atravessadores também atrapalham na comercialização, pois alguns pagam muito pouco pelas hortaliças e outros também trabalham na feira.

Salienta-se, neste sentido, à necessidade de fortalecimento das ações públicas direcionadas às diferentes atividades da agricultura familiar. Demonstram também que questões climáticas, no que se remete ao período chuvoso, com duração de outubro a maio, influenciam negativamente na logística de comercialização que já conta com pouca infraestrutura, além de causar problemas sanitários que provocaram perdas na produção. Outro canal de comercialização utilizado pela agricultura familiar e apresentado pelos autores, mas que pode apresentar conflitos, em termos de preço, são os atravessadores, que podem ser entendidos como:

Comerciantes sem um ponto de venda fixo, atuando como intermediários nas cadeias produtivas, entre o produtor e outro comerciante. Outro fator que diferencia o atravessador de outros intermediários é a assimetria no poder de negociação do preço em relação ao produtor. (UENO *et al.*, 2016, p. 14)

Especificamente, em relação às políticas públicas por uma perspectiva do Desenvolvimento Local, Silva (2010), ao discutir o funcionamento do mercado de castanha do Brasil no Acre, um dos maiores produtores do país, observou que as cooperativas e associações são responsáveis pela maior parte do volume de produção. A autora destaca que os principais problemas enfrentados são relacionados ao baixo nível tecnológico, exploração extrativista pelos atravessadores e mais uma vez a falta de políticas públicas, conforme citado anteriormente. Conclui-se, portanto, que a comercialização atual é caracterizada pelas dificuldades de acesso a alternativas de escoamento de produção, pouca capacitação técnica e apoio governamental, continuando a perpetuar uma herança histórica e cultural assentada em relações sociais de exploração e dependência atravessadores.

Enfatizando-se a comercialização no estado, mas atendo-se às práticas de produção e identificação da farinha de mandioca do município de Cruzeiro do Sul, objeto de estudo deste trabalho, Velthem *et al.* (2016), ressaltam que:

Estudos específicos consideraram que não se trata de um produto muito valorizado, sobretudo por sua grande variabilidade, uma decorrência das variedades de mandioca e das formas de processamento, que careceriam de tecnologia apropriada tanto no cultivo como na agroindústria. (SIVIERO *et al.*, 2007; SOUZA *et al.*, 2008 apud VELTHEM *et al.* 2016, p.440)

Assim sendo, buscando apoiar a produção e a comercialização da farinha, Velthem *et al.* (2016) alegam que o governo estadual fomentou programas que visaram à uniformização da produção para a agregação de valor e para isso foram construídas casas de farinha. Entretanto, os autores frisam que essas estruturas não consideraram as necessidades dos agricultores e os valores culturais inerentes à produção, que, em sua maioria, é artesanal. Logo, não foram levados em consideração, nessas ações governamentais, aspectos relevantes da produção e comercialização como a análise da qualidade da farinha, bem como não buscou conhecer os produtores e seus lugares de trabalho.

De maneira a complementar, Siviero *et al.* (2012), descreveram o processo de comercialização da farinha de mandioca em Cruzeiro do Sul, através de dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e observação participante. Os autores mostraram que, após a colheita da mandioca, elas são levadas até as casas de farinha em carroças de boi. Essa opção pela utilização da tração animal se justifica, tendo em vista, a falta de infraestrutura de transporte para o escoamento e comercialização da produção na região. Em seguida, são utilizadas vias fluviais, com embarcações individuais ou coletivas, veículos particulares ou caminhões do governo estadual.

O foco da comercialização é, portanto, o mercado interno, sendo os principais consumidores os supermercados, restaurantes e lanchonetes. Todavia, parte dos produtos são enviados para o mercado externo, como Manaus e Porto Velho, que ficam geograficamente próximos. Neste processo de comercialização da farinha, percebe-se que os produtores contam com agentes, como as associações, cooperativas e pequenos intermediários que comercializam o produto localmente.

Além disso, recorrem ao intermediário exportador que comercializa em grande escala e leva os produtos para grandes redes de supermercados em outros estados (Amazonas e Rondônia), evidenciando assim, o papel dos intermediários como os principais responsáveis pela formação dos preços e pela oferta de produtos aos consumidores finais.

Conseqüentemente, a comercialização e o transporte da farinha passam a ser oligopolizados, devido à participação de poucos agentes, geralmente atacadistas e proprietários dos meios de transporte que se apropriam de parte da renda.

Vale destacar que devido o seu reconhecimento regional, a farinha de Cruzeiro do Sul tem o Selo de Indicação Geográfica, oriundo da “Indicação por Procedência”, fornecido quando o nome do país, cidade ou região é conhecido como centro de fabricação do produto. Este selo, é fornecido pelo Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI), e tem como um dos objetivos contribuir para construção de relações comerciais mais sólidas.

Além disso, a “IG é um ativo intangível que pode representar o primeiro passo para dar ao produto um valor cultural agregado” (LIMA et al., 2007 apud SOUZA et al., 2017, p. 21). No caso da Farinha de Cruzeiro do Sul, suas características históricas são marcadas pelo contexto de criação do estado e levam ao reconhecimento da cidade como centro de fabricação da Farinha de Mandioca. Logo:

Fatores relacionados à forma artesanal e à produção individualizada de farinha de mandioca de Cruzeiro do Sul justificam sua heterogeneidade. Além disso, sua produção, que ocorre geralmente nas denominadas casas de farinha, é pequena, podendo-se produzir entre 5 e 12 sacos de aproximadamente 50kg de farinha por dia. E também seu custo de produção é oneroso, com muita exigência da mão de obra em etapas de descascamento e de tostagem. Assim sendo, estes problemas acabam se tornando entraves à produção, devido à elevada participação de serviços manuais, que acabam por elevar o custo da produção para os agricultores. (apud SIVIERO *et al.*, 2012, p. 19 apud SOUZA *et al.*, 2017)

Diante do exposto, tem-se que a comercialização da produção dos agricultores familiares enfrenta desafios, e isso ocorre também quando realizada de forma coletiva por meio de cooperativas, pois elas devem buscar entregar a produção de seus cooperados ao mercado ao mesmo tempo em que deve possibilitar a defesa de suas economias individuais. Destacam-se ainda, neste processo, a influência dos atravessadores e também a assistência das cooperativas para seus cooperados, a última como um fator de apoio e incentivo à participação na organização.

5. Metodologia

Esta pesquisa tem caráter exploratório, pois busca uma aproximação dos problemas enfrentados na comercialização da farinha de mandioca da Central Juruá, para torná-los explícitos e/ou possibilitar a criação de hipóteses. Trata-se também de uma pesquisa com

natureza aplicada, com abordagem metodológica qualitativa, que buscou compreender quais os problemas enfrentados pelos produtores e pela Central Juruá que impactam na comercialização da farinha (LAKATOS; MARCONI, 2002).

As técnicas utilizadas para coleta de dados têm como ponto inicial uma documentação indireta, mas com ênfase principal em sua estruturação através da documentação direta e da documentação direta intensiva. Segundo Lakatos e Marconi (2002), a documentação indireta tem o intuito de recolher informações prévias sobre o campo de interesse. No trabalho em questão, utiliza-se a pesquisa bibliográfica, conhecida também como fonte secundária, sendo utilizadas bibliografias que já foram publicadas no Brasil sobre a temática, mas também com foco regional. A pesquisa bibliográfica foi ser utilizada para concluir e/ou complementar uma pesquisa de campo. Utilizou-se também, fichamentos de artigos, monografias e livros.

Em contrapartida, a documentação direta constitui-se de um levantamento realizado no próprio local de pesquisa. Para uso dessa técnica, foram utilizados o estudo de caso exploratório juntamente com a documentação direta intensiva feita por meio da observação participante e a entrevista visando à compreensão das vivências do grupo. A observação participante consiste na participação real do pesquisador (LAKATOS; MARCONI, 2002). Dessa forma, ela foi adquirida na experiência de estágio da autora, que ocorreu no objeto de estudo em questão, durante um período de 7 meses, prestando apoio à regularização documental, a assembleias e a reuniões.

Recorreu-se também à utilização de entrevista como parte da investigação social e como mecanismo de coleta de dados diretamente do público-alvo. Ela foi de suma importância para o estudo de caso, pois incluiu a participação de atores chaves, que estão diretamente ligados à Central Juruá. A técnica de entrevista escolhida foi a semiestruturada, que permite por meio da utilização de um roteiro que o entrevistado fale livremente e se sinta mais confortável para se aprofundar em alguns pontos. A amostragem de entrevistados foi de 3 pessoas, que têm ligação direta e indireta com a organização. A entrevista foi feita através de chamada telefônica e via *Google Meet*®, uma vez que foi realizada a distância.

A partir das técnicas aplicadas foi possível comparar resultados e aprofundar na temática, além de compreender o modo de comercialização da farinha de mandioca pela Central Juruá e os fatores que interferem neste processo. As questões que orientaram a entrevista poderão ser visualizadas ao final desta pesquisa.

6. Resultados e Discussões

6.1 Descrição da Central Juruá

A Central das Cooperativas dos Produtores Familiares do Vale do Juruá - Central Juruá, com data de fundação em 04 de maio de 2011, surgiu pela necessidade de as cooperativas dos agricultores familiares da região do Juruá comercializarem a farinha de mandioca em maior escala. Atualmente, a Central é formada por 6 cooperativas singulares (Tabela 1).

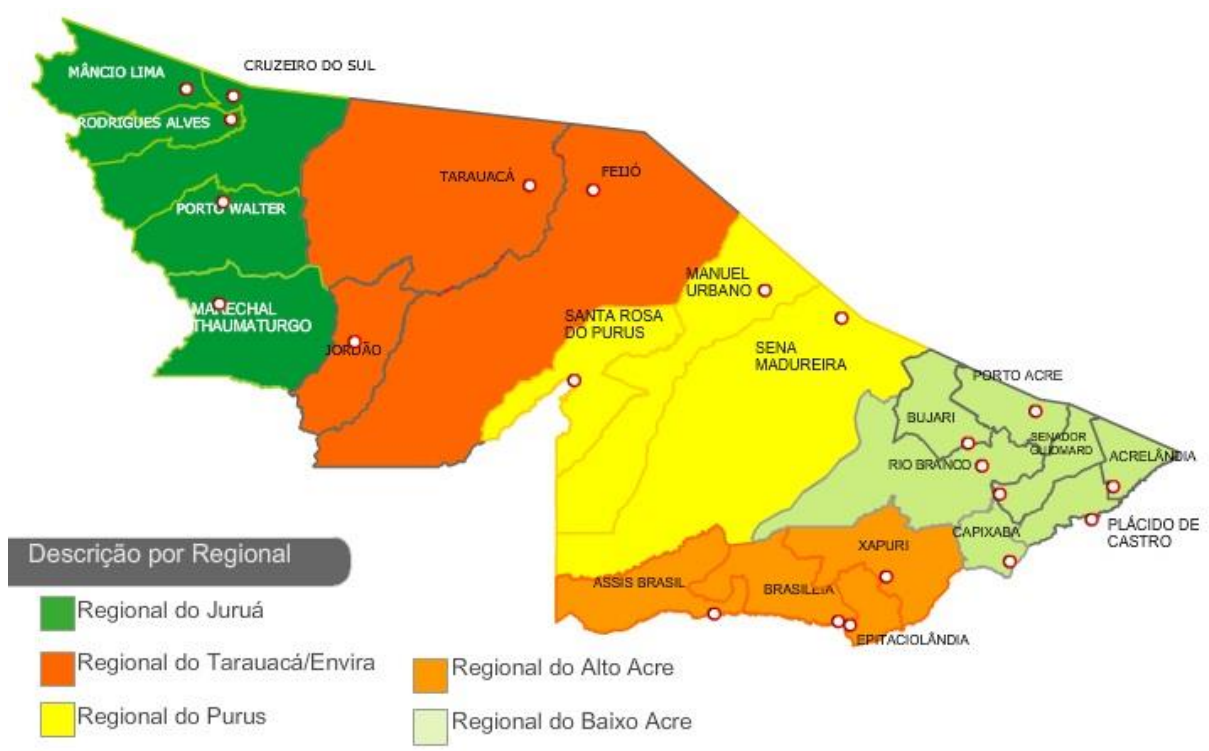
Quadro 1- Relação das cooperativas singulares filiadas à Central Juruá, com razão social, nome fantasia e sede.

Razão Social	Nome Fantasia	Sede
Cooperativa Agrícola Mista dos Produtores Rurais de Cruzeiro do Sul Ltda	Camprucsul	Cruzeiro do Sul
Cooperativa Nova Aliança dos Produtores de Farinha do Vale Do Juruá	Cooperfarinha	Cruzeiro do Sul
Cooperativa dos Sonhos de Todos	Coopersonhos	Marechal Thaumaturgo
Cooperativa dos Piscicultores e Agricultores Familiares de Porto Walter	Progridir	Porto Walter
Cooperativa dos Produtores de Agricultura Familiar d Economia Solidaria de Nova Cintra	Nova Cintra	Rodrigues Alves
Cooperativa de Produtores Rurais, Agricultores Familiares e Extrativistas do Juruá	Cooprafej	Cruzeiro do Sul

Fonte: Elaborada pela autora a partir da última ata de admissão das singulares (2022).

Para maior compreensão das regiões do estado, a Figura 1 mostra o mapa de divisão regional do Acre.

Figura 1- Divisão das regionais do estado do Acre



Fonte: Elaborado por João Rego (2016).

Com sede na cidade de Cruzeiro do Sul, a Central tem como área de atuação todo o estado do Acre e o Sul do Amazonas. E ainda, conforme o art. 2º do seu estatuto social que foi aprovado em Assembleia Geral Extraordinária em agosto de 2021:

A **Central Juruá** tem como objetivo atuar como representante das cooperativas e associações, em complemento às atividades desenvolvidas por suas filiadas, proporcionando seu desenvolvimento socioeconômico e, por consequência, de seus cooperados.

Dessa forma, para cumprir seus objetivos, a Central poderá, de acordo com o Art. 3º, § 1º do Estatuto Social:

Receber, extrair, industrializar e comercializar a matéria-prima enviada pelas filiadas transformando-a em produtos agro industrializados e agro-florestais, na qualidade exigida pelo mercado nos volumes programados e negociados; [...]"

Em síntese, para efeito de maior clareza, conforme o Art. 3º § 5º, ela deverá responsabilizar-se por toda a logística de produção e comercialização de suas filiadas. E para o fomento à produção e comercialização, ela tem a seguinte atribuição:

Fomentar a produção e a comercialização, mediante o aprimoramento do suprimento, das estruturas, melhoria da tecnologia e da modernização dos

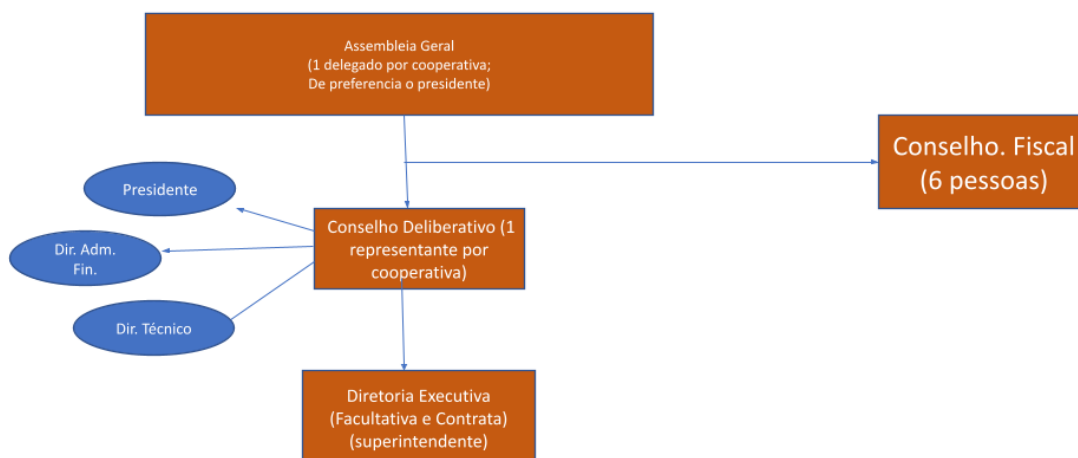
produtores vinculados às suas filiadas, desde que os referidos produtores atendam a todas as exigências e condições impostas pela área técnica;” (Estatuto Central Juruá, Art. 3º, § 8º)

Assim sendo, evidencia-se o papel da Central Juruá perante as demais cooperativas da região, visto que, conforme seu estatuto social, cabe a ela responsabilizar-se pela comercialização das suas filiadas. Entretanto, tal prática está paralisada desde 2018, quando ela passou por conflitos internos em sua gestão, relacionados ao quadro de saúde do presidente à época.

Como resultado da falta de uma figura central para orientar a comercialização, ela parou de receber a produção das singulares. Além disso, a sua documentação ficou desatualizada, impossibilitando de acessar programas governamentais e conseqüentemente, sem dinheiro em caixa, ela está sem empregados, com maquinário paralisado e com contabilidade desatualizada, afetando diretamente o seu desenvolvimento. Todo esse contexto ocorreu meses após garantir sua Indicação de Procedência por meio do recebimento do Selo de Indicação Geográfica, concedido em agosto de 2017. Vale ressaltar que as normas de uso do selo são operacionalizadas por um Conselho Regulador, responsável por assegurar o controle, manutenção, monitoramento e execução.

Em meados de 2021, com o apoio do Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo no Estado do Acre - SESCOOP/AC e do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Acre - SEBRAE/AC, foi iniciado um projeto para regularização documental da Central Juruá. A primeira etapa consistiu em analisar as últimas atas das reuniões para entender o contexto da Cooperativa e mobilizar o seu conselho deliberativo, que já estava vencido. Posteriormente, foram feitas reuniões visando estreitar os laços com suas singulares e fazer a admissão daquelas que ainda não constavam em ata, bem como uma reforma em seu estatuto social, possibilitando uma estrutura do conselho deliberativo que incentive a participação de todas as singulares. Após reuniões e discussões, o organograma foi definido, conforme estatuto aprovado em Assembleia Geral Extraordinária em 01 de agosto de 2021 e sua estrutura pode ser observada na Figura 2.

Figura 2- Organograma da Central Juruá



Fonte: Elaborada pela autora (2021).

6.2 Análises das Entrevistas

Para aprofundar os estudos acerca da Central Juruá, foram feitas entrevistas que trouxeram informações relevantes, possibilitando realizar uma análise mais contextualizada da cooperativa. Logo, a partir das falas dos entrevistados, foram evidenciados fatores importantes no processo de comercialização que se relacionam com as hipóteses iniciais estabelecidas neste estudo. Dessa forma, em uma amostragem de três entrevistados, sendo dois produtores (as) e um pertencente ao público externo, especificamente do SEBRAE/AC, surgiram diferentes perspectivas, mas também percepções em comum. Portanto, a seguir, pode-se evidenciar por meio da técnica nuvem de palavras, as palavras-chave citadas durante as entrevistas, tendo como base a frequência (Figura 3).

para longe, porém o frete encarece, pois temos que trazer a matéria-prima. Aumenta o custo e diminui a receita.” (**Entrevistado A**, informação verbal)¹

Ademais, o entrevistado destaca que mesmo dispondo de automóvel, às vezes precisa fazer mais de uma viagem, aumentando o gasto de combustível e conseqüentemente o custo da produção. Esta também foi uma dificuldade elencada pelo **Entrevistado B**, que também produz mandioca desde 2005 e faz parte do quadro de dirigentes da Central Juruá e da sua cooperativa singular. Em sua entrevista, ele ressalta ainda que o plantio de mandioca é feito longe de casa, por isso tem gastos mais elevados com frete e com mão de obra. Essas informações dadas pelos entrevistados estão diretamente ligadas ao que foi apontado por Martins *et al.* (2020) no tópico de contextualização deste trabalho, em que 8% dos entrevistados pelos autores alegaram ter dificuldade de acesso aos ramais em períodos chuvosos. E ainda se evidencia o que foi abordado por Souza *et al.* (2017) sobre a grande exigência da mão de obra em etapas de descascamento e de tostagem, elevando o custo da produção da farinha de mandioca. Entre os entrevistados A e B, por exemplo, há a necessidade de contratação de mão de obra para auxiliar no trabalho, principalmente porque ambos ocupam cargos de gestão dentro das cooperativas singulares e dentro da Central.

Percebe-se, neste sentido, que há ainda uma sobrecarga de responsabilidade para ambos. Essa dupla jornada de trabalho, como agricultores e gestores das cooperativas, enfrentada pelos dois entrevistados, traz também um alerta sobre dificuldades para o desenvolvimento das cooperativas. Afinal, o acúmulo de atividades e responsabilidades associado ao pouco conhecimento teórico sobre a gestão dessas organizações, pode se constituir em grandes limitadores e fatores de insucesso para as organizações.

Com relação ao apoio governamental à comercialização da farinha de mandioca, todos os entrevistados concordaram que há esse incentivo, que vai desde o oferecimento de maquinários à viabilização de terras para plantio. De acordo com o **Entrevistado B**, o estado cedeu alguns hectares para o plantio de mandioca, que são mais próximos das localidades das famílias e das casas de farinha, gerando a expectativa de redução no custo do transporte da mandioca. Esta resposta do Entrevistado B, contudo, se contrapõe ao que foi apontado por Silva (2010) sobre a falta de políticas públicas para as cooperativas e agricultores familiares no Acre naquele ano, podendo indicar, de certa forma, um aumento de incentivo político na comercialização no decorrer dos últimos 12 anos.

¹ Entrevista feita por Lavínia Rodrigues, via *Google Meet*®, na data 18/04/2022

Entretanto, o **Entrevistado C**, que atua auxiliando as cooperativas de farinha e é uma pessoa externa à organização, ressalta que há uma forte presença do paternalismo no estado e isso influencia na ausência do empreendedorismo por parte dos cooperados:

O paternalismo é algo cultural no estado, eles recebem o mecanismo, mas esperam que o próprio governo realize todo o processo de montagem de máquina e aração de terras. Logo, depositam ao governo, afazeres que caberiam a eles mesmo. (**Entrevistado C**, informação verbal)².

Essa observação do Entrevistado C se relaciona ao levantamento apontado por Silva (2010), que afirma que o mercado atual é marcado por uma herança histórica e cultural da região, onde as pessoas se tornam dependentes dos atravessadores e até mesmo do Governo.

Ao perguntar aos entrevistados A e B se eles enviam toda a produção para a sua cooperativa singular, ambos disseram que sim. Porém, de acordo com os **Entrevistados A e B** muitos cooperados ainda não enviam, pela necessidade de receber o pagamento à vista e em curto prazo.

A Cooperativa Singular possui um prazo de 35 dias para repasse do pagamento do produto recebido pelo cooperado. E o prazo da Central Juruá é de 30 dias. Por isso, a maioria dos cooperados optam por entregar os produtos aos atravessadores que às vezes conseguem pagar uma quantia maior aos cooperados e à vista. (Entrevistado B, informação verbal)³.

Evidencia-se, assim, a atuação dos atravessadores, conforme parafraseado por Silva (2010) no referencial teórico deste trabalho. Conforme a autora, esse vínculo com os atravessadores se caracteriza, principalmente, como uma relação de exploração e dependência na comercialização. Esse papel dos atravessadores é evidenciado em outros estados, como apontado por Santos *et al.* (2019) na CENTRAFES em Sergipe. Os autores destacam que estes intermediários compõem o principal canal de comercialização para os agricultores familiares de Sergipe, e mesmo que o pagamento oferecido por eles seja baixo, eles ainda buscam o produto na casa dos agricultores e fazem o pagamento à vista, diferentemente do que é feito atualmente pela Central e suas singulares.

Porém, ainda segundo o **Entrevistado B**, os atravessadores não dividem as sobras, assim como a cooperativa faz e por isso ele opta por continuar entregando à cooperativa. Entretanto os demais cooperados optam por entregar aos atravessadores, para receber de imediato pela mercadoria vendida. Este comportamento por parte dos cooperados relaciona-se

² Entrevista feita por Lavínia Rodrigues, via *Google Meet*®, na data 19/04/2022

³ Entrevista feita por Lavínia Rodrigues, via *Google Meet*®, na data 18/04/2022

com a fala do **Entrevistado C**, que afirmou que muitos produtores não veem a farinha de mandioca como um negócio, mas, sim, como algo pontual.

[...] por isso o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Acre – Sebrae Acre, realiza um trabalho visando a agregação de valor ao produto e sensibilização com os produtores, para que estes sejam vistos como protagonistas e reconheçam a importância da sua participação na gestão da organização cooperativa. Pois cooperados que participam, estarão também contribuindo para o desenvolvimento das cooperativas e aumento da sua comercialização. (**Entrevistado C**, informação verbal)⁴

Ainda de acordo com o **Entrevistado C**, o Sebrae Acre também desenvolveu trabalhos com as cooperativas de farinha para estruturar seu fluxo de caixa e também elaborou um plano de Comercialização para a Central Juruá.

Preparamos para que ela pudesse comercializar corretamente e beneficiar as demais singulares. Entretanto, por problemas internos na gestão da última presidência, as atividades da central foram paralisadas, e os documentos ficaram desatualizados, como as atas, estatutos. (**Entrevistado C**, informação verbal)⁵

Nesta conjuntura, através das entrevistas, observa-se que o principal fator que interfere na comercialização da Central está relacionado a dificuldade de regularizar a documentação fiscal da organização, visto que tal situação significou a paralisação das atividades. Entretanto, evidenciam-se também as dificuldades enfrentadas nos ramais, que inviabilizam a chegada da produção às singulares e, conseqüentemente, à Central, e sem produção, não há comercialização. Além disso, destaca-se a interferência dos atravessadores que, por vezes, compram toda a produção dos agricultores, afetando não só a participação dos cooperados nas singulares e na Central, como diminuindo os produtos disponibilizados para nas organizações. Por fim, salienta-se o papel relevante das ações governamentais que tem incentivado a comercialização através das casas de farinha e viabilizado o acesso a terras para plantio.

6.3 Observação Participante

De modo a complementar a análise sobre os fatores que influenciam na comercialização da farinha de mandioca de Cruzeiro do Sul, recorreu-se à observação participante. Desde o primeiro contato, evidenciou-se a ausência de uma gestão qualificada tanto na Central como nas singulares. Este era, inclusive, um debate constante juntamente com o Sebrae- AC que atua no apoio ao desenvolvimento dessas cooperativas.

⁴ Entrevista feita por Lavínia Rodrigues, via *Google Meet*®, na data 19/04/2022

⁵ Entrevista feita por Lavínia Rodrigues, via *Google Meet*®, na data 19/04/2022

A necessidade da figura de um superintendente qualificado é fundamental para o apoio às decisões diárias na gestão e organização da Central, pois seu atual conselho deliberativo está distribuído em diferentes cidades, em sua maioria na zona rural. Logo, torna-se difícil o comparecimento dos conselheiros na sede, bem como há uma limitação de pessoas com poder decisório na organização que possam receber clientes e fazer negociações.

Essas questões presentes não apenas na Central, pois conforme Martins *et al.* (2008), entre os desafios enfrentados para a comercialização pelas cooperativas de Castanha do estado, estão fatores como a ausência de capacitação de gestores para que estas organizações tenham mão de obra especializada. À vista disso, pode-se dizer que a ausência da mão de obra qualificada associa-se a outro fator importante e que foi observado durante a vivência no Acre, no caso, a atuação política na constituição das cooperativas.

Nesta conjuntura, nota-se que as cooperativas estaduais, principalmente as da Agricultura Familiar, costumam ser constituídas por influência política, e algumas etapas essenciais do processo, como a análise econômica da organização, a conscientização sobre o cooperativismo e a aplicação de cursos básicos de capacitação sobre o assunto, acabam sendo ignoradas. Como consequência, surgem cooperativas sem viabilidade econômica, sem mão de obra qualificada, com estruturação contábil inadequada e com baixa participação e envolvimento dos cooperados, que não se veem como donos. Assim, diante do pouco retorno, os cooperados se distanciam e optam por comercializar por intermédio de atravessadores.

Vale mencionar, agora se atendo aos ramais, que em períodos chuvosos, era impossível agendamento de visitas técnicas para realização das atividades, e a perda de mercadorias dos produtores era frequente. Além disso, ocorriam situações em que os agricultores também não conseguiam sair de suas casas para participação das assembleias. Neste momento, o uso das tecnologias foi uma grande aliada. Tal situação demonstra que mesmo existindo ações governamentais direcionadas à melhoria da infraestrutura como o programa “Ramais do Acre”, ainda não se atende todas as localidades, principalmente as mais distantes como as que compõem a área de atuação da Central.

Como já discutido e ressaltado na revisão de literatura, este é um problema frequente e característico da região, pois conforme apontado por Siviero *et al.* (2012), a região é precária em infraestrutura e com ramais de difícil acesso. De qualquer forma, foi possível observar que parte das singulares da Central são de cidades vizinhas à Cruzeiro do Sul, como Marechal Thaumaturgo, Porto Walter, que têm os barcos como principal meio de transporte. Contudo, essa alternativa de transporte tem o trajeto demorado e, em períodos de seca dos rios, há

dificuldade de utilização. Neste sentido, nota-se que o transporte, tanto terrestre como fluvial, é um fator que influencia diretamente na comercialização da Central Juruá, pois as pessoas e os produtos tem dificuldade de se deslocar até a sede.

A respeito da desatualização dos documentos, especificamente da Central, seus documentos a impossibilitam de participar de projetos, por isso foi feito um trabalho de atualização documental no ano de 2021 em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo no Estado do Acre- SESCOOP/AC, visando a atualizar estatuto, realizar as assembleias e também as eleições para conselheiros fiscais, conselho deliberativo e delegados, conforme previsto na Lei 5.764/71 do cooperativismo brasileiro. Além disso, havia a necessidade de estruturar as casas de farinha conforme solicitações feitas pela vigilância sanitária, e este serviço estava sendo realizado com o apoio do Sebrae- AC. Através destas atualizações, seria possível viabilizar o retorno da comercialização pela Central Juruá, que está paralisada desde 2018.

É importante ressaltar outras características observadas e que são marcantes na região, como o paternalismo caracterizado pelo **Entrevistado C**. Em muitas visitas técnicas, evidenciou-se esse tipo de relação, por exemplo, quando foram solicitadas máquinas de alto custo para o exercício das atividades, prática muito comum entre cooperados e governantes. Além disso, era habitual, inclusive, em Assembleias e Reuniões a presença de alguns agentes públicos, que muitas vezes, compareciam com o intuito apenas de aquisição de votos, com promessas e acordos em vão, para as pessoas da cooperativa.

Outro fator importante a ser mencionado, que pode levar a problemas futuros, se refere à participação quase exclusiva de uma única singular dentro da Central, a qual pode-se denominar de singular X. No primeiro contato, observou-se que o antigo quadro de dirigentes era formado, em sua maioria, por membros dessa singular, inclusive havia uma funcionária em comum nas duas cooperativas. Essa pouca distinção entre a Singular X e a Central, influencia no relacionamento com as demais singulares, pois elas acabam colocando a responsabilidade exclusivamente para a singular X, levando a uma baixa participação das demais nas assembleias e reuniões de conselhos, podendo, assim, levar à votação de interesses em comuns ao da singular X.

Esse contexto de pouco estímulo à participação na gestão da Central, ainda tem como agravante o pouco entendimento das pessoas sobre cooperativismo e seus direitos e deveres perante a cooperativa. A necessidade de educação cooperativista nestas organizações é fundamental para ampliar o conhecimento das pessoas e incentivá-las à participação das

cooperativas. Dar a essas pessoas o espaço de fala é de suma importância para o aprendizado delas na condição de donos e usuários da cooperativa.

Em síntese, destaca-se que a farinha tem grande potencial de expansão no mercado interno, entretanto é preciso, em primeiro lugar, finalizar a atualização das documentações, atender às exigências da vigilância sanitária para, posteriormente, a Central Juruá retomar o trabalho, de fato. Além disso, é fundamental a operacionalização de pesquisa de mercado para compreender as necessidades dos clientes e a realização de um plano de marketing para divulgação do seu produto. Evidencia-se também, a necessidade de ter pelo menos uma pessoa responsável para a Assistência Técnica da Central, atuando na orientação dos agricultores e incentivando que a produção de suas sementes seja feita, adequadamente. A assistência apropriada, além de auxiliar na produção de qualidade, poderá também contribuir com o modo como os cooperados veem a cooperativa e com opção por entregarem sua produção a ela, não aos atravessadores.

Atualmente, este é um trabalho desenvolvido pela Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural - Emater, no entanto, pela necessidade de atendimento às demais localidades, acaba ocorrendo com pouca frequência. Neste cenário, a figura de um superintendente que apoie as atividades diárias na Central é primordial, não só para orientação como para o planejamento de ações, direcionadas a ampliação dos mercados, além do interno.

Estas e demais melhorias podem ser alcançadas com o tempo, principalmente, se tiverem o apoio de órgãos como o Governo do estado por meio de políticas públicas de comercialização; o SESCOOP/AC fornecendo orientação sobre o cooperativismo e o funcionamento da cooperativa, como também oferecimento de cursos de capacitação específicos; e o SEBRAE/AC, que já atua com orientações às cooperativas e tem capacidade de viabilizar cursos que incentivam, entre outros, o empreendedorismo entre os produtores.

7. Considerações Finais

O presente trabalho teve como objetivo identificar os fatores que influenciam na comercialização da farinha de mandioca da Central Juruá, tendo como base pesquisas bibliográficas, entrevistas e observação participante. Entre esses fatores, estão questões relacionadas à necessidade de fortalecimento do apoio governamental, à concorrência dos atravessadores na aquisição dos produtos, a falta de assistência técnica, a pouca capacitação na gestão da cooperativa e as limitações no transporte.

Ao verificar alguns desses condicionantes da comercialização foi observado o impacto que a situação dos ramais causa aos agricultores no dia a dia, já que afetam diretamente a colheita e o transporte da matéria-prima. Além disso, evidenciou-se, nos últimos anos, que houve maior incentivo governamental às cooperativas, conforme dito pelos entrevistados. Entretanto, ainda há oportunidades de melhorias, principalmente, no que se remete à consolidação das políticas públicas, que possibilitem acessibilidade aos ramais. Outro fator verificado, foi a atuação dos atravessadores que atuam fortemente na região e são fortes concorrentes das cooperativas. Evidenciando assim a necessidade das cooperativas repensarem como incentivar a participação dos cooperados, para amenizar a atuação dos atravessadores. Para isso a assistência técnica poderá ser um grande atrativo, pois é uma necessidade das pessoas envolvidas na organização.

A respeito da gestão das cooperativas singulares e da Central, como ponto principal, observou-se que a falta de especialização em gestão impacta diretamente no desenvolvimento da organização. Para isso, o Sebrae – AC tem sido um importante agente de orientação, pois fornece apoio a atividades que vão desde à orientação, à construção de projetos, fluxo de caixa, oferecimento de cursos sobre o empreendedorismo e apoio na construção do Termo de Comercialização utilizado pela Central. Entretanto, apenas ele não consegue atender a toda demanda das cooperativas do estado e por isso, é necessário que haja maior atuação do SESCOOP/AC na orientação dessas cooperativas, com o oferecimento de cursos voltados para o desenvolvimento das cooperativas e apoio na organização documental destas cooperativas.

Durante a pesquisa, observou-se também que o selo de Indicação Geográfica fornecido à Central, em teoria é de suma importância para a agregação de valor da Farinha de Mandioca, porém, devido à atual circunstância vivenciada pela central, como a paralisação de suas atividades, este Selo ainda não teve a real eficácia. Evidenciando assim, a necessidade de reajustar internamente o funcionamento da Central, para que ela possa atender às exigências do INPI e usar o selo visando alcançar seu real objetivo.

Por fim, pode-se afirmar que os objetivos gerais e específicos propostos foram alcançados. Mas vale ressaltar que esta temática ainda pode ser aprofundada em cada fator apresentado, visto que o contexto do grupo analisado pode ser vivenciado de forma distinta por outros grupos da mesma região. Para tanto, podem ser utilizados outros métodos de pesquisa, como a aplicação de questionários que tem a capacidade de abranger um público maior.

8. Referências

BRASIL. **Lei nº 5.764/71, de 16 de dezembro de 1971.** Define a Política Nacional de Cooperativismo, institui o regime jurídico das sociedades cooperativas, e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/15764.htm Acesso em: 10 jul. 2022.

BRASIL. **Decreto nº 9.064, de 31 de maio de 2017.** Dispõe sobre a Unidade Familiar de Produção Agrária, institui o Cadastro Nacional da Agricultura Familiar e regulamenta a Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006, que estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e empreendimentos familiares rurais.. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2017/decreto-9064-31-maio-2017-785001-publicacaooriginal-152929-pe.html>. Acesso em: 09 de ago. 2022.

Caderno de especificações técnicas. [S. l.: s. n.], 2015. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/cadernos-de-especificacoes-tecnicas/CruzeirodoSul.pdf>.> Acesso em: 22 jun. 2022.

CENTRAL JURUÁ. **Estatuto Social.** Cruzeiro do Sul, MG, 2021, 35.p.

FARIAS, Cleuza Maria; GIL, Marcelo Freitas. **Cooperativismo.** [S. l.: s. n.], 2013, 92. p.

FERREIRA DE FREITAS, A.; FERREIRA DE FREITAS, A.; DE OLIVEIRA SAMPAIO, D.; SILVEIRA MÁXIMO, M. **Organização do quadro social (oqs): uma inovação institucional na gestão social de cooperativas.** Administração Pública e Gestão Social, [S. l.], v. 2, n. 1, p. 45–66, 2010. DOI: 10.21118/apgs.v2i1.4020. Disponível em: <https://periodicos.ufv.br/apgs/article/view/4020>. Acesso em: 9 maio. 2022.

GOMES SANTOS L., Pereira Querol, M. A., Chagas Neto, J. R. y Chagas Mecnas, A. S.(2019). Central de cooperativas na comercialização de produtos da agricultura familiar: o caso da CENTRAFES do Estado de Sergipe, Brazil. **Otra Economía**, [S.L] v.12, n. 22, p. 22-41, Jul./Dec. 2019 Disponível em: <https://www.revistaotraeconomia.org/index.php/otraeconomia/article/view/14782/9449>. Acesso em 28 jun. 2022.

IG - Cruzeiro do Sul. Cruzeiro do Sul, AC, 18 ago. 2018. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/ig-cruzeiro-do-sul/>. Acesso em: 21 jun. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Produção Agrícola - Lavoura Temporária.** [S. l.], 2020. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pesquisa/14/0?localidade2=12>. Acesso em: 22 jun. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Censo Agropecuário 2017.** Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-agropecuario/censo-agropecuario-2017#caracteristicas-estabelecimentos>. Acesso em: 10 jul. 2022.

LOPES, Rosana Rezende; CARVALHO, Adriano Dias de. O Cooperativismo Como Oportunidade De Negócios Na Comercialização Do Produto Agrícola. **Mobilizar o conhecimento para alimentar o Brasil**. [S. l.], 2018. Disponível em: <https://agbbauru.org.br/publicacoes/Mobilizar2018/pdf/39-Mobilizar.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2022.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. 5^a. ed. rev. e aum. São Paulo: Atlas S.A, 2002.

MARTINS, Williane Maria de Oliveira. **Hortaliças na feira de agricultura familiar do Vale do Juruá, Acre: produção, comercialização e aspectos socioeconômicos**. [S. l.], 2020. Disponível em: <http://cadernos.aba-agroecologia.org.br/cadernos/article/view/2905/2568>. Acesso em: 15 fev. 2022.

MARTINS, Liliane *et al.* **Produção e comercialização da castanha do brasil (bertholletia excelsa, h.b.k) no estado do acre- brasil, 1998-2006.**, [S. l.], p. 01-14, 20 jul. 2008. Disponível em: <https://ageconsearch.umn.edu/record/109795/>. Acesso em: 15 fev. 2022.

REGO, João. **O Acre existe - municípios**. [S. l.], 3 jan. 2016. Disponível em: <https://www.joaorego.net.br/2016/01/o-acre-existe-municipios.html>. Acesso em: 15 jun. 2022.

SILVA, Sheila Maria Palza. **Estado e políticas públicas no mercado de castanha-do-brasil no Estado do Acre: uma análise pela abordagem do desenvolvimento local**. [S. l.], 7 mar. 2015. Disponível em: <https://revistaideias.ufrj.br/ojs/index.php/ideias/article/view/61>. Acesso em: 15 fev. 2022.

SIVIERO, Amauri *et al.* **Produção e comércio da farinha de mandioca de Cruzeiro do Sul, Acre**. [S. l.], 2012. Disponível em: <https://www.alice.cnptia.embrapa.br/alice/bitstream/doc/927245/1/24300.pdf>. Acesso em: 16 fev. 2022.

SOUZA, Luciano da Silva; FIALHO, Josefino de Freitas. Cultivo da Mandioca para a Região do Cerrado. **Mercado e Comercialização**, EMBRAPA, jan. 2003.

UENO, Vanessa Ayumi *et al.* Estratégias de comercialização da agricultura familiar: estudos de caso em assentamentos rurais do estado de São Paulo. **Embrapa Meio Ambiente**, [s. l.], 2016. Disponível em: <https://www.alice.cnptia.embrapa.br/alice/bitstream/doc/1065665/1/2016AA50.pdf>. Acesso em: 3 jul. 2022.

VELTHEM, Lucia Hussak Van; KATZ, Esther. A ‘farinha especial’: fabricação e percepção de um produto da agricultura familiar no vale do rio Juruá, Acre. **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas**, v. 7, n. 2, p. 435-456, maio-ago. 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/bgoeldi/a/sZ83pJCxQkL97nFqQnBPwxG/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 16 fev. 2022.

Apêndice

Entrevista aplicada aos entrevistados

Dados do entrevistado:

Escolaridade:

Relação com a Central Juruá: (Cooperado de uma singular, gestor, técnico)

Idade:

Perguntas para cooperados e dirigentes das singulares e da Central

1. Você sabia que a sua cooperativa singular é filiada à Central Juruá?
2. Por que você escolheu participar da Central Juruá?
3. Há quanto tempo você trabalha com a Farinha de Mandioca?
4. Tem dificuldades durante o processo de produção da farinha? Quais?
5. Você conta com o apoio da sua família ou funcionários para produzir a farinha?
6. A maior parte da sua produção, é entregue para a cooperativa ou é vendida diretamente no mercado?
7. Como a cooperativa e/ou a Central ajudam você na comercialização da Farinha de mandioca?
8. Na sua opinião, há algo que pode melhorar na Central para comercialização da farinha?

Perguntas para público externo da Central (Sebrae)

1. Qual a sua relação com a Central Juruá?
2. Na sua opinião os delegados se envolvem com a Central Juruá ativamente? Se não, por quê?
3. Você encontra os produtos da Central Juruá no mercado interno?
4. Há políticas públicas voltadas para o incentivo à comercialização da farinha de mandioca de Cruzeiro do Sul?
5. Na sua visão como técnico/funcionário, há algo que precisa melhorar dentro da Central para aumentar a comercialização? O quê?