

CONSTRUÇÃO SOCIAL DE MERCADOS PELA AGRICULTURA FAMILIAR EM UNAÍ, MG: POTENCIALIDADES E LIMITAÇÕES

Marcelo Leite Gastal¹

José Humberto Valadares Xavier²

José Carlos Costa Gonçalves Rocha³

Ana Paula Borges Mendonça⁴

Warley Henrique da Silva⁵

RESUMO

O acesso aos mercados é considerado um dos principais entraves ao desenvolvimento da agricultura familiar. Este artigo tem como objetivo analisar o acesso da agricultura familiar do Município de Unaí, MG a dois mercados – a feira da agricultura familiar e a venda de produtos para o Programa Nacional de Alimentação Escolar (Pnae). Unaí é uma importante bacia leiteira. A produção de leite apresentou-se como a principal estratégia de inserção dos agricultores no mercado. No entanto, a comercialização mostrou-se concentrada, enfatizando-se a necessidade de construção de novas estratégias. O acesso ao Pnae e à feira propiciou diversificação de produtos comercializados e maior geração de renda nos estabelecimentos. Configuraram-se estratégias promissoras para a viabilização do acesso dos agricultores aos mercados construídos, não apenas para os agricultores já inseridos na cadeia do leite, mas também – e principalmente – para aqueles que se achavam excluídos dos mercados e em situação de risco. No entanto, devem ser ressaltadas as enormes dificuldades encontradas para construir o acesso ao Pnae e à feira, destacando-se aquelas de ordem burocrática. É necessário que essas novas oportunidades constituam novas redes de comercialização baseadas na lógica da confiança e de relações estreitas, principalmente entre os agricultores e o poder público.

Termos para indexação: comercialização, diversificação, mercados institucionais.

¹ Engenheiro-agrônomo, doutor em Desenvolvimento Sustentável, pesquisador da Embrapa Cerrados, BR 020, Km 18, Rodovia Brasília-Fortaleza, Caixa Postal nº 8223, CEP 73301-970 Planaltina, DF. marcelo.gastal@embrapa.br

² Engenheiro-agrônomo, doutor em Sistemas de Produção Agrícola Familiar, pesquisador da Embrapa Cerrados. jose-humberto.xavier@embrapa.br

³ Engenheiro-agrônomo, assistente de operações da Embrapa Cerrados. jose.goncalves-rocha@embrapa.br

⁴ Administradora de empresas, presidente da Cooperativa Mista dos Agricultores Familiares de Unaí e Noroeste de Minas Gerais (Cooperagro), Rua Santa Luzia, 251, Cachoeira, CEP 38610-000 Unaí, MG. paulabmendonca@gmail.com

⁵ Estudante de Engenharia de Produção Agroindustrial pelo Instituto de Ensino Superior Cenequista (Inesc). warley-henrique2010@hotmail.com

SOCIAL CONSTRUCTION OF MARKETS BY FAMILY FARMING IN UNAI: CAPABILITIES AND LIMITATIONS

ABSTRACT

Access to markets is considered a major constraint to the development of family farming. This article aims to analyze the access of family farmers in the municipality of Unai, state of Minas Gerais, Brazil to two markets: the fair of family farming, and the sale of products for Brazil's National School Feeding Programme (Pnae). Unai is an important region of milk production. Milk production was shown to be the main strategy for the integration of farmers into the market. However, the marketing of milk was found to be concentrated, which emphasized the need to develop new strategies. Access to Pnae and the fair has provided diversification of products sold and higher income generation in the establishments. Promising strategies were built to enable farmers' access to the constructed markets, not only for those already entered in the milk chain, but also – and mainly – for those who were excluded from the markets and at risk. However, the enormous difficulties encountered by farmers to build access to Pnae and the fair must be highlighted, mainly those relating to bureaucracy. It is necessary that these new opportunities bring about new marketing networks based on the logic of trust and close relationships, especially between farmers and the government.

Index terms: commercialization, diversification, institutional markets.

INTRODUÇÃO

De acordo com Schneider e Niederle (2008), não é tarefa fácil situar o lugar da discussão sobre a agricultura familiar em meio à teoria social contemporânea, pois ainda não há uma definição rigorosa e consensual sobre seu estatuto conceitual. De maneira geral, considera-se que, na forma social familiar de produção na agricultura, trabalho, produção e família formam um conjunto que opera de forma unificada e sistêmica, cultivando organismos vivos e gerenciando processos biológicos por meio dos quais se busca criar condições materiais para garantir sua reprodução como grupo social (SCHNEIDER; NIEDERLE, 2008).

No contexto do Ano Internacional da Agricultura Familiar, a FAO concentrou esforços para elaborar um conceito de agricultura familiar que procura integrar os principais elementos encontrados nas diversas elaborações teóricas acerca de seu estatuto conceitual (SALCEDO; GUZMÁN, 2014, p. 26):

La Agricultura Familiar (incluyendo todas las actividades agrícolas basadas en la familia) es una forma de organizar la agricultura, ganadería, silvicultura,

pesca, acuicultura y pastoreo, que es administrada y operada por una familia y, sobre todo, que depende preponderantemente del trabajo familiar, tanto de mujeres como hombres. La familia y la granja están vinculados, co-evolucionan y combinan funciones económicas, ambientales, sociales y culturales.

Segundo Salcedo e Guzmán (2014), a agricultura familiar ocupa um relevante espaço na América Latina e Caribe. Para esses autores, embora sua definição seja complexa, existe uma ampla concordância acerca de sua importância em relação a temas centrais no processo de desenvolvimento dos países, tais como: segurança alimentar, geração de emprego agrícola, mitigação da pobreza, conservação da biodiversidade e tradições culturais. De acordo com os mesmos autores, as unidades agrícolas familiares totalizam 16.596.837 estabelecimentos na América Latina e Caribe, e sua participação percentual no número total de unidades de produção foi superior a 80%. No Brasil, a situação não é diferente. De acordo com o censo agropecuário (IBGE, 2009), há 4.367.902 estabelecimentos de agricultura familiar no Brasil, que representam 84,4% do total.

Sen (2000) considera que um dos grandes desafios para o desenvolvimento é a criação de condições para a participação dos produtos dos pequenos produtores no intercâmbio econômico, na medida em que um dos objetivos do mercado deve ser a geração do crescimento econômico e, sobretudo, a equidade social. Assim, não é possível conceber a existência de uma agricultura, mesmo familiar e/ou de pequena escala, e de estratégias de desenvolvimento rural sem levar em consideração os papéis dos mercados (CONTERATO et al., 2013).

No entanto, o acesso aos mercados é considerado um dos principais entraves ao desenvolvimento da agricultura familiar (ARIAS, 2014; BUAINAIN, 2006; OLIVEIRA; MELLO, 2006). Buainain (2006), analisando dados do Censo Agropecuário brasileiro de 1996, demonstrou que 44% do total de 4.139.369 estabelecimentos familiares eram pouco integrados aos mercados. Esses estabelecimentos ocupavam 38% da área total e respondiam por 24% da produção. Apenas 20% dos estabelecimentos, que respondiam por 21% da área total e 40% do valor bruto da produção (VBP), foram classificados como muito integrados. A renda desses estabelecimentos foi superior à dos pouco integrados, confirmando que um nível elevado de integração abre a possibilidade de elevação da geração de renda.

Medeiros et al. (2002) enfatizam as dificuldades para os agricultores familiares impostas por mudanças nas regras de acesso aos mercados tradicionalmente acessados por esses agricultores, destacando-se novas economias de escala, como é o caso das novas formas de integração na avicultura; e a definição de novos padrões de qualidade, normalmente elaborados visando a empresas de grande porte.

Wilkinson (2003) destaca a transnacionalização dos mercados, intensificada a partir da década de 1980, que teve como consequência maiores exigências em termos de eficiência, competitividade e qualidade. Reardon et al. (2003) salientam a aceleração do domínio da grande distribuição na forma de super e hipermercados como um dos resultados mais importantes da transnacionalização dos mercados. Isso levou a uma concentração no sistema de distribuição de alimentos e a mudanças nos padrões de coordenação dos atores ao longo das cadeias.

Ressalta-se ainda a importância dos aspectos de organização social, de modo que as estratégias de inserção em mercados sejam pensadas de forma associada, e não como estratégias individuais (OLIVEIRA; MELLO, 2006). Quanto a isso, Wilkinson (1996) reconhece que as inovações organizacionais são tão ou mais importantes do que as tecnológicas para entender a evolução do sistema agroalimentar.

Às tradicionais questões que se colocavam a respeito do mercado, tais como remuneração da atividade agrícola pelas agroindústrias e exploração dos atravessadores, agregam-se outras fundamentais, relacionadas aos mercados, com destaque para o funcionamento, as condições de acesso, as barreiras à entrada, as formas de institucionalização, e as possibilidades ou não de criação de novos mercados (OLIVEIRA; MELLO, 2006).

Ressalta-se, portanto, a importância de gerar informações para dar suporte às iniciativas de enfrentamento do problema da baixa inserção da agricultura familiar nos circuitos de comercialização. Nesse contexto, é útil a abordagem de construção social de mercados, conforme explicitado em Wilkinson (2002), sobretudo no que se refere a dar suporte à ação das instituições na construção de novas formas de relacionamento da agricultura familiar com os mercados. Essa abordagem se insere no enfoque da nova sociologia econômica. Esse enfoque tem como proposta o estudo dos mercados vistos como extrapolação de redes sociais, situando-se, dessa forma, na tradição sociológica mais ampla de construtivismo social. A novidade da sociologia econômica é o seu projeto

de explicar o funcionamento dos mercados por meio de uma abordagem de redes sociais e de seu enraizamento em determinado território, isto é, o tipo de rede social é correlacionado com a forma de funcionamento do mercado (WILKINSON, 2002).

Este artigo faz parte de ações de pesquisa que se destinam a gerar informações técnicas, sociais e econômicas para apoiar a construção de estratégias que permitam a inserção favorável dos agricultores familiares nos mercados. O trabalho foi desenvolvido no Município de Unaí, MG, localizado na região dos Cerrados. Unaí é típico dessa região. Possui grandes explorações destinadas ao cultivo de grãos, localizadas nas chapadas de relevo plano, enquanto a agricultura familiar localiza-se nas regiões de relevo mais movimentado, dedicando-se a cultivos anuais e à pecuária. O município está inserido em uma importante bacia leiteira, que é a principal cadeia produtiva estruturada. No entanto, uma grande parcela de agricultores familiares não está inserida nessa cadeia. Para criar alternativas de comercialização, foram construídos dois mercados pelas organizações de agricultores e atores locais: a feira da agricultura familiar e o acesso ao Programa Nacional de Alimentação Escolar (Pnae). O artigo descreve e analisa esse processo com o objetivo de explorar as potencialidades e limitações desse tipo de iniciativa como estratégia de apoio ao desenvolvimento da agricultura familiar.

O trabalho está estruturado em quatro seções, além desta introdução. Na primeira, são descritos os procedimentos metodológicos usados no artigo. Na segunda, a área de estudo é caracterizada em relação à importância da agricultura familiar no município, aos principais tipos de sistemas de produção, às relações com os mercados e às iniciativas das organizações de agricultores familiares e instituições parceiras para construir novas relações com os mercados. Na terceira seção, são descritas as duas estratégias de construção social de mercados e discutidos os resultados alcançados, especialmente as limitações e potencialidades. Na última seção, são apresentadas as considerações finais do artigo.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para caracterizar a área de estudo e as relações da agricultura familiar com os mercados, foram empregados dados secundários e analisados dados

de 301 questionários aplicados em comunidades de agricultores familiares e assentamentos de reforma agrária do município (EMBRAPA, 2011). Os dados desse levantamento foram organizados em uma base no software *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Considerou-se que Unai possui 2.731 estabelecimentos agropecuários (IBGE, 2013). De acordo com procedimentos apresentados por Barbetta (2007) para cálculo de amostragem de populações, o número de questionários aplicados representou uma amostra com erro tolerável de 5,4%. Complementarmente, foram empregados dados de levantamento feito pela equipe de Assessoria Técnica, Social e Ambiental à Reforma Agrária (ATES) da Cáritas Diocesana. Foram aplicados 391 questionários em dez assentamentos de reforma agrária do município em 2012. Considerando-se que esses assentamentos possuem 523 estabelecimentos, o número de questionários aplicados representou uma amostra com erro tolerável de 2,54%.

A sistematização de experiências foi empregada para descrever e analisar as estratégias de construção social de mercados. Esse método consiste em um processo de reflexão e produção de conhecimento que pretende dar conta de uma intervenção como um processo social, de sua execução, de suas variáveis, de seus resultados (DIEZ HURTADO, 2001; ECKERT, 2007, 2009). Ela se elabora sobre os seguintes aspectos:

- Um projeto ou um conjunto de projetos de intervenção/ transformação.
- Uma série de experiências (pessoais ou de uma equipe de trabalho), no âmbito do processo de intervenção.
- Um processo social (de mudança ou desenvolvimento) específico no qual se interveio institucionalmente.

No processo de sistematização de experiências, foram coletados dados acerca dos resultados, tais como número de beneficiários, produtos comercializados e valores comercializados. Em complemento, foram selecionados alguns dos agricultores participantes dos dois processos para realizar um acompanhamento econômico mais detalhado. Os estabelecimentos selecionados foram acompanhados durante o ano 2013. Coletaram-se dados estruturais e de resultados econômicos. Os primeiros foram coletados no início e final do ano e informaram sobre a situação patrimonial: a área do estabelecimento e sua distribuição, o tamanho do rebanho, os equipamentos,

as benfeitorias, estoques de produtos e insumos, e a composição do núcleo familiar. Mensalmente, foram levantados os fluxos de caixa: despesas e receitas dos estabelecimentos. Os valores monetários foram corrigidos em relação a janeiro de 2013 pelo Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGP-DI) da Fundação Getúlio Vargas (FGV).

CARACTERIZAÇÃO DA REGIÃO DE ESTUDO E DAS RELAÇÕES DA AGRICULTURA FAMILIAR DE UNAÍ COM OS MERCADOS

Unaí é um município com 81.693 habitantes e é típico da região dos Cerrados. Possui 8.447 km² e está situado na porção noroeste de Minas Gerais. A precipitação média anual oscila de 1.200 mm a 1.400 mm, com as chuvas concentrando-se no período de outubro a março, sendo o trimestre mais chuvoso o de novembro a janeiro. A estação seca, com duração de cinco a seis meses, coincide com os meses mais frios. A umidade relativa média varia de 60% a 70%. A temperatura média anual é de 24,4 °C. A máxima média é de 29,8 °C, e a mínima média é de 14,6 °C. Os principais solos encontrados são os Latossolos, Cambissolos, Neossolos litólicos e os Argissolos (IBGE, 2013; SEBRAE MINAS, 1999).

Do ponto de vista agropecuário, a área municipal está dividida em duas partes, conhecidas como as terras da chapada e do vão. As primeiras são terras planas de Cerrado, ocupadas a partir da década de 1970 por empreendimentos de grande porte. Nessas unidades, destacam-se os cultivos de milho e soja. O vão localiza-se na parte mais baixa, possui relevo suave ondulado, e está composto de estabelecimentos de tamanhos médio e pequeno, dedicando-se à pecuária, sobretudo para produção de leite, e a culturas de subsistência (GASTAL et al., 2003). A maior parte dos agricultores familiares está localizada nessa região. A agricultura familiar possui participação significativa em Unaí. De acordo com o IBGE (2013), existem 3.593 estabelecimentos rurais no município, sendo 2.731 (76,0%) de agricultura familiar⁶. Nesse contexto, destacam-se os

⁶ De acordo com os dados do Censo Agropecuário 2006 (IBGE, 2009), esse percentual é semelhante ao da região Sudeste (75,9%) e do Estado de Minas Gerais (79,3%), e um pouco superior ao da região Centro-Oeste (68,5%), que está toda dentro da região do Cerrado.

assentados de reforma agrária. Unai possui 34 assentamentos, que totalizam 1.639 famílias (INCRA, 2013).

Unai é uma importante bacia leiteira, a oitava de Minas Gerais (PINHEIRO, 2007), com produção diária em torno de 315 mil litros (IBGE, 2012). Para os agricultores familiares, a produção de leite é estruturante nos estabelecimentos; portanto, há um grande esforço para incrementar essa atividade (GASTAL et al., 2003; GREGOLIN, 2004). Levantamento realizado pela Embrapa (2011) constatou que 64% dos estabelecimentos familiares estavam associados à bovinocultura, principalmente a leiteira. O principal agente no mercado de leite do município é a Cooperativa Agropecuária de Unai Ltda. (Capul), criada em 1964. Trata-se de uma cooperativa mista que recolhe cerca de 320 mil litros por dia, associando empresários, agricultores patronais e agricultores familiares, inclusive das áreas de reforma agrária. A Capul assegura assistência técnica remunerada (manejo da pecuária, inseminação artificial, entre outros serviços) para seus cooperados e ações de capacitação, sendo gestora das atividades locais do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – Senar (OLIVEIRA et al., 2009).

A grande participação da agricultura familiar na produção leiteira foi alcançada por meio de um forte processo de especialização e elevada dependência de insumos externos aos sistemas de produção (ALTAFIN et al., 2009; CARVALHO et al., 2014; SOUZA et al., 2014). De acordo com levantamento realizado em dez assentamentos do município, o leite apresentou-se como a principal fonte de renda monetária desses agricultores (Tabela 1). Ele respondeu por mais de R\$ 6,7 milhões por ano (ano base 2012). Em seguida, apareceu a venda de bovinos (R\$ 1 milhão), que é uma consequência da produção de leite. A importância da pecuária leiteira pode ser sentida na elevada despesa relacionada à compra de insumos externos à propriedade. Nos dez assentamentos, a compra de ração concentrada (R\$ 2.614.129,24) significou aproximadamente 49% da despesa com a pecuária e 31% da despesa total dos estabelecimentos (SOUZA et al., 2014). A especialização leiteira foi observada também pelo investimento feito em tanques individuais de resfriamento de leite, que apareceu em 21,5% do total dos estabelecimentos, e pelo uso de ordenhadeiras mecânicas individuais, presentes em 15,3% do total (CARVALHO et al., 2014).

Tabela 1. Participação das atividades produtivas na composição das vendas de produtos agropecuários em dez assentamentos de reforma agrária do Município de Unaí (ano base 2012).

Produto	Renda anual (R\$)	%
Leite	6.773.875,63	73,0
Bovinos	999.395,00	10,8
Aves	390.464,00	4,2
Produtos processados	265.013,00	2,9
Queijo	250.011,42	2,7
Diversos	176.391,50	1,9
Olerícolas/frutas	170.992,40	1,8
Milho	130.000,00	1,4
Ovos	122.500,00	1,3
Total	9.278.642,95	100,0

Fonte: adaptado de Souza et al. (2014).

Apesar da importância do leite como fonte de renda, identificou-se que sua comercialização era concentrada. Na Figura 1 é apresentada a curva de Gini da comercialização de leite. Cerca de 50% dos agricultores não vendiam leite (ponto 1 da Figura 1). No intervalo entre o ponto 1 e o ponto 2 da Figura 1, encontravam-se 30% dos agricultores, que comercializavam 27% do leite vendido pelo total dos agricultores. Acima do ponto 2, encontravam-se apenas 20% dos agricultores, que comercializavam 73% do total do leite vendido. O índice de Gini calculado foi de 0,73.

Havia também uma parcela de agricultores que praticamente não conseguia inserir seus produtos em mercados. Em cerca de 24% dos estabelecimentos familiares, praticamente não havia venda de produtos da agropecuária (EMBRAPA, 2011). Nesses casos, o estabelecimento servia apenas como residência, sendo a renda proveniente de aposentadorias e/ou bolsa família, ou a produção agropecuária era destinada substancialmente ao consumo da família, e a reprodução social era viabilizada por meio da venda de mão de obra.

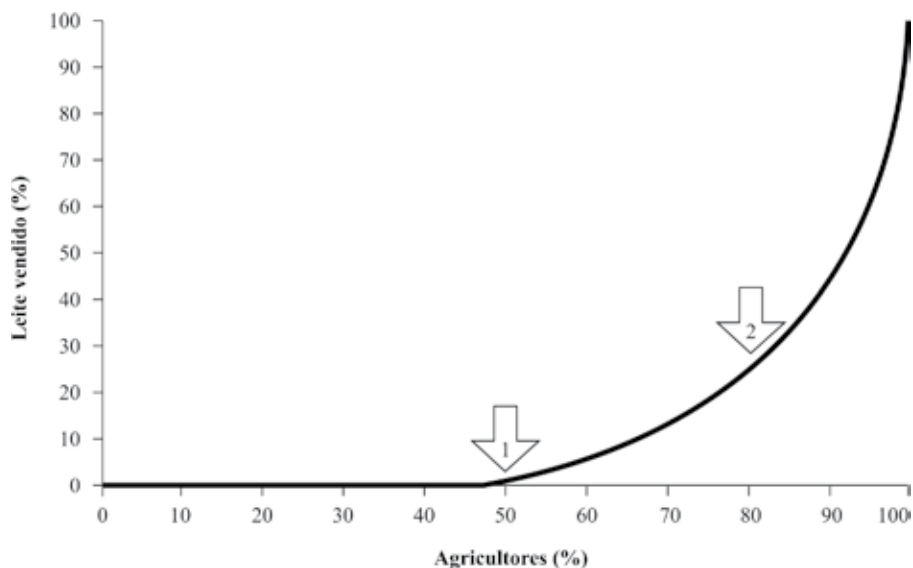


Figura 1. Curva de Gini para comercialização de leite da agricultura familiar de Unai em 2010.

Foi possível verificar que havia esforços dos agricultores para diversificar suas relações com os mercados, sobretudo por meio da venda de aves e ovos e, ainda que com menor frequência, mediante o início de olericultura (EMBRAPA, 2011; SOUZA et al., 2014). Esses esforços, contudo, eram limitados, principalmente, pelo baixo nível de organização social (OLIVEIRA et al., 2009; SABOURIN et al., 2007), que comprometia essas iniciativas, assim como dificultava a potencialidade de políticas públicas, tais como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), o Pnae, entre outras. Isso dificulta a implementação de alternativas para o aumento de renda das famílias.

Em síntese, identificou-se a importância do mercado de leite para a agricultura familiar, mas a participação nesse mercado mostrou-se concentrada. Uma grande parcela de agricultores praticamente não estava inserida ou o fazia de maneira parcial. Nesses casos, havia o risco de comprometimento da continuidade das famílias nos estabelecimentos.

Diante dessa situação, o Sindicato dos Trabalhadores Rurais (STR) de Unai, como instituição que representa a maioria dos agricultores

familiares, estimulou uma reflexão coletiva sobre um processo para apoiar o desenvolvimento da agricultura familiar do município. Um dos resultados dessa reflexão foi a criação da Cooperativa Mista dos Agricultores Familiares de Unaí e Noroeste de Minas Gerais (Cooperagro). Criada em 17 de outubro de 2008, a Cooperagro tem como objetivo principal organizar a produção advinda da agricultura familiar e comercializar tais produtos, sendo eles in natura e/ou industrializados.

Em 2009, o STR e a Cooperagro formaram uma comissão de agricultores e técnicos, com o objetivo de formular uma proposta de atuação para apoio ao desenvolvimento da agricultura familiar do município. Essa proposta possui três eixos: a) assistência técnica; b) organização da produção; c) comercialização. Articulam-se em torno dela diversas instituições, destacando-se a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (a Unidade Embrapa Cerrados), a Escola Estadual Juvêncio Martins Ferreira (Escola Agrícola de Unaí) e a Cáritas Diocesana (Cáritas). As ações desenvolvidas por cada parceiro encontram-se na Tabela 2.

Em relação ao apoio à inserção de produtos da agricultura familiar nos mercados, as principais iniciativas foram as vendas para o Pnae e a instalação da Feira da Agricultura Familiar de Unaí, que serão apresentadas e discutidas nas seções seguintes.

AS ESTRATÉGIAS PARA CONSTRUÇÃO SOCIAL DE NOVOS MERCADOS E SEUS RESULTADOS

Podem ser identificadas diferentes formas de acesso aos mercados pelos agricultores familiares (OLIVEIRA; MELLO, 2006; PLEIN; FILIPPI, 2011; WILKINSON, 2008):

- Acesso direto: esse é o caso dos mercados locais (formal e informal), que se baseiam em lógicas de confiança e relações sociais estreitas.
- Intermediação via atravessador: o atravessador vem crescentemente sendo substituído pelos supermercados, que, ao colocarem novas exigências, impõem novos desafios à produção familiar.

- Integração com a agroindústria: a agroindústria também vem exigindo patamares cada vez mais altos de qualidade e volume, e restringindo o número de produtores, a fim de melhorar a eficiência econômica por meio da logística.
- Compras pelo poder público: como uma parte das compras do governo federal vem sendo transferida para o poder público local, esse mercado adquire contornos de mercado local e pode ser estratégico para a agricultura familiar.

Tabela 2. Instituições e principais ações desenvolvidas, relacionadas à proposta de apoio ao desenvolvimento da agricultura familiar do Município de Unai.

Instituição	Ação
Cooperagro/STR	<ul style="list-style-type: none"> • Apoio à inserção de produtos nos mercados, com destaque para o Pnae e a criação da Feira da Agricultura Familiar de Unai.
Embrapa Cerrados	<ul style="list-style-type: none"> • Projetos de pesquisa com objetivo de gerar referências⁽¹⁾ sobre estratégias de desenvolvimento sustentável, adaptadas à realidade da agricultura familiar. • Apoio a processos de capacitação e formação de técnicos e agricultores. • Validação de dispositivo metodológico participativo para apoiar o desenvolvimento sustentável de assentamentos de reforma agrária. O método articula-se em torno de quatro aspectos complementares e indissociáveis: a) fortalecimento da organização dos agricultores por meio do planejamento participativo; b) melhoria do processo produtivo; c) manejo dos recursos naturais e da fertilidade do solo; d) estabelecimento de relações favoráveis com o mercado.
Escola Agrícola	<ul style="list-style-type: none"> • Coordenação de processos de formação de técnicos. Destaca-se o curso para formação de agentes de desenvolvimento local, por meio da adaptação da pedagogia de alternância.
Cáritas	<ul style="list-style-type: none"> • Assistência técnica em dez assentamentos de Unai (523 famílias), por meio do Programa de Assessoria Técnica, Social e Ambiental à Reforma Agrária (ATES) do Inra. Para isso, foi adaptado o dispositivo metodológico validado em Unai.

⁽¹⁾ Uma referência é entendida como o resultado da análise e atuação em determinada realidade, que podem ser feitas isoladamente pelos agricultores ou como resultado da interação com os técnicos e pesquisadores. Ela corresponde a uma informação contextualizada e sistematizada dessas intervenções, de natureza econômica, social ou técnica, e relaciona-se a diferentes escalas, desde uma parcela de cultivo até a unidade de produção ou a organização de produtores. Uma referência agrega as práticas dos agricultores para solucionar determinada problemática, ou seja, ela faz parte de uma escolha feita por eles, considerando-se seus objetivos, os problemas enfrentados e os recursos potenciais (SABOURIN et al., 2009).

As iniciativas desencadeadas em Unaí articulam-se em torno do acesso direto e da compra pelo poder público. Elas são construções sociais no sentido dado por Fligstein (1996), isto é, refletem construções político-culturais. De acordo com o autor, as construções político-culturais são arenas de contestação e disputa. A dinâmica do conflito e das relações de poder presentes em determinado mercado constitui variável chave para seu entendimento. O peso do conflito é mais claramente visto nos mercados que estão em fase de estruturação, como é o caso das iniciativas dos agricultores familiares de Unaí. Por isso, é importante sistematizar e analisar como esse processo de construção ocorre e quais os seus resultados. Isso é estratégico para o embasamento das políticas que se destinam a apoiar a agricultura familiar em relação ao acesso aos mercados.

Acesso ao Programa Nacional de Alimentação Escolar (Pnae)⁷

No Brasil, a comercialização de produtos da agricultura familiar via mercado institucional é um fenômeno relativamente recente. As primeiras experiências dessa natureza foram localizadas e, muitas vezes, descontínuas no tempo, desenvolvidas por governos municipais e estaduais interessados em incentivar a agricultura familiar e a produção local de alimentos (SCHIMITT; GUIMARÃES, 2008).

Desde 1955, o Pnae garante, por meio da transferência de recursos financeiros, a alimentação escolar dos alunos de toda a educação básica (educação infantil, ensino fundamental, ensino médio e educação de jovens e adultos), matriculados em escolas públicas e filantrópicas (FNDE, 2014). A Lei nº 11.947/2009 preconiza que 30% desse valor seja investido na compra direta de produtos oriundos da agricultura familiar (FNDE, 2014).

Na Figura 2, são apresentadas as liberações no período de 2009 a 2013 para o Município de Unaí. Destaca-se o ano 2010, no qual o valor repassado, considerando-se a correção da inflação pelo IGP-DI da FGV, foi cerca de 50% superior ao de 2009. Embora tenha havido uma queda no valor repassado em 2011, a tendência tem sido de aumento dos valores. Em 2013, o valor corrigido foi 18,4% superior àquele de 2009. Dessa forma, o Pnae pode ser uma ferramenta de apoio ao desenvolvimento, funcionando como um mercado para os produtos da agricultura familiar.

⁷ A descrição do processo de acesso ao Pnae foi baseada em Silva et al. (2013a).

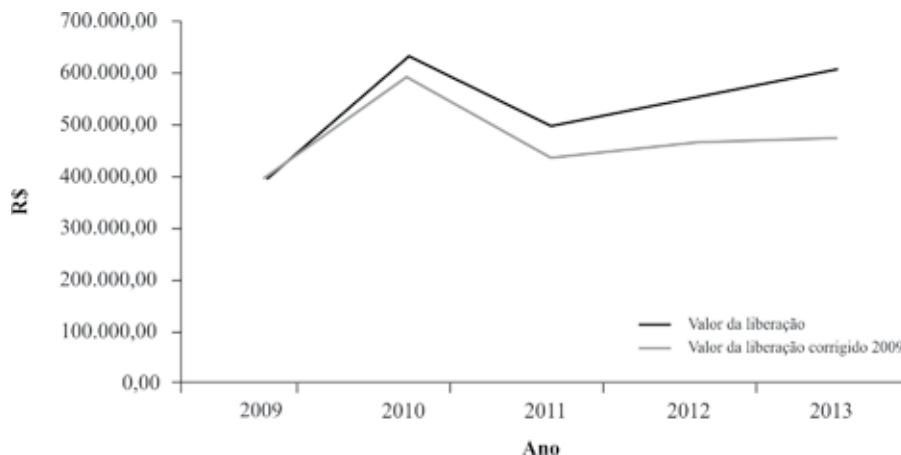


Figura 2. Valores das liberações anuais do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) para alimentação escolar (Pnae), destinadas ao Município de Unai no período de 2009 a 2013.

Obs.: valores corrigidos em relação a 2009 pelo IGP-DI da FGV.

Fonte: FNDE (2013).

A Cooperagro iniciou a comercialização para o Pnae em 2012. Para isso, foi planejado e construído um processo com as fases descritas na Figura 3 (SILVA et al., 2013a).

- 1) Identificação da demanda: a Secretaria Municipal de Educação, por intermédio do Departamento de Apoio ao Educando, solicita à Secretaria de Agricultura, à Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural local (Emater), ao Sindicato dos Trabalhadores Rurais e/ou às Organizações da Agricultura Familiar um mapeamento conjunto dos produtos da agricultura familiar local (produto, quantidade e época de colheita). De posse do mapeamento dos produtos da agricultura familiar, os cardápios da alimentação escolar são elaborados pelo nutricionista responsável. Concluído o cardápio, o nutricionista informa à entidade executora (prefeitura) a demanda, especificando os produtos e a quantidade de cada um. A entidade executora, então, publica, por meio de chamada pública (que é modalidade de edital relativo à agricultura familiar), em

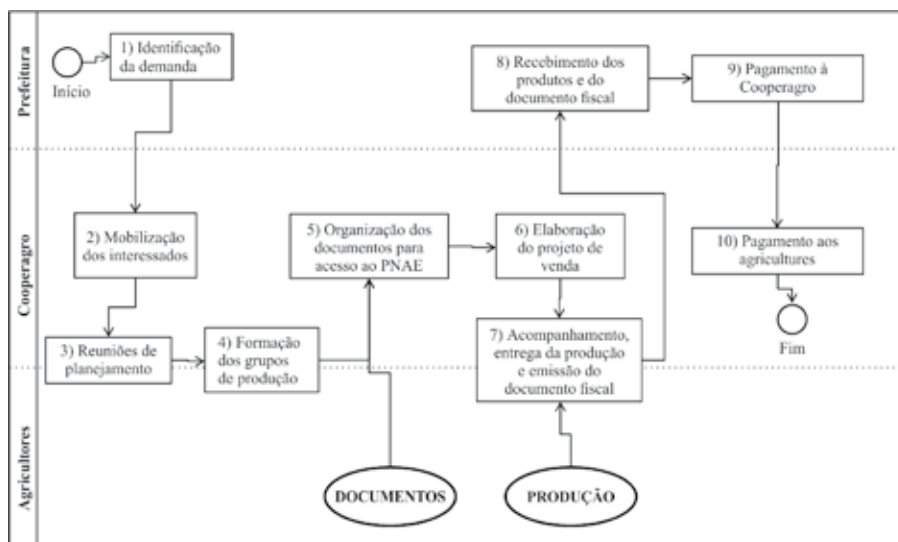


Figura 3. Processo de venda de produtos para o Pnae, executado pela Cooperagro.

Fonte: adaptado de Silva et al. (2013a).

página na internet e na forma de mural em local público, a lista dos alimentos e a quantidade de cada um deles que deseja adquirir da agricultura familiar para alimentação escolar.

- 2) Mobilização dos interessados: a mobilização dos agricultores interessados em participar do projeto é coordenada pela Cooperagro e procura ser ampla e abrangente, de forma que eles tenham conhecimento dos métodos e pré-requisitos para acessarem o programa. Somente agricultores com a DAP (Declaração de Aptidão ao Pronaf – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar) válida estão aptos a comercializarem seus produtos para o Pnae.
- 3) Reuniões de planejamento: após a identificação da demanda de produtos, a Cooperagro faz reuniões de planejamento junto com os agricultores interessados. São apresentadas as demandas do edital de forma a facilitar a organização dos dados e o entendimento dos agricultores.

- 4) São formados grupos de interesse por produto demandado, de modo que os agricultores possam participar dos grupos segundo o que já produzem e/ou apresentam interesse em produzir.
- 5) Organização dos documentos para acesso ao Programa: os documentos necessários para a habilitação, no caso da Cooperagro e demais cooperativas, são: extrato da DAP jurídica; extrato das DAPs físicas dos agricultores participantes do projeto; cópias das certidões negativas do INSS, FGTS, Receita Federal e Dívidas Ativas da União; cópia do estatuto; e cópia de ata de eleição da diretoria atual.
- 6) Elaboração do projeto de venda: o projeto de venda de gêneros alimentícios da agricultura familiar para a alimentação escolar é elaborado pela Cooperagro de acordo com a Chamada Pública. A entrega do projeto de venda é feita pela cooperativa à Entidade Executora (prefeitura), acompanhado da documentação de habilitação exigida.
- 7) Acompanhamento, entrega dos produtos e emissão de documento fiscal – a periodicidade das entregas dos produtos é definida pelo Departamento de Merenda Escolar: a) semanal: frutas, legumes e verduras; b) mensal: outros produtos perecíveis; c) mensal e semestral: produtos estocáveis. Os calendários com as datas, bem como com as respectivas quantidades de cada produto, são disponibilizados logo no início do projeto. Entretanto, tanto as datas como as quantidades dos produtos podem ser alteradas pela entidade executora, considerando-se a rotatividade de alunos nas escolas e a sazonalidade dos produtos. Detalhes, como data de fabricação e validade (produtos processados), quantidade e qualidade dos produtos, são conferidos pela Cooperagro. A cooperativa realiza também um controle interno dos produtos entregues pelos agricultores, que será utilizado no pagamento individual (fase 10). A emissão do documento fiscal (nota fiscal de venda) correspondente a cada entrega feita pela Cooperagro é parte obrigatória do processo de comercialização para o Pnae.
- 8) Efetuação do pagamento aos agricultores: após o recebimento dos produtos (fase 8), o pagamento é feito pela prefeitura à Cooperagro

(fase 9), que, por sua vez, efetua o pagamento aos agricultores (fase 10). Esse pagamento é composto pelo total das entregas, abatidos os descontos (PIS e taxa administrativa do projeto no valor de 19,35%). O valor final dos descontos perfaz um percentual de 20%.

Na Tabela 3, são sintetizados os valores comercializados pelos agricultores familiares da Cooperagro para o Pnae. Em 2012, foram elaborados dois projetos. Ao final, considerando-se os valores dos dois projetos, foram realmente comprados 67,2% do total planejado, e no projeto de maior valor, o percentual comprado foi de 71,9%. Mesmo assim, o valor total dos dois projetos representou 23,6% da liberação total do Pnae para o município naquele ano. Em 2013, o valor total do projeto elaborado pela Cooperagro elevou-se para 35,1% do total liberado para o município. No entanto, efetivamente comercializaram-se apenas 27,8% desse percentual, o que representou somente 9,8% do valor da liberação.

Silva et al. (2013a) relataram uma série de limitações que influenciaram diretamente no processo de comercialização para o Pnae pela Cooperagro:

- Irregularidade da produção: observou-se dificuldade pelos agricultores para planejar a produção individual e coletiva a fim de atender à demanda contínua dos produtos da Merenda Escolar.
- Transporte dos produtos: os agricultores participantes do projeto estavam distribuídos em diferentes regiões geográficas do município, e, em grande parte dos casos, havia uma distância considerável do local de entrega dos produtos. Isso, combinado à frequência de entrega mensal ou quinzenal, elevou o custo de deslocamento e comprometeu a entrega de produtos.
- Infraestrutura inadequada: a inexistência de uma infraestrutura adequada para a recepção dificultou a distribuição dos produtos. Isso também criou dificuldades para o acompanhamento e seleção dos produtos.
- Dificuldade de comunicação: a comunicação com os agricultores, em geral, restringiu-se ao uso de aparelhos celulares. Em certas ocasiões, essa comunicação não foi possível em virtude da qualidade do sinal dos aparelhos.

Tabela 3. Liberação de recursos e valores comercializados para o Pnae de Unai, em 2012 e 2013.

Ano	Liberação (R\$) ⁽¹⁾	Valor do projeto (R\$)	Número de agricultores beneficiados	Valor por agricultor (R\$)	Valor efetivamente comercializado (R\$)	Valor efetivamente comercializado por agricultor (R\$)	Relação entre valor vendido e valor do projeto (%)
2012	556.664,00	108.295,00	33	3.281,67	77.903,00	2.360,70	71,9
2012	556.664,00	23.025,00	14	1.644,64	10.400,00	742,86	45,2
2013	604.540,00	212.030,00	42	5.048,33	59.046,82	1.405,88	27,8

⁽¹⁾Fonte: FNDE (2013).

Ressalta-se a predominância de limitações não relacionadas ao processo produtivo. Em outras palavras, é necessário mobilizar abordagens mais amplas que apenas a produtiva e que considerem as restrições de infraestrutura viária, institucional e de telecomunicações. Esse é um aspecto fundamental a ser considerado na busca de estratégias viáveis e construção de mercados para a agricultura familiar.

Em 2013, a Chamada Pública foi publicada somente em maio, no valor de R\$ 331.430,00. Aliado aos problemas relatados, esse foi um fator que comprometeu sobremaneira a capacidade de entrega dos agricultores. Houve perda de produtos já plantados porque os agricultores não conseguiram colocá-los em outros mercados. Isso pode comprometer a credibilidade local do programa.

Apesar dos problemas identificados, as vendas para o Pnae representaram 12,9% do valor total de produtos agropecuários comercializados pelos estabelecimentos (Tabela 4). No entanto, elas ficaram muito abaixo do valor que poderia ter sido comercializado individualmente (R\$ 20.000,00), de acordo com as normas do Pnae. Nos estabelecimentos 1, 3 e 4, a renda da produção foi pequena (até 1,5 salário mínimo mensal – SM), e as vendas para o Pnae também alcançaram valores baixos (menos que R\$ 1.500,00). Esses estabelecimentos representam uma situação difícil. O impacto do Pnae, embora pequeno, pode ser estratégico para a viabilização das famílias caso o valor comercializado aumente, como ocorreu no estabelecimento 6. Nos estabelecimentos em que as vendas da produção eram iguais ou superiores a 2 SM (estabelecimentos 2, 5, 7, 8 e 9), o programa funcionou como uma estratégia de diversificação. Isso pode ser evidenciado pelos produtos comercializados para o Pnae. De acordo com Silva et al. (2013a), os principais produtos ofertados para o programa em Unaí são abóbora, mandioca, milho-verde, polpa de frutas e biscoitos caseiros, que não se identificam com a cadeia do leite.

Os dados permitem levantar ainda pelo menos uma preocupação em relação ao potencial do Pnae como política de inserção dos agricultores familiares em novos mercados. Em Unaí existem 2.731 estabelecimentos de agricultura familiar (IBGE, 2014). Apenas 42 famílias (1,5% dos estabelecimentos) seriam suficientes para atingir a venda dos 30%, almejados pela Lei nº 11.947/2009, para o programa no âmbito municipal. Isso, somado às limitações identificadas, pode ser um fator de desestímulo para a inclusão

Tabela 4. Vendas para o Pnae de nove estabelecimentos de agricultura familiar em Unai, em 2013.

Estabelecimento	Pnae (R\$)	Vendas da produção (R\$)	Pnae (%)	Vendas da produção em salário mínimo mensal⁽¹⁾
1	139,80	3.650,38	3,8	0,4
2	432,69	25.362,73	1,7	3,1
3	550,25	7.624,01	5,5	1,2
4	1.089,71	12.038,37	9,1	1,5
5	1.823,77	22.508,99	8,1	2,8
6	2.221,29	7.846,15	28,3	1,0
7	3.025,88	54.053,94	5,6	6,6
8	5.629,66	16.229,52	34,7	2,0
9	8.291,76	28.233,02	29,4	3,5
Total	23.204,81	179.841,66	12,9	-

⁽¹⁾ Considerando-se o valor do salário mínimo em janeiro de 2013 (R\$ 678,00), uma vez que os dados foram corrigidos para esse mês pelo IGP-DI da FGV.

de mais agricultores. Essa situação não ocorreu apenas em Unai. Constanty et al. (2013) encontraram pequeno número de agricultores (1,0%) participando do Programa em um município do Paraná, assim como Ribeiro et al. (2013) encontraram uma média de participação no Pnae de 1,2% em 12 municípios do Rio Grande do Sul. Dessa forma, o programa se configura mais como um estimulador e facilitador da inserção dos agricultores nos mercados, que deve ser complementado com iniciativas de construção de novos mercados.

Feira da Agricultura Familiar⁸

A criação de espaços para a comercialização direta de alimentos por produtores, como as feiras livres, alcança resultados expressivos para compradores e vendedores. Para Ribeiro et al. (2005), os produtores ganham porque garantem a comercialização da produção, que, de outra forma, seria difícil nessas economias com pouca circulação de recursos. Os clientes

⁸ A descrição do processo de estruturação da feira da agricultura familiar de Unai foi baseada em Silva et al. (2013b).

ganham porque têm garantido um abastecimento regular, de qualidade e, principalmente, adaptado aos seus hábitos alimentares. E, por fim, ganham os demais varejistas, uma vez que, terminada a feira, os feirantes vão ao comércio e adquirem bens de consumo.

Nas discussões com os agricultores, estimuladas pelo Sindicato dos Trabalhadores Rurais e pela Cooperagro, com apoio das outras instituições, a feira foi identificada como uma das estratégias de inserção no mercado. No município, já existiam duas feiras livres que não eram exclusivas de agricultores familiares, mas bem aceitas pelo público consumidor. Surgiu então, por iniciativa da direção da Cooperagro, a ideia de estruturação de uma feira livre exclusiva de agricultores familiares do município, com o objetivo principal de oferecer outras opções de comercialização aos agricultores, complementando a cadeia do leite e o Pnae.

As etapas do processo de construção da feira da agricultura familiar de Unaí estão sintetizadas na Figura 4. Para viabilizá-la, diversas reuniões com agricultores de todas as regiões do município foram realizadas. A primeira ocorreu em maio de 2011, com o objetivo de mobilizar e reunir agricultores interessados. Para garantir a participação destes, ela foi divulgada na reunião do Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável (CMDRS) e no programa de rádio realizado pela Emater aos domingos. Participaram dessa reunião aproximadamente 50 agricultores.

A segunda reunião ocorreu em 22 de junho de 2011, com a participação de 35 agricultores, que passaram a integrar a lista de pré-inscritos na feira. Foi discutida a forma como seria estruturada a feira, que mais tarde serviu de base para elaboração de uma proposta de regimento interno do seu funcionamento. Surgiu também a ideia da realização de uma pesquisa para conhecer o perfil dos potenciais consumidores.

A pesquisa foi realizada durante os meses de outubro e novembro de 2011 nos bairros mais próximos ao local planejado para o funcionamento da feira (amostra aleatória composta por 406 residências). Elaborou-se relatório com os resultados da pesquisa, e realizou-se reunião de restituição dos resultados com os agricultores em 13/12/2011. Houve a participação de um grande contingente de agricultores. Um aspecto importante foi a participação de várias instituições locais, como Emater, Secretaria de Agricultura, Escola Agrícola, Cáritas, Secretaria de Ação Social e outras. Após a restituição, foi

Atividades

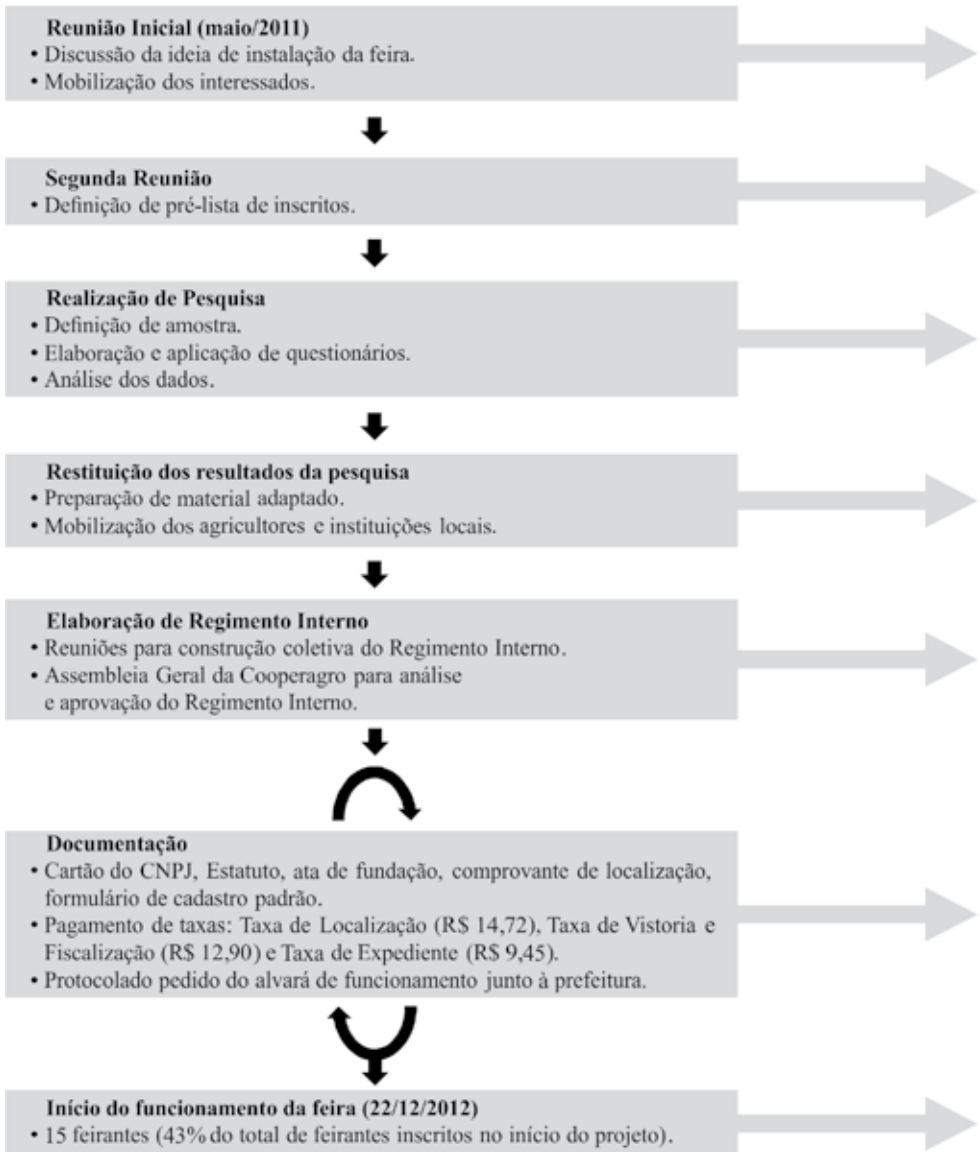


Figura 4. Etapas para instalação da Feira da Agricultura Familiar de Unaí.

Resultados	Aspectos relevantes
<ul style="list-style-type: none">• Definição dos agricultores interessados	<ul style="list-style-type: none">• Divulgação no Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável e no programa de rádio da Emater.
<ul style="list-style-type: none">• Lista de agricultores definida.• Local da feira definido.• Demanda para realização de pesquisa sobre o perfil dos potenciais consumidores.	
<ul style="list-style-type: none">• Perfil dos potenciais consumidores definido: faixa etária, sexo, produtos mais consumidos, valor médio gasto por semana, motivos para frequentar ou não as feiras.	<ul style="list-style-type: none">• Mobilização das instituições parceiras: Embrapa Cerrados, Caritas e Cooperagro.
<ul style="list-style-type: none">• Informações analisadas e disponíveis para dar suporte ao planejamento da feira.• Mobilização de atores importantes no processo.	<ul style="list-style-type: none">• Participação de atores locais: Emater, Secretaria de Agricultura, Secretaria de Ação Social, Escola Agrícola.
<ul style="list-style-type: none">• Regimento Interno aprovado.	
<ul style="list-style-type: none">• Documentação regularizada.	<ul style="list-style-type: none">• Início do processo de documentação em maio/2012.• Demora do processo.• Novo pedido de alvará protocolado em agosto/2012.• Novas exigências: autorização do prefeito, emissão de um laudo da fiscalização sanitária.• Outra feira é aberta em outro bairro sem nenhuma legalização.
<ul style="list-style-type: none">• Feira em funcionamento.	

convocada uma reunião para elaborar o Regimento Interno da Feira Livre da Agricultura Familiar de Unaí. Estiveram presentes na ocasião 35 agricultores. Uma versão final do Regimento foi aprovada, e foi marcada a data da próxima reunião para a aprovação do Regimento em Assembleia Geral, que ocorreu em janeiro de 2012, tendo sido aprovado por unanimidade.

Em março de 2012, foi realizada uma reunião com a participação de grande parte dos agricultores pré-cadastrados na feira. Foi apresentado um levantamento dos elementos que compõem uma feira e também orçamentos financeiros destes, sendo eles: barracas; kits feira (bonés e aventais); instalações elétricas; e recipientes para coleta de lixo. Ficou acordado por todos que as barracas e os kits feira deveriam ser padronizados, pois essa questão estética seria usada como vantagem competitiva em relação às outras feiras. A grande dificuldade sentida pelos agricultores foi o alto valor do investimento nas barracas. O menor orçamento obtido para aquisição foi de R\$ 1.090,00, parcelado em três vezes sem juros. Foram abordados também os aspectos relacionados ao abastecimento de energia da feira e à deposição e coleta do lixo.

Em maio de 2012, a Cooperagro reuniu todos os documentos necessários para dar início ao processo de concessão do alvará. Nesse caso, os documentos requeridos foram: cartão do CNPJ, ata de constituição ou estatuto social, comprovante de localização (conta de água ou luz) e o preenchimento do formulário de cadastro padrão assinado por representante legal. Em seguida, foi necessário o pagamento das seguintes taxas: taxa de localização (R\$ 14,72), taxa de vistoria e fiscalização (R\$ 12,90) e taxa de expediente (R\$ 9,45). Após o pagamento das taxas, foi protocolado o pedido do alvará na prefeitura, mais especificamente na Secretaria de Fiscalização e Obras. Outra solicitação de alvará foi protocolada em agosto de 2012 com as documentações exigidas. Na época, colaboradores da Secretaria de Agricultura estiveram no local de instalação da feira no intuito de fazer as medições necessárias para dar início ao processo de liberação do alvará.

Infelizmente, a demora na emissão do alvará e o alto custo de aquisição das barracas desmobilizaram os agricultores. Para minimizar esse fato, foram realizadas visitas às propriedades de cada agricultor/feirante com o intuito de manter os agricultores mobilizados, informar sobre o andamento do processo e conhecer a estrutura de produção de cada estabelecimento. Em reunião

realizada em 29 de agosto de 2012 sob a perspectiva de que o alvará seria liberado em breve, com base nas informações recebidas, foi definida a data de 29 de setembro para inauguração da feira. Esse prazo possibilitaria a todos os produtores se programarem. Também foram tomadas as últimas providências quanto à instalação da luz e aquisição das barracas.

Nova reunião foi realizada em 19 de setembro ainda com a perspectiva de inaugurar a feira no dia 29, mas com apenas 15 agricultores feirantes dos 35 iniciais que haviam se pré-cadastrado. Nas vésperas da inauguração, mais uma condicionante foi anexada ao processo. Era necessária a emissão de um laudo da fiscalização sanitária atestando que o local de funcionamento da feira estava dentro dos padrões mínimos exigidos por lei.

O longo período para emissão do alvará culminou em nova ação pelos agricultores, com o objetivo de iniciar a feira mesmo sem a documentação necessária. Essa iniciativa resultou na emissão do alvará em 13/12/2012. Após 19 meses de planejamento, em 22 de dezembro de 2012, a Feira da Agricultura Familiar de Unaí começou suas atividades com a participação de 15 feirantes, o que representou 43% do total de inscritos no início do projeto.

Na Tabela 5, é apresentada uma estimativa dos produtos comercializados na feira em junho de 2013. Nesse mês, o número de feirantes havia aumentado para 20. Dessa forma, considerando-se o valor total comercializado, a feira gerou uma renda bruta mensal de R\$ 1.053,55, o que correspondeu a aproximadamente 1,6 salário mínimo. A diversidade de produtos pode ser considerada pequena, mas espera-se que ela se eleve com a continuidade do processo, reforçada pelo aumento do número de participantes. Ressalta-se que o espaço de comercialização conquistado possibilitou a inserção de produtos beneficiados que dificilmente seriam comercializados nas comunidades/assentamentos, conforme salientado por Ribeiro et al. (2005).

A comercialização na feira representou 46% do valor total de produtos agropecuários comercializados pelos estabelecimentos (Tabela 6). No entanto, na maior parte deles, os valores comercializados na feira foram maiores que 50%. Em outras palavras, esse foi o principal canal de comercialização encontrado por esses agricultores. Nos estabelecimentos em que esse percentual foi pequeno (estabelecimentos 1 e 2), as vendas para o Pnae apresentaram valores de 34,7% e 66,8%, respectivamente, possibilitando complementação entre esses dois mercados.

Tabela 5. Estimativa de produtos comercializados na feira da agricultura familiar de Unai em junho de 2013.

Produto	Unidade	Quantidade	Valor unitário médio (R\$)	Valor total (R\$)
Abóbora	kg	72	2,50	180,00
Alface	unidade	1.000	2,00	2.000,00
Cheiro-verde	maço	720	1,50	1.080,00
Couve	maço	320	2,50	800,00
Doces	unidade	180	12,00	1.160,00
Farinha de mandioca	kg	240	5,50	1.320,00
Frango caipira	unidade	200	38,00	7.600,00
Leite	L	300	1,25	375,00
Mandioca	kg	720	2,50	1.800,00
Queijo	kg	192	8,50	1.632,00
Requeijão	kg	80	18,00	1.440,00
Temperos	kg	152	4,50	684,00
Total	-	-	-	21.071,00

Fonte: adaptado de Silva et al. (2013b).

Na Figura 5, é apresentada a evolução dos ingressos monetários do estabelecimento 5. Esse estabelecimento faz parte de uma rede de referência selecionada para representar a diversidade de tipos de sistemas de produção identificados em Unai (EMBRAPA, 2011). O estabelecimento faz parte do tipo “Venda de mão de obra + rebanho”, que representa 10% da agricultura familiar do município, e caracteriza-se pelo fato de a atividade agropecuária ser basicamente destinada ao consumo familiar. A reprodução socioeconômica da família e do estabelecimento é garantida pela venda de mão de obra, associada ou não a outro tipo de renda não agrícola, como aposentadoria ou bolsa família. Alguns agricultores comercializam, em pequena escala, produtos como aves, suínos e ovos. O rebanho bovino, normalmente pequeno, é usado como poupança.

Destaca-se que essa situação representa elevado risco para a manutenção das famílias nos estabelecimentos, pois não há garantias de que haverá

Tabela 6. Vendas na Feira da Agricultura Familiar de Unaí de oito estabelecimentos, em 2013.

Estabelecimento	Feira (R\$)	Vendas da produção (R\$)	Feira (%)	Vendas da produção em salário mínimo mensal ⁽²⁾
1	1.902,45	16.229,52	11,7	2,0
2 ⁽¹⁾	18.763,58	65.270,80	28,7	8,0
3	2.617,92	4.804,34	54,5	0,6
4	16.160,47	28.233,02	57,2	3,5
5	4.650,59	6.972,58	66,7	0,9
6	8.756,94	12.038,37	72,7	1,5
7	16.455,22	22.508,99	73,1	2,8
8	6.133,07	7.877,37	77,9	1,0
Total	75.440,24	163.934,99	-	-

⁽¹⁾ São três agricultores – a mãe, uma filha e um filho –, que trabalham juntos, principalmente no beneficiamento de produtos, e possuem três Declarações de Aptidão ao Pronaf.

⁽²⁾ Considerando-se o valor do salário mínimo em janeiro de 2013 (R\$ 678,00), uma vez que os dados foram corrigidos para esse mês pelo IGP-DI da FGV.

demanda constante de trabalho. O desafio, portanto, consiste em introduzir atividades produtivas e construir um processo de inserção nos mercados que seja compatível com a baixa capacidade de investimento e não apresente forte demanda de trabalho, pelo menos no início, possibilitando um aumento da rentabilidade do sistema de produção.

No caso do estabelecimento 5, o agricultor iniciou produção de hortaliças – comercializadas num primeiro momento para particulares (janeiro de 2013), e posteriormente (junho de 2013) na feira. A opção de comercialização via feira permitiu que o nível de ingressos monetários do sistema se elevasse (Figura 5). Esse aumento foi seguido de elevação nos gastos para produzir. No entanto, permitiu que o saldo da produção do estabelecimento saísse de um valor negativo. Dessa forma, o sistema de produção conseguiu fazer frente às despesas para produzir e alcançou uma sobra que pôde ser destinada à família e/ou a novos investimentos. Aos poucos, o agricultor tem mobilizado cada vez menos a venda de mão de obra como uma alternativa de fonte de

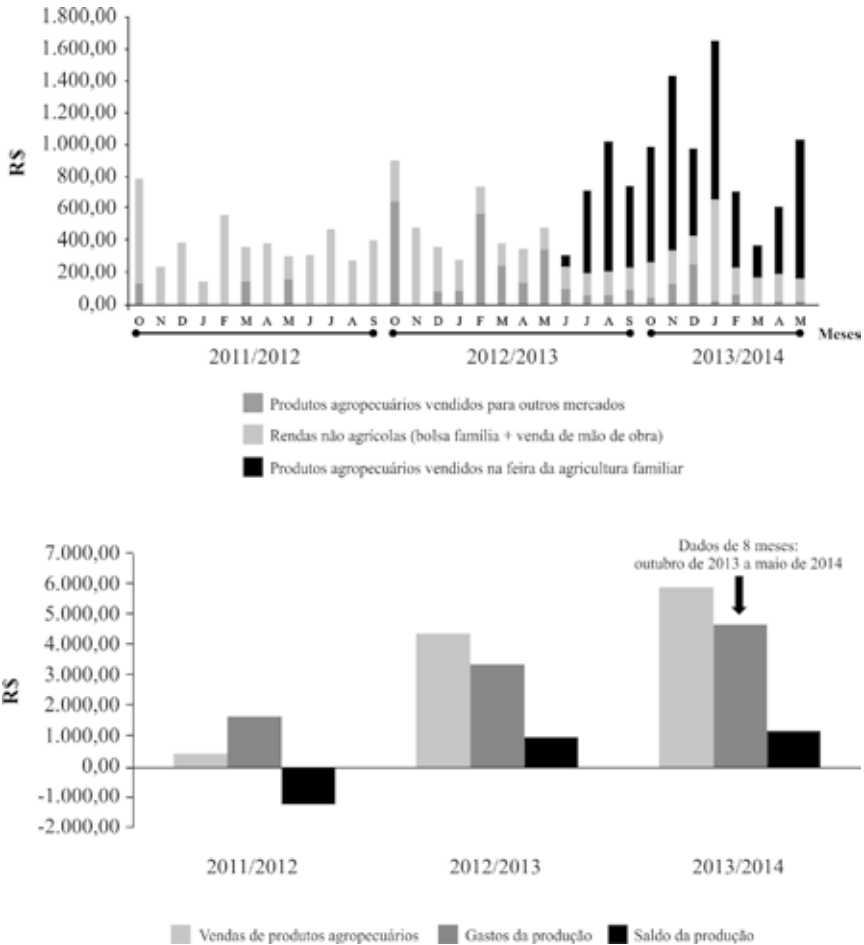


Figura 5. Evolução dos ingressos monetários e do saldo da produção de um estabelecimento de agricultura familiar de Unaí, em três anos agrícolas. Valores monetários corrigidos em relação a outubro de 2011 pelo IGP-DI da FGV.

renda. Embora as mudanças sejam lentas e a reprodução social da família ainda seja difícil, notou-se uma clara evolução. No ano agrícola 2012–2013, o saldo da produção foi de apenas 0,15 salário mínimo mensal (SM). No ano agrícola seguinte, esse saldo aumentou para 0,28 SM. Isso está de acordo com Buianain (2006), que salienta que uma maior integração aos mercados abre a possibilidade de elevação significativa da geração de renda.

Segundo Vogt e Souza (2009), percebe-se o destacado papel que as cooperativas vêm exercendo no processo de organização dos agricultores familiares para inserção de seus produtos nos mercados locais. Isso pôde ser percebido em Unaí. Apesar dos problemas identificados, destaca-se a significância da construção social para inserção no Pnae e na feira, organizada pela Cooperagro, tanto pelo impacto positivo na renda das famílias, quanto pelo estímulo à diversificação produtiva. Isso se torna relevante porque, para os agricultores familiares, é difícil a realização das atividades de produção e comercialização concomitantemente, pois há escassez de mão de obra. De acordo com França et al. (2009), os dados do Censo 2006 revelam que, em média, existem 3,2 pessoas ocupadas por estabelecimento no Brasil. Nos estabelecimentos familiares, essa média cai para 2,8 pessoas, enquanto nos não familiares ela alcança 5,3 pessoas. Ao organizar o processo de inserção no mercado, a cooperativa permitiu diminuir pelo menos uma parte do tempo gasto pelos agricultores na comercialização.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo trata da análise de processos construídos localmente num dado contexto. Portanto, as generalizações devem ser cuidadosas. A análise apresentada permite concluir que os mercados construídos configuram estratégias promissoras para a viabilização dos estabelecimentos e das famílias de agricultores, não apenas para os já inseridos na cadeia do leite, mas, principalmente, para aqueles que se acham excluídos dos mercados e em situação de risco. No entanto, devem ser ressaltadas as enormes dificuldades encontradas pelos agricultores para construir o acesso ao Pnae e à feira, destacando-se aquelas de ordem burocrática. É necessário que essas novas oportunidades se configurem em novas redes de comercialização baseadas na lógica da confiança e de relações estreitas, principalmente entre os agricultores e o poder público. No caso do Pnae, como política pública, seu potencial como ferramenta de apoio ao desenvolvimento da agricultura familiar poderá ser fortemente comprometido se as limitações em âmbito local não forem contornadas. Isso exige uma forte mudança de postura dos agentes públicos e dos agricultores, em relação a melhorar a interlocução e a capacitação para a gestão da política.

O papel da organização social mostrou-se estratégico. A cooperativa dinamizou a capacidade dos agricultores para atendimento das exigências documentais do Pnae e da feira, reduziu custos individuais e serviu de elo de comunicação e de coordenação de um conjunto de estabelecimentos dispersos num município grande. Mais que isso, funcionou como ponto de contato para as instituições de apoio ao desenvolvimento, tendo minimizado os problemas de ações executadas de maneira isolada.

Apesar de os resultados terem se mostrado promissores, é imperiosa a necessidade de ampliar a escala de beneficiários. A feira atinge 20 agricultores, e o Pnae, 42, num universo de mais de 2.000 agricultores familiares. O processo vivenciado pela Cooperagro e seu cooperados pode permitir sua capacitação para ações mais amplas, com o objetivo de acessar novas oportunidades e ampliar o número de cooperados do seu quadro social como potenciais beneficiários das ações.

Finalmente, o trabalho demonstrou que os agricultores familiares podem responder com maior produção desde que haja estratégias compatíveis que vão além do mero apoio à própria produção, considerando-se diversos aspectos, tais como o acesso aos mercados, a capacitação e a resolução de problemas de deslocamento e infraestrutura. Esse é um aspecto que merece maior reflexão pelas instituições de apoio ao desenvolvimento.

REFERÊNCIAS

- ALTAFIN, I. G.; OLIVEIRA, M. N. de; PINHEIRO, M. E. F.; GREGOLIN, A. C.; PERECMANIS, S. O mercado do leite em assentamentos de reforma agrária: acompanhamento e avaliação de ações técnicas e sociais. In: OLIVEIRA, M. N. de; XAVIER, J. H. V.; ALMEIDA, S. C. R. de; SCOPEL, E. (Ed.). **Projeto Unai: pesquisa e desenvolvimento em assentamentos de reforma agrária**. Brasília, DF: Embrapa Informação Tecnológica, 2009. p. 143-181.
- ARIAS, P. Marco teórico: acesso de la agricultura familiar a las cadenas de valor. In: SALCEDO, S.; GUZMÁN, L. **Agricultura familiar en América Latina y el Caribe: recomendaciones de política**. Chile: FAO, 2014. p. 317-324.
- BARBETTA, P. A. **Estatística aplicada às Ciências Sociais**. 7. ed. rev. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2007. 315 p.

BUAINAIN, A. M. Importância e características da agricultura familiar. In: BUAINAIN, A. M. **Agricultura familiar, agroecológica e desenvolvimento sustentável**: questões para debate. Brasília, DF: IICA, 2006. p. 21-38. (Desenvolvimento Rural Sustentável, 5).

CARVALHO, A. L. de M.; GASTAL, M. L.; RIBEIRO, E. C.; ROCHA, J. C. C. G. A especialização leiteira dos sistemas de produção em 10 (dez) assentamentos da reforma agrária de Unaí – MG. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE SISTEMAS DE PRODUÇÃO, 10., 2014, Foz do Iguaçu. **Enfoque sistêmico e agricultura familiar na construção do desenvolvimento rural sustentável**: anais. [S.l.]: SBSP, 2014. 5 p. Disponível em: <<http://sbspanais.com.br/uploads/artigos/Resumo%20%2861%29.pdf>>. Acesso em: 26 maio 2014.

CONSTANTY, H. F. P. H.; ZONIN, W. J.; GREGOLIN, M. R.; NOGUEIRA, J. R. O Programa Nacional de Alimentação Escolar e a sustentabilidade: o caso de Marechal Cândido Rondon. In: JORNADA QUESTÃO AGRÁRIA E DESENVOLVIMENTO, 2., 2013, Curitiba. **Projetos sociais e políticas públicas em disputa**: anais. Curitiba: Ed. da UFPR, 2013. 15 p. Disponível em: <<http://www.jornadaquestaoagraria.ufpr.br/trabalhos/uploads/pnaetrabalhoconstanty.pdf>>. Acesso em: 23 jun. 2014.

CONTERATO, M. A.; NIEDERLE, P. A.; TRICHES, R. M.; MARQUES, F. C.; SCHULTZ, G. (Org.). **Mercados e agricultura familiar**: interfaces, conexões e conflitos. Porto Alegre: Via Sapiens, 2013. 358 p.

DIEZ HURTADO, A. **Guía metodológica para la sistematización de experiencias del Secretariado Rural**. Lima: Secretariado Rural, 2001. 63 p.

ECKERT, C. (Org.). **Sistematização de experiências, uma nova prática na EMATER/RS-ASCAR**: apresentação das 10 experiências selecionadas no II Seminário Estadual de Sistematização de Experiências, Veranópolis, 2004. Porto Alegre: EMATER/RS-ASCAR, 2007. 164 p. (Série Realidade Rural, 49).

ECKERT, C. **Orientações para elaboração de sistematização de experiências**. Porto Alegre: EMATER/RS-ASCAR, 2009. 45 p.

EMBRAPA. **Monitoramento e avaliação de espaços coletivos para a construção social dos mercados pela agricultura familiar de Unaí, MG**: Tipologia de sistemas de produção. Planaltina, DF: Embrapa Cerrados, 2011. 9 p. (Embrapa. Macroprograma 06 - Apoio ao Desenvolvimento da Agricultura Familiar e à Sustentabilidade do Meio Rural. Projeto 06.09.06.004). Relatório Técnico.

FLIGSTEIN, N. Markets as politics: a political cultural approach to market institutions. **American Sociological Review**, Aliso Viejo, v. 61, n. 4, p. 656-673, Aug. 1996.

FNDE. FUNDO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO DA EDUCAÇÃO. **Liberações**: consultas gerais. 2013. Disponível em: http://www.fnde.gov.br/pls/simad/internet_fnde liberacoes_01_pc. Acesso em: 12 maio 2014.

FNDE. FUNDO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO DA EDUCAÇÃO. **Programa Nacional de Alimentação Escolar**: Apresentação. Disponível em: <<http://www.fnde.gov.br/programas/alimentacao-escolar/alimentacao-escolar-apresentacao>>. Acesso em: 22 jan. 2014.

FRANÇA, C. G. de; DEL GROSSI, M. E.; MARQUES, V. P. M. de. A. **O censo agropecuário 2006 e a agricultura familiar no Brasil**. Brasília, DF: MDA, 2009. 96 p

GASTAL, M. L.; XAVIER, J. H. V.; ZOBY, J. L. F.; ROCHA, F. E. de C.; SILVA, M. A. da; RIBEIRO, C. F. D de A.; COUTO, P. H. M. **Projeto Unai**: diagnóstico rápido e dialogado de três assentamentos de reforma agrária. Planaltina, DF: Embrapa Cerrados, 2003. 74 p. (Embrapa Cerrados. Boletim de Pesquisa e Desenvolvimento, 118).

GREGOLIN, A. C. **A construção do mercado de leite**: um estudo de caso dos agricultores familiares do assentamento Paraíso no município de Unai, MG. 2004. 128 f. Dissertação. (Mestrado em Ciências Agrárias) – Universidade de Brasília, Brasília, DF.

IBGE. **Censo agropecuário 2006**: agricultura familiar: primeiros resultados: Brasil, Grandes Regiões e Unidades da Federação. Rio de Janeiro, 2009. 267 p.

IBGE. **Censo agropecuário 2006**: segunda apuração. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/pesquisas/ca/#13>>. Acesso em: 12 maio 2014.

IBGE. **Cidades**. Minas Gerais: Unai. 2013. Disponível em <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=317040&search=minas-gerais|unai>>. Acesso em: 27 maio 2014.

IBGE. Sistema IBGE de Recuperação Automática. **Banco de Dados Agregados**. 2012. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/tabela/listabl.asp?c=74&z=p&o=26>>. Acesso em: 27 maio 2014.

INCRA. **Apresentação sobre a Assessoria Técnica, Social e Ambiental no município de Unai**. [Brasília, DF], 2013. Relatório.

MEDEIROS, J. X. de; WILKINSON, J.; LIMA, D. M. de A. Desenvolvimento científico e tecnológico e a agricultura familiar. In: LIMA, D. M. de A.; WILKINSON, J. (Org.). **Inovação nas tradições da agricultura familiar**. Brasília, DF: CNPq: Paralelo 15, 2002. p. 23-38.

OLIVEIRA, D.; MELLO, M. A. Novas formas de inserção da agricultura familiar ao mercado como estratégia de desenvolvimento rural. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 44., 2006, Fortaleza. **Anais...** Brasília, DF: Sober, 2006. 19 p. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/5/808.pdf>>. Acesso em: 23 jun. 2014.

OLIVEIRA, M. N. de; SABOURIN, E.; ALTAFIN, I. G.; ALMEIDA, S. C. R. de. As organizações sociais: trajetórias, lições e perspectivas. In: OLIVEIRA, M. N. de; XAVIER, J. H. V.; ALMEIDA, S. C. R. de; SCOPEL, E. (Ed.). **Projeto Unai**: pesquisa e desenvolvimento em assentamentos de reforma agrária. Brasília, DF: Embrapa Informação Tecnológica, 2009. p. 95-141.

- PINHEIRO, M. E. F. **Eficiência da produção de leite**: identificando benchmarks. 2007. 156 f. Dissertação (Mestrado em Agronegócio) - Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária, Universidade de Brasília, Brasília, DF.
- PLEIN, C.; FILIPPI, E. E. Capitalismo, agricultura familiar e mercados. **Redes**, Santa Cruz do Sul, v. 16, n.3, p. 98-121, set./dez. 2011.
- REARDON, T.; TIMMER, C. P.; BARRET, C. B.; BERDEGUÉ, J. The rise of supermarkets in Africa, Asia and Latin America. **American Journal of Agricultural Economics**, Saint Paul, v. 85, n. 5, p. 1140-1146, Dec. 2003.
- RIBEIRO, A. L. de P.; CERATTI, S.; BROCH, D. T. Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e a participação da agricultura familiar em municípios do Rio Grande do Sul. **Revista GEDECON**, Cruz Alta, v. 1, n. 1, p. 36-49, 2013.
- RIBEIRO, E. M.; CASTRO, B. S. de; SILVESTRE, L. H.; CALIXTO, J. S.; ARAÚJO, D. P.; GALIZONI, F. M.; AYRES, E. B. Programa de apoio às feiras e à agricultura familiar no Jequitinhonha mineiro. **Agriculturas: experiências em agroecologia**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 2, p. 5-9, jun. 2005.
- SABOURIN, E.; OLIVEIRA, M. N. de; XAVIER, J. H. V. Lógica familiar e lógica coletiva nos assentamentos de reforma agrária: o caso do município de Unai, MG. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, p. 23-61, 2007.
- SABOURIN, E.; XAVIER, J. H. V.; TRIOMPHE, B. Um olhar sobre os enfoques e métodos no Projeto Unai. In: OLIVEIRA, M. N. de; XAVIER, J. H. V.; ALMEIDA, S. C. R. de; SCOPEL, E. (Ed.). **Projeto Unai: pesquisa e desenvolvimento em assentamentos de reforma agrária**. Brasília, DF: Embrapa Informação Tecnológica, 2009. p. 53-93.
- SALCEDO, S.; GUZMÁN, L. (Ed.). **Agricultura familiar en América Latina y el Caribe**: recomendaciones de política. Santiago: FAO, 2014. 497 p.
- SCHIMITT, C. J.; GUIMARÃES, L. A. O mercado institucional como instrumento para o fortalecimento da agricultura familiar de base ecológica. **Agriculturas: experiências em agroecologia**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 7-13, jun. 2008.
- SCHNEIDER, S.; NIEDERLE, P. A. Agricultura familiar e teoria social: a diversidade das formas familiares de produção na agricultura. In: FALEIRO, F. G.; FARIAS NETO, A. L. de (Ed.). **Savanas: desafios e estratégias para o equilíbrio entre sociedade, agronegócio e recursos naturais**. Planaltina, DF: Embrapa Cerrados, 2008. cap. 32, p. 989-1014.
- SEBRAE MINAS. **Diagnóstico do município de Unai**. Belo Horizonte, 1999. 172 p.
- SEN, A. K. **Desenvolvimento como liberdade**. Tradução: Laura Teixeira Motta. São Paulo: Companhia das Letras, 2000. 416 p.
- SILVA, W. H. da; GASTAL, M. L.; MENDONÇA, A. P. B.; XAVIER, J. H. V.; ZICA, K. D. N.; SILVA, E. A. da; ALMEIDA, S. C. R. de. Comercialização de produtos da agricultura familiar para a alimentação escolar: a experiência da Cooperagro, no município de Unai-MG. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL INOVAÇÕES PARA A VALORIZAÇÃO

DOS PRODUTOS DA AGRICULTURA FAMILIAR E DO AGROEXTRATIVISMO NO CERRADO, 1., 2013, Planaltina, DF. [Anais...] Brasília, DF: Ed. da UnB, 2013a.

SILVA, W. H. da; MENDONÇA, A. P. B.; GASTAL, M. L.; XAVIER, J. H. V.; ALMEIDA, S. C. R. de. Sistematização da experiência de implantação da feira da agricultura familiar de Unaí, MG. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL INOVAÇÕES PARA A VALORIZAÇÃO DOS PRODUTOS DA AGRICULTURA FAMILIAR E DO AGROEXTRATIVISMO NO CERRADO, 1., 2013, Planaltina, DF. [Anais...] Brasília, DF: Ed. da UnB, 2013b.

SOUZA, S. V.; SILVA, W. H. da; MENDONÇA, A. P. B.; ZICA, K. D. N.; GASTAL, M. L. Análise da composição da renda familiar em 10 assentamentos de reforma agrária em Unaí, MG. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE SISTEMAS DE PRODUÇÃO, 10., 2014, Foz do Iguaçu. **Enfoque sistêmico e agricultura familiar na construção do desenvolvimento rural sustentável**: anais. [S.l.]: SBSP, 2014. 5 p. Disponível em <<http://sbspanais.com.br/uploads/artigos/Resumo%20%28130%29.pdf>>. Acesso em: 26 maio 2014.

VOGT, S. P. C.; SOUZA, R. S de. Mercados institucionais locais como instrumento de fortalecimento da agricultura familiar: uma análise do Programa de Aquisição de Alimentos na Região Ceieiro - RS. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 47., 2009, Porto Alegre. **Desenvolvimento rural e sistemas agroalimentares**: os agronegócios no contexto de integração das nações: anais. Porto Alegre: Sober, 2009. 20 p. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/13/743.pdf>>. Acesso em: 23 jun. 2014.

WILKINSON, J. A agricultura familiar ante o novo padrão de competitividade do sistema agroalimentar na América Latina. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, v. 21, p. 62-87, out. 2003.

WILKINSON, J. **Mercados, redes e valores**: o novo mundo da agricultura familiar. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2008. 216 p.

WILKINSON, J. Sociologia econômica e agroindústria. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, n. 6, p. 81-90, jul. 1996.

WILKINSON, J. Sociologia econômica, a teoria das convenções e o funcionamento dos mercados: inputs para analisar os micro e pequenos empreendimentos agroindustriais no Brasil. **Ensaios FEE**, Porto Alegre, v. 23, n. 2, p. 805-824, 2002.

Trabalho recebido em 24 de junho de 2014 e aceito em 22 de agosto de 2014