

ANÁLISE DO IMPACTO DA PANDEMIA NO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO E NA AGRICULTURA FAMILIAR

Jhordana Abadia Oliveira da Silva¹

Simone Teles da Silva Costa²

Dênia Aparecida de Amorim³

RESUMO

Introdução: O agronegócio brasileiro é fator importante para o desenvolvimento econômico do país. O Brasil é o maior exportador líquido de produtos agropecuários do mundo e, em plena pandemia, os produtores aumentaram a oferta e ganharam novos mercados internacionais. Como o principal canal de distribuição ao consumidor são os comerciantes, o agronegócio também precisou inovar na hora da venda devido às restrições de circulação originadas durante a crise pandêmica mundial. Muitos dos produtores já tinham sua rede de fornecimento, porém precisaram buscar formas de continuar fornecendo produtos ao mesmo tempo em que respeitavam o isolamento. **Objetivo:** A pesquisa objetivou realizar uma análise bibliográfica sobre o agronegócio brasileiro e a agricultura familiar durante a pandemia para identificar estratégias adotadas pelo setor e a importância do apoio político para sobrevivência em meio à crise. **Metodologia:** O estudo foi desenvolvido por meio de pesquisa bibliográfica como fonte de informação. A análise dos resultados foi feita com abordagem qualitativa. A seleção de trabalhos anteriores para argumentação científica foi feita por meio de buscas no *Google Acadêmico*. **Considerações Finais:** Foi observado que mesmo em meio à crise causada pela pandemia, o agronegócio brasileiro apresentou resultados considerados satisfatórios, se mostrando um setor forte em meio à retração econômica e inúmeros desafios em razão do isolamento social. O setor contribuiu muito para a recuperação da economia. O agricultor familiar, como nos demais setores da economia, procurou se reinventar em meio à crise, algo que não foi tarefa fácil por ser um setor que necessita do contato frente a frente com o cliente. Nesse âmbito, as associações e cooperativas de agricultura familiar trabalharam maneiras de comercialização desses produtos, como feiras de bairros, supermercados, venda de cestas de produtos organizados por meio de redes sociais. Outra forma foi a

¹ Bacharel em Administração pela UNIFUCAMP. E-mail: jhordanasilva@unifucamp.edu.br

² Mestre em Gestão Organizacional pela UFG-Catalão. E-mail: simoneteles@unifucamp.edu.br

³ Mestre em Administração Pública pela UFTM. E-mail: deniaamorim@hotmail.com

comercialização de produtos por meio dos programas governamentais como as políticas públicas federais, o Programa Nacional de Alimentação Escolar - PNAE, e o Programa de Aquisição de Alimentos – PAA, que contribuíram fortemente para garantir a manutenção de produção e de renda dos pequenos produtores.

PALAVRAS-CHAVE: Pandemia. Agronegócio. Agricultura Familiar.