

IRSA - CONGRESSO MUNDIAL DE SOCIOLOGIA RURAL (01/10/2025 A 20/01/2026) - IRSA 39 - TERRITORIAL MARKETS AS SPACES OF VALUE

**POLÍTICAS PÚBLICAS E INOVAÇÕES PARA CONSTRUÇÃO DE
MERCADOS: UM ESTUDO DE CASO DO QUEIJO ARTESANAL DE
ALAGOA/MG**

Fabio Homero Diniz (fabio.homero@embrapa.br)

Maria De Fátima Ávila Pires-Iphan (maria.pires@embrapa.br)

Leonardo De Siqueira Mendes (leonardosmendees@gmail.com)

Este estudo de caso, inserido no projeto de criação da Rede de Pesquisa sobre Mercados para Agricultura Familiar, analisa as estratégias de comercialização e acesso a mercados dos produtores familiares de queijo artesanal de Alagoa, município localizado na Serra da Mantiqueira de Minas Gerais. A pesquisa, realizada por meio de um censo com 123 produtores, dos quais 118 responderam ao questionário, teve como objetivo mapear os canais de venda e compreender os mecanismos de governança que regem esse mercado tradicional. O referencial teórico adotado baseia-se na tipologia de Schneider (2021), que classifica os mercados para a agricultura familiar em: de proximidade, territoriais, convencionais e institucionais/públicos. Os resultados demonstram uma forte concentração no mercado convencional, com 69,7% dos

produtores vendendo majoritariamente para intermediários ou atravessadores. Em contraste, apenas 28,6% acessam mercados territoriais (como lojas especializadas e varejo regional) e um percentual mínimo de 1,7% opera em mercados de proximidade por meio da venda direta. Nenhum produtor acessou mercados institucionais (PAA ou PNAE). A análise revela uma contradição: embora a relação com os intermediários seja baseada em confiança e laços pessoais (sem contratos formais), essa dependência gera vulnerabilidade na negociação de preços e no escoamento da produção. Por outro lado, indicadores socioeconômicos apontam para uma relativa sustentabilidade da atividade, com alta taxa de sucessão familiar (50,8%) e boa infraestrutura produtiva, esta última impulsionada pela recente regulamentação técnica pelo estado e sanitária pelo município. Conclui-se que há um potencial significativo para os produtores diversificarem seus canais, agregarem valor por meio da identidade territorial do produto e reduzirem assimetrias por meio do acesso a políticas públicas e da organização coletiva, caminhos essenciais para a construção de mercados mais justos e rentáveis.

Palavras-chave: queijo artesanal; agricultura familiar; comercialização; mercados territoriais; políticas públicas.