



Uema
UNIVERSIDADE ESTADUAL
DO MARANHÃO

ANAIIS



SEMANA DO

AGRO

BARRA DO CORDA

*Gestão, Inovação e Sustentabilidade no
Agronegócio*

30 e 31
OUTUBRO 2025



Rodrigo Ramos da Cruz
Raineide Mota Ribeiro
Anderson Nemuell da Costa Oliveira
Márlisson da Silva Barroso
Albéryca Stephany de Jesus Costa Ramos
Raiane de Sousa Andrade Lima
Viviane Nava Galvão Tavares
Rayannie Mendes de Oliveira
Luan Dayno Ferreira Araújo
Orgs.



**Rodrigo Ramos da Cruz
Raineide Mota Ribeiro
Anderson Nemuell da Costa Oliveira
Márlisson da Silva Barroso
Albéryca Stephany de Jesus Costa Ramos
Raiane de Sousa Andrade Lima
Viviane Nava Galvão Tavares
Rayannie Mendes de Oliveira
Luan Dayno Ferreira Araújo
(Organizadores)**

ANAIIS DA IV SEMANA DO AGRO

Gestão, Inovação e Sustentabilidade no Agronegócio



4ª Edição

Barra do Corda – MA

2026





EDITOR RESPONSÁVEL

Jeanne Ferreira de Sousa da Silva

CONSELHO EDITORIAL

Alan Kardec Gomes Pachêco Filho

Ana Lucia Abreu Silva

Ana Lúcia Cunha Duarte

Cynthia Carvalho Martins

Eduardo Aurélio Barros Aguiar

Emanoel Cesar Pires de Assis

Denise Maia Pereira

Fabíola Hesketh de Oliveira

Helciane de Fátima Abreu Araújo

Helidacy Maria Muniz Corrêa

Jackson Ronie Sá da Silva

José Roberto Pereira de Sousa

José Sampaio de Mattos Jr

Luiz Carlos Araújo dos Santos

Marcos Aurélio Saquet

Maria Medianeira de Souza

Maria Claudene Barros

Rosa Elizabeth Acevedo Marin

Wilma Peres Costa

Anais da IV Semana do Agro: gestão inovação e sustentabilidade no agronegócio. Barra do Corda-MA, 30 a 31 de outubro de 2025 [recurso eletrônico] / organizadores, Rodrigo Ramos da Cruz, Raineide Mota Ribeiro, Anderson Nemuell da Costa Oliveira, Márlisson da Silva Barroso, Albéryca Stephany de Jesus Costa Ramos, Raiane de Sousa Andrade Lima, Viviane Nava Galvão Tavares, Rayannie Mendes de Oliveira, Luan Dayno Ferreira Araújo.4.ed. – São Luís, MA: EDUEMA, 2026.

35p. il.color.

ISBN: 978-85-8227-713-3

1. Gestão no Agronegócio. 2. Inovação. 3. Sustentabilidade no agronegócio. I. Cruz, Rodrigo Ramos da [et.al.] organizadores. II.Título.

CDU: 63:338.43

Elaborado por Luciana de Araújo - CRB 13/445



**Editora
Uema**



ANAIS DA IV SEMANA DO AGRO: Gestão, Inovação e Sustentabilidade no Agronegócio

Copyright:

Rodrigo Ramos da Cruz
Raineide Mota Ribeiro
Anderson Nemuell da Costa Oliveira
Márlisson da Silva Barroso
Albéryca Stephany de Jesus Costa Ramos
Raiane de Sousa Andrade Lima
Viviane Nava Galvão Tavares
Rayannie Mendes de Oliveira
Luan Dayno Ferreira Araújo

Eduema

www.editorauema.uema.br





APRESENTAÇÃO

O presente e-book reúne os trabalhos científicos apresentados na IV Semana do Agro – Gestão, Inovação e Sustentabilidade no Agronegócio, evento concebido como um espaço privilegiado de reflexão acadêmica, diálogo institucional e socialização do conhecimento científico voltado às temáticas centrais do agronegócio contemporâneo. A obra materializa o esforço coletivo de estudantes, professores, coordenações de curso, direção do campus e parceiros institucionais, evidenciando a força do trabalho integrado na construção e difusão do conhecimento.

O agronegócio, enquanto setor estratégico para o desenvolvimento econômico e social da região de Barra do Corda e do estado do Maranhão, demanda desafios que exigem abordagens interdisciplinares e soluções inovadoras, capazes de conciliar produtividade, eficiência gerencial, responsabilidade socioambiental e sustentabilidade de longo prazo. Nesse contexto, os estudos reunidos nesta publicação dialogam diretamente com os dilemas e oportunidades do campo, apresentando análises teóricas, estudos de caso e experiências práticas relacionadas à gestão de processos agroprodutivos, à incorporação de tecnologias, à sustentabilidade ambiental, à extensão rural e ao desenvolvimento regional.

A IV Semana do Agro alcançou expressiva participação, com 172 inscritos e a presença de mais de 230 pessoas ao longo de sua realização, demonstrando o interesse da comunidade acadêmica e do público externo pelas discussões propostas. No âmbito da produção científica, os trabalhos submetidos por 38 autores, em sua maioria vinculados ao próprio campus, revelam o potencial investigativo local e reforçam o papel da universidade como agente indutor da pesquisa aplicada e do desenvolvimento regional. Tal engajamento evidencia a vitalidade acadêmica de Barra do Corda e o compromisso institucional com a formação crítica e científica de seus estudantes.

A intensa participação de docentes, discentes, pesquisadores e parceiros externos reafirma o compromisso da Universidade Estadual do Maranhão com a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, princípio basilar da educação superior pública. Ao promover a articulação entre teoria e prática, a IV Semana do Agro contribuiu para a construção de conhecimentos alinhados às demandas locais e aos pressupostos do desenvolvimento sustentável, fortalecendo o vínculo entre universidade e sociedade.



A publicação destes anais, realizada pela Editora da Universidade Estadual do Maranhão (UEMA), tem como objetivo ampliar a visibilidade dos trabalhos técnico-científicos apresentados no evento, democratizando o acesso ao conhecimento produzido e estimulando novas reflexões, pesquisas e práticas no campo do agronegócio e da agropecuária. Assim, este e-book não se limita a registrar um evento, mas consolida-se como um instrumento de disseminação científica e de fortalecimento da missão institucional da universidade, reafirmando seu compromisso com a inovação, a sustentabilidade e o desenvolvimento regional.

Assim, convidamos a todos(as) a lerem os resumos dos trabalhos apresentados. Boa leitura!

Comissão Organizadora





SUMÁRIO

ANÁLISE DE MERCADO DA EXPANSÃO SUSTENTÁVEL DA AVICULTURA FREE-RANGE EM BARRA DO CORDA - MA: Desafios, oportunidades e tendências da produção de ovos caipiras	7
DA SEMENTE AO MERCADO: Uma análise da dinâmica socioeconômica da Feira da Agricultura Familiar de Barra do Corda – MA	9
DESENVOLVIMENTO DO PLANO DE MARKETING DIGITAL PARA EMPRESAS VAREJISTAS AGROPECUÁRIAS EM BARRA DO CORDA - MA	12
GESTÃO COOPERATIVA E ESCALABILIDADE PRODUTIVA: Limites e Oportunidades para o Agronegócio em Barra do Corda – MA	13
IMPACTOS SOCIOAMBIENTAIS DO LIXÃO A CÉU ABERTO EM BARRA DO CORDA – MA	15
MARKETING DIGITAL COMO FERRAMENTA DE VALORIZAÇÃO DO AGRONEGÓCIO: Um Estudo em Barra do Corda – MA	17
O DESAFIO DA VARIAÇÃO DA DEMANDA NA PRODUÇÃO AGRÍCOLA: Um estudo em Barra do Corda - MA	20
PROCESSAMENTO E AGREGAÇÃO DE VALOR DE PRODUTOS AGROINDUSTRIAIS: Fabricação artesanal de sabonete de babosa	22
PRODUÇÃO ARTESANAL DE CONDIMENTOS: O caso da agroindústria artesanal “Pimenta da Barra”	24
PRODUÇÃO ARTESANAL DE POLPA DE CAJU 100% NATURAL: uma experiência sustentável e de baixo custo na agroindústria familiar	26
REFLEXÕES SOBRE A TRANSFORMAÇÃO DO AGRONEGÓCIO REGIONAL POR MEIO DA PROFISSIONALIZAÇÃO E DA VISÃO EMPRESARIAL DA PROPRIEDADE RURAL	28



ANÁLISE DE MERCADO DA EXPANSÃO SUSTENTÁVEL DA AVICULTURA FREE-RANGE EM BARRA DO CORDA - MA: Desafios, oportunidades e tendências da produção de ovos caipiras

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18602058>

Magno Brusaca Araujo Costa¹,
magnobrusaca@gmail.com

Resumo

A produção de ovos no sistema caipira, tem ganhado espaço no mercado devido ao aumento da demanda por alimentos mais saudáveis, sustentáveis e alinhados com o bem-estar animal seguindo a tendência mundial. Este estudo analisou o mercado da avicultura caipira em Barra do Corda – MA, detectando os desafios, oportunidades e possíveis caminhos do setor. A pesquisa utilizou uma abordagem mista, utilizando métodos qualitativos e quantitativos, por meio de questionários aplicados a consumidores e entrevista com produtor local. Os resultados indicaram que, mesmo tendo um mercado crescente para produção de ovos caipira, também são encontrados desafios, como a falta de incentivos do governo local, a irregularidade no fornecimento de insumos e a concorrência com ovos convencionais que dificultam o crescimento do setor. Notou-se que o consumidor local valoriza a qualidade nutricional e a sustentabilidade dos ovos caipiras, mas ainda há barreiras relacionadas ao preço comparado ao ovo convencional e à falta de conhecimento sobre os diferenciais do produto. Além disso, estratégias como certificação de qualidade, marketing educativo e ampliação dos canais de comercialização são fundamentais para fortalecer o mercado. Conclui-se que, com investimentos adequados e apoio institucional, a avicultura free-range pode se consolidar como uma alternativa economicamente viável e sustentável na região

Palavras-chave: free-range; galinhas livres de gaiolas; avicultura; sistema caipira.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). NBR 16437: Avicultura – Produção, classificação e identificação do ovo caipira, colonial ou capoeira. Rio de Janeiro, 2016

¹ Magno Brusaca Araujo Costa, Tecnólogo em Gestão do Agronegócio - Universidade Estadual do Maranhão.



BARBOSA FILHO, José Antonio Delfino. Avaliação do bem-estar de aves poedeiras em diferentes sistemas de produção e condições ambientais, utilizando análise de imagens. 2004. Dissertação (Mestrado em Física do Ambiente Agrícola) - Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/D.11.2005.tde-11052005-144156>. Acesso em: 11 nov. 2024.

MARANHÃO. Secretaria de Indústria, Comércio e Energia. Avicultura no Maranhão. São Luís: SEINC, 2023. Disponível em: <https://seinc.ma.gov.br/avicultura>. Acesso em: 11 nov. 2024.

MAZZUCO, Helenice *et al.* Boas práticas de produção na postura comercial. Embrapa Suínos e Aves-Circular Técnica (INFOTECA-E), 2006. Disponível em: <https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/handle/doc/443776>. Acesso em 11 nov. 2024.

MOYLE, J.; ARSI, K.; WOOMING, A.; ARAMBEL, H.; FANATICO, A.; BLORE, P.; CLARK, F. D.; DONOGHUE, D.; DONOGHUE, A. Growth performance of fast-growing broilers reared under different types of production systems with outdoor access: Implications for organic and alternative production systems. *The Journal of Applied Poultry Research*, v. 23, p. 212-220, 2014. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1056617119303812?via%3Dihub>. Acesso em 11 nov. 2024

SACCOMANI, A. P. O. *et al.* Indicadores da qualidade físico-química de ovos de poedeiras semipesadas criadas em diferentes sistemas de produção. *Boletim de Indústria Animal*, v. 76, p. 1-15, 2019. Disponível em: <https://bia.iz.sp.gov.br/index.php/bia/article/view/1625>. Acesso em 08 nov. 2024.

SILVA, Renata Soares Tavares da; SILVA, Róbson Esteves Nóboa da; ENNE, Letícia Gonçalves; CAETANO, Amélia Cristina Ferreira. Perfil dos consumidores de ovos e percepção destes sobre os sistemas alternativos de produção considerando o bem-estar animal. *Revista da Jopic*, v. 7, n. 11, p. 17-29, 2021. Disponível em: <https://revista.unifeso.edu.br/index.php/jopic/article/view/2867/1120>. Acesso em: 3 fev. 2025.

VIEIRA, R. B.; LOPES, C. da C.; SOUZA, T.; SANTOS, G. C.; CALIXTO, E. S.; SILVA, T. A. S.; SILVA, H. J. Perfil do consumidor e análise sensorial de ovos, industriais e caipiras comercializados no município de Parintins/AM. *Brazilian Journal of Development*, v. 7, n. 10, p. 95038-95050, 2021. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/36930>. Acesso em: 1 nov. 2024.

VILAS BOAS, L. H.de B.. Comportamento do consumidor de produtos orgânicos: uma análise na perspectiva da teoria da cadeia de meio e fins. 2005. 235f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2005.



DA SEMENTE AO MERCADO: Uma análise da dinâmica socioeconômica da Feira da Agricultura Familiar de Barra do Corda – MA

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18615082>

Kayla Layane Leite da Silva²,
kayllalayane@gmail.com
Ana Carollyne Teixeira Dantas³,
s.20230019207@aluno.uema.br
Milena Pereira dos Santos⁴,
milenaps964@gmail.com
Rodrigo Ramos da Cruz⁵,
rodrigo.rcruz@hotmail.com

Resumo

O presente estudo analisa a Feira da Agricultura Familiar de Barra do Corda – MA como espaço de articulação entre produção, comercialização e desenvolvimento territorial, situando-a no contexto das cadeias curtas de abastecimento e das dinâmicas da agricultura familiar. A pesquisa fundamenta-se na compreensão de que a agricultura familiar constitui “um modo de vida e produção agropecuária baseada em unidades de produção agrária nas quais a família é a principal responsável pela mão de obra, gestão do trabalho e dos recursos” (CONTAG, 2024, p.5), desempenhando papel estratégico no abastecimento interno e dinamização econômica de municípios brasileiros. Do ponto de vista teórico, o estudo dialoga com a literatura sobre feiras livres enquanto espaços históricos de comércio e sociabilidade, cuja origem remonta a celebrações que evoluíram para práticas comerciais em praças públicas (Menezes, 2005). As feiras são compreendidas como territórios de interação social que ultrapassam a simples troca mercantil, configurando-se como ambientes de “interação social” e de fortalecimento comunitário (Lira Neto et al., 2024). No âmbito das cadeias curtas de comercialização, são caracterizadas pela aproximação entre produtor e consumidor, favorecendo relações baseadas na confiança, transparência e na valorização da origem dos alimentos (Miranda, Wegner e Dias, 2024; Verano, Figueiredo e Medina, 2021). Metodologicamente, trata-se de pesquisa aplicada, de campo, com abordagem quali-quantitativa, configurada como estudo de caso (Yin, 2013;

² Kayla Layane Leite da Silva, Graduanda em Tecnologia em Gestão do Agronegócio - Universidade Estadual do Maranhão.

³ Ana Carollyne Teixeira Dantas, Graduanda em Tecnologia em Gestão do Agronegócio - Universidade Estadual do Maranhão..

⁴ Milena Pereira dos Santos, Graduanda em Tecnologia em Gestão do Agronegócio - Universidade Estadual do Maranhão.

⁵ Rodrigo Ramos da Cruz, Mestre em Administração Pública - Universidade Federal do Piauí.



Stake, 1995). Foram aplicados questionários a expositores e consumidores, além de observação direta em três momentos distintos. Os resultados evidenciam predominância de agricultores familiares com pequenas propriedades e forte presença feminina. Observa-se diversificação produtiva significativa, estratégia associada à resiliência socioecológica (Altieri, 2012), embora parte dos produtores ainda opere em regime de monocultura. A renda familiar concentra-se majoritariamente entre um e três salários mínimos, revelando contexto de vulnerabilidade econômica. No campo das práticas sustentáveis, há ampla adoção de adubação orgânica, compostagem, rotação de culturas e controle biológico, alinhando-se às bases da agroecologia (Altieri, 2012). Os principais entraves apontados referem-se ao custo de implementação, à carência de assistência técnica e à falta de insumos adequados, indicando limitações estruturais que comprometem a transição produtiva.

Quanto à comercialização, a feira desempenha papel central na geração de renda e no fortalecimento da economia local, inserindo-se na categoria de venda direta que permite identificar necessidades e desejos dos consumidores (Azevedo e Faulin, 2005 apud Brandão, 2012). Do lado da demanda, verifica-se elevada satisfação dos consumidores, motivada por fatores como qualidade, frescor, confiança e interação social, convergindo com achados de Ribeiro et al. (2022).

Conclui-se que a Feira da Agricultura Familiar de Barra do Corda constitui espaço estratégico de desenvolvimento territorial, ao articular dimensões econômicas, sociais, culturais e ambientais. Sua consolidação como vetor de fortalecimento da agricultura familiar depende, contudo, do aprimoramento da infraestrutura, da ampliação da assistência técnica e da implementação de estratégias de divulgação que ampliem sua visibilidade e capacidade de geração de renda. O estudo reafirma que as feiras livres configuram-se como fenômenos sociais complexos, essenciais para a sustentabilidade da agricultura familiar e para a promoção de sistemas agroalimentares mais justos e territorialmente enraizados.

Palavras-chave: Agricultura Familiar; Comercialização; Sustentabilidade; Desenvolvimento Local.

REFERÊNCIAS

ALTIERI, M. Agroecologia: bases científicas para uma agricultura sustentável. São Paulo: Expressão Popular, 2012



AZEVEDO, P. F.; FAULIN, E. J. **Distribuição de hortaliças na agricultura familiar: uma análise das transações.** Revista Informações Econômicas, São Paulo, v. 33, n. 11, p. 24-37, 2003.

BRANDÃO, A. de A. **Produção e comercialização de hortaliças em feiras livres na microrregião de Januária.** 2012.

CONTAG – Confederação Nacional dos Trabalhadores Rurais Agricultores e Agricultoras Familiares. **ANUÁRIO ESTATÍSTICO DA AGRICULTURA FAMILIAR - 2024 / Ano 3.** Brasília: CONTAG, 2024. Disponível em: <https://ww2.contag.org.br/documentos/pdf/18459-2234957-anua%CC%81rio-agricultura-2024.pdf>. Acesso em: 7 out. 2025.

LIRA NETO, J. C. G.; GASPAR, M. W. G.; GASQUE, K. C. da S.; ARAÚJO, M. F. M. de. **Reflexos da pandemia de Covid-19 na venda de alimentos em feiras livres no Maciço de Baturité-CE.** Saúde em Debate, v. 48, supl. 1, p. e8573, 2024. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/sdeb/a/hxkmDxW7cnGyF6FmvQqxQTP/?lang=pt>. Acesso em: 27 set. 2025. doi: <https://doi.org/10.1590/2358-28982024E18573P>.

MENEZES, V. de P. L. **As feiras-livres em Fortaleza: retrato da polissemia urbana.** 2005. 130 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2005. Disponível em: <http://siduece.uece.br/siduece/trabalhoAcademicoPublico.jsf?id=37395>. Acesso em: 26 set. 2025.

MIRANDA, S. P.; WEGNER, R. C.; DIAS, A. **Comercialização nas feiras da agricultura familiar: um estudo de caso sobre a estrutura desses canais.** Revista de Economia e Sociologia Rural, v. 62, n. 4, p. e270700, 2024. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/resr/a/qpPgmC8Hqs3n4zWLB8LzPdG/?format=html&lang=pt>. Acesso em: 27 ago. 2025.

RIBEIRO, N. R. *et al.* **Satisfação e perfil socioeconômico e demográfico dos consumidores das feiras livres de Juiz de Fora-MG.** Cadernos Saúde Coletiva, v. 30, n. 3, p. 431–438, jul. 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cadsc/a/jXcQwvBpyQDM3hDNwrPF8BL/> Acesso em 2 out 2025

STAKE, R. E. The art of case study research. Sage, 1995.

VERANO, T. de C.; FIGUEIREDO, R. S.; MEDINA, G. da S. **Agricultores familiares em canais curtos de comercialização: uma análise quantitativa das feiras municipais.** Revista de Economia e Sociologia Rural, v. 59, n. 3, p. e228830, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/resr/a/hMLL8mZFhGLTcHhnhJfjpQr/?lang=pt>. Acesso em: 27 set. 2025.

YIN, R. K. Case study research: Design and methods. Sage publications, 2013.



DESENVOLVIMENTO DO PLANO DE MARKETING DIGITAL PARA EMPRESAS VAREJISTAS AGROPECUÁRIAS EM BARRA DO CORDA - MA

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18602290>

Onias Noleto De Sousa Neto ⁶,
onias.20230019207@aluno.uema.br
Alberyca Stephany de Jesus Costa Ramos⁷,
alberyca.uema@gmail.com
Adriano da Silva Alves⁸,
Alvesadrianosd.123@gmail.com

Resumo

O constante aumento da competitividade empresarial tem exigido das organizações, um maior conhecimento do seu meio, maior flexibilidade e capacidade de adaptação. Diante deste contexto, o marketing digital é considerado uma ferramenta que permite melhorar o processo de compra através de uma comunicação estratégica e direcionada ao público-alvo. Em virtude da inexistência de um plano estratégico de marketing digital nas empresas em estudo, e tendo em vista a importância dele no gerenciamento do negócio, a presente pesquisa teve como objetivo desenvolver e implantar o plano de marketing digital para empresas varejistas agropecuárias no município de Barra do Corda – MA. Realizou-se a implantação do marketing digital em uma empresa que trabalha no segmento varejista agropecuário. Após a implementação das ferramentas de marketing digital nas empresas, verificou-se o aumento da solicitação de orçamentos, realização de pedidos e evolução da taxa de conversão efetiva. O estabelecimento de um canal de comunicação comum para engajamento participativo com a comunidade do entorno, proporcionou o bem-estar humano através do acesso equitativo e a preços acessíveis para todos. Desse modo, contribuiu também para o fortalecimento da importância da atuação universitária no meio onde está inserida, não só como geradora de conhecimento, mas também de protagonismo social.

Palavras-chave: Agronegócio, Canal de comunicação, Mídias sociais

⁶ Onias Noleto, Graduando em Tecnologia em Gestão do Agronegócio - Universidade Estadual do Maranhão.

⁷ Albéryca Stephany, Doutora em Agroecologia - Universidade Estadual do Maranhão.

⁸ Adriano Alves, Graduando em Tecnologia em Gestão do Agronegócio - Universidade Estadual do Maranhão



GESTÃO COOPERATIVA E ESCALABILIDADE PRODUTIVA: Limites e Oportunidades para o Agronegócio em Barra do Corda – MA

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18602229>

Deles dos Santos Silva⁹,
delleferreirasantos27@gmail.com
Anderson Silva Dos Santos¹⁰,
andersonsilvaoficial36@gmail.com

Resumo

O presente estudo tem como objetivo analisar os fatores que dificultam a escalabilidade e o fortalecimento dos pequenos produtores rurais de Barra do Corda – MA, com ênfase nas limitações que comprometem o desenvolvimento do agronegócio local. O município apresenta expressivo potencial produtivo, sustentado por solos férteis, disponibilidade hídrica e presença de cooperativas e sindicatos rurais que desempenham papel relevante na economia regional. Apesar disso, observa-se que o setor agropecuário local enfrenta desafios que impedem o crescimento e a consolidação de modelos de negócios sustentáveis e replicáveis, o que repercute na baixa competitividade e na dependência de intermediários.

A pesquisa adotará abordagem quantitativa, do tipo survey, com aplicação de questionário estruturado a produtores rurais vinculados a cooperativas e sindicatos do município, visando identificar variáveis relacionadas à gestão, infraestrutura, apoio institucional e estratégias de comercialização. Fundamenta-se teoricamente em estudos sobre gestão cooperativa, inovação social rural e economia solidária, buscando compreender de que forma a organização coletiva pode favorecer a expansão sustentável do agronegócio.

De acordo com Petarly e Souza (2023), “as cooperativas agropecuárias são atos locais que cumprem funções na promoção de melhores condições de vida para seus associados e são potenciais protagonistas do desenvolvimento rural” (p. 829). No entanto, sua competitividade depende da “eficiente articulação das cadeias de valor”, bem como do alinhamento entre gestão e assistência técnica para o fortalecimento da base produtiva (PETARLY; SOUZA, 2023, p. 830). Essa articulação ainda é frágil em diversos contextos locais, incluindo Barra do Corda,

⁹ Deles dos Santos Silva, Graduada em Tecnologia em Gestão do Agronegócio - Universidade Estadual do Maranhão.

¹⁰ Anderson Silva Dos Santos, Graduando em Tecnologia em Gestão do Agronegócio - Universidade Estadual do Maranhão.

onde a ausência de políticas públicas estruturadas e o baixo investimento em inovação reduzem o potencial de crescimento das cooperativas.

No campo social e organizacional, Oliveira, Ferrarini e Grzybovski (2024, p.1) destacam que a inovação social rural compreende “um processo amplo de mudanças sociais, capaz de contribuir para o enfrentamento de desafios e simultaneamente promover inclusão social e superação de desigualdades”. Essa perspectiva sugere que o desenvolvimento rural sustentável deve estar ancorado em práticas colaborativas, pautadas em princípios de solidariedade e autogestão. Ainda segundo as autoras, “a economia solidária é uma proposta contra-hegemônica baseada nos princípios de solidariedade, autogestão e cooperação, com precedência do coletivo sobre o individual” (Oliveira; Ferrarini; Grzybovski, 2024, p. 4).

Espera-se, com esta pesquisa, identificar os fatores estruturais, organizacionais e institucionais que dificultam a escalabilidade dos pequenos produtores rurais de Barra do Corda e propor estratégias para o fortalecimento das cooperativas e associações, contribuindo para a consolidação de um agronegócio regional mais competitivo, inclusivo e sustentável.

Palavras-chave: escalabilidade; pequenos produtores; cooperativismo; agronegócio; desenvolvimento rural.

REFERÊNCIAS

OLIVEIRA, D. de; FERRARINI, A. V.; GRZYBOVSKI, D. Inovação social rural em práticas de economia solidária no coletivo Cooptar no Sul do Brasil. Cadernos EBAPE.BR, Rio de Janeiro, v. 22, n. 3, e2023-0019, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1679-395120230019>. Acesso em: 21 out. 2025.

PETARLY, R. R.; SOUZA, W. P. de. Da assistência técnica à extensão rural em cooperativas agropecuárias. Interações (Campo Grande), Campo Grande, v. 24, n. 3, p. 829-844, jul./set. 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.20435/inter.v24i3.3499>. Acesso em: 14 mar. 2025.

SENA, L. H. da S.; SOUZA, J. C. de. Agronegócio brasileiro: desafios e oportunidades para a atuação do administrador. Id on Line Revista de Psicologia, v. 16, n. 60, p. 646-661, maio 2022. ISSN 1981-1179. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/3415>. Acesso em: 15 mar. 2025.



IMPACTOS SOCIOAMBIENTAIS DO LIXÃO A CÉU ABERTO EM BARRA DO CORDA – MA

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18602395>

Antonio Gabriel Mesquita da Silva Lima¹¹,

gabrielima713@gmail.com

Milena Pereira dos Santos¹²,

milenaps964@gmail.com

Ana Emília Milhomem Lindoso¹³,

alindoso04@gmail.com

Resumo

O manejo inadequado dos resíduos sólidos urbanos configura-se como um dos mais graves desafios ambientais contemporâneos, especialmente nos municípios de médio porte, onde a expansão urbana nem sempre é acompanhada por políticas públicas eficazes de gestão. No município de Barra do Corda – MA, a disposição irregular de resíduos tem provocado múltiplos impactos, tanto ecológicos quanto sociais, afetando diretamente as condições de vida dos trabalhadores envolvidos na coleta e na triagem de materiais recicláveis. Este estudo teve como propósito analisar as consequências socioambientais decorrentes da gestão precária dos resíduos sólidos, com ênfase nas diferenças entre os sistemas de disposição em lixões e aterros sanitários, bem como nas políticas públicas de mitigação existentes. A pesquisa adotou abordagem mista, desenvolvendo-se em duas etapas complementares: uma revisão bibliográfica, voltada à consolidação do referencial teórico sobre gestão de resíduos e sustentabilidade urbana, e uma investigação de campo, destinada a identificar as práticas locais e seus efeitos sobre o meio ambiente e sobre os catadores que atuam no local estudado. Os resultados preliminares evidenciam que a ausência de infraestrutura adequada e de políticas de educação ambiental contribui para a perpetuação de um modelo de descarte insustentável, ampliando os riscos à saúde pública e à integridade dos ecossistemas. Diante desse cenário, reforça-se a necessidade de implantação de um aterro sanitário tecnicamente planejado, em consonância com os princípios da Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei nº 12.305/2010),

¹¹ Antonio Gabriel Mesquita da Silva Lima, Graduando em Análise e Desenvolvimento de sistemas - Universidade Estadual do Maranhão.

¹² Milena Pereira dos Santos, Graduanda em Tecnologia em Gestão do Agronegócio - Universidade Estadual do Maranhão.

¹³ Ana Emília Milhomem Lindoso, Engenheira Agrônoma - Universidade Federal do Piauí.



e de programas de sensibilização social voltados à gestão participativa e ao cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). O estudo busca, assim, contribuir para a reflexão sobre alternativas viáveis que integrem sustentabilidade, inclusão social e governança ambiental no contexto urbano maranhense.

Palavras-chave: Objetivos do Desenvolvimento Sustentável; Aterro Sanitário; Lixão; Impactos socioambientais; Comunidades

REFERÊNCIAS

ABRELPE - Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais. Panorama dos Resíduos Sólidos no Brasil. 2010. Disponível em: <http://www.abrelpe.org.br/downloads/Panorama2010.pdf>. Acesso em: 06 ago 2023.

BRASIL. Lei nº 12.305, de 02 de agosto de 2010. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 02 de agosto de 2010.

COSTA, TGA; IWATA, BF; CASTRO, CP; COELHO, JV; CLEMENTINO, GES; CUNHA, LM. Impactos ambientais de lixo a céu aberto no Município de Cristalândia, Estado do Piauí, Nordeste do Brasil. Revista Brasileira de Gestão Ambiental e Sustentabilidade, v. 4, pág. 79-86, 2016. <https://doi.org/10.21438/rbgas.030408>.

DA SILVA, Régia Simony Braz *et al.* Avaliação sazonal da qualidade das águas superficiais e subterrâneas na área de influência do Lixão de Salinópolis, PA. Revista Ambiente & Água, v. 13, n. 2, p. 1-17, 2018.

GOUVEIA, N. Resíduos sólidos urbanos: impactos socioambientais e perspectiva de manejo sustentável com inclusão social. Ciência & saúde coletiva, v. 17, nº 06, 1503-1510, 2012.

LEITE, V. D.; LOPES, W. S. Avaliação dos aspectos sociais, econômicos e ambientais causados pelo lixo da Cidade de Campina Grande-PB. Anais do IX Simpósio Luso-Brasileiro de Engenharia Sanitária e Ambiental, Porto Seguro, 2000, p. 1534-1540.

SAMPAIO, Patrícia Gomes. Viabilidade Econômica e Socioambiental do Aterro Sanitário Consorciado na Macrorregião dos Sertões dos Inhamus. Dissertação (Especialista em Gestão Ambiental) – Universidade de Fortaleza, Fortaleza, 2012.



MARKETING DIGITAL COMO FERRAMENTA DE VALORIZAÇÃO DO AGRONEGÓCIO: Um Estudo em Barra do Corda – MA

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18601986>

Onias Noleto De Sousa Neto¹⁴,
onias.20230019207@aluno.uema.br
Adriano da Silva Alves¹⁵,
Alvesadrianosd.123@gmail.com
João Victor dos Santos Pereira¹⁶,
Joaoazpereira4002@gmail.com
Rodrigo Ramos da Cruz¹⁷,
rodrigo.rcruz@hotmail.com

Resumo

O agronegócio exerce papel central na economia brasileira, respondendo por 23,2% do Produto Interno Bruto em 2024 (CEPEA, 2025). No contexto regional, o município de Barra do Corda – MA apresenta relevante diversidade produtiva, mas enfrenta desafios relacionados à visibilidade e à ampliação de mercado para produtores e empreendedores rurais. Diante da expansão das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), o marketing digital emerge como ferramenta estratégica capaz de fortalecer a competitividade e promover o desenvolvimento sustentável do setor. Nesse cenário, o presente estudo teve como objetivo analisar de que maneira o marketing digital pode impulsionar a visibilidade e o desenvolvimento de produtores rurais e empreendedores do agronegócio em Barra do Corda. O referencial teórico fundamenta-se nos conceitos clássicos de marketing, compreendido como processo estratégico de geração de valor e satisfação (Kotler e Armstrong, 2015; Kotler e Keller, 2012), estruturado a partir do mix de marketing — produto, preço, promoção e praça (McCarthy, 1978). A discussão incorpora a noção de presença digital como condição essencial de visibilidade e credibilidade no ambiente online (Gabriel, 2010; Strutzel, 2015), destacando que a ausência digital pode comprometer o posicionamento mercadológico. No âmbito do agronegócio, estudos apontam a crescente utilização de plataformas como WhatsApp, Facebook e Instagram (Lima, 2022; Mizokami, 2022), embora persistam barreiras estruturais e formativas. Metodologicamente, trata-se de pesquisa aplicada, de campo, com abordagem

¹⁴ Onias Noleto, Tecnólogo em Gestão do Agronegócio - Universidade Estadual do Maranhão

¹⁵ Adriano Alves, Tecnólogo em Gestão do Agronegócio - Universidade Estadual do Maranhão

¹⁶ João Victor dos Santos, Tecnólogo em Gestão do Agronegócio - Universidade Estadual do Maranhão

¹⁷ Rodrigo Ramos da Cruz, Mestre em Administração Pública – Universidade Federal do Piauí.



quali-quantitativa, descritiva e exploratória (Gil, 2002; Gil, 2008; Goldenberg, 2004; Martins, 2004). Foram aplicados questionários estruturados a 20 empreendedores do agronegócio e a 217 consumidores do município, número definido por cálculo estatístico para população finita. A análise combinou estatística descritiva e análise de conteúdo, conforme Bardin (2011). Os resultados evidenciam predominância de empreendimentos de pequeno porte, com estrutura organizacional reduzida e baixa profissionalização das atividades de marketing. A maioria das empresas não possui setor formalizado de marketing, sendo as ações digitais conduzidas pelos próprios proprietários ou por colaboradores sem formação específica. O modelo B2C mostrou-se majoritário, indicando foco na venda direta ao consumidor final. Entre as ferramentas digitais, observou-se maior utilização do Instagram pelos empreendedores, enquanto os consumidores demonstraram preferência pelo WhatsApp como canal de compra e atendimento. Elementos como agilidade no retorno, conteúdo visual autêntico e avaliações positivas influenciam diretamente a confiança do consumidor. Entretanto, desafios como falta de tempo, ausência de capacitação e limitações de infraestrutura tecnológica dificultam a consolidação de estratégias digitais mais estruturadas, corroborando a discussão sobre exclusão digital no meio rural (Ribeiro e Leite, 2019). Conclui-se que o marketing digital representa oportunidade concreta de valorização do agronegócio local, desde que acompanhado por capacitação técnica, planejamento estratégico e ampliação do acesso à internet de qualidade. O estudo contribui ao oferecer diagnóstico empírico da realidade de Barra do Corda e ao propor caminhos para fortalecer a presença digital e a competitividade dos produtores rurais.

Palavras-chave: marketing digital; agronegócio; comportamento do consumidor; mídias sociais; tecnologias digitais

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

CEPEA – Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada. PIB do agronegócio brasileiro. Piracicaba, Cepea/Esalq-USP, 2025. Disponível em: <https://www.cepea.org.br/br/pib-do-agronegocio-brasileiro.aspx>. Acesso em: 7 jun. 2025.

GABRIEL, M. **Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias**. São Paulo: Novatec Editora, 2010.



GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ed. São Paulo: Atlas, 2008.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 15. Ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

KOTLER, P; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. Tradução de Sônia Midori Yamamoto. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

LIMA, G. K. A. D. **Uso do marketing digital no ramo agropecuário e seus impactos na relação com clientes**, 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Agronomia) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2022.

MARTINS, H. H. T. de S. Metodologia qualitativa de pesquisa. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 30, n. 2, mai./ago. 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ep/a/4jbGxKMDjKq79VqwQ6t6Ppp>. Acesso em: 6 jan. 2025.

MCCARTHY, E. J. **Basic marketing: a managerial approach**. 6th ed. Homewood: Richard D. Irwin, 1978.

MIZOKAMI, K. Pesquisa mostra que o marketing digital está transformando os negócios no agro. **Digital Agro**, 2022. Disponível em: <https://digitalagro.com.br/2022/04/06/pesquisa-mostra-que-o-marketing-digital-esta-transformado-os-negocios-no-agro/>. Acesso em: 6 jan. 2025.

RIBEIRO, A. C.; LEITE, C. A. M. Inclusão digital no meio rural: desafios e perspectivas. **Revista Brasileira de Desenvolvimento Regional**, v. 7, n. 2, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/rbdr/a/34893/>. Acesso em: 19 maio 2025.

STRUTZEL; T. **Presença digital: estratégias eficazes para posicionar sua marca pessoal ou corporativa na web**. Rio de Janeiro: Alta Book, 2015.



O DESAFIO DA VARIAÇÃO DA DEMANDA NA PRODUÇÃO AGRÍCOLA: Um estudo em Barra do Corda - MA

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18601836>

Davi Silva Ventura¹⁸,
dsventura1994@gmail.com
Maria Clara Alves de Sousa da Conceição¹⁹,
mariaclaradealvez@gmail.com

Resumo

A produção agrícola é um dos principais motores do Produto Interno Bruto (PIB) e da balança comercial (Breitenbach, 2014). Contudo, gerir de forma eficiente essa produção é um desafio constante. As variações na demanda, influenciadas pela sazonalidade, fatores econômicos e climáticos, impõem a necessidade de planejamento rigoroso e de estratégias bem estruturadas de gestão. É por meio dessa gestão que o agronegócio pode vir a equilibrar produtividade, sustentabilidade e competitividade, assegurando sua relevância no cenário nacional e internacional. O presente estudo terá como objetivo analisar os principais desafios da gestão da produção agrícola diante das oscilações de demanda, discutindo como a sazonalidade, a infraestrutura logística e as incertezas climáticas impactam na competitividade do agronegócio da região central maranhense. A pesquisa adotará abordagem mista, e será realizada por meio da aplicação de questionários estruturados a produtores rurais do município de Barra do Corda – MA. Os dados coletados serão analisados de forma descritiva. A sazonalidade é uma característica própria da produção agrícola, resultando em períodos de alta e baixa oferta de produtos. Conforme destacado por Freitas *et al.* (2024, p. 2-3), “a falta de previsão da demanda pode ocasionar ruptura, excesso, ou até mesmo obsolescências de estoques, sendo grandes responsáveis por perdas financeiras e falha do atendimento ao cliente”. Além disso, a infraestrutura logística deficiente no Brasil, com rodovias em más condições e malha ferroviária insuficiente, agrava os desafios de escoamento da produção. As mudanças climáticas adicionam uma camada de complexidade à gestão da produção agrícola. Eventos extremos, como secas e chuvas intensas, afetam a produtividade e a qualidade dos produtos de norte a sul do país. Nesse contexto, a implementação de tecnologias avançadas para monitoramento climático e práticas

¹⁸ Davi Silva Ventura, Graduando em Tecnologia em Gestão do Agronegócio - Universidade Estadual do Maranhão.

¹⁹ Maria Clara Alves de Sousa da Conceição, Graduanda em Tecnologia em Gestão do Agronegócio - Universidade Estadual do Maranhão.



agrícolas resilientes pode ser uma boa alternativa para mitigar os impactos adversos e adaptar-se às mudanças climáticas. Para enfrentar tais desafios, o setor pode adotar estratégias de gestão de produção e operações alinhadas às especificidades do agronegócio. A diversificação de culturas surge como uma alternativa eficaz para reduzir riscos associados à monocultura e equilibrar a oferta de produtos ao longo do ano. Além disso, o desenvolvimento de políticas públicas para impulsionar os investimentos em infraestrutura logística, como a melhoria das condições das rodovias e a expansão das malhas ferroviária e hidroviária, podem otimizar o escoamento da produção e reduzir custos operacionais. A integração de tecnologias de informação e comunicação na gestão da cadeia de suprimentos também se mostra fundamental. Sistemas de previsão de demanda baseados em dados históricos e análises preditivas permitem um planejamento mais preciso da produção e dos estoques, minimizando desperdícios e maximizando a eficiência operacional. Freitas *et al.* (2024) destacam que a colaboração entre as áreas de suprimento, planejamento e comercial é vital para alinhar a produção às necessidades do mercado. Ao final do estudo, pretende-se evidenciar como a combinação entre coordenação logística, políticas de estoque compatíveis com a sazonalidade e adoção incremental de tecnologias poderá reduzir desperdícios, mitigar riscos e aumentar a resiliência competitiva do agronegócio brasileiro, promovendo equilíbrio entre eficiência econômica e sustentabilidade ambiental.

Palavras-chave: Produção Agrícola; Agronegócio; Sazonalidade; Gestão Agrícola.

REFERÊNCIAS

BREITENBACH, R. Gestão rural no contexto do agronegócio: desafios e limitações. Desafio Online, Campo Grande, v. 2, n. 2, Mai./Ago. 2014. Disponível em:

<https://desafioonline.ufms.br/index.php/deson/article/view/1160/753>. Acesso em 21 out. 2025.

BITTENCOURT, S. F. Sistemática para apoiar o dimensionamento econômico da capacidade de produção de empresas com demanda sazonal: o caso de uma empresa fabricante de máquinas agrícolas. 2010. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/21423>. Acesso em: 04 abr. 2025.

FREITAS, D.; SILVA, D. L.; BATISTA, V. C. Compreensão da teoria da administração da produção quanto a previsão e variação da demanda: uma revisão da literatura. Revista Unipact, 2024. p. 1.

PORTAL LOGWEB. A logística do agronegócio no Brasil: características e desafios. 2023. Disponível em: <https://logweb.com.br/colunas/a-logistica-do-agronegocio-no-brasil-caracteristicas-desafios>. Acesso em: 04 abr. 2025.



PROCESSAMENTO E AGREGAÇÃO DE VALOR DE PRODUTOS AGROINDUSTRIAIS: Fabricação artesanal de sabonete de babosa

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18602333>

Camilly Araújo de Castro²⁰,
camillyvenancio07@gmail.com
Carlíane Silva dos Santos²¹,
Carlíanesilva482@gmail.com
Gabriela dos Santos da Silva²²,
gabrielasantosdasilva311@gmail.com
Hannah Beatrissy Carvalho Vianna²³,
hannahbeatrissy@gmail.com
Larissa Vieira dos Santos²⁴,
Larissantos677@gmail.com
Roberta Maria Lima de Assis²⁵,
r1o2b3e4r5t6adk@gmail.com

Resumo

O presente trabalho teve como objetivo descrever um processo produtivo de desenvolvimento de um sabonete artesanal à base de babosa (Aloe vera), denominado “Poder Verde”, buscando agregar valor a um produto agroindustrial sustentável e de baixo custo. A escolha da babosa se deve à sua incidência regional e às suas propriedades hidratantes, cicatrizantes e calmantes, amplamente reconhecidas e valorizadas na cosmética natural. O processo de fabricação foi realizado de forma artesanal nas residências das autoras, no município de Barra do Corda – MA, utilizando como base sabonetes glicerizados, glicerina caseira, bicarbonato e o suco do gel de babosa. A formulação foi adaptada de Silva (2023), com foco em práticas simples, seguras e economicamente viáveis. Foram produzidas nove unidades de sabonete, com custo médio de R\$ 7,99 por unidade. Considerando pesquisa de mercado realizada em outubro de 2025, o ticket médio de venda desse produto varia entre R\$ 14 e R\$ 32, proporcionando margem de lucro satisfatória sem desprezar a acessibilidade ao consumidor. Os sabonetes apresentaram

²⁰ Camilly Araújo de Castro - Graduanda em Tecnologia em Agropecuária - Universidade Estadual do Maranhão.

²¹ Carlíane Silva dos Santos - Graduanda em Tecnologia em Agropecuária - Universidade Estadual do Maranhão.

²² Gabriela dos Santos da Silva - Graduanda em Tecnologia em Agropecuária - Universidade Estadual do Maranhão.

²³ Hannah Beatrissy Carvalho Vianna - Graduanda em Tecnologia em Agropecuária - Universidade Estadual do Maranhão.

²⁴ Larissa Vieira dos Santos - Graduanda em Tecnologia em Agropecuária - Universidade Estadual do Maranhão.

²⁵ Roberta Maria Lima de Assis - Graduanda em Tecnologia em Agropecuária - Universidade Estadual do Maranhão.



boa consistência, aroma agradável e aspecto uniforme, demonstrando eficiência no processo de produção. A experiência evidenciou a importância da higiene e do cuidado com os ingredientes durante o processo produtivo, além de destacar a relevância de produtos naturais e sustentáveis no contexto agroindustrial. Conclui-se que a produção artesanal de sabonete de babosa representa uma alternativa viável para geração de renda e valorização de recursos vegetais locais, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e o fortalecimento da agroindústria familiar.

Palavras-chave: sabonete de babosa; agroindústria; sustentabilidade; Produção artesanal.

REFERÊNCIAS

ABNT. Associação Brasileira de Normas Técnicas. NBR 10004. Resíduos Sólidos: Classificação. Rio de Janeiro, 2004.

CHAVES, M.S. *et al.* Desenvolvimento de sabonete em barra natural contendo óleos essenciais. *Research, Society and Development*, v. 11, n. 15, e215111537249, 2022.

POLO SEBRAE AGRO. A produção de cosméticos naturais na pequena propriedade rural. 2024.

SILVA, Maria. Como fazer sabonete de babosa medicinal super fácil e rápido. 2023. Disponível em: https://youtu.be/XI71vyt9h_Q. Acesso em: 14 set. 2025

SILVA, A. K. M.; SILVA, M. F.; SILVA, R. V.; MOTA, J. S.; BENTES, V. L. I. (2019). Reaproveitamento de resíduos domésticos para a produção de sabão em barra: recuperar, reciclar e valorizar, uma proposta para tema gerador. *Revista Ensino, Saúde e Biotecnologia da Amazônia*, v. 1, n. especial.



PRODUÇÃO ARTESANAL DE CONDIMENTOS: O caso da agroindústria artesanal “Pimenta da Barra”

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18602403>

Gustavo do Nascimento²⁶,
2006gustavonascimento@gmail.com

José Alisson Carvalho da Silva²⁷,
josealissonborges@gmail.com

Luís Fernando pereira da Silva²⁸,
lf2815600@gmail.com

Riquel Conceição de Andrade²⁹,
riquelconceicaoodeandrade@gmail.com

Resumo

De acordo com Medeiros e Sousa (2021, p.1), “a pimenta é uma das especiarias mais consumidas no mundo e está presente na alimentação humana há mais de 500 anos”. A produção de pimenta em conserva natural é uma alternativa agroindustrial que tem como objetivo valorizar a pimenta e ampliar sua durabilidade, contribuindo para a sustentabilidade e o aproveitamento integral da produção agrícola. O presente trabalho é parte resultante de uma disciplina de agroindústria no curso de agropecuária, em Barra do Corda – MA. O relato aqui apresentado envolveu a aplicação prática dos conhecimentos obtidos em aula, para produção de pimenta em conserva. O processo produtivo envolveu a seleção cuidadosa dos frutos, lavagem, corte, preparo da salmoura, envase e esterilização, garantindo um produto seguro, estável e sensorialmente atrativo.

Como resultado, obteve-se uma pimenta em conserva, que distingue-se por aparência atrativa, com cor viva, textura crocante e aroma intenso, preservando o sabor picante característico da pimenta fresca. Trata-se de um alimento 100% natural, sem conservantes artificiais, corantes ou produtos químicos, rico em antioxidantes naturais e compostos bioativos benéficos à saúde humana. Os resultados da produção têm se mostrado bastante satisfatórios, com boa

²⁶ Gustavo do Nascimento, Graduando em Tecnologia em Agropecuária - Universidade Estadual do Maranhão.

²⁷ José Alisson Carvalho da Silva, Graduando em Tecnologia em Agropecuária - Universidade Estadual do Maranhão.

²⁸ Luís Fernando pereira da Silva, Graduando em Tecnologia em Agropecuária - Universidade Estadual do Maranhão.

²⁹ Riquel Conceição de Andrade, Graduando em Tecnologia em Agropecuária - Universidade Estadual do Maranhão.



conservação do sabor e da cor original por longos períodos. A baixa oxidação e a uniformidade na textura demonstram a eficácia do processo de envase e da padronização da salmoura, que mantém a qualidade do produto até o consumo. Considerando o processo produtivo, estima-se que a pimenta em conserva possa ser comercializada regionalmente em garrafas de vidro de 35 gramas, 290 ml e 330 ml, com valores acessíveis, variando entre R\$20 e R\$25, respectivamente. O produto possui validade média de 18 meses, mantendo suas características sensoriais e nutricionais durante todo o período de armazenamento. Em resumo, o desenvolvimento da pimenta em conserva demonstrou ser uma alternativa tecnicamente viável e de grande potencial econômico dentro do setor agroindustrial, contribuindo para o aproveitamento sustentável dos recursos locais e agregando valor ao produto final. Além disso, o processo de conservação garante a manutenção das propriedades sensoriais e nutritivas da pimenta, tornando-a um produto de qualidade e alta aceitação no mercado consumidor.

Palavras-chave: Pimenta; Conserva; Agroindústria artesanal

REFERÊNCIAS

ANTUNES, M. A. *et al.* Controle de qualidade de produtos à base de pimenta. Infor-me Agropecuário, Belo Horizonte, v. 33, n. 267, p. 41-51, mar./abr., 2012.

FURTADO, A. A. L. DUTRA, A. de. S. Elaboração de molhos de pimenta. Informe Agropecuário, Belo Horizonte, v. 33, n. 267, p. 52-56, mar./abr. 2012.

MEDEIROS, B. S.; SOUSA, W. D. de. Desenvolvimento e caracterização físico-química de molho de pimenta malagueta (*Capsicum frutescens*) e biquinho (*Capsicum chinense*) fermentado. 2021. 45 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciência e Tecnologia de Alimentos) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás, Câmpus Inhumas, Inhumas, 2021.

NOGUEIRA, B. A.; VIEIRA É. N. R.; PINTO, C. L. DE O.; PINTO, C. M. F.; RAMOS, A. M. Caracterização físico-química de molho de pimenta malagueta (*Capsicum frutescens* L.) processado de acordo com as boas práticas de fabricação. Anais: XXV Congresso Brasileiro de Ciência e Tecnologia de Alimentos, 2016.

VALÉRIO JÚNIOR, M. F. R.; SILVA, F. D.; COELHO, N. R. A.; CASTRO, E. M. de O.; RIBEIRO, H. K. Q. Avaliação de parâmetros físico-químicos de molho de pimenta artesanal. Estudos, v. 41, p. 116-127, 2014.



PRODUÇÃO ARTESANAL DE POLPA DE CAJU 100% NATURAL: uma experiência sustentável e de baixo custo na agroindústria familiar

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18602364>

Arthur Oliveira Tenorio³⁰,

ntjoliveira00@gmail.com

Luan Nunes Soares³¹,

luannenesssoares@gmail.com

Luis Coelho de Sousa Neto³²,

luix.lzz11@gmail.com

Samuel Oliveira Tenorio³³,

samueloliveiratenorio@gmail.com

Resumo

A produção de polpa de caju 100% natural constitui uma prática agroindustrial voltada para agregar valor ao fruto e promover a sustentabilidade da cadeia produtiva. O objetivo deste trabalho é relatar a experiência de um processo produtivo artesanal de polpas de caju, buscando otimizar custos e verificar potencial produtivo para pequenos produtores. O processo de produção envolveu as etapas de seleção, higienização, despulpamento, filtragem e envase, utilizando materiais regionais e de baixo custo, garantindo um produto de alta qualidade e segurança alimentar. A polpa obtida apresentou características notáveis, como textura homogênea e cremosa, coloração amarelo-alaranjada intensa e aroma marcante típico do caju fresco, características que comprovam a qualidade do produto desenvolvido. Trata-se de um alimento 100% natural, sem conservantes, açúcares ou aditivos químicos, preservando o alto teor de vitamina C e compostos antioxidantes já descrito na literatura (Oliveira *et al*, 1999; Chaves *et al.*, 2010) Os resultados demonstraram alto rendimento na extração da polpa, com aproveitamento médio de 60% a 70% do peso total dos frutos e baixo teor de oxidação, o que evidencia a eficiência do processo. Adicionalmente, foi realizada uma pesquisa regional de mercado para verificar a precificação do produto destinado ao consumidor final. Observou-se que a polpa de caju é apresentada em diferentes pesos, incluindo 1kg, 750g e 400g, com preços competitivos de R\$30, R\$15 e R\$10, respectivamente. O produto tem validade de 12 meses,

³⁰ Arthur Oliveira Tenorio - Graduando em Tecnologia em Agropecuária - Universidade Estadual do Maranhão.

³¹ Luan Nunes Soares - Graduando em Tecnologia em Agropecuária - Universidade Estadual do Maranhão.

³² Luis Coelho de Sousa Neto - Graduando em Tecnologia em Agropecuária - Universidade Estadual do Maranhão.

³³ Samuel Oliveira Tenorio - Graduando em Tecnologia em Agropecuária - Universidade Estadual do Maranhão.



garantindo sua estabilidade e qualidade por um período prolongado. O desenvolvimento da polpa mostrou-se viável, econômico e com potencial de escalabilidade, apresentando-se como uma alternativa sustentável para a geração de renda e o fortalecimento da agroindústria familiar.

Palavras-chave: polpa de caju; agroindústria familiar; sustentabilidade; produção artesanal.

REFERÊNCIAS

OLIVEIRA, M. E. B. DE . *et al.*. Avaliação de parâmetros de qualidade físico-químicos de polpas congeladas de acerola, cajá e caju. Food Science and Technology, v. 19, n. 3, p. 326–332, set. 1999. Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/cta/a/sw7ym7kDrwy6gYKKqjw7ZKr/?format=html&lang=pt>. Acesso em: 14 out. 2025.

CHAVES, M. H. *et al.*. Fenóis totais, atividade antioxidante e constituintes químicos de extratos de *Anacardium occidentale* L., Anacardiaceae. Revista Brasileira de Farmacognosia, v. 20, n. 1, p. 106–112, jan. 2010. Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/rbfar/a/xWfLjNXZLYVBndNWML4M79N/?format=html&lang=pt>
Acesso em: 14 out. 2025.



REFLEXÕES SOBRE A TRANSFORMAÇÃO DO AGRONEGÓCIO REGIONAL POR MEIO DA PROFISSIONALIZAÇÃO E DA VISÃO EMPRESARIAL DA PROPRIEDADE RURAL

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18602162>

Anackson Jonh Brito Neto³⁴,

jjonhbrito@gmail.com

José Augusto de Sousa Pontes³⁵,

joseaugustopontes61@gmail.com

Resumo

A gestão da produção no agronegócio indubitavelmente é uma das partes mais importantes dos segmentos agropecuários e agroindustriais. Por meio dela, são definidas as decisões estratégicas e operacionais que orientam a eficiência dos processos produtivos, a rentabilidade e a viabilidade econômica das propriedades rurais. Apesar dos avanços tecnológicos, ainda se observa uma baixa eficácia na gestão produtiva, sobretudo entre pequenos produtores, cuja fragilidade administrativa compromete o desempenho e a sustentabilidade de suas atividades (Tailarine, 2015).

O Agronegócio inclui todo o sistema de produção que se divide entre diversos setores de produção e serviços provenientes da agropecuária e agroindústria, ou seja, de modo descentralizado. Nele se encontra a produção na propriedade rural, e como negócio produtivo, deve ser considerada e gerida como uma empresa rural, observando a necessidade de planejamento, execução, análise de resultados e tomadas de decisões. Os desafios notáveis no campo se resumem na falta de estratégias administrativas, como estruturar as operações nas dimensões volume, variedade variação e visibilidade, custos de produção, e outros métodos de planejamento que são essenciais quando se trata a propriedade rural como empresa rural, e não apenas como uma unidade produtiva (Moreira, 2020).

O agronegócio na região de Barra do Corda atualmente está em forte expansão, impulsionada principalmente pela chegada de grandes empresas renomadas do setor. Porém a agricultura familiar local que compõe parcela relevante da produção regional - assim como em grande parte

³⁴ Anackson Jonh Brito Neto, Graduando em Tecnologia em Gestão do Agronegócio - Universidade Estadual do Maranhão.

³⁵ José Augusto de Sousa Pontes, Graduando em Tecnologia em Gestão do Agronegócio - Universidade Estadual do Maranhão.



da agricultura familiar brasileira -, enfrenta limitações de recursos, acesso à terra e, sobretudo, de capacitação gerencial. O baixo nível de escolaridade e a carência de educação financeira entre esses agricultores rurais configuram obstáculos expressivos à adoção de práticas de gestão da produção adequadas, já que o estilo de gestão de parte dos produtores rurais brasileiros carece de formalização e de adoção de práticas organizadas e sistemáticas (Thiago *et al*, 2020). Wenczenovic, Toledo e Bottini (2021, p.12) afirmam que a “educação formal ou ausência deste direito fundamental nos espaços rurais são debates de longa data”. Breitenbach (2014 p. aponta a dificuldade relacionada a escassez de informações de grande parte dos agricultores “seja informação técnica de produção, das novas tecnologias e seu uso. Porém, a defasagem maior é de informações que se referem a gestão dos seus estabelecimentos e, mais especificamente, na gestão de custos de suas atividades produtivas.”

Para a transformação do agronegócio regional deve-se pensar na gestão da produção da empresa rural como fator primordial, que será responsável pela elevação de lucros e sustentabilidade, além do investimento em educação financeira aos produtores e assistência gerencial adequada à realidade rural da região. Futuro gestores do agronegócio devem atender a necessidade da visão empresarial da propriedade rural, gerida de forma estratégica, sendo essa a perspectiva que o produtor também deve ter para obter sucesso em sua empresa rural. Além disso, deve-se entender que com uma gestão da produção e operação eficiente será possível tomar as melhores decisões baseadas em fatos e não em especulações, e assim alcançar da melhor forma possível o objetivo do seu negócio.

Palavras-chave: Gestão da produção agrícola; Agronegócio familiar; Desenvolvimento regional; Profissionalização do produtor rural.

REFERÊNCIAS

BREITENBACH, R. Gestão rural no contexto do agronegócio: desafios e limitações. Desafio Online, Campo Grande, v. 2, n. 2, maio/ago. 2014. Disponível em: <https://desafioonline.ufms.br/index.php/deson/article/view/1160/753> . Acesso em: 21 out. 2025.

MOREIRA, G. Gestão rural: a importância da administração no desenvolvimento de propriedades rurais. [S. l.: s. n.], [202–?]. Disponível em: <https://publicacoes.even3.com.br/tcc/gestao-rural-a-importancia-da-administracao-no-desenvolvimento-de-propriedades-rurais-185764> . Acesso em: 6 abr. 2025.



TALIARINE, A. A importância da gestão no agronegócio brasileiro. [S. l.: s. n.], [202–?]. Disponível em: https://sif.fatecitapetininga.edu.br/perspectiva/pdf/08/artigo08_5.PDF. . Acesso em: 6 abr. 2025.

THIAGO, F. *et al.* Estilo de gestão de produtores rurais. Revista de Economia e Sociologia Rural, v. 58, n. 2, p. e188254, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/resr/a/zsHcmfMpZdWJYWqY7xj5NFq/?format=pdf&lang=pt> . Acesso em: 21 out. 2025.

WENCZENOVICZ, T. J.; TOLEDO, E.; BOTTINI, M. E. A educação: um obstáculo histórico para o desenvolvimento da agricultura familiar. Cadernos de Pesquisa, São Luís, v. 28, n. 2, p. 11-38, 29 jun. 2021. Disponível em: <https://periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/cadernosdepesquisa/article/view/8987/9124>. Acesso em: 21 out. 2025.



ORGANIZADORES

Prof. Rodrigo Ramos da Cruz

Mestre em Administração Pública (UFPI). Especialista em Administração Pública (UCAM).

✉ rodrigo.rcruz@hotmail.com

🌐 <http://lattes.cnpq.br/7776519315350809>

Profa. Raineide Mota Ribeiro

Especialista em Educação especial e inclusiva. Especialista em neuropsicopedagogia institucional e clínica (Faculdade IGUAÇU). Especialista em Docência do Ensino Superior e Educação de Jovens e adultos (FAVENI)

✉ raineidemribeiro@gmail.com

🌐 <http://lattes.cnpq.br/8485587478253297>

Prof. Anderson Nemuell da Costa Oliveira

Especialista em Agricultura de precisão

✉ andersonnemuell@gmail.com

🌐 <http://lattes.cnpq.br/2301014534686364>

Prof. Márlisson da Silva Barroso

Mestre em Direito (FADISP) - Área de concentração em Função Social do Direito.

Especialista em Metodologia do Ensino Superior (FABIC)

✉ marlissonbarroso@outlook.com

🌐 <http://lattes.cnpq.br/9997283774021543>

Profa. Albéryca Stephany de Jesus Costa Ramos

Doutorado em Agroecologia (UEMA), Mestrado em Agroecologia (UEMA)

✉ alberyca.uma@gmail.com

🌐 <http://lattes.cnpq.br/7870905859350576>

Profa. Raiane de Sousa Andrade Lima

Engenheira Agrônoma, Especialista em Fertilidade e Manejo do Solo e Nutrição de Plantas,

Especialista em Perícia e Auditoria Ambiental

✉ enaiaarandrade@hotmail.com

🌐 <http://lattes.cnpq.br/0670488847935762>

Profa. Viviane Nava Galvão Tavares

Especialista em Gestão de Pessoas e Recursos Humanos (FASAMAR), Especialista em

Psicopedagogia Clínica e Institucional (FASAMAR)

✉ galvao_viviane@hotmail.com

🌐 <http://lattes.cnpq.br/2556055648291769>



Profa. Rayannie Mendes de Oliveira

Mestre em Gestão de Ensino da Educação Básica (UFMA). Especialista em Psicologia da Educação (UEMA), Especialista em Educação Especial Inclusiva (UNIASSELVI),

✉ rayannie92@gmail.com

🌐 <http://lattes.cnpq.br/8600010049999425>

Prof. Luan Dayno Ferreira Araújo

Especialista em Gestão Pública Municipal (UFMA), Especialista em Gestão de Cooperativas (FACCAT),

✉ luandayno@gmail.com

🌐 <http://lattes.cnpq.br/8100798624909308>



INSTITUCIONAL

REITOR

Prof. Dr. Walter Canales Sant'Ana

VICE-REITOR

Prof. Dr. Paulo Henrique Aragão Catunda

DIRETOR DE CAMPUS

Prof. Esp. Marlisson da Silva Barroso

DIRETOR DE CURSO

Anderson Nemuell da Costa Oliveira

COMISSÃO ORGANIZADORA

Rodrigo Ramos da Cruz

Raineide Mota Ribeiro

Anderson Nemuell da Costa Oliveira

Márlisson da Silva Barroso

Raiane de Sousa Andrade Lima

COMISSÃO CIENTÍFICA

Raineide Mota Ribeiro

Anderson Nemuell da Costa Oliveira

Marlisson da Silva Barroso

Rodrigo Ramos da Cruz
Raineide Mota Ribeiro
Anderson Nemuell da Costa Oliveira
Márlisson da Silva Barroso
Albéryca Stephany de Jesus Costa Ramos
Raiane de Sousa Andrade Lima
Viviane Nava Galvão Tavares
Rayannie Mendes de Oliveira
Luan Dayno Ferreira Araújo
Orgs



ISBN
978-85-8227-713-3



Uema
UNIVERSIDADE ESTADUAL
DO MARANHÃO



Editora
Uema