

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA

LARISSA VIVIAN GONÇALVES

**FIDELIZAÇÃO DO CONSUMO E APORTES FINANCEIROS: ANÁLISE DA
REDE AGROECOLÓGICA RAÍZES DA MATA DE ABRIL/2023 A
AGOSTO/2025.**

VIÇOSA – MINAS GERAIS

2025

LARISSA VIVIAN GONÇALVES

**FIDELIZAÇÃO DO CONSUMO E APORTES FINANCEIROS: ANÁLISE DA
REDE AGROECOLÓGICA RAÍZES DA MATA DE ABRIL/2023 A
AGOSTO/2025.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Federal de Viçosa, como parte das
exigências para a obtenção do título de Bacharela em
Cooperativismo.

Orientadora: Bianca Aparecida Lima Costa

VIÇOSA – MINAS GERAIS

2025

LARISSA VIVIAN GONÇALVES

**FIDELIZAÇÃO DO CONSUMO E APORTES FINANCEIROS: ANÁLISE DA
REDE AGROECOLÓGICA RAÍZES DA MATA DE ABRIL/2023 A
AGOSTO/2025.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Federal de Viçosa, como parte das
exigências para a obtenção do título de Bacharela em
Cooperativismo.

Larissa Vivian Gonçalves
Autora

Bianca Aparecida Lima Costa
Orientadora

RESUMO

O presente estudo teve como objetivo geral sistematizar os dados de consumo e de aportes financeiros das famílias participantes da Rede Agroecológica Raízes da Mata, no período de abril de 2023 a agosto de 2025, buscando identificar padrões de compra, compreender a dinâmica dos aportes e analisar sua contribuição para a viabilidade econômica da rede. Especificamente, buscou-se: (a) caracterizar o funcionamento da Rede Raízes da Mata; (b) mapear o consumo dos produtos comercializados, identificando os itens mais frequentes; e (c) analisar os aportes financeiros realizados pelas famílias, observando sua regularidade e evolução ao longo do período estudado. A pesquisa adotou abordagem quali-quantitativa, de caráter exploratório e descritivo, estruturada como estudo de caso. Os dados quantitativos foram obtidos a partir da planilha interna de controle de retiradas e aportes da Rede, sendo organizados, categorizados e analisados por meio de estatística descritiva. As informações qualitativas foram coletadas por meio de reuniões e conversas com colaboradores da Rede, permitindo compreender os processos de gestão e identificar aspectos que não foram possíveis serem observados pelos registros numéricos. Os principais resultados demonstram que, no período analisado, foram contabilizados 650 registros de consumo, dos quais 64,6% correspondem a produtos não orgânicos e 35,4% a produtos orgânicos. Embora os itens essenciais da cesta básica apresentem maior frequência de saída, destaca-se a diversificação dos produtos comercializados e a presença crescente de itens orgânicos entre algumas famílias. No que se refere aos aportes, apenas 18,8% das 188 famílias cadastradas realizaram contribuições financeiras, apresentando padrões distintos de regularidade. Observou-se que a maioria manteve número reduzido de aportes, enquanto um grupo menor apresentou constância e valores médios mais elevados. Os saldos anuais revelaram maior predominância de resultados positivos em 2024 e no período inicial de 2025, indicando maior equilíbrio financeiro e renovação dos aportes. De modo geral, os resultados evidenciam que a análise dos aportes financeiros permite compreender o comportamento de consumo das famílias e reforça a relevância dessa estratégia para o capital de giro e a organização interna da Rede. O estudo contribui ainda para a discussão sobre circuitos curtos de comercialização e práticas solidárias que fortalecem a agricultura familiar agroecológica.

Palavras-chave: Agroecologia; Circuitos Curtos; Economia Solidária; Aportes Financeiros.

DEDICATÓRIA

*Aos sonhos que resistiram aos dias
difíceis, à coragem que me guiou quando
o caminho parecia incerto,
e à fé que manteve viva a chama da
esperança.*

*A todos que estiveram ao meu lado nos
momentos difíceis, e, principalmente, à
minha mãe, que com sua coragem e
dedicação me inspirou a nunca desistir.
Meu maior sonho sempre foi retribuir
tudo que ela fez por mim, e este trabalho
é parte dessa realização.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por toda força. Se estou aqui, é porque Ele nunca me deixou desistir e sempre me mostrou que tudo tem seu tempo.

À minha orientadora Bianca por aceitar o meu pedido e por toda orientação.

À minha mãe, minha maior inspiração. Mulher forte, guerreira e batalhadora, se a senhora se visse como eu te vejo saberia o quanto é especial. Tudo que sou, devo à senhora.

À minha família, agradeço pelo apoio, pelas brincadeiras que aliviaram o peso dos dias difíceis e por sempre torcerem por mim. Vocês são parte da minha história.

Ao meu namorado Victor, que foi colo nos momentos de cansaço e sorriso nos dias de alegria, serei sempre grata por todo apoio que você me deu.

Estendo meus agradecimentos à sua família, que me abraçou como filha, obrigada por serem parte dessa conquista.

Aos meus amigos, agradeço por cada sorriso, cada palavra de apoio e cada momento compartilhado. Vocês deixaram essa jornada mais leve e especial.

A todos que fizeram parte da minha vida acadêmica, meus mais sinceros agradecimentos por todo apoio durante esses anos de estudo e aprendizado.

Não poderia deixar de agradecer a minha grande amiga Nayara, que sempre esteve comigo, você é meu maior exemplo a quem eu me espelho todos os dias, obrigado por me motivar, ser minha conselheira, meu ombro amigo e minha irmã de fé.

A Mariana, Nina e Pedro por não medir esforços para me ajudar nessa reta final. Vocês foram à luz em meio à escuridão.

Às companheiras do quarto 722, Nayara, Michele, Fernanda e a agregada Priscila, obrigada pelo acolhimento e pelo companheirismo.

Meu muito obrigado a cada um que, de alguma forma, contribuiu para esta vitória.

Lista de Figuras

Figura 1 – Gráfico Distribuição das famílias segundo a frequência de aportes (abril/2023-ago/2025)	33
Figura 2 – Saldos dos aportes do ano de 2023	34
Figura 3 – Saldos dos aportes do ano de 2024	35
Figura 4 – Saldos dos aportes do ano de 2025	36

Lista de Tabelas

Tabela 1- Controle de saída de produtos.....	27
Tabela 2 – Distribuição dos produtos orgânicos e não orgânicos por família e quantidade de aportes.....	30
Tabela 3 – Evolução dos aportes das famílias entre 2023 e 2025 (em R\$)	37

Lista de Siglas e Abreviaturas

ABA – Associação Brasileira de Agroecologia

AS-PTA – Assessoria e Serviços a Projetos em Agricultura Sustentável

CCCs – Circuitos Curtos de Comercialização

CCCR – Circuitos Curtos de Comercialização e Relacionamento

CES – Circuito Econômico Solidário

CTA-ZM – Centro de Tecnologias Alternativas da Zona da Mata

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ITCP/UFV – Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade Federal de Viçosa

MAPA – Ministério da Agricultura e Pecuária

MST – Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra

OCS – Organização de Controle Social

SPG – Sistema Participativo de Garantia

UFV – Universidade Federal de Viçosa

Sumário

1 INTRODUÇÃO.....	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	11
2.1 Economia Solidária, Agroecologia e Circuitos Curtos de Comercialização.....	11
2.2 Rede Agroecológica Raízes da Mata.....	17
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	21
3.1. Abordagens.....	21
3.2 Fonte e Coleta de dados.....	22
3.3 Tratamento e análise dos dados quantitativos e qualitativos.....	23
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	25
4.1 Caracterização do Rede Raízes da Mata.....	25
4.2 Mapeamento dos Produtos Comercializados.....	26
4.3 Produtos orgânicos.....	30
4.4 Análise dos Aportes Financeiros das Famílias Participantes.....	36
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	38
REFERÊNCIAS.....	41

1 INTRODUÇÃO

A promoção de Circuitos Curtos de Comercialização (CCC) vem ganhando relevância no contexto de fortalecimento da Agricultura Familiar e da produção e do consumo de alimentos saudáveis (referência). É neste cenário que o empreendimento Rede Agroecológica Raízes da Mata surge em 2011. A iniciativa busca estimular a organização da produção e da comercialização dos produtos agroecológicos, fortalecer a gestão compartilhada, promover o intercâmbio agroecológico e a valorização do sistema produtivo familiar, além de promover um contato maior entre agricultor e consumidor. Sua formação heterogênea possibilita a configuração de um espaço de interação entre as diferentes pessoas que buscam alternativas sustentáveis de produção, consumo e desenvolvimento local (Raízes Da Mata, 2022).

Ao longo de suas atividades, foram inúmeros arranjos para viabilizar a distribuição da produção. Atualmente, famílias com consumo fidelizado são convidadas a aportarem recurso antecipado com vistas a descontarem seu saldo em retiradas ao longo do mês. Esse acordo funciona como uma carteira virtual onde o valor reunido pode ser utilizado como capital de giro que dá viabilidade ao abastecimento e à oferta.

Embora essa estratégia de viabilizar as atividades da Raízes da Mata seja importante atualmente, ainda não existe uma pesquisa aprofundada, que sistematize os dados de consumo das famílias e os dados de valor e frequência de aportes. Assim, o estudo desses dados pode contribuir para identificar o perfil de compras das famílias e apresentar a quantidade de produtos vendidos, destacando quais foram os mais procurados. Nesse contexto, o estudo busca responder a seguinte pergunta de pesquisa: Como a análise dos aportes financeiros e do consumo das famílias participantes da Rede Agroecológica Raízes da Mata pode contribuir para a sua viabilidade econômica?

Diante do exposto, o referido trabalho tem como objetivo geral sistematizar os dados de consumo e de aporte financeiro das famílias participantes do empreendimento Rede Agroecológica Raízes da Mata, no período de abril de 2023 a agosto de 2025, a fim de identificar padrões de compra e contribuir para o planejamento do abastecimento dos produtos. E como objetivos específicos: a) Caracterizar a Rede Agroecológica Raízes da Mata b) Mapear o consumo dos produtos comercializados, identificando os mais vendidos; c) Analisar os aportes e a movimentação financeira realizada pelas famílias, verificando padrões de recarga.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Gestão Coletiva, Economia Solidária, Agroecologia, Circuitos Curtos de Comercialização e Consumo Responsável

A gestão coletiva desempenha um papel fundamental, uma vez que promove a autonomia dos produtores e fortalece os laços entre os atores da rede, sejam eles agricultores, consumidores ou organizações comunitárias. Almeida *et al.*, (2021 p.164), destacam que "a gestão coletiva proporciona ainda autonomia e independência, sendo que a maior parte do valor do alimento produzido pelos produtores fica com os atores da rede e não com atravessadores de fora do processo".

No meio rural, as organizações coletivas se consolidam como estratégias essenciais de resistência e sobrevivência das comunidades camponesas. Tais iniciativas fortalecem a autonomia econômica dos agricultores e amplia sua participação social e política (Schmitt; Tygel, 2009). Nesse contexto, várias experiências vão além do mercado: representam práticas solidárias que sustentam vínculos de reciprocidade, contrapondo-se à lógica concentradora do agronegócio e das cadeias globais de alimentos.

De acordo com Silva *et al.*, (2025) e Vieira e Dias (2022), a economia solidária se fundamenta na cooperação, na reciprocidade e na autogestão, priorizando o bem-estar coletivo e a inclusão social. Esse modelo valoriza o trabalho compartilhado e fortalece o protagonismo de grupos historicamente marginalizados. Para Vieira e Dias (2022), a economia solidária deve ser compreendida como um modelo em constante construção. Diferente da lógica mercantil, busca organizar os processos produtivos que garantam dignidade, inclusão e justiça social.

Neste sentido, Schmitt e Tygel (2009) afirmam que a economia solidária teve sua origem vinculada às práticas de reciprocidade e apoio coletivo, que caracterizam historicamente a vida no campo. Além disso, experiências como circuitos curtos de comercialização, mutirões, bancos comunitários de sementes e empreendimento coletivos, evidenciam que a economia solidária não se trata apenas de uma alternativa econômica, mas de uma reorganização das relações sociais no campo. Ao promover circuitos de produção e consumo mais justos, essas práticas ressignificam o papel da agricultura familiar e reforçam sua capacidade de enfrentar as imposições do mercado capitalista.

Nesse contexto, materializam-se feiras, associações, redes e processos coletivos de decisão. Não se limita à comercialização, mas abrange dimensões políticas e culturais do território. Tais iniciativas ressignificam o uso do espaço agrário, ainda que enfrentem

obstáculos como a ausência de apoio estatal e as desigualdades reforçadas pela modernização da agricultura.

A agroecologia, complementarmente é apresentada como elo entre sustentabilidade ambiental e práticas sociais solidárias. Sua importância reside em propor um modelo produtivo que integra saberes locais e científicos, valorizando a biodiversidade e os modos tradicionais de manejo. Mais que uma técnica, constitui-se em projeto político e cultural, aproximando-se da economia solidária. Ao unir justiça social, conservação ambiental e autonomia produtiva, a agroecologia oferece caminhos para um desenvolvimento rural democrático e sustentável (Schmitt; Tygel, 2009).

Nesse cenário, a agroecologia se consolida como ciência e prática que valoriza o saber local, a diversidade biológica e a sustentabilidade socioambiental, estruturando sistemas agrícolas justos e constituindo uma forma de organização coletiva em que os agricultores encontram meios de reprodução material e fortalecimento político. Assim, mais que práticas de cultivo, a agroecologia é um movimento social que valoriza a diversidade cultural e biológica, promovendo soberania alimentar (Silva *et al.*, 2025).

Assim, a transição agroecológica, embora essencial para a sustentabilidade a longo prazo, traz desafios econômicos significativos para os pequenos produtores. A adoção de práticas que substituem insumos químicos por alternativas mais naturais pode aumentar os custos de produção, sem garantir que os preços dos produtos possam ser elevados para cobrir essas novas despesas. Além disso, muitos desses agricultores enfrentam a ação de atravessadores, que compram sua produção a preços baixos e revendem a valores muito mais altos, desvalorizando o trabalho no campo e comprometendo a renda dos produtores (Santos e Darolt., 2021). Diante disso, essas dificuldades ressaltam a importância de estratégias que equilibrem o preço justo para os consumidores com a viabilidade econômica para os agricultores.

Outrossim, a construção de territórios de resistência baseados na agroecologia e na economia solidária mostra-se indispensável para a sobrevivência da agricultura familiar e para a consolidação de um desenvolvimento mais justo e sustentável (Vieira; Dias, 2022).

Diante disso, as práticas da economia solidária (baseada na autogestão e cooperação) e da agroecologia (fundamentada na sustentabilidade e diversidade de cultivos) formam estratégias de resistência ao modelo hegemônico do agronegócio no Brasil um sistema de produção de larga escala, dependente de agrotóxicos e focado na exportação de commodities. A lógica solidária surge como alternativa às formas de produção voltadas ao lucro e à

concentração fundiária, fortalecidas pela modernização da agricultura (Schmitt; Tygel, 2009). Essa articulação possibilita redes coletivas de produção e comercialização, reduzindo intermediários e fortalecendo circuitos curtos entre produtores e consumidores. Ao mesmo tempo, amplia a autonomia dos agricultores, promove inclusão social, assegura sustentabilidade financeira e valoriza saberes tradicionais. Assim, a união desses conceitos configura-se como um caminho estratégico para consolidar a agricultura sustentável e a justiça social no Brasil (Silva *et al.*, 2025).

Diante dos princípios que orientam a economia solidária e a agroecologia, baseados na cooperação, na autogestão e na valorização dos territórios, torna-se fundamental compreender as formas como estes se materializam nas práticas de produção e consumo. Nesse contexto, os CCC emergem como estratégias que fortalecem o vínculo direto entre produtores e consumidores, promovendo relações econômicas mais justas, Grade e Romão (2021, p.182).

Segundo Miranda *et al.*, (2021), os circuitos curtos de comercialização representam uma estratégia para encurtar a distância física e/ou simbólica entre quem produz e quem consome, gerando relações mais transparentes e fortalecendo economias locais. Essa perspectiva destaca que os CCC vão além dos aspectos econômicos, configurando-se também como espaços de transformação social. Assim, Rover e Darolt (2021) afirmam que:

Os CCC não se caracterizam apenas pelo menor número de intermediários ou ausência destes. Uma questão de menor distância espacial também está relacionada, porém, não existe um consenso em termos de distância máxima para um circuito curto, o que deve ser analisado caso a caso (Rover, Darolt, 2021, p.41).

Essa reflexão amplia o entendimento sobre os CCC, evidenciando que sua definição depende tanto da proximidade social quanto das especificidades territoriais e contextuais de cada experiência. Ou seja, o que caracteriza esse modelo é a proximidade relacional e a construção de vínculos diretos entre os atores envolvidos, e não simplesmente o espaço geográfico. Dessa forma, os CCC surgem como uma alternativa estratégica para comercialização dos produtos, pois ao eliminar ou reduzir a presença de intermediários, esses modelos permitem que os agricultores comercializem diretamente com os consumidores, obtendo uma remuneração mais justa. Além disso, podem fortalecer a economia local, promover a valorização da produção sustentável e oferecer uma saída para o sistema desigual dos atravessadores.

Com a redução dos custos de transação e maior rentabilidade proporcionada pelos circuitos curtos, é possível que os produtores agroecológicos mantenham uma relação de preços justos, tanto para garantir a viabilidade econômica de suas atividades quanto para

atender às demandas dos consumidores por alimentos de qualidade. Com isso, os CCC podem ser fundamentais para equilibrar a sustentabilidade econômica e a acessibilidade dos produtos agroecológicos no mercado, especialmente em um cenário de transição, ou seja, contexto este em que as pessoas estão deixando de consumir alimentos ultraprocessados e investindo em alimentos de origem mais saudáveis oferecidos pelos agricultores familiares (Oliveira, 2023).

No mais, faz-se pertinente dizer que CCC representam uma possibilidade de aumento da autonomia, diante do mercado dominados por intermediários e grandes operadores comerciais. Nesse modelo, os agricultores têm a oportunidade de assumir um papel mais ativo, não apenas como fornecedores, mas como agentes que participam diretamente da construção de novos arranjos comerciais. Essa mudança possibilita maior controle sobre o processo de comercialização, promovendo relações mais justas e transparentes (Silva *et al.*, 2017). Além disso, Gelbck, Silva e Rover (2021, p. 79) afirmam que:

A interação direta dos agricultores com o mercado e a organização em rede e o processo de reflexão e de construção coletiva com relação ao comércio permitem que os dispositivos dos processos comerciais sejam dominados pelos agricultores, se diferenciando dos sistemas hegemônicos, em que tais dispositivos são geralmente apropriados pelos operadores comerciais.

Experiências práticas de circuitos curtos reforçam o papel desses arranjos na dinamização das economias locais e na promoção de relações de confiança entre produtores e consumidores. Um estudo comparativo realizado nas cidades de Viçosa (MG, Brasil) e Córdoba (Andaluzia, Espanha) analisou duas experiências de circuitos curtos. O trabalho destaca que tais iniciativas vão além da simples comercialização de produtos, pois contribuem para o desenvolvimento local, para a construção de novos padrões de qualidade alimentar e a participação coletiva (Costa; Padila, 2024).

Todavia, essa dinâmica coloca os agricultores no centro do processo decisório, permitindo que eles desenvolvam estratégias que atendam melhor às suas necessidades e às expectativas dos consumidores. Ao construir estratégias frente aos modelos hegemônicos, os circuitos curtos representam uma alternativa democrática e inclusiva, que valoriza o protagonismo dos agricultores familiares e a conexão direta com o consumidor final (Rover; Pugas, 2021).

Em contrapartida, o sistema agroalimentar convencional, caracterizado por longas cadeias de intermediários, frequentemente resultam em uma desconexão entre produtores e consumidores, além de práticas que desvalorizam os pequenos agricultores. Em contraste, os CCC surgem como uma alternativa que aproxima esses dois atores, promovendo relações

mais justas e transparentes. Assim, novas iniciativas têm se destacado como formas de fortalecer esse modelo (Freitas; Nascimento; Costa, 2025). Com isso, os CCC podem ser fundamentais para equilibrar a sustentabilidade econômica e a acessibilidade dos produtos agroecológicos no mercado.

Desta forma, os grupos de consumo responsável atuam como mediadores de uma transformação cultural e econômica, incentivando práticas sustentáveis e fortalecendo a economia local. Além de aproximarem consumidores conscientes de produtores comprometidos com a agroecologia, eles promovem a distribuição justa de valor ao longo da cadeia produtiva. Essa consolidação reflete um movimento crescente em busca de sistemas alimentares mais inclusivos, sustentáveis e resilientes, desafiando as dinâmicas hegemônicas do agronegócio globalizado (Darolt; Rover, 2021). Nesse contexto, os CCC começam a ganhar maior visibilidade, como destacam Darolt e Rover (2021, p. 33):

A partir da modernização e industrialização da agricultura, acompanhadas da globalização e hegemonia de circuitos longos de comercialização de alimentos, a crise de confiança dos consumidores e a virada para a qualidade têm estimulado os CCC, que ganham crescente visibilidade.

Nos últimos anos, tem-se observado um movimento significativo de transição para práticas produtivas agroecológicas, refletindo um compromisso crescente com a sustentabilidade. Essa transformação está alinhada com os esforços de pequenos produtores que buscam conciliar a preservação ambiental com a geração de renda, fortalecendo as bases para um desenvolvimento rural mais inclusivo e resiliente (Darolt; Rover, 2021). Outrossim, podemos perceber o quanto os CCC estão relacionados com a agroecologia, pois ambos valorizam a produção local, o consumo consciente e a participação dos agricultores familiares que assumem um papel fundamental na oferta de produtos mais sustentáveis. Nesse sentido, Darolt e Rover (2021, p. 29-30) explicam que:

Quando falamos em CCC e agroecologia, observamos que um dos pontos em comum é que a maioria dos agricultores se enquadram na categoria da agricultura familiar, estando na fase de transição agroecológica ou certificados como orgânicos. Um dos pilares de sustentação desta categoria é a mão de obra familiar, que já possui uma carga de trabalho intensa e é cada vez mais exigida a desempenhar novas competências (produção, transformação e comercialização) ou cooperar com outros agricultores para apresentar bem o produto, agregar valor, organizar uma logística eficiente, entregar o produto com qualidade, frescor e rapidez.

Tal dinâmica evidencia que, nos CCC, os valores econômicos, sociais e ecológicos são redistribuídos de maneira mais equitativa entre os envolvidos. A ausência ou a redução de

intermediários permite que os agricultores recebam uma remuneração mais justa pelo seu trabalho, ao mesmo tempo em que os consumidores têm acesso a alimentos de maior qualidade e com rastreabilidade garantida. Com isso, a gestão coletiva pode minimizar os custos transacionais típicos dos mercados convencionais, como o transporte e o armazenamento, contribuindo para um sistema mais sustentável e eficiente, além de melhores condições para comercialização dos produtos (Darolt, Rover, 2021). Além disso, os CCC criam um espaço para inovações sociais e comerciais, como o desenvolvimento de estratégias colaborativas e de canais de comunicação que reforcem a identidade regional e o vínculo entre produtores e consumidores (Gelbcke, Silva e Rover, 2021).

No entanto, apesar de identificarmos potencialidades nos CCC, também se observam barreiras que dificultam sua expansão e consolidação, especialmente em contextos agroecológicos, onde os produtores, muitas vezes, possuem menor escala de produção e menor acesso a tecnologias de logística avançada. A alta complexidade logística reflete a necessidade de lidar com múltiplas etapas operacionais, desde o transporte dos produtos até os pontos de venda, passando por exigências de regulamentação e normas de rotulagem e embalagem específicas para produtos agroecológicos (Freitas; Nascimento; Costa, 2025). Além disso, "a comercialização e logística apresenta alta complexidade e burocracia com relação ao transporte, comercialização, rotulagem, embalagem, custos altos de combustível, pedágios, impostos" (Almeida *et al.*, 2021, p.167).

Neste sentido, os custos elevados de transporte, incluindo combustível, pedágios e manutenção de veículos, podem aumentar significativamente os preços finais dos produtos ou reduzir as margens de lucro dos agricultores. Em termos fiscais, os impostos e as taxas associadas às operações comerciais também constituem um desafio, especialmente para pequenos produtores que não possuem isenções ou incentivos específicos (Santos *et al.*, 2019). Rover e Darolt (2021, p. 40), ainda destacam que “a logística de entrega de pequenos volumes acaba sendo mais pulverizada e isso pode ser mais caro, o que exige estudos e identificação de boas práticas que visam a otimização das logísticas voltadas à comercialização em CCC.”

Assim, considerando os desafios e potencialidades apresentados, é possível observar como algumas experiências locais têm buscado efetivar esses princípios em práticas concretas. Entre elas, destaca-se a Rede Raízes da Mata, que atua como um espaço de articulação entre agricultores, consumidores e instituições, promovendo a comercialização de produtos agroecológicos por meio de circuitos curtos e de uma gestão coletiva baseada na cooperação e na valorização territorial.

O Instituto Kairós (2013) destaca que o consumo responsável vai além da simples compra de um produto, pois envolve compreender as implicações sociais, econômicas e ambientais do ato de consumir. Ao afirmar que “produto e preço justo não são sinônimos”, o autor reforça que o consumo responsável busca não apenas adquirir bens, mas apoiar relações de comércio mais éticas, valorizando processos de produção sustentáveis e relações justas entre produtores e consumidores. Esse entendimento amplia a noção de consumo, tirando o foco exclusivo do preço e colocando em evidência a justiça social e o impacto das escolhas cotidianas.

Outrossim, “o ‘consumo responsável’, por sua vez, é uma abordagem que busca problematizar os atuais padrões de produção e consumo de forma a orientar as escolhas de consumo como um ato político, na medida em que tem a capacidade de contribuir para a transformação social ou favorecer a manutenção das dinâmicas sociais vigentes.” (INSTITUTO KAIROS, 2013, p. 103). Ao afirmar que o consumo é um ato político, o texto evidencia que cada escolha de compra apoia ou questiona modelos econômicos e sociais. Assim, o consumidor deixa de ser passivo e passa a exercer um papel de agente transformador, contribuindo para a construção de práticas mais justas, solidárias e sustentáveis. A ideia central é que o consumo não é neutro: ele reproduz ou transforma as dinâmicas sociais existentes.

Ademais, “o consumo responsável consiste no processo de reflexão sobre as consequências sociais, econômicas e ambientais das práticas de consumo, considerando que o ato de consumir é capaz de reforçar ou transformar relações existentes na sociedade.” (INSTITUTO KAIROS, 2013, p. 103). Ao destacar que o consumo pode “reforçar ou transformar relações sociais”, o texto ressalta o poder político das escolhas cotidianas. Isso significa que cada decisão de compra pode fortalecer práticas injustas ou, ao contrário, apoiar modelos sustentáveis, solidários e éticos. Assim, o consumo responsável reconhece o consumidor como agente ativo de mudança, capaz de influenciar cadeias produtivas e promover justiça social.

A experiência da Rede Sabores e Saúde¹, semelhante a Raízes da Mata, ilustra como o princípio da solidariedade se expressa, tanto nas relações internas entre agricultores quanto na

¹O artigo de VIEIRA e DIAS (2022) analisa a Rede Sabores e Saúde em Bom Jesus do Itabapoana-RJ como uma iniciativa de resistência ao agronegócio, ancorada na agroecologia e na economia solidária. Os autores destacam a Rede por promover um desenvolvimento territorial rural baseado na solidariedade e em princípios ecológicos, sociais e políticos, contrariando a lógica capitalista dominante. Embora enfrente contradições por estar inserida no contexto de mercado, a solidariedade é fundamental como mecanismo de fortalecimento e oposição (Vieira; Dias, 2022).

aproximação com os consumidores. Da mesma forma, fortalece-se laços comunitários e garante o acesso a alimentos saudáveis. Essa dimensão, além de impulsionar práticas agroecológicas, também revela a tensão entre a lógica contra hegemônica e as exigências impostas pela inserção no mercado (Vieira; Dias, 2022). Com isso, a perspectiva cooperativa, intrínseca a esse processo, oferece alternativas de organização econômica mais equitativas e sustentáveis (Silva *et al.*, 2025).

2.2 Rede Agroecológica Raízes da Mata

O movimento agroecológico na Zona da Mata Mineira emergiu como reação aos efeitos da Revolução Verde, cujo modelo intensificou a dependência de insumos químicos e gerou impactos socioambientais negativos na agricultura local. A partir desse contexto, agricultores, educadores e organizações da região passaram a construir alternativas sustentáveis baseadas na autonomia produtiva e nos princípios da agroecologia (Oliveira *et al.*, 2018). Nesse contexto, a articulação entre sindicatos rurais, organizações do campo, estudantes e professores da Universidade Federal de Viçosa (UFV) possibilitou o surgimento do Centro de Tecnologias Alternativas da Zona da Mata (CTA/ZM), instituição que se tornou referência na promoção de uma agricultura sustentável e socialmente justa. Conforme destacam Cruz *et al.*, (2013, p. 2):

a parceria entre Sindicatos de Trabalhadores Rurais e outras organizações do campo, estudantes e professores/as da Universidade Federal de Viçosa e técnicos/as sensíveis à degradação ambiental e social no campo possibilitou o surgimento do Centro de Tecnologias Alternativas da Zona da Mata - CTA/ZM.

Desde sua criação, o CTA-ZM vem atuando na assistência técnica agroecológica, extensão rural e organização de agricultores, promovendo a valorização dos saberes locais e a autonomia produtiva das famílias rurais. Como resultado, muitas propriedades diversificaram seus agroecossistemas e aumentaram a biodiversidade agrícola, fortalecendo a resiliência produtiva e ambiental. Entretanto, essa diversidade também trouxe novos desafios relacionados à comercialização. De acordo com Cruz *et al.*, (2013, p. 2), “com os trabalhos do CTA-ZM, muitas famílias agricultoras incrementaram a biodiversidade nos agroecossistemas e a diversidade produtiva das propriedades [...], trazendo um desafio para o escoamento e comercialização”.

A partir dessa necessidade, surgiu em 2011 a Rede Agroecológica Raízes da Mata, uma iniciativa coletiva voltada à realocação dos sistemas alimentares e à criação de

circuitos curtos de comercialização (CCC). Arantes *et al.* (2018) destacam que a Rede Raízes da Mata foi criada em Viçosa-MG com o objetivo de aproximar produtores agroecológicos e consumidores, favorecendo a comercialização direta de produtos agroecológicos. Essa rede foi idealizada por grupos de agroecologia e extensão da UFV em parceria com o CTA-ZM, o Movimento dos trabalhadores rurais sem-terra (MST) da região e a Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCP/UFV). Conforme registrado no estudo de Cruz *et al.*, (2013, p. 2), “a alternativa encontrada foi realocar-se.” A experiência consolidou-se como um modelo de integração entre produtores e consumidores, baseado em princípios éticos e socioambientais (referência). A partir do diálogo coletivo entre agricultores e a equipe gestora, foram definidos os valores que norteiam o funcionamento da Rede: “Agroecologia; Economia Solidária; Prosumo²; Gestão compartilhada; Ritmo; e Transparência” (Cruz *et al.*, 2013, p. 2). Esses princípios evidenciam o compromisso com uma economia mais justa e participativa, na qual o consumo é visto como ato político e a gestão ocorre de forma colaborativa.

Além da comercialização, a Rede promove intercâmbios agroecológicos nas propriedades participantes, com o objetivo de fortalecer as relações de confiança e estimular o aprendizado mútuo entre agricultores e consumidores (referência). Tais encontros são inspirados na metodologia “Camponês a Camponês”, que valoriza a troca de saberes e a construção coletiva do conhecimento (metodologia de quem? Tem que trazer a referência!). De acordo com Cruz *et al.*, (2013, p. 2), “trata-se de uma estratégia coletiva de construção da agroecologia na região, baseada na metodologia ‘Camponês a Camponês’.

Os resultados alcançados pela Rede Agroecológica Raízes da Mata demonstram seu papel transformador nos territórios rurais da Zona da Mata mineira. A rede promoveu uma reaproximação entre produção e consumo, estimulando o fortalecimento dos sistemas produtivos familiares e a permanência dos agricultores no campo. Conforme destaca o relatório da experiência, “a Rede Raízes da Mata sinaliza um movimento significativo de realocação dos sistemas agroalimentares [...], fortalecendo os sistemas produtivos familiares e o vínculo do camponês com a natureza” (Cruz *et al.*, 2013, p. 3). Dessa forma, a Rede se consolida como um espaço de valorização da agricultura familiar agroecológica e da economia solidária, conectando práticas sustentáveis de produção a novas formas de comercialização e consumo baseadas na confiança, na justiça e na cooperação.

² Prosumo se refere a “proporcionar a integração de produtores/as e consumidores/as em relações solidárias e promover o consumo pró-ativo, consciente e a produção responsável” (Cruz *et al.*, 2013, p.2)

A Rede Raízes da Mata busca facilitar o acesso à alimentação saudável e transformar o consumidor em "prossumidor" (produtor-consumidor). O empreendimento atua como uma ponte entre famílias da agricultura familiar e consumidores, promovendo um modelo de comercialização baseado na agroecologia, economia solidária, gestão compartilhada e transparência. Seu impacto é reconhecido pelo encurtamento da cadeia de produção-consumo e por ser referência no Polo Agroecológico da Zona da Mata (Cruz *et al.*, 2013).

Assim, a Rede Raízes da Mata emerge como uma iniciativa voltada à valorização e fortalecimento da agricultura familiar agroecológica, articulando produtores e consumidores em torno dos princípios de sustentabilidade e solidariedade. Conforme Santos (2018):

Raízes da Mata surge com o intuito de escoar alimentos da agricultura familiar agroecológica, na época como uma demanda do Movimento Sem Terra (MST) na figura do assentamento Olga Benário, por outro lado havia também a demanda de consumidores/as que desejavam aquisição de alimentos agroecológicos e não possuíam pontos de Referências, a Rede se configura como uma ponte entre estes atores (Santos, 2018, p.2).

A Rede também inovou ao se cadastrar como Organização de Controle Social (OCS)³ junto ao Ministério da Agricultura (MAPA), em 2018, e realizou no período, a entrega de cestas semanais em domicílio, utilizando um sistema de pedidos via Google Forms e comunicação por WhatsApp (Agroecologia em Rede, 2020). Dentro deste contexto, Cruz *et al.* (2013) definem a rede como uma organização coletiva de compras ("prossumidores/as") baseada em vários princípios como gestão compartilhada e economia solidária, que oferecia um leque bastante variado de produtos (cerca de 180 produtos de 7 famílias produtoras, segundo Cruz *et al.*, 2013). Atualmente, as famílias consumidoras são convidadas a fazer um aporte financeiro antecipado para realizar seu consumo mensal. A cada retirada o valor correspondente aos produtos consumidos é descontado no saldo positivo do aporte. Quando as retiradas excedem o valor disponível o registro fica negativo até a realização de uma nova recarga. Existe um controle interno que atualiza os consumidores sobre o saldo da sua carteira digital. Esse modelo de gestão é uma estratégia para gerar capital de giro para o abastecimento e composição da oferta.

Assim, a experiência da Rede Raízes da Mata evidencia o potencial dos Circuitos Curtos de Comercialização na promoção da autonomia dos agricultores e na valorização da

³ "OCS é uma organização formal ou informal composta por famílias agricultoras, técnicos/as de organizações de apoio e consumidores/as que realiza o controle social como forma de garantir a qualidade da produção orgânica, a partir da organização dos próprios agricultores." (Machado *et al.*, 2017)

agroecologia no contexto regional do Estado de Minas Gerais. No entanto, é importante identificar como estes circuitos se apresentam no território brasileiro, observando outras experiências desenvolvidas em diferentes contextos socioespaciais do país.

No contexto do Musatto e Saquet (2019) apresentam as experiências de comercialização solidária e feiras agroecológicas nos municípios da região dos Campos Gerais e do Centro-Sul. Para os autores, essas iniciativas têm fortalecido a agricultura familiar, aproximando produtores e consumidores e promovendo a circulação de alimentos com identidade territorial. O trabalho destaca que os circuitos curtos locais têm contribuído para o desenvolvimento regional ao estimular práticas sustentáveis e relações de confiança entre os atores sociais envolvidos. Para os autores supracitados:

São produtores/as que refletem sobre suas funções sociais e a importância da produção de alimentos, aproveitando as feiras também para reproduzir contatos, diálogos e amizades com os consumidores, aspecto também praticado, ao que parece, nas reuniões das associações de agricultores e dos sindicatos dos quais fazem parte. As feiras, portanto, são territórios de existência cotidiana, com territorialidades político-econômicas e afetivas, para os/as agricultores/as e consumidores/as, numa espacialidade ampliada [...] (Musatto; Saquet, 2019, p. 96).

Dessa forma, é importante ressaltar que os circuitos curtos locais vão além da dimensão econômica, constituindo-se como espaços de convivência e construção de vínculos sociais que reforçam a identidade e o pertencimento dos agricultores.

No nordeste brasileiro, Silva *et al.* (2017), abordam experiências localizadas em assentamentos rurais e comunidades do semiárido, onde os circuitos curtos estão associados à convivência com o clima e à valorização da identidade camponesa. O estudo ressalta que a comercialização nesses territórios vai além do aspecto econômico, envolvendo dimensões culturais, ambientais e sociais, que fortalecem a permanência das famílias no campo. Os autores ainda destacam que:

A troca de experiências entre consumidores e produtores, bem como entre produtores permitem o acesso a outras formas de conhecimento, o que pode proporcionar o aumento da produção, aumentando a renda e gerando alternativas para o abastecimento local. A feira representa uma alternativa para o desenvolvimento local e regional, contribuindo com a variedade e a melhoria na oferta de alimentos à população urbana (Silva, 2017, p.12).

Esses estudos, apesar de se referirem a realidades territoriais distintas, convergem ao demonstrar que os circuitos curtos de comercialização no Brasil constituem estratégias fundamentais para o fortalecimento da agricultura familiar e para a construção de sistemas

alimentares mais justos e sustentáveis. Além de promoverem a autonomia econômica dos agricultores, essas iniciativas valorizam o saber local, a identidade cultural e o vínculo comunitário, configurando-se como importantes instrumentos de resistência e inovação no campo da agroecologia. Além disso, essas iniciativas revelam que a adoção dos circuitos curtos não segue um modelo único, mas resulta da interação entre as condições locais, os arranjos institucionais e as práticas socioculturais de cada território.

Com isso, “o consumo responsável propõe uma mudança na forma de consumir, buscando refletir sobre as consequências socioambientais das escolhas cotidianas e valorizando relações de produção mais justas e solidárias.” (INSTITUTO KAIRÓS, 2013, p. 3). Ao destacar a necessidade de considerar as consequências socioambientais, o texto reforça que consumir é também um ato político, capaz de fortalecer práticas sustentáveis e promover relações mais equitativas entre produtores e consumidores. Dessa forma, o consumo responsável orienta o indivíduo a pensar no coletivo e no futuro, contribuindo para a transformação de padrões de produção e comercialização.

Além disso, “as redes alimentares alternativas podem contribuir para a transição para sistemas de produção e consumo mais sustentáveis, ao promover aproximação entre produtores e consumidores e fortalecer valores como confiança, ética e solidariedade.” (PEREZ; BACCARIN; CRUZ, 2016, p. 3). A aproximação entre produtor e consumidor favorece uma consciência ampliada sobre a origem dos alimentos, os métodos produtivos e os efeitos sociais e ambientais do consumo. Assim, o consumo responsável se consolida não apenas como um hábito individual, mas como prática social que fortalece sistemas alimentares sustentáveis e redes solidárias de produção e abastecimento.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1. Abordagens

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa de natureza quali-quantitativa, de caráter exploratório e descritivo, baseada em um estudo de caso do empreendimento Rede Agroecológica Raízes da Mata. Adotou-se uma abordagem mista, combinando procedimentos quantitativos e qualitativos, com o objetivo de sistematizar e analisar os dados referentes ao

consumo e aos aportes financeiros das famílias consumidoras dos produtos de origem agroecológica e ou solidária comercializados com o apoio da Raízes da Mata, no período compreendido entre abril de 2023 e agosto de 2025. De acordo com Santos *et al.*, (2017, p. 8),

A pesquisa de métodos mistos visa à convergência entre o qualitativo e o quantitativo, o pluralismo paradigmático, assim, uma resposta mais ampliada ao problema ou fenômeno em investigação. Para tanto, é fundamental para a qualidade do estudo de método misto a atribuição do peso desejado para os dados qualitativos e quantitativos e o uso de técnicas para a mixagem dos dados.

Nesse sentido, a presente pesquisa utilizou-se de instrumentos de coleta de dados tanto quantitativos, por meio da análise de registros e planilhas financeiras referentes ao consumo das famílias consumidoras, quanto qualitativos, por meio de reuniões realizadas junto aos colaboradores da Rede Raízes da Mata. A combinação desses procedimentos permitiu compreender não apenas os aspectos numéricos relacionados ao fluxo financeiro, mas também as motivações, percepções e práticas sociais envolvidas no processo de distribuição dos alimentos agroecológicos. Assim, o método misto possibilitou uma interpretação mais abrangente do fenômeno, articulando dados empíricos e dimensões subjetivas, conforme orientam Santos *et al.* (2017).

No que se refere ao estudo de caso, este é definido por (Yin, 2001, p.33) como “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”. No presente trabalho, essa definição se aplica por tratar-se de uma análise detalhada da experiência da Rede Raízes da Mata, observando suas dinâmicas internas, processos de gestão e relações entre consumidores. Além de caracterizar-se como um estudo de caso, esta pesquisa também assume caráter exploratório e descritivo, conforme a classificação proposta por Gil (2002). Segundo o autor,

As pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática.[...] Algumas pesquisas descritivas vão além da simples identificação da existência de relações entre variáveis, e pretendem determinar a natureza dessa relação. Nesse caso, tem-se uma pesquisa descritiva que se aproxima da explicativa. Há, porém, pesquisas que, embora definidas como descritivas com base em seus objetivos, acabam servindo mais para proporcionar uma nova visão do problema, o que as aproxima das pesquisas exploratórias (Gil, 2002, p. 42) .

Essa definição dialoga diretamente com os objetivos deste estudo, que busca descrever a estratégia de consumo e de gestão da Rede Raízes da Mata, bem como estabelecer relações entre aspectos econômicos e organizacionais observados ao longo do período analisado. No que se refere à pesquisa exploratória, Gil (2002, p. 41) destaca que

Estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado.

Assim, o caráter exploratório manifesta-se nesta pesquisa pela busca de maior compreensão das dinâmicas internas da Rede Raízes da Mata, permitindo identificar padrões, desafios e percepções que poderão subsidiar novas reflexões e hipóteses acerca da organização em circuitos curtos de comercialização de base agroecológica.

3.2 Fonte e Coleta de dados

Os dados quantitativos utilizados nesta pesquisa foram obtidos diretamente a partir dos registros administrativos da Rede Raízes da Mata, correspondentes ao período de abril de 2023 a agosto de 2025. As informações foram extraídas da planilha interna de controle, na qual constam os registros detalhados, por família, do consumo de produtos e de aportes financeiros durante o intervalo analisado.

Essa planilha apresenta, para cada item, a data da retirada, a quantidade e o valor correspondente, possibilitando uma visão sistemática do fluxo de produtos e do comportamento de consumo das 34 famílias participantes. Além disso, foram identificados os consumidores que realizam aportes financeiros regulares à Rede, permitindo o cálculo da média anual de aporte por consumidor e a análise de sua variação ao longo do período estudado.

Esses dados forneceram subsídios para compreender as tendências de compra, a dinâmica de abastecimento e o papel econômico dos aportes na sustentabilidade financeira da Rede Raízes da Mata.

Para complementar os dados quantitativos, foram realizadas reuniões com colaboradores do empreendimento Rede Raízes da Mata, além de consultas sobre o histórico do empreendimento em trabalhos como revistas, publicações e sites. Essa modalidade de reuniões foi pensada para permitir aprofundar a compreensão das práticas de gestão e

comercialização, bem como captar percepções e experiências dos sujeitos diretamente envolvidos nas atividades da Rede.

Assim, as reuniões tiveram como objetivo principal compreender como é efetivado o planejamento do abastecimento, mapear as práticas adotadas, estratégias de controle e desafios enfrentados no cotidiano de gestão, além de confrontar os dados numéricos com a visão da equipe, identificando lacunas e oportunidades de melhoria nos processos internos.

As reuniões realizadas com os participantes da pesquisa foram previamente autorizadas, sendo posteriormente sistematizada e organizadas em anotações detalhadas. As informações obtidas foram organizadas de forma sistemática, possibilitando o aprofundamento da compreensão sobre os processos de organização e gestão da Rede. Esse procedimento permitiu captar não apenas as informações apresentadas, mas também os processos de discussão, construção e negociação de significados entre os membros envolvidos, contribuindo assim para contextualizar e enriquecer a análise dos dados obtidos por outros instrumentos da pesquisa.

3.3 Tratamento e análise dos dados quantitativos e qualitativos

O tratamento e a análise dos dados foram realizados de forma integrada, contemplando as dimensões quantitativa e qualitativa da pesquisa, com o objetivo de obter uma compreensão mais ampla e consistente do fenômeno estudado. Essa integração segue a lógica dos métodos mistos, que permitem o cruzamento de informações numéricas e narrativas para aprofundar a interpretação dos resultados. Aqui é importante destacar que os dados analisados se referem exclusivamente às famílias que aderiram ao sistema de aportes mensais da Rede, sendo extraídos dos registros de consumo realizados por essas unidades familiares ao longo do período estudado. Todas as informações foram utilizadas apenas para fins científicos, assegurando a integridade, o sigilo e o respeito aos participantes. Para manter a privacidade dos participantes as famílias não foram identificadas nominalmente, sendo representadas por códigos (F1, F2, F3), de modo a evitar qualquer possibilidade de reconhecimento.

Os dados quantitativos, extraídos da planilha interna da Rede Raízes da Mata, foram organizados e tratados em software de planilhas eletrônicas Microsoft Excel. Inicialmente, procedeu-se à consolidação e limpeza dos dados, com a verificação de registros duplicados, eliminação de inconsistências e padronização dos formatos (datas, unidades e categorias de produtos).

Posteriormente, realizou-se o cálculo da média anual de aporte financeiro por consumidor, bem como a análise por cesta consumida, associando cada retirada ao respectivo item, quantidade e valor. Para aprimorar a análise, os produtos foram agrupados em categorias, de acordo com sua natureza e função no consumo alimentar, classificando-os como produtos essenciais (como arroz, feijão, café e outros itens básicos) e produtos não essenciais (como panificados ou complementares). Essa categorização possibilitou identificar os principais produtos consumidos e compreender a composição típica das cestas de compra das famílias. Os resultados foram apresentados por meio de tabelas, quadros e gráficos, construídos com base em estatística descritiva, considerando medidas de frequência absoluta e relativa. Essa forma de apresentação visou facilitar a visualização e interpretação das informações, destacando a participação percentual dos produtos, a evolução temporal das retiradas e a variação dos aportes financeiros ao longo do período analisado.

Paralelamente, os dados qualitativos, obtidos por meio de reuniões e conversas via WhatsApp com colaboradores da Rede, foram organizados para posteriormente complementar informações dos dados quantitativos ou compreender determinados aspectos referentes ao estudo. Por fim, foi realizada a triangulação entre os dados quantitativos e qualitativos, integrando as evidências numéricas e discursivas para fortalecer a consistência e validade dos resultados, além de permitir a interpretação e cruzamento com os dados quantitativos, ou seja, confrontar informações relatadas nas reuniões com o que foi observado nos registros numéricos para validar achados ou apontar incongruências.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Caracterização do Rede Raízes da Mata

A Rede Agroecológica Raízes da Mata surgiu em 2011, no município de Viçosa (MG), a partir da articulação entre estudantes e professores vinculados aos grupos de agroecologia da UFV. Segundo o relatório elaborado por Cruz (2022), sua constituição contou com o apoio da ITCP-UFV, do CTA-ZM e do MST da região, formando um espaço de construção coletiva orientado pelos princípios da agroecologia, da economia solidária, da gestão compartilhada, do consumo consciente e da transparência.

A estrutura organizativa da Rede é composta por provedores/as, consumidores/as, colaboradores/as, entidades parceiras e um grupo responsável pela gestão. Conforme descrito por Cruz (2022), os provedores/as incluem agricultores/as familiares, grupos de produção coletiva e processadores/as de alimentos, enquanto os consumidores/as se organizam como um grupo ativo que assume o consumo como ato político e solidário.

No que se refere à garantia da qualidade dos alimentos, Cruz (2022) destaca que, em 2018, a Rede já teve cadastro em uma Organização de Controle Social (OCS) junto ao Ministério da Agricultura, assegurando a certificação participativa dos produtos orgânicos das famílias vinculadas ao grupo. A partir dessa experiência, consolidou-se, em 2019, a construção do Sistema Participativo de Garantia (SPG), que institui um modelo de verificação baseado na participação ativa dos envolvidos (referência). Nesse modelo, a conformidade orgânica não é assegurada apenas por documentos ou auditorias externas, mas por meio de visitas técnicas entre agricultores, trocas de saberes, reuniões periódicas e acompanhamento direto das práticas produtivas (referência). A verificação ocorre de forma coletiva e transparente, envolvendo produtores, consumidores e instituições parceiras, reforçando princípios de confiança mútua, corresponsabilidade e controle social sobre os processos produtivos. Assim, a certificação participativa ultrapassa o aspecto burocrático e assume um caráter formativo, territorial e comunitário, fortalecendo a agroecologia enquanto prática e movimento social (referência).

A gestão das ações da Rede é fundamentada no princípio da autogestão, organizando-se a partir de diferentes frentes de trabalho: abastecimento e comercialização, processamento e distribuição, comunicação, certificação agroecológica, gestão financeira e secretaria administrativa. Cruz (2022) ressalta que as decisões são tomadas em assembleias, reuniões e espaços formativos, reforçando o caráter educativo e coletivo da Rede, que busca alinhar prática econômica e formação política.

A partir de 2021, iniciou-se a experiência do Circuito Econômico Solidário (CES), modelo no qual famílias consumidoras realizam aportes financeiros mensais, que se convertem em crédito para aquisição de alimentos no Empório da Rede. Segundo Cruz (2022), parte desses aportes é destinada à formação de um Fundo Rotativo Solidário, operacionalizado por meio da circulação de uma moeda social (pontos), que permite trocas de produtos e serviços entre os participantes. Essa dinâmica fortalece vínculos comunitários, sustentabilidade econômica e autonomia organizativa.

Dessa forma, como afirmam Cruz (2022) e Resende (2020), a Rede Raízes da Mata constitui uma experiência consolidada de circuito curto de comercialização, promovendo o acesso a alimentos saudáveis, o fortalecimento da agricultura familiar, a valorização dos saberes camponeses e a construção de práticas econômicas solidárias que contestam a lógica do agronegócio e das cadeias produtivas convencionais.

Traga suas referências para conversar aqui!

4.2 Mapeamento dos Produtos Comercializados

Durante a análise e nas conversas com membros da Rede, verificou-se que determinados produtos aparecem apenas em anos específicos. Alguns deles foram identificados somente em 2023, não constando nos registros de 2024 e 2025; outros, ao contrário, surgem apenas em 2025, sem ocorrência nos anos anteriores. Essas variações podem ser explicadas por dois fatores principais: o primeiro refere-se à descontinuidade na oferta de determinados produtos, que pode estar relacionada à reorganização das atividades internas do grupo e às decisões coletivas sobre o que comercializar em cada período, já o segundo fator diz respeito à inclusão de novos produtos no portfólio de vendas, o que demonstra o caráter dinâmico e adaptativo da Rede Raízes da Mata, que busca constantemente aprimorar seus processos e ampliar as possibilidades de comercialização.

Além dos produtos que entram e saem da lista de oferta ao longo dos anos, também foi possível identificar aqueles que se mantêm constantes na planilha, indicando maior estabilidade na produção e maior relevância para a renda do grupo. Esses produtos podem ser considerados itens essenciais, pois apresentam continuidade de comercialização e representam uma parte significativa do volume total das vendas.

Tabela 1- Controle de saída de produtos

Produtos	2023	2024	2025	Total
Cereais e Derivativos	412	745	386	1543
Grãos, leguminosas e Oleaginosas	144	331	172	647
Açúcares e Derivados da Cana	41	59	37	137
Bebidas	380	584	309	1273
Produtos Processados/Industrializados				
Artesanais	170	351	159	680
Doces E Geleias	57	48	65	170

Temperos E Condimentos	56	89	54	199
Conservas E Antepastos	203	264	174	641
Panificados E Produtos Prontos	0	15	59	74
Produtos Origem Animal	0	13	5	18
Polpas E Frutas Congeladas	9	41	21	71
Produtos Naturais E Ervas	0	25	19	44
Cosméticos E Produtos Naturais para/Cuidados	1	26	10	37

Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

Para a construção da planilha, foi realizada uma organização sistemática dos produtos comercializados durante o período analisado, com o objetivo de melhorar a visualização e interpretação dos dados. Os itens foram agrupados em categorias temáticas, de acordo com suas características semelhantes, origem e forma de consumo, possibilitando uma análise mais estruturada do perfil de comercialização. Esse processo de categorização considerou aspectos como a natureza do produto (in natura ou processado), o grau de industrialização e o uso predominante na alimentação ou em outros fins. Os produtos comercializados pela Rede foram classificados em grupos específicos, conforme suas características físico-químicas, origem e forma de processamento. Na categoria **“Cereais e Derivados”**, foram incluídos alimentos amplamente utilizados na base alimentar, tais como arroz, farinha de milho, fubá, canjiquinha, farinha de trigo, polvilho (azedo e doce), trigo em grãos, aveia, farinha de mandioca, milho de pipoca e canjica amarela. O grupo de **“Grãos, leguminosas e Oleaginosas”** abrange produtos como feijão, grão-de-bico, soja, feijão amendoim, mix de castanhas, castanha de caju e pastas elaboradas a partir de baru e pequi. Em **“Açúcares e Derivados da Cana”**, estão reunidos o açúcar mascavo, o melado de cana e a rapadura. O grupo **“Bebidas”** contempla diferentes tipos de produtos, entre eles, café, sucos, suquinhos, cerveja artesanal e bebidas lácteas.

Os **“Produtos Processados ou Industrializados Artesanais”** compreendem itens como barra de chocolate, cupulate, requeijão, queijo, manteiga, leite em pó, óleo, vinagre, shoyu e fermento de bolo. O **“Doces e Geleias”** reúne produtos como mel, bananada, goiabada, doces variados e banana chips. Entre os **“Temperos e Condimentos”**, identificam-se o açafrão, colorau, pimenta-do-reino, molho de pequi, missô e sal marinho. O grupo denominado **“Conservas e Antepastos”** compreende produtos em conserva, picles, pepino em conserva, antepastos e cogumelos. Enquanto o de **“Panificados e Pratos Prontos”**, estão inseridos produtos como pão (unidade), pão de beijo, empadão, pizza, quiche com tomate, coxinha de jaca e bolinha veg. Os **“Produtos de Origem Animal”** são compostos por banha

de porco e torresmo. As **“Polpas e Frutas Congeladas”** incluem morango congelado, manga congelada e polpa de juçara. Por fim, integram-se ainda os **“Produtos Naturais e Ervas”**, compostos por capim-limão seco e batata-doce, e de **“Cosméticos e Produtos Naturais para Cuidados”**, que englobam base glicerizada, argila e spray para garganta.

Os resultados apresentados na tabela indicam que os produtos com maior volume de comercialização estão majoritariamente associados a itens de primeira necessidade, característicos da cesta básica familiar, destacando-se, entre eles, os pertencentes à categoria **“Cereais e Derivados”**. Entre eles, destacam-se alimentos de consumo cotidiano, como café, arroz, feijão entre outros produtos. A predominância desses itens demonstra a importância da comercialização de alimentos de primeira necessidade dentro da Rede Raízes da Mata, o que reforça seu papel no abastecimento alimentar local e como uma possibilidade de consumo de alimentos agroecológicos em Viçosa, incentivando o consumo de alimentos mais saudáveis de origens confiáveis.

Além disso, a constância desses produtos ao longo dos anos de 2023 a 2025 indica maior estabilidade na comercialização e contribui para a consolidação das atividades econômicas da rede. Tais resultados evidenciam que a priorização de produtos essenciais não apenas garante regularidade nas vendas, mas também reflete o compromisso do grupo em atender demandas alimentares básicas de forma organizada e coletiva. E no mais, as coisas da rede tem um valor mais alto, e isso precisa ser considerado quando for discutir estes dados, o que demonstra que as pessoas investem mais para consumir principalmente produtos essenciais na rotina alimentar.

Esse resultado também mostra que a Rede Raízes da Mata tem conseguido manter uma boa organização na venda de seus produtos. A regularidade observada nas vendas evidencia um planejamento eficiente por parte do grupo, que busca otimizar a oferta dos produtos, minimizando perdas e desperdícios. Essa organização contribui para que os alimentos sejam disponibilizados de forma contínua e estável na Feira do Quintal Solidário, realizada na Casa 19 da Vila Gianetti, UFV. Essa estabilidade pode contribuir para a segurança financeira dos agricultores e reforça a importância do trabalho coletivo na gestão das atividades, afirmam os autores (Schmitt; Tygel, 2009).

No que se refere à frequência de compra, observou-se que alguns produtos classificados como não essenciais apresentaram uma demanda expressiva ao longo do período analisado, o que evidencia a diversificação do consumo dentro da Rede Raízes da Mata. Entre

esses produtos, destacam-se o suco, que registrou seu maior volume de vendas em 2024, a castanha de caju e o requeijão, que também apresentaram desempenho de destaque no mesmo ano, os três produtos pertencem à categorias distintas, são elas “**Bebidas, Grãos, Leguminosas e Oleaginosas**” e “**Produtos Processados/Industrializados Artesanais**”. Esses resultados sugerem que, embora os itens em questão não componham a base da cesta de alimentos essenciais, eles desempenham um papel relevante na diferenciação do mix de produtos da loja. Isso ocorre, possivelmente, porque os consumidores que buscam tais itens não os encontram facilmente em outros estabelecimentos de Viçosa, transformando-os em um fator-chave de atração para perfis de clientes que possuem essa demanda específica e insatisfeita na região. Além disso, o período de análise compreendido entre abril de 2023 e agosto de 2025 pode ter influenciado esse comportamento, uma vez que o ano de 2024 abrange um ciclo completo de comercialização, refletindo com maior fidelidade a dinâmica das vendas e o fortalecimento organizativo da Rede.

Em contrapartida, entre os produtos com menor frequência de compra, destacam-se a batata-doce e o torresmo, que compõem as categorias “**Produtos de Origem Animal**” e “**Produtos Naturais e Ervas**”, que registraram poucas saídas em 2025, o que pode estar associado a oferta irregular e a opção atual por não trabalhar com produto fresco de vida útil pequena. O trigo em grãos, apresentado na categoria “**Cereais e Derivados**”, por sua vez, foi comercializado apenas em 2024, o que indica sua exclusão posterior do portfólio da Rede, possivelmente em razão da baixa procura e da mudança de hábito no consumo. Já o colorau, este apresentado na categoria “**Temperos e Condimentos**”, apesar de ser um produto tradicional e permanecer há mais tempo no catálogo, apresenta volumes reduzidos de comercialização, o que demonstra uma demanda limitada e sugere a necessidade de reavaliação de sua viabilidade econômica dentro do conjunto de produtos ofertados.

Dessa forma, o mapeamento dos produtos comercializados evidencia a evolução e diversificação das atividades desenvolvidas pela Rede Raízes da Mata, revelando tanto a capacidade de adaptação do grupo quanto a importância do planejamento coletivo para a manutenção das atividades econômicas e sociais do empreendimento. Dessa forma, após a identificação dos produtos comercializados pela Rede Raízes da Mata e considerando que suas práticas se fundamentam nos princípios da agroecologia, o tópico seguinte dedica-se à análise e discussão acerca dos produtos orgânicos, buscando compreender sua representatividade e relevância no contexto estudado.

4.3 Produtos orgânicos

A partir da análise das cestas adquiridas pelas famílias ao longo do período estudado, observou-se uma distinção entre produtos com certificação orgânica e produtos orgânicos sem certificação. No conjunto total da oferta 369 produtos, os orgânicos não certificados representam 77,5% (n=285), enquanto os orgânicos 22,5% (n=83) de diferentes origens. A Tabela 2 a seguir apresenta a distribuição absoluta e percentual entre produtos orgânicos e orgânicos não certificados da cesta das famílias que totalizaram dez aportes ou mais durante o período analisado.

Tabela 2-Distribuição dos produtos orgânicos e orgânicos não certificados por família e quantidade de aportes.

Família	Quantidade de Aportes	Produtos Orgânicos não certificados (Abs)n=285	%Produtos orgânicos não certificados	Produtos Orgânicos (Abs)n=83	%Produtos orgânicos
F1	26	42	14,74%	19	22,89%
F2	13	44	15,44%	22	26,51%
F3	14	23	8,07%	20	24,10%
F4	15	39	13,68%	26	31,33%
F5	19	4	1,40%	2	2,41%
F6	10	5	1,75%	3	3,61%
F7	11	30	10,53%	19	22,89%
F8.	24	35	12,28%%	17	20,48%
F9	25	35	12,28%	23	27,71%
F10	11	20	7,02%	13	15,66%
F11	19	56	19,65%	23	27,71%

F12	13	55	19,30%	21	25,30%
F13	10	17	5,96%	5	6,02%
F14	17	15	5,26%	17	20,48%
Total	227	420	100%	230	100%

Fonte: Dados da Rede Raízes da Mata (2023–2025).

Após a análise da Tabela 2, foram contabilizados 650 registros de consumo de produtos, sendo 420 consumos de produtos orgânicos não certificados (64,6%) e 230 consumos de produtos orgânicos (35,4%). Ressalta-se que esse total representa o número de ocorrências de consumo, considerando que um mesmo produto pode ter sido adquirido por mais de uma família. Esses valores demonstram que, embora o consumo de produtos orgânicos não certificados prevaleça, há uma adesão significativa aos produtos orgânicos certificados, representando mais de um terço do total de produtos analisados.

Ao se observar a distribuição por família, nota-se uma heterogeneidade nos padrões de consumo. Algumas famílias destacam-se pelo maior percentual de produtos orgânicos, como F.4 (31,33%), F.9 (27,71%), F.11 (27,71%), F.2 (26,51%) e F.12 (25,30%). Esses valores indicam um nível mais elevado de engajamento com práticas de consumo sustentável, possivelmente associado à maior conscientização ambiental, renda mais elevada ou melhor acesso a produtos orgânicos. A pesquisa nacional realizada pela Organix (2019) mostra que, embora o consumo de orgânicos tenha crescido no Brasil, o preço e a dificuldade de acesso continuam sendo as principais barreiras, fatores que explicam a desigualdade no consumo entre diferentes grupos familiares. Além disso, de acordo com Gaia *et al.* (2024), fatores como o preço mais elevado e a disponibilidade restrita de alimentos agroecológicos contribuem para que o consumo orgânico permaneça limitado, mesmo entre consumidores conscientes e próximos das redes de produção local.

Em contrapartida, outras famílias apresentam baixa representatividade de produtos orgânicos, como F.5 (2,41%), F.6 (3,61%) e F.13 (6,02%), revelando um perfil de consumo ainda predominantemente voltado para produtos orgânicos não certificados. Essa variação entre os grupos familiares evidencia que aspectos como a compreensão limitada sobre a

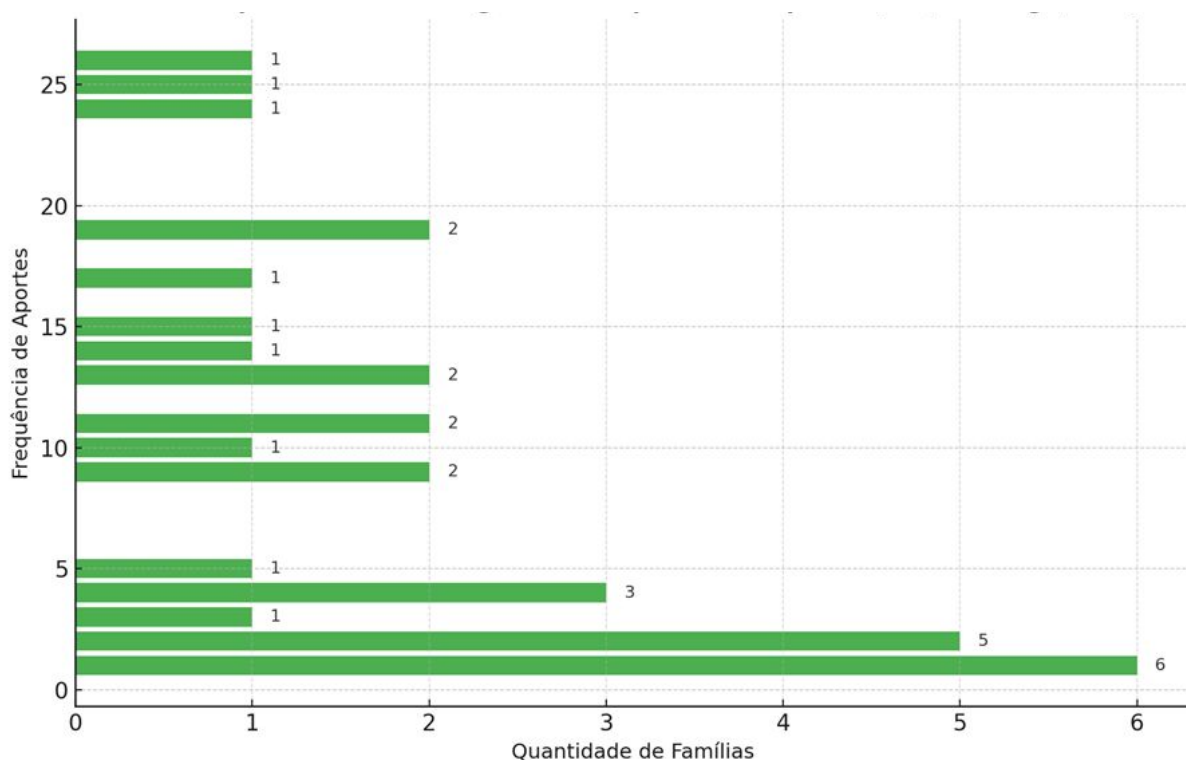
relevância do consumo de produtos orgânicos certificados, somados à resistência gerada pela percepção de preços elevados, exercem influência direta nas escolhas alimentares. Conforme mencionado por Ferreira e Silveira (2023), variáveis como renda, nível de escolaridade, acesso à informação, preocupação com saúde e percepção positiva sobre os alimentos orgânicos são determinantes na decisão de consumo desse tipo de produto no Brasil.

De modo geral, a média de participação dos produtos orgânicos entre as famílias situa-se entre 20% e 25%, evidenciando uma tendência de transição nos hábitos de consumo. Ainda que os produtos orgânicos que não possuem certificação continuem sendo maioria, o aumento proporcional de produtos orgânicos reflete um movimento de mudança gradual em direção a práticas alimentares mais conscientes e sustentáveis. Portanto, os resultados apontam para a consolidação do consumo de produtos orgânicos como uma realidade crescente entre os grupos analisados, mesmo diante das diferenças observadas entre famílias. Tal panorama reforça a importância de políticas públicas, de iniciativas como a Rede Raízes da Mata, programas de educação alimentar e incentivos à produção e comercialização de alimentos orgânicos, de modo a ampliar o acesso e fortalecer o consumo sustentável.

No que tange aos aportes realizados pelas famílias prosumidoras da “Rede Raízes da Mata”, verificou-se que, no período compreendido entre abril de 2023 e agosto de 2025, Tal contexto, pode estar vinculado às restritas opções de acesso aos produtos, aos restritos canais de divulgação e comunicação da Rede e da proposta de apoio e fidelização. Ao analisarmos a frequência de aportes realizados pelas 34 famílias, constatou-se uma variação expressiva quanto à regularidade das recargas. Os registros indicam que o número de aportes por família variou entre 1 e 26 ocorrências. Essa diferença aponta que, embora algumas famílias mantenham participação contínua nos aportes, outras demonstram participação pontual ou eventual.

A seguir, o Figura 1 apresenta a frequência dos aportes realizados pelas 34 famílias participantes do empreendimento “Rede Raízes da Mata” no período de abril de 2023 a agosto de 2025.

Figura 1- Gráfico Distribuição das famílias segundo a frequência de aportes (abril/2023-ago/2025)



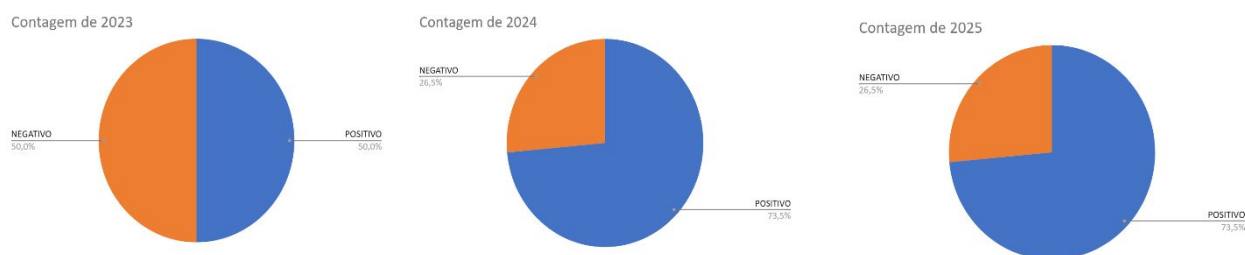
Fonte: Dados da Rede Raízes da Mata (2023–2025).

O gráfico revela que a maioria das famílias participantes apresentou baixa frequência de aportes ao longo do período analisado. Dado essa informação, é importante destacar que os aportes não possuem um valor específico, ou seja, cada família recarrega o valor do saldo que vai utilizar durante determinado período, então se a compra realizada por aquela família excede o valor do saldo que ela tem, ele vai passar a ser negativo. Com isso, o aporte representa para rede uma espécie de garantia de saldo em caixa para garantir a compra de mercadorias. Observa-se que cerca de 30% (equivalente a seis famílias) realizaram apenas uma contribuição, enquanto aproximadamente 25% (cinco famílias) efetuaram duas. A partir da terceira ocorrência, verifica-se uma redução gradativa no número de famílias que continuaram contribuindo, o que indica uma diminuição na regularidade dos aportes. Embora algumas tenham mantido um padrão mais constante de contribuições, trata-se de uma parcela bastante restrita: menos de 10% alcançaram mais de cinco aportes durante o período.

A partir da análise apresentada na Figura 2, que demonstrou a variação na frequência dos aportes, torna-se possível compreender de forma mais clara a relação desse comportamento nos saldos finais das famílias. De maneira geral, nota-se uma predominância de saldos positivos ao final do período, o que indica uma tendência de equilíbrio financeiro e regularidade nos aportes durante os anos analisados.

Considerando os 34 grupos familiares avaliados, foi possível identificar e demonstrar, de forma anual, o comportamento dos aportes e o resultado de cada período analisado. A seguir, são apresentados os gráficos que representam os saldos dos aportes, positivos e negativos, permitindo uma análise comparativa de seu desempenho ao longo dos anos.

Figura 2 -Gráfico Saldos dos aportes do ano de 2023.



Fonte: Dados da Rede Raízes da Mata (2023).

No ano de 2023, verificou-se que 50% dos aportes (correspondentes a 17 famílias) apresentaram saldo positivo ao final do período, enquanto os outros 50% encerraram o ano com saldo negativo. Esse resultado demonstra uma distribuição equilibrada entre os participantes, indicando que metade conseguiu manter regularidade nas renovações ou aplicações, ao passo que a outra metade apresentou variações que resultaram em não conseguir renovar os saldos anuais.

Já no ano de 2024, de acordo com o gráfico 3 apresentado anteriormente, foi possível observar que 73,5% encerrou o ano com saldo positivo representado 25 famílias que realizam aporte, e 26,5% possuem saldo negativo ao final do período analisado correspondente a 9 famílias. Esse resultado mostra que no ano de 2024 a maioria das famílias conseguiram renovar os saldos dos aportes ou realizar o pagamento das contas que estavam pendentes, enquanto a minoria encerrou o ano sem renovar o saldo dos aportes.

Por fim no ano de 2025 até o mês de agosto que correspondem ao período em que possui os dados estudados, analisamos que coincidentemente os dados assemelha-se ao ano de 2024, tendo como 73,5% (25 famílias) encerrando o ano com saldo positivo, e 26,5% (9 famílias) encerrando ano com saldo negativo. É importante ressaltar que os resultados poderiam ser maiores já que a análise não foi realizada até o mês de dezembro. No ano de 2025, considerando o período analisado até o mês de agosto, intervalo para o qual se dispõem dados consolidados, observou-se que os resultados apresentaram comportamento semelhante ao verificado em 2024. Nesse período, 73,5% (25 famílias) registraram saldo positivo,

enquanto 26,5% (9 famílias) encerraram o período com saldo negativo. É importante destacar que esses percentuais poderiam ser ainda mais expressivos caso a análise abrangesse todo o exercício anual, uma vez que os dados disponíveis não contemplam o intervalo até dezembro.

Os colaboradores do empreendimento afirmaram que quanto maior é o saldo positivo nas carteiras, maior é a capacidade de investimento em formação de estoque, sendo um ganho coletivo a adesão pelos aportes em detrimento do pagamento a prazo, seja ele total ou parcelado.

Traga seu referencial teórico para conversar.

4.4 Análise dos Aportes Financeiros das Famílias Participantes

A Tabela 3 a seguir apresenta os valores anuais de aporte financeiro das famílias que mantiveram certa regularidade (10 ou mais aportes) nos depósitos realizados durante o período analisado. Foram considerados os valores correspondentes aos anos de 2023, 2024 e 2025, além da média do triênio.

Tabela 3-Evolução dos aportes das famílias entre 2023 e 2025 (em R\$)

Famílias	2023	2024	2025	Média (2023–2025)
Família 1	R\$ 1.350,00	R\$ 2.750,00	R\$ 1.550,00	R\$ 1.883,33
Família 2	R\$ 1.800,00	R\$ 4.200,00	R\$ 3.036,00	R\$ 3.012,00
Família 3	R\$ 800,00	R\$ 1.850,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.216,67
Família 4	R\$ 500,00	R\$ 4.450,00	R\$ 4.600,00	R\$ 3.183,33
Família 5	R\$ 1.585,00	R\$ 385,00	R\$ 810,00	R\$ 926,67
Família 6	R\$ 1.080,00	R\$ 1.050,00	R\$ 400,00	R\$ 843,33
Família 7	R\$ 1.500,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 1.833,33
Família 8	R\$ 1.250,00	R\$ 2.230,00	R\$ 2.100,00	R\$ 1.860,00
Família 9	R\$ 2.100,00	R\$ 3.500,00	R\$ 2.100,00	R\$ 2.566,67
Família 10	R\$ 675,00	R\$ 2.150,00	R\$ 800,00	R\$ 1.208,33
Família 11	R\$ 662,45	R\$ 4.464,95	R\$ 2.956,15	R\$ 2.694,52

Família 12	R\$ 950,00	R\$ 700,00	R\$ 2.124,00	R\$ 1.258,00
Família 13	R\$ 430,00	R\$ 450,00	R\$ 400,00	R\$ 426,67
Família 14	R\$ 590,00	R\$ 1.050,00	R\$ 850,00	R\$ 830,00
Total:	R\$15.272,45	R\$31.229,95	R\$22.626,15	R\$23.742,85

Fonte: Dados da Rede Raízes da Mata (2023–2025). As famílias foram anonimizadas para preservar a identidade dos participantes.

Durante a coleta e sistematização dos dados, observou-se que os padrões de aporte variam significativamente entre as famílias. Algumas delas mantêm recargas mensais regulares, com valores que variam entre R\$200,00 e R\$500,00, o que demonstra maior comprometimento e constância na manutenção de seus saldos. Outras famílias, por sua vez, preferem realizar depósitos trimestrais ou semestrais, geralmente com valores mais expressivos, prática que pode estar relacionada à forma como organizam seu orçamento familiar ou à disponibilidade financeira em determinados períodos.

Também foi possível identificar um terceiro grupo de famílias com aportes esporádicos e de menor valor, caracterizando uma baixa frequência e menor volume de recarga. Esse comportamento pode estar associado a diferenças no tamanho da família, na renda mensal ou no padrão de consumo de produtos da rede, resultando, consequentemente, em um consumo mais limitado.

Ao analisar a evolução temporal dos valores, nota-se uma variação considerável entre os anos observados. É importante destacar que apenas no ano de 2024 foi possível contabilizar os doze meses completos de observação, enquanto 2023 iniciou-se em abril e 2025 foi acompanhado apenas até agosto. Essa diferença temporal explica, em parte, as discrepâncias nos totais anuais, sendo eles R\$15.272,45(2023), R\$31.229,95(2024) e R\$22.626,15(2025), uma vez que nem todos os períodos tiveram a mesma extensão de coleta.

Além disso, algumas famílias iniciaram seus aportes apenas no final de 2023, o que contribui para que os valores desse ano apresentem resultados menores quando comparados aos anos subsequentes. Ainda assim, é possível perceber uma tendência geral de crescimento dos aportes médios em 2024, possivelmente refletindo maior engajamento das famílias e ampliação do consumo ao longo do tempo.

De forma geral, os dados indicam que, embora exista uma heterogeneidade entre os padrões de aporte, há consistência na participação das famílias mais ativas, que sustentam uma frequência regular e valores médios mais elevados. Essa constância pode ser interpretada

como um indicador de fidelização e comprometimento na participação, enquanto as variações entre famílias e anos reforçam a influência de fatores individuais e coletivos no comportamento e organização do grupo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo geral sistematizar os dados de consumo e de aporte financeiro das famílias consumidoras da Rede Raízes da Mata, no período de abril de 2023 a agosto de 2025, buscando compreender a funcionalidade dos aportes, bem como a frequência e as preferências das famílias consumidoras. Além disso, a pesquisa procurou analisar de que forma os aportes financeiros podem contribuir para o capital de giro do empreendimento e identificar quais produtos são mais recorrentes nas cestas de consumo dessas famílias.

Os resultados indicaram que, ao longo do período estudado, foram contabilizados 650 registros de consumo de produtos pelas famílias mais frequentes, sendo 420 consumos de produtos não orgânicos (64,6%) e 230 registros de orgânicos (35,4%). Apesar da predominância dos produtos convencionais, observa-se um consumo expressivo de produtos orgânicos, evidenciando avanços na consolidação de práticas sustentáveis. Verificou-se também que, entre as famílias com maior regularidade nos aportes, algumas apresentaram maior proporção de consumo de produtos orgânicos, o que pode estar relacionado a fatores como preço, consciência ambiental e acesso ao mercado local, elementos que influenciam diretamente o comportamento de compra.

No que se refere à integração e triangulação dos resultados, foi possível relacionar diferentes fontes de informação quantitativas, representadas pelas informações fornecidas pela planilha disponibilizada, e qualitativas através das informações durante as reuniões que foram analisadas e que compuseram a pesquisa. Essa articulação favoreceu a validação das análises e ampliou a compreensão sobre a dinâmica das famílias na Rede, evidenciando coerência entre os princípios agroecológicos e as práticas efetivamente observadas. A triangulação foi, portanto, fundamental para o fortalecimento da consistência dos resultados, permitindo confrontar os dados obtidos na planilha de aportes com as informações referentes às entradas e saídas de produtos da Rede Raízes da Mata.

Todavia, algumas limitações devem ser consideradas. A primeira refere-se ao período analisado, que, apesar de abranger três anos, ainda pode ser considerado curto, especialmente porque os anos de 2023 e 2025 não tiveram os doze meses completos de observação, o que pode ter influenciado na representatividade dos resultados obtidos.

Apesar dessas restrições, o estudo contribuiu significativamente para o entendimento da dinâmica de funcionamento da Rede, destacando a importância dos aportes financeiros como mecanismo de viabilidade econômica. Os resultados reforçam que, embora o processo de consolidação da Rede Raízes da Mata como um empreendimento ainda esteja em desenvolvimento, há indícios concretos de engajamento das famílias e de valorização de práticas alinhadas ao princípio agroecológico.

Como sugestão para pesquisas futuras, recomenda-se a realização de estudos que integrem os dados de aporte financeiro a informações socioeconômicas e entrevistas com as famílias participantes, visando compreender de forma mais aprofundada as motivações, percepções e desafios relacionados ao consumo de produtos orgânicos ao longo do tempo. Ademais, propõe-se o desenvolvimento de estudos comparativos entre diferentes redes de comercialização, semelhantes à Rede Raízes da Mata, a fim de identificar boas práticas e estratégias que possam fortalecer a sustentabilidade econômica e social dessas iniciativas.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, F. R. R. de; GRANDO, G. H. C.; SOUZA, N. M. de; DAROLT, M. R. **Circuitos de circulação e comercialização de alimentos agroecológicos entre redes**. In: DAROLT, Moacir Roberto; ROVER, Oscar José (org.). Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social [livro eletrônico]. Florianópolis: Estúdio Sempelo, 2021. p. 157-169. ISBN 978-65-991203-2-9.

ARANTES, A ; TELLES, L ; FLORISBELO, G ; FREITAS, A ; ALVES, A . O papel da extensão universitária na criação da Rede Raízes da Mata. The role of university extension in the establishment of Raízes da Mata network. **Cadernos de Agroecologia**, v. 13, n. 1, jul. 2018. Anais do VI CLAA, X CBA e V SEMDF. ISSN 2236-7934. Disponível em: <https://cadernos.aba-agroecologia.org.br/cadernos/article/view/97/1669>. Acesso em: 12 nov. 2025.

CRUZ, N. A. C . **Caracterização da Rede Raízes da Mata**. Viçosa, MG, dez. 2022. Relatório técnico.

CRUZ, N. A. C; ZANELLI, F. V i; BORGES, K. S ; LADEIRA, I. F da S ; BARRETO, É. M. A ; CARDOSO, I. M. Rede Raízes da Mata: relocalizando a agricultura familiar

camponesa na Zona da Mata Mineira. **Cadernos de Agroecologia**, v. 8, n. 2. Resumos do VIII Congresso Brasileiro de Agroecologia, Porto Alegre, RS, 25 a 28 nov. 2013. Disponível em: <https://www.aba-agroecologia.org.br/revista/cad/article/view/14114/9001>. Acesso em: 12 nov. 2025.

FERREIRA, L. S de Oliveira.; SILVEIRA, R. L. F. da. Uma análise dos fatores determinantes da decisão de compra de alimentos orgânicos. **Revista de Economia e Agronegócio**, v. 20, n. 3, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufv.br/rea/article/view/15141/8196>. Acesso em: 12 nov. 2025.

GAIA, J. A ; GOMES, A. da S ; OLIVEIRA, A. D. S de; SOUZA, B. G de; WANDERLEY, T. M ; LONGO-SILVA, Giovana. Alimentos em feiras agroecológicas e orgânicas são mais caros que convencionais em supermercados? **Revista Brasileira de Agroecologia**, v. 19, 2024. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/rbagroecologia/article/view/49906>. Acesso em: 12 nov. 2025.

GELBCKE, D. L ; SILVA, C. A da; ROVER, O. J . **Formas de coordenação em circuitos de abastecimento de alimentos orgânicos na Grande Florianópolis (SC)**. In: DAROLT, Moacir Roberto; ROVER, Oscar José (org.). *Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social* [livro eletrônico]. Florianópolis: Estúdio Sempelo, 2021. p. 63-82. ISBN 978-65-991203-2-9.

GIL, A. C , **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf.

GRADE, M ; ROMÃO, A. L. **Feira de alimentos orgânicos do Centro de Ciências Agrárias de Florianópolis-SC**. In: DAROLT, Moacir Roberto; ROVER, Oscar José (Orgs.). *Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social*. Florianópolis: Estúdio Sempelo, 2021. p. 180-189.

IBGE-INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades e Estados: Viçosa – MG**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 06 set. 2025.

INSTITUTO KAIROS. **A atuação dos grupos de consumo responsável no Brasil**. São Paulo: Instituto Kairós, 2013. Disponível em: <https://institutokairos.net>. Acesso em: 3 dez. 2025.

MASCARNEHAS, T ; GONÇALVES, J . Grupos de consumo responsável: práticas de consumidores baseadas no comércio justo e solidário. In: ALVES DA MOTTA, Josiane Masson (org.). **Comércio justo e solidário no Brasil e na América Latina**. São Paulo: Instituto Kairós, 2013. p. 118–139.

MIRANDA, D. L. R ; ROVER, O. J ; SAMPAIO, C. A. C ; DENARDIN, V. F . Contribuições do mapa da Rede de Cidadania Agroalimentar da Grande Florianópolis–SC para transformações nas relações entre consumo-produção. In: DAROLT, Moacir Roberto; ROVER, Oscar José (org.). *Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social* [livro eletrônico]. Florianópolis: Estúdio Sempelo, 2021. p. 103-124. ISBN 978-65-991203-2-9.

MOREIRA, R. M *et al.*; Organização de controle social: projeto de fortalecimento da agroecologia e produção orgânica nos SPG e OCS brasileiros para ampliação do número de agricultores no cadastro nacional de produtores orgânicos, Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais, Fórum Brasileiro de SPG. – Pouso Alegre: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais, 2016. 21 p.: il. – (Caderno PROAPO, n.2).

MUSATTO, R. M ; SAQUET, M. A . Território, redes curtas de comercialização e consumo de alimentos da agricultura camponesa – Francisco Beltrão, **PR. Geoingá: Revista do Programa de Pós-Graduação em Geografia**, Maringá, v. 11, n. 2, p. 72-99, 2019. ISSN 2175-862X.

OLIVEIRA, N. F de. **Comercialização em circuitos curtos: um estudo sobre os preços e a gestão contábil na produção familiar de base agroecológica da Baixada Fluminense/RJ**. 2023. 106 f. Dissertação (Mestrado em Agricultura Orgânica) – Instituto de Agronomia, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, 2023.

OLIVEIRA, L. A. D ; CARDOSO, I. M ; SILVA, L. H ; MIRANDA, É. L ; SOUSA, T. F. C. W. L. Educação do campo e agroecologia ECOAm na Zona da Mata Mineira. **Cadernos de Agroecologia**, v. 13, n. 1, Anais do VI CLAA, X CBA e V SEMDF, jul. 2018. ISSN 2236-7934.

ORGANIS. **Pesquisa “Consumidor Orgânico 2019” mostra que 19% dos brasileiros consomem alimentos orgânicos**. São Paulo: Organais, 2019. Disponível em: <https://organais.org.br/imprensa/pesquisa-mostra-que-19-dos-brasileiros-consomem-alimentos-organicos/>. Acesso em: 12 nov. 2025.

PEREZ, T. S.; BACCARIN, J. G.; CRUZ, F. T. **Redes alimentares alternativas e novas relações produtor-consumidor na França e no Brasil**. *Ambiente & Sociedade*, v. 19, n. 2, p. 1-22, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br>. Acesso em: 3 dez. 2025.

RAÍZES DA MATA. **CIRCUITO ECONÔMICO SOLIDÁRIO**. Disponível em: <https://raizesdamata.com.br/>. Acesso em: 12 nov. 2025.

ROVER, O. J ; DAROLT, M. R. **Circuitos curtos de comercialização como inovação social que valoriza a agricultura familiar agroecológica**. In: DAROLT, Moacir Roberto; ROVER, Oscar José (org.). Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social [livro eletrônico]. Florianópolis: Estúdio Semprelo, 2021. p. 19-43. ISBN 978-65-991203-2-9.

ROVER, O. J; PUGAS, A. da S; SOUZA, M. C de. Circuitos curtos de comercialização e mecanismos de controle na agricultura orgânica: analisando o potencial de formação de cinturões verdes agroecológicos. **Revista Espacios**, v. 38, n. 47, p. 7, 2017. Disponível em: <https://www.revistaespacios.com/a17v38n47/a17v38n47p07.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2025.

SANTOS, E. D dos; DAROLT, M. R. **Circuitos de comercialização de produtos orgânicos e agroecológicos: análise dos estabelecimentos no varejo de Curitiba-Paraná**. In: DAROLT, Moacir Roberto; ROVER, Oscar José (org.). Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social [livro eletrônico]. Florianópolis: Estúdio Semprelo, 2021. p. 83-102. ISBN 978-65-991203-2-9.

SANTOS, F. F. dos *et al.* Enquadramento como “Pessoa Física” traz vantagens tributárias aos pequenos agricultores. **Pubvet**, v. 13, n. 9, p. 1–10, set. 2019.

SANTOS, J. L. G dos *et al.* Integração entre dados quantitativos e qualitativos em uma pesquisa de métodos mistos. **Texto & Contexto Enfermagem**, Florianópolis, v. 26, n. 3, e1590016, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0104-07072017001590016>. Acesso em: 12 nov. 2025.

SANTOS, P. C. V. Iniciativas alternativas de comercialização: análise a partir da experiência da Rede Raízes da Mata. **Cadernos de Agroecologia**, v. 13, n. 1, 2018.

SCHMITT, C. J.; TYGEL, D. Agroecologia e economia solidária: trajetórias, confluências e desafios. In: PETERSEN, P. (org.). **Agricultura familiar camponesa na construção do futuro**. Rio de Janeiro: AS-PTA, 2009. p. 105-128.

SILVA, J. L.; OLIVEIRA, R. S. A transição agroecológica e seus impactos econômicos no mercado de produtos sustentáveis. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v. 9, n. 4, p. 102-118, 2016.

SILVA, J. M da; AZEVEDO, É. S. F.; SILVA, C. dos S.; BALBINO, R. dos S. Economia solidária e suas contribuições para a construção e fortalecimento da agroecologia. **Cadernos de Agroecologia**, Recife, v. 20, n. 1, 2025. Anais do 2º Congresso Internacional de Agroecologia e Desenvolvimento Territorial. ISSN 2236-7934. Disponível em: <https://cadernos.aba-agroecologia.org.br/cadernos/article/view/97/1669>. Acesso em: 10 jan. 2025.

SILVA, M ; QUEIROZ, H. V. S.; OLIVEIRA, M. S ; SABOIA, A. L ; PEREIRA, D. S. Comercialização da produção agropecuária dos pequenos produtores da comunidade Perímetro Irrigado, no município de Pau de Ferros – RN, Brasil. **Revista Espacios**, v. 38, n. 47, p. 8, 2017. Disponível em: <https://www.revistaespacios.com/a17v38n47/a17v38n47p08.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2025.

SILVA, M. N da; CECCONELLO, S. T; ALTEMBURG, S. G. N ; SILVA, F. N da; BECKER, C . A agricultura familiar e os circuitos curtos de comercialização de alimentos: estudo de caso da feira livre do município de Jaguarão, RS, Brasil. **Revista Espacios**, v. 38, n. 47, p. 7, 2017. Disponível em: <https://www.revistaespacios.com/a17v38n47/a17v38n47p07.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA (UFV). **História da instituição e relação com a cidade de Viçosa**. Disponível em: <https://www.ufv.br>. Acesso em: 06 jan. 2025.

VIEIRA, R. B. F.; DIAS, G. V. Resistência ao agronegócio: a agroecologia e a economia solidária da Rede Sabores e Saúde em Bom Jesus do Itabapoana-RJ. **Para Onde!?**, Porto Alegre, v. 16, n. 1, p. 26-50, 2022. DOI: <https://doi.org/10.22456/1982-0003.118955>.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.