



LC/BRS/R.137
Março de 2003
Original: português

CEPAL
COMISSÃO ECONÔMICA PARA A AMÉRICA LATINA E O CARIBE
Escritório no Brasil



MERCADOS DO EMPREENDEDORISMO DE PEQUENO PORTE NO BRASIL *

Ricardo Abramovay¹
Sylvia Saes²
Maria Célia Souza³
Reginaldo Magalhães⁴

* Documento elaborado no âmbito do Convênio CEPAL/DFID. As opiniões aqui expressas são de inteira responsabilidade dos autores, não refletindo, necessariamente, a posição das instituições envolvidas.

¹ Departamento de Economia da Universidade de Brasília, Caixa Postal 04302, Brasília, DF, 70910-900; Tel.: 61 3072498 ramal 119; Fax: 61 3402311; Deptº de Economia da FEA e PROCAM/USP, www.econ.fea.usp.br/abramovay/

² Deptº de Administração da FEA e FECAP – ssaes@fecap.br.

³ Instituto de Economia Agrícola e doutoranda do PROCAM/USP – mcmsouza@uol.com.br

⁴ Agência de Desenvolvimento Solidário da CUT e mestrando do PROCAM/USP – reginaldo-sm@uol.com.br

Apresentação

É nítido o contraste entre o conhecimento estatístico a respeito das famílias pobres no Brasil e a precariedade das informações e dos estudos sobre os mercados dos quais dependem. Três fatores contribuíram para que a situação social do País se tornasse objeto de alguns dos mais férteis programas de pesquisa, sobretudo entre os economistas, nos últimos anos. Em primeiro lugar estão as contribuições teóricas de Amartya Sen, Pranab Bardhan (*household economics*) e do grupo de pobreza do Banco Mundial, cujos modelos e técnicas analíticas permitiram um detalhamento inédito dos diferentes segmentos de que se compõem as populações carentes. Este aprofundamento teórico encontrou um terreno especialmente fértil de aplicação em um conjunto variado de informações estatísticas composto pelas PNADs, pela PPV e pelas POFs, entre outros. Em terceiro lugar, as políticas públicas, especialmente a partir de meados dos anos 1990, procuraram voltar-se, de maneira precisa, ao alvo de sua ação, o que – juntamente com a pressão organizada de diferentes movimentos sociais – exigia uma clara definição a respeito de quem são os pobres (linhas de pobreza), quais suas condições reais de vida (definidas pelos ativos que possuem, por sua situação de trabalho e por atributos ligados a educação, idade e sexo), e onde se localizam.

A observação de Douglass North (1977:710) – “é curioso que a literatura de economia e história econômica contenha tão pouca discussão sobre a instituição central em que se fundamenta a economia neoclássica: o mercado” – é ainda mais verdadeira quando se refere aos mercados dos quais dependem os pobres. 58% das famílias brasileiras vivendo abaixo da linha de indigência são chefiadas por trabalhadores autônomos, empregados informais ou sem remuneração ⁽⁵⁾, como mostra Marcelo Néri, que dirige um dos mais férteis programas de pesquisa sobre o tema (www.fgv.br/cps). Estas famílias dependem de uma imensa multiplicidade de relações sociais, muitas das quais guardam pouca semelhança com aquilo que a economia designa, de forma estilizada, como “mercado”: não são apenas pontos neutros de equilíbrio em cujo jogo de forças se formam os preços, mas igualmente estruturas sociais, isto é, “formas recorrentes e padronizadas de relações entre atores, mantidas por meio de sanções” (Swedberg, 1994:255). Estas estruturas sociais não podem espelhar-se em informações estatísticas rigorosas e esta é certamente uma das razões pelas quais há poucos trabalhos econômicos sobre o funcionamento dos mercados em que se inserem os pobres. Mas é importante assinalar também a escassez da produção sobre o assunto, vinda de outras áreas das ciências sociais.

O que o SEBRAE chama, a justo título, de “empreendedorismo de pequeno porte” não pode ser caracterizado como um resquício do passado ou como um momento transitório da existência de indivíduos prestes a ingressar no mercado de trabalho assalariado (Sachs, 2002). É bem verdade que, parte muito expressiva dos nano e micro-empresários iniciam suas atividades por falta de alternativa no mercado de trabalho, como mostram as informações da mais importante pesquisa nacional sobre o tema, a *Economia Informal Urbana*, ECINF, publicada pelo IBGE em 1999. Mas a perenidade dos negócios, os vínculos de proximidade em que se apóiam, a experiência adquirida em sua gestão e as

⁵ Os trabalhadores “por conta própria” (self-employed) são 27% da população ocupada, mas chegam a 37% da população vivendo em situação de indigência. Os empregados informais representam 13% da população ocupada e 22% dos muito pobres. Os sem remuneração, 2% dos ocupados, são 5% dos que vivem em indigência (Ferreira *et al.* 2001).

funções sociais que preenchem não permitem que sejam encarados como uma forma de organização transitória e obsoleta a ser sepultada juntamente com as péssimas condições sociais que hoje a caracterizam. Esta visão é em grande medida um dos fatores responsáveis pela ausência de políticas para a economia informal no Brasil. O debate a respeito do lugar e do destino dos mercados em que operam famílias pobres – exposto de maneira sumária no item 1, logo abaixo — gira exatamente em torno deste ponto: para alguns, é por meio da expansão do trabalho assalariado, resultado quase automático do próprio crescimento econômico, que pode ocorrer a emancipação social das famílias pobres. Para outros, ao contrário, as políticas sociais podem desempenhar não só um papel compensatório, como oferecer bases para o reforço das atividades empresariais de que depende a sobrevivência dos que vivem hoje em situação de pobreza. Parte muito importante das Organizações não Governamentais Brasileiras atua hoje exatamente neste horizonte, procurando transformar as relações sociais que envolvem a inserção dos pobres nos diferentes mercados e, por meio destas mudanças, ampliar sua capacidade de geração de renda.

Nos últimos dez anos o Brasil construiu uma densa malha social de proteção contra as formas mais brutais da pobreza absoluta. Os custos e os problemas de focalização nas transferências de renda aos pobres são reais, mas não afastam a constatação de que parte muito significativa dos necessitados foi contemplada com recursos públicos. Mais que isso: inspirado em outras experiências internacionais – sobretudo a do Solidaridad, no México – o Brasil deu início à montagem de vasta rede de conselhos municipais voltados a despertar iniciativas econômicas entre os mais pobres (⁶). O Comunidade Solidária, o Comunidade Ativa, o apoio recebido pelo SEBRAE, a presença das ONG's e as organizações criadas no âmbito do PROGER e, sobretudo do PRONAF exprimem inédita participação localizada da sociedade civil na tentativa de encontrar caminhos duráveis de luta contra a pobreza.

Apesar deste avanço, pode-se dizer que a capacidade da sociedade brasileira em transferir renda aos pobres nem de longe é acompanhada por iniciativas voltadas a melhorar sua inserção em novos mercados. Num caso, a focalização precisa – junto com a existência de recursos, bem entendido – é condição quase suficiente para que o público-alvo seja beneficiado. No outro, o público não pode ser alvo, objeto de políticas públicas, o que amplia a complexidade institucional da própria política: o empreendedorismo só se reforça se os indivíduos, as famílias, as organizações associativas e o setor empresarial forem os sujeitos da construção de um ambiente localizado que favoreça as iniciativas das pessoas, que reforce seus laços de confiança e, por aí, reduza os custos de transação que, em todo mundo, bloqueiam o acesso dos pobres aos mercados (⁷). O formato institucional das políticas sociais brasileiras é propício a que os recursos cheguem aos pobres, mas não está desenhado para estimular a melhoria de sua capacidade de geração de renda.

Na agricultura o quadro é diferente, já que os mais importantes programas governamentais (o PRONAF e a Reforma Agrária) procuram explicitamente dotar os pobres dos meios materiais que lhes permitam melhorar sua inserção em mercados. Na maior parte das vezes, entretanto, o acesso a ativos (terra, crédito e transferências diretas de renda) não consegue romper com as formas tradicionais de inserção nos mercados que caracteriza a pobreza. A

⁶ Sobre o alcance e os limites dos conselhos de desenvolvimento, ver Abramovay, 2001.

⁷ Ver, neste sentido, o importante relatório do IFAD (2001), sob a direção científica de Michael Lipton.

importância crescente do trabalho das Organizações Não Governamentais não tem amplitude capaz de reverter este quadro, embora ofereça lições decisivas para as próprias políticas públicas.

Partindo da premissa de que o empreendedorismo é uma virtude social que pode ser valorizada por políticas públicas, este relatório procura avaliar alguns dos obstáculos à inserção dos pobres em diferentes mercados, bem como algumas das iniciativas voltadas à superação destes problemas. Para isso, procura-se caracterizar os mercados em que os pobres atuam e apresentar alguns casos em que foi possível alterar as estruturas sociais localizadas de sua inserção.

Existem basicamente duas fontes estatísticas para aprofundar o conhecimento do empreendedorismo de pequeno porte no Brasil: o *Censo Agropecuário* permite que as unidades produtivas sejam estratificadas não só por área, mas também – aí com base em tabulações especiais – por valor da produção. Existem trabalhos significativos mostrando a participação nos mercados dos segmentos mais pobres, entre os agricultores familiares. Fora da agricultura, a pesquisa – curiosamente pouco explorada nos estudos sobre pobreza – que o IBGE designou, de forma imprópria, de *Economia Informal Urbana* ⁽⁸⁾ é a mais importante fonte de informação agregada sobre os mercados em que se inserem os pobres. A ECINF é uma pesquisa por amostragem, feita em cinquenta mil domicílios de todo o Brasil (fora do que o IBGE designa como áreas rurais) onde se localizaram pessoas que dirigem nano ou micro-empresendimentos. Além destas duas fontes de informação o trabalho apóia-se em um conjunto de entrevistas e de experiências acumuladas por seus autores em trabalhos de avaliação de políticas públicas e, sobretudo junto a Organizações Não Governamentais. O texto do relatório procura interpretar o significado das experiências estudadas, com base no relato apresentado em anexo nos boxes 1 e 2. Estas experiências são resumidas no quadro 1, ao final do relatório.

1. Apanhado das principais abordagens, questões e atores na literatura secundária e na prática.

O indispensável livro recente de Gustavo Maia Gomes (2001) sobre o semi-árido brasileiro exprime de maneira viva um dos lados em torno dos quais se pode fazer uma primeira separação polar do debate sobre a maneira como os pobres se inserem nos mercados. Embora voltado especificamente ao semi-árido, seu trabalho é importante não só pelo peso relativo da região na pobreza brasileira, mas, sobretudo, pela coerência com que é exposto um certo caminho na luta contra sua perpetuação.

Maia Gomes parte da constatação de que os últimos anos assistiram à formação de “novos sertões”, de um conjunto de mudanças na economia do Semi-Árido e dos Cerrados nordestinos expresso nas indústrias de calçados e têxteis, no crescimento da produção agropecuária dos cerrados, das áreas irrigadas do São Francisco e igualmente – lado menos nobre, mas não menos significativo destas dinâmicas - pela consolidação do polígono da maconha no Estado de Pernambuco, do qual ele faz uma engenhosa avaliação econômica.

⁸ Parte importante (embora minoritária) dos empreendimentos estudados na pesquisa do IBGE compõe-se de unidades formais, sob o ângulo legal. Além disso, a designação “economia informal” transmite a idéia de que suas unidades componentes serão suprimidas quando “formalizadas”.

A soma do valor produzido por estas novas atividades é muitas vezes inferior ao que Maia Gomes chama de “economia sem produção”, ou seja, o conjunto de transferências públicas para os pobres (das quais a mais importante é a aposentadoria rural), fundamental na luta imediata contra a miséria, mas absolutamente incapaz de contribuir de maneira minimamente consistente para a geração de atividades que representem um salto qualitativo na emancipação social dos pobres. Na estimativa de Maia Gomes, o valor aproximado da renda apropriada localmente com a fruticultura irrigada de Petrolina-Juazeiro-Mossoró-Açu chegava a R\$ 470 milhões em 1998. A soja do cerrado gerava cerca de R\$ 300 milhões, a indústria têxtil e de calçados R\$ 30 milhões e a maconha algo em torno de R\$ 100 milhões. Neste mesmo ano só a renda de aposentados e funcionários públicos chegava a R\$ 5 bilhões de reais, superior à da agricultura tradicional (R\$ 3,5 bilhões) e muito superior à das novas atividades.

O que torna, entretanto, promissor o horizonte destas novas atividades – exceção feita à maconha, bem entendido - é a inovação técnica em que se apóiam. Maia Gomes procura mostrar que o crescimento da indústria e, sobretudo, da fruticultura irrigada de exportação “terminará se transferindo, por contágio, dos setores exportadores para os demais, infundindo à economia sertaneja, um elemento de dinamismo que a renda dos aposentados e dos funcionários públicos jamais lhe poderá dar” (Maia Gomes, 2001:270). É verdade que as transferências de renda dão lugar a atividades econômicas. “... a demanda produzida pela economia sem produção é, correspondentemente, muito grande, mas constituída por um número enorme de pequeníssimas parcelas que, além disso, se dispersam por mais de 1 mil pequenos municípios e, talvez, três mil ainda menores distritos” (Maia Gomes, 2001:266). É uma demanda “derivada”: “ou seja, não há como esperar que dela se origine, no futuro qualquer impulso autônomo que permita sustentar um processo de crescimento da economia sertaneja... Afinal, até hoje, ninguém conseguiu demonstrar que barracas de feiras livres, bancas de jogo de bicho, padarias e farmácias podem vir a ser atividades líderes em um processo de desenvolvimento” (Maia Gomes, 2001: 266).

A crítica ao papel das transferências públicas é correlativa ao ceticismo quanto ao futuro de atividades econômicas características das populações mais pobres, cuja base tecnológica tende a ser tradicional. Maia Gomes exprime bem o ponto de vista segundo o qual a inovação tecnológica e o crescimento parecem condições necessárias e suficientes para o enfrentamento do problema da pobreza. O eventual melhoramento de mercados em que os pobres inserem seus produtos trará contribuição marginal a sua melhoria social, caso não sejam alteradas de forma radical a base técnica de seus sistemas produtivos.

O outro pólo do debate em torno dos caminhos de superação da pobreza no Brasil e do papel aí desempenhado pelos mercados pode ser exposto a partir de três horizontes básicos.

No IPEA, a equipe dirigida por Ricardo Paes de Barros vem mostrando a insuficiência do crescimento econômico como forma de resolução do problema da pobreza. Países com o mesmo nível de renda apresentam, sistematicamente, condições sociais menos precárias que o Brasil. Pior: “apesar das diversas transformações e flutuações macroeconômicas [dos últimos vinte anos] a desigualdade exibiu uma estabilidade surpreendente” (Henriques, 2000:33). Mesmo com crescimento econômico expressivo, o tempo necessário para que as condições sociais dos indigentes melhorassem seria longo demais. Além disso, “os níveis

de pobreza são mais sensíveis a alterações no grau de desigualdade do que a alterações no crescimento econômico” Razão pela qual a erradicação da pobreza deve passar por estratégias voltadas de maneira direta à redução da desigualdade. As transferências de renda podem então jogar um papel central na mudança deste panorama e uma das preocupações centrais deste programa de pesquisa está em avaliar a eficiência do Estado em fazer chegar aos pobres os recursos que lhes são destinados. O principal motivo que impede que os pobres se beneficiem diretamente com o crescimento econômico é a precariedade de seu nível educacional. A educação é encarada como o mais importante ativo de que podem ser dotados os pobres para melhorar sua inserção econômica (Paes de Barros, *et al.*, 2000).

O segundo horizonte com base no qual as transferências diretas de renda são importantes para a luta contra a pobreza é exposto em diferentes trabalhos de Marcelo Néri e do Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas. Além de reforçar as informações referentes à importância da desigualdade (e, portanto da distribuição de renda) na luta contra a pobreza, Néri volta-se de maneira mais explícita para a capacidade de geração de renda de certos ativos de que dispõem os pobres. Dois destes ativos poderiam servir de base para a obtenção de crédito por parte dos pobres. Em primeiro lugar, a legalização do patrimônio imobiliário dos pobres abriria o caminho para o oferecimento de garantias em pedidos de empréstimos. Além disso, o horizonte estável de recepção de recursos, sob a forma de aposentadoria, por exemplo, também oferece base estável para uma relação futura com os bancos (Néri *et al.* 2001).

Nenhum destes dois programas de pesquisa – o mesmo pode ser dito dos estudos de Sônia Rocha, do IPEA – dedica-se, entretanto, a estudos referentes aos mercados de que dependem as famílias pobres. O terceiro horizonte desta vasta corrente - que enfatiza os aspectos distributivos na luta contra a pobreza - vem de organizações voltadas fundamentalmente a atividades práticas com populações vivendo em situação de pobreza. Como tal, produzem um conhecimento importantíssimo sobre os mercados em que vivem os pobres e sobre as alternativas para melhorar sua inserção. Na esmagadora maioria dos casos, entretanto, este conhecimento é localizado, pouco elaborado e exposto de maneira precária. O que talvez unifique as iniciativas variadas expostas na seqüência deste trabalho é a convicção de que o pressuposto da melhoria da inserção dos pobres nos diferentes mercados de que dependem não são mudanças técnicas revolucionárias em suas formas produtivas. É na mutação das próprias atividades tradicionais que se decide o destino do processo de desenvolvimento. Existem possibilidades de crescimento econômico, baseadas em mudanças técnicas ao alcance de famílias hoje vivendo em situação de muita pobreza, mas que podem aumentar, proporcionalmente, sua renda de forma significativa com base em investimentos relativamente modestos. O programa de construção de um milhão de cisternas exprime este caminho em que recursos públicos tornam-se fatores de geração de ocupação e renda e não apenas de sobrevivência. As melhorias técnicas voltadas, no semi-árido, à convivência com a seca – como os sistemas que integram sisal e caprinocultura, sob orientação da Associação dos Pequenos Agricultores da Bahia (APAEB – Box 1) - indicam também um caminho de crescimento econômico que associa combate à pobreza, aumento do produto e valorização dos recursos naturais ⁽⁹⁾. Aqui – contrariamente ao

⁹ O Centro de Pesquisa Agropecuária do Trópico Semi-Árido (CPATSA) da EMBRAPA desenvolve importantes trabalhos nesta direção.

horizonte exposto no livro de Gustavo Maia Gomes - as inovações sociais e organizacionais é que são as premissas para um conjunto de mudanças técnicas e econômicas, capazes de alterar de maneira expressiva as condições de vida de milhões de pessoas (¹⁰). Os próximos itens deste trabalho vão referir-se a iniciativas variadas da Articulação do Semi-Árido, do SEBRAE, da Agência de Desenvolvimento Solidário da Central Única dos Trabalhadores e de diversas ONG's em vários pontos do País. Todas estas organizações têm em comum a idéia de que é possível ampliar a renda dos pobres com base em atividades ao alcance de suas capacidades produtivas atuais. Um de seus desafios maiores consiste exatamente em melhorar a inserção das populações beneficiadas por seus trabalhos nos diferentes tipos de mercados de que dependem. Mas, antes disso, convém expor algumas informações básicas sobre os empreendimentos com base nos quais os pobres relacionam-se com mercados. Esta exposição permitirá igualmente que se amplie a própria discussão a respeito das visões sobre as diferentes formas de participação dos pobres nos mercados de que dependem.

2. Obstáculos e problemas da participação dos pobres em mercados

2.1. A economia informal urbana: heterogeneidade social e fraqueza política

A literatura recente sobre o mercado de trabalho, tanto da sociologia quanto da economia, mostra uma profunda mudança em sua estrutura de funcionamento, durante os anos 90. A pobreza torna-se mais diversificada e sujeita a relações sociais mais complexas. O aumento do desemprego e a redução dos vínculos assalariados (o número de assalariados caiu de 64% da PEA, em 1989, para 58%, em 1995, segundo o IBGE) respondem pelo essencial da ampliação da quantidade de ocupados "por conta própria", o que torna a questão dos mercados para os pobres ainda mais importante.

Os estabelecimentos designados pela ECINF/IBGE como "informais" não são necessariamente pobres: foram estudados os titulares e as atividades de unidades com até cinco ocupados. Mas daí excluíram-se as empresas constituídas como sociedades anônimas e aquelas que têm um sistema de contabilidade completo para registrar suas transações rotineiras (ou seja, aquelas cujo preenchimento de Imposto de Renda de Pessoa Jurídica em 1997 não foi feita no formulário Lucro real). Do total de 9,5 milhões de empresas, 7,5 milhões ocupam apenas uma pessoa e em 1,2 milhão trabalham 2 pessoas (Tabela 1). Dos que trabalham por conta própria, 6,1 milhões tiveram **receita** inferior a R\$ 1.000,00 em outubro de 1997, mês em que foi feita a pesquisa. Apenas 177 mil tiveram **receita** superior a R\$ 5.000 em outubro de 1997. Portanto, a heterogeneidade social do universo não impede que se reconheça o peso decisivo dos pobres na sua composição (Tabela 2).

Os empreendimentos econômicos em que se apóia a reprodução de parcela tão expressiva dos que vivem em situação de pobreza no Brasil não são iniciativas efêmeras que desaparecem ao sabor das oscilações do mercado de trabalho. Das 9,5 milhões de

¹⁰ A idéia de que inovações sociais podem ser a base de um processo massivo – ainda que não espetacular – de mudanças técnicas encontra-se em inúmeros trabalhos de Ignacy Sachs (1986), é um dos eixos de sua produção intelectual e está na raiz do próprio termo ecodesenvolvimento. Michael Lipton (1968) também em interessante crítica a Theodore Schultz também oferece contribuição importante, neste sentido.

microempresas brasileiras, sete milhões devem continuar suas atividades, segundo o depoimento de seus titulares aos pesquisadores do IBGE. Deste total, nada menos que 3,5 milhões declaram que pretendem aumentar seus negócios (Tabela 3). É bem verdade que este horizonte otimista choca-se contra a realidade dos fatos: nos doze meses anteriores à pesquisa, apenas 374 mil empresários contrataram mais gente, somente 119 mil diversificaram as atividades e 425 mil ampliaram a jornada de trabalho. Cinco milhões permaneceram na mesma situação e os outros reduziram o volume de seus negócios (Tabela 4). 8,6 milhões funcionam durante todos os meses do ano (Tabela 5).

Os negócios se reproduzem apesar de sua impressionante precariedade. Nas 9,5 milhões de empresas informais trabalham 12,9 milhões de pessoas, das quais 10 milhões são proprietários do negócio. Deste total, 4 milhões tem mais de 40 anos, o que praticamente torna inviável qualquer chance de que o mercado de trabalho represente uma alternativa consistente para sua reprodução social. 1,1 milhão não tem qualquer instrução e 5,8 milhões têm o primeiro grau incompleto (Tabelas 6 e 7). Mais da metade do universo é composto por pessoas que começaram a trabalhar antes dos 14 anos (Tabela 8).

A ECINF não estratifica a tabela referente ao “lucro médio” (registrado apenas no mês de outubro de 1997) dos estabelecimentos. 8,8 milhões de empresas declararam-se lucrativas, com média de R\$ 629,00. As empresas que empregam assalariados (1,2 milhão, do total de 9,5 milhões de empresas) tiveram um lucro de R\$ 1.513,00 enquanto que as por “conta-própria” chegaram à média de R\$ 489,00 (Tabela 9). Mas é importante observar que 4,6 milhões de empresas tiveram **receita** inferior a R\$ 500,00 em outubro de 1997, forte indicativo de que a grande maioria obteve lucro muito inferior à média.

Das 8,2 milhões de empresas por conta-própria apenas 675 mil têm constituição formal. Deste total, 260 mil apresentaram receita superior a R\$ 2.000,00 em outubro de 1997 (Tabela 2). Mais da metade das empresas por conta-própria (4,1 milhões) não apresentam qualquer forma de registro contábil e 3,9 milhões dela registra suas contas sem qualquer apoio técnico especializado (Tabela 10). 6,3 milhões de empresas não possuem licença municipal ou estadual de funcionamento e 8,3 milhões não são filiadas a qualquer sindicato ou organização de classe. 8,2 milhões não têm qualquer tipo de constituição jurídica formal (Tabela 11).

A pesquisa do IBGE perguntou aos empreendedores quais foram suas principais dificuldades nos 12 meses que precederam a pesquisa (outubro de 1997). Dos 9,5 milhões de empreendedores, 3,2 milhões responderam que era a falta de clientes. 1,8 milhão atribuíram seus problemas à concorrência muito grande e 1,2 milhão à falta de capital próprio. Apenas 93 mil empreendedores queixaram-se da falta de crédito (Tabela 12).

A importância dos empreendimentos de pequeno porte nas áreas metropolitanas e mesmo no interior do País não deu lugar a uma organização social que conduzisse a um programa nacional voltado explicitamente ao seu fortalecimento. Em alguns casos – é o que ocorre com os camelôs, por exemplo, diante dos problemas de fiscalização – forma-se a coesão social necessária à construção de reivindicações, organizações e ações conjuntas. Mas, na maior parte das vezes, são movimentos puramente defensivos, refletindo problemas com o uso dos espaços urbanos (camelôs) ou com o oferecimento irregular de serviços públicos

(transportes clandestinos). A extração profissional tão diversificada raramente permite que os indivíduos se identifiquem como pertencentes a uma mesma categoria social de empreendedores familiares ou de pequeno porte. Não se forma assim a pressão social para a formulação de programas voltados ao seu fortalecimento e ao melhoramento de sua inserção nos mercados em que operam. A inegável importância tópica e localizada das ações do SEBRAE e das iniciativas do Banco do Nordeste do Brasil na área de microcrédito não chega a contrabalançar este quadro geral marcado pelo contraste entre a relevância social (e muitas vezes econômica) do empreendedorismo de pequeno porte e sua evidente fraqueza política.

Porém, a identificação de processos embrionários de organização social de empreendedores populares urbanos mostra a potencialidade de formação de sujeitos sociais e de processos de desenvolvimento nestes setores. Os catadores de materiais recicláveis começam a se organizar através de fóruns que têm sido importantes articuladores de reivindicações, como a da regulamentação da atividade, conquistada em 2001. Alcançou resultados práticos – como será visto adiante, neste relatório, a luta para ampliar a participação destes trabalhadores na formulação de políticas públicas, no município de São Paulo. A ação articulada da Prefeitura de Belém, do Banco do Povo e da Agência de Desenvolvimento Solidário, deu origem a um representativo Fórum de Microempreendedores de Belém, que atua na capacitação, na organização dos empreendedores e na negociação de projetos com órgãos públicos. No Rio de Janeiro, o sindicato do transporte alternativo teve uma participação ativa na formulação do sistema de transporte da cidade e na regulamentação da atividade; organiza cooperativas e recebeu financiamento do BNDES para aquisição da nova frota. As cooperativas de trabalho formaram uma importante organização, a Fetralho, representativa deste segmento que vem conquistando espaços crescentes na discussão sobre a legislação do trabalho e do cooperativismo. O Fórum de Desenvolvimento do Cooperativismo Popular do Estado do Rio de Janeiro, com o apoio da FASE, Capina, Pacs e outras ONGs faz um importante trabalho de organização social, construção de alternativas de mercado e negociação de políticas públicas. A Unisol Cooperativas reúne, no ABC paulista, 20 cooperativas industriais (do ramo metalúrgico, químico e têxtil), formadas por trabalhadores que arrendam as instalações e as máquinas de empresas falidas. Junto com o sindicato dos metalúrgicos do ABC, a Unisol conseguiu alterar a jurisprudência sobre os processos de falência e ter acesso a financiamento público para a compra das empresas pelas cooperativas. Estes são alguns exemplos de formas bem sucedidas de organizações que, em todos os casos, ampliam o acesso de populações pobres a diferentes tipos de mercados. As políticas de apoio ao empreendedorismo apresentam impacto muito mais rápido e sustentável quando articuladas a formas de organização como estas.

O que não se observa na economia informal urbana são condições para a formação de uma identidade aglutinadora do conjunto tão diverso deste segmento social. Os desempregados e trabalhadores da economia informal não se identificam com os referenciais de classe ou mesmo de categoria de trabalhadores, constituída principalmente por sindicatos que não os representam. Não existe um sujeito social e político que represente camadas amplas da economia informal e que tenha poder de negociação.

2.2. Agricultura familiar: a força de um ator social novo

Entre os agricultores, a situação é bem diferente. “Agricultura familiar” é um termo que começou a incorporar-se ao vocabulário acadêmico, dos movimentos sociais e das políticas públicas a partir de meados dos anos 1990. Até então se falava em “pequena produção”, “pequena agricultura”, “agricultura de baixa renda” ou até “de subsistência”. Estas expressões indicam, mais que fragilidade, uma espécie de julgamento histórico: estes empreendimentos serão eliminados socialmente pelo próprio processo competitivo ligado ao crescimento agrícola. Corroborado por diferentes teorias econômicas e sociológicas tradicionais, este fatalismo era cada vez mais desmentido pela força dos fatos: parte muito significativa da produção agropecuária nacional vem exatamente de empreendimentos familiares. Mais que isso: são unidades produtivas capazes de incorporar mudanças tecnológicas importantes, de participar de mercados dinâmicos e de operar de forma responsável com crédito. A política pública deveria voltar-se, portanto, não a “proteger” um segmento de “pequenos produtores” - enquanto o trem do progresso não os eliminasse socialmente - mas, ao contrário, a permitir que mais agricultores pudessem ter acesso às condições necessárias a sua participação em mercados dinâmicos e promissores. O importante é que, na agricultura, a distribuição de ativos mostrava-se compatível com a eficiência econômica: unidades produtivas com extensão de terra e recursos à altura das capacidades de trabalho de uma família mostravam-se (e não só no Brasil) à altura dos desafios competitivos da maior parte dos setores. Ali onde o empreendimento familiar conseguiu acesso à terra e onde existiam mercados funcionando de maneira minimamente dinâmica, os agricultores familiares – no Sul do Brasil, por exemplo - revelavam capacidades produtivas surpreendentes. Portanto, o problema não residia na incapacidade conceitual de que o empreendimento familiar pudesse mostrar eficiência, mas no precário acesso a condições básicas que permitissem melhor participação nos mercados.

Para isso, era necessário construir uma **política agrícola diferenciada**, cuja pedra de toque estaria na ampliação do acesso ao crédito, ao conhecimento, às tecnologias, muito mais que aos mecanismos convencionais de garantia de renda. Mas o que constitui a novidade na formação do PRONAF é a ampla participação do movimento sindical de trabalhadores rurais e de um conjunto variado de ONG's em sua concepção e execução. Em contraste com o empreendedorismo urbano de pequeno porte, formou-se um novo sujeito social e político que se incorporou de forma durável às políticas públicas. Antes de examinar o alcance e os limites do PRONAF - que talvez possa ser caracterizado como a mais importante política nacional recente de intervenção na geração de renda de populações pobres – vale a pena algumas observações sobre a situação destes agricultores familiares.

Podem ser definidas como familiares aquelas unidades onde a gestão, o trabalho e a propriedade dos principais meios de produção (mas não necessariamente da terra) pertencem ao produtor direto. Por trás da unidade da expressão é evidente a heterogeneidade social de seus componentes. Muito mais que no caso da Economia Informal Urbana, o Censo Agropecuário permite uma rigorosa estratificação deste segmento, conforme pode ser examinado no Box 1, que resume as informações mais relevantes do trabalho feito pelo Convênio FAO/INCRA. Convém destacar os aspectos mais importantes desta estratificação e algumas de suas conseqüências para este trabalho:

- a) A agricultura familiar – definida não por uma certa extensão de área, mas pela gestão e, sobretudo pela presença majoritária do **trabalho** familiar no estabelecimento – responde por um terço do valor da produção agropecuária brasileira. Mas esta informação só adquire todo o seu sentido quando se observa que praticamente metade dos estabelecimentos familiares gera uma renda monetária praticamente irrisória. Os 2,8 milhões de estabelecimentos correspondentes aos segmentos mais pobres são 56% das unidades produtivas, produzindo, entretanto, apenas 7,7% do valor bruto da produção agropecuária. A tabela 13, cujos critérios de estratificação são expostos adiante, mostra bem esta realidade: quase metade dos agricultores familiares (os mais pobres, classificados como D) contribui com apenas 4,1% do valor da produção. Os 823 mil agricultores do segmento imediatamente superior entram com somente 3,6% na composição do valor da produção agropecuária. Já os agricultores familiares mais prósperos (os do grupo A) formam quase 20% do valor da produção agropecuária.
- b) A sobrevivência dos que vivem nestas unidades marcadas por tão extrema pobreza (os grupos D e, em grande parte, C) não vem fundamentalmente da agricultura. Os ambientes sociais em que se inserem estes estabelecimentos são habitualmente deprimidos e com poucas alternativas de trabalho. As famílias vivem basicamente da aposentadoria e, mais recentemente, de transferências diretas de renda, sob a forma de bolsa-renda, seguro contra a seca, participação no Programa de Erradicação do Trabalho Infantil e também do envio de recursos por parte de jovens que conseguiram integrar-se (geralmente de forma muito precária) em mercados de trabalho metropolitanos.
- c) As transferências públicas de renda para os mais pobres abrem o caminho para a emancipação política e social nas regiões deprimidas. Antes da consolidação de mecanismos e direitos universais, a obtenção de recursos para atenuar a miséria vinha de formas personalizadas e clientelistas de dependência com relação a certos atores locais de que dependia a sobrevivência dos mais pobres. A formação recente de conselhos locais para fiscalizar a distribuição de cestas básicas no Nordeste é um mecanismo importante para reduzir o impacto das formas mais perversas de dependência produzidas pela miséria.
- d) A característica central das regiões de muita pobreza entre os agricultores é que seus mercados tendem a ser imperfeitos e incompletos (Ellis, 1988), como será visto no item cinco, deste trabalho. Não existe uma clara separação entre os mercados de produtos, insumos e de crédito. A existência, até hoje, da “venda na palha”, sobretudo no Nordeste, exprime bem a dificuldade dos pobres em aceder a mercados competitivos: a pobreza obriga os indivíduos a financiarem a reprodução de suas famílias comprando seus víveres e pagando com a promessa de entrega da safra, no momento da colheita. As taxas de juros embutidas nesta negociação, os preços pagos pelos víveres (e eventualmente pelos insumos) e os recebidos pelos produtos ficam totalmente fora de qualquer jogo competitivo típico da noção de “mercado”.

- e) Inúmeras tentativas de governos e de ONG's para reduzir a importância destes "intermediários" mostram-se ineficientes. A chegada de um agente governamental numa região propondo-se a pagar pelo produto um preço acima do praticado pelo mercado local é freqüentemente frustrada. O agricultor, muitas vezes, não pode vender-lhe o produto por estar comprometido com um comerciante. Este comerciante, além de financiar o consumo de sua família, preenche uma função social importante de atendê-lo no caso da doença de um membro da família, de um animal e não pode ser simplesmente substituído por alguém cuja presença na região é inteiramente efêmera. A intervenção nos mercados de que dependem os pobres passa, antes de tudo, pela compreensão das estruturas sociais de dominação subjacentes à sua sobrevivência.
- f) É no Nordeste (e, sobretudo no semi-árido) que se concentram os segmentos mais pobres dos agricultores familiares do Brasil. Ao mesmo tempo é aí que as políticas de geração de renda encontram maior dificuldade em sua implementação. No caso do PRONAF, por exemplo, mesmo os bancos estatais operando na região recusam-se a correr os riscos da relação estável com uma população desprovida da possibilidade de oferecer-lhes garantias e contrapartidas em suas operações de financiamento. Ao mesmo tempo, a idéia de que a agricultura no semi-árido é tecnicamente inviável (contra a qual se insurgem inúmeras ONG's e a própria EMBRAPA) contribui para a precariedade das condições em que os pobres que vivem nos estabelecimentos agropecuários enfrentam o desafio da geração de renda.
- g) Mercados resultam de um conjunto variado de relações sociais cuja transformação só pode ser encarada de maneira sistêmica. Seu desempenho depende de um ambiente composto por trajetórias históricas longas e cuja alteração adquire formas freqüentemente inesperadas. O fortalecimento da sociedade civil nas regiões de maior pobreza, durante os últimos dez anos – materializado na maior consistência das políticas públicas, na profusão dos conselhos gestores e na aquisição de competências técnicas inéditas por parte das ONG's, do SEBRAE e também em crescente proibidade das administrações municipais – é o elemento central de que depende a mudança das condições de inserção dos pobres nos mercados, conforme será visto no próximo item.

3. Intervenções recentes e seus resultados mais importantes

As atividades produtivas da população mais pobre no Brasil geralmente são marcadas por baixos investimentos de capital, precária qualificação de mão-de-obra e alto grau de informalidade. As principais áreas são a agricultura familiar tradicional, o extrativismo, o artesanato, a reciclagem e os serviços e comércio informal nas áreas urbanas. As políticas e intervenções voltadas à melhoria da inserção dos pobres nos mercados podem ser divididas em quatro segmentos básicos. Em primeiro lugar, estão aquelas que procuram dotar os pobres de ativos voltados à ampliação de suas capacidades produtivas. Atingindo agricultores - será aqui examinado o PRONAF - estas políticas são, de longe, as mais significativas, no Brasil contemporâneo e contam quase sempre com a participação ativa de ONG's. A segunda forma de intervenção materializa-se em mercados institucionais: de certa forma, o Programa Fome Zero (que, neste sentido, reedita uma interessante política

iniciada no final dos anos 1970 pelo extinto Instituto Nacional de Alimentação e Nutrição) é sua expressão atual mais notável. Mas o documento programático lançado há cerca de um ano por Cristóvão Buarque vai na mesma direção: trata-se de fazer da satisfação imediata das necessidades dos pobres (em alimentação, moradia e infra-estruturas) a fonte essencial de ocupação para os próprios pobres. A terceira área de intervenção corresponde à “economia solidária”, mas atinge também alguns mercados de produto de qualidade que serão expostos no item cinco deste trabalho.

3.1. Ativos voltados à geração imediata de renda

Os estudos microeconômicos recentes mostram que a educação é o ativo mais apto a melhorar a capacidade de geração de renda dos indivíduos. Seus resultados, entretanto, tendem a ser demorados. Antes de iniciar a discussão sobre o PRONAF e a Reforma Agrária é importante assinalar o desprezo com que a importância da educação na luta contra a desigualdade é tratada pelos movimentos sociais no Brasil. O que caracteriza as regiões mais pobres do País não é apenas um acesso precário à educação formal: é um **ambiente educacional que dissocia permanentemente o trabalho do conhecimento** e que, portanto inibe os processos produtivos e sociais inovadores. Os movimentos sociais concentram-se muito mais na luta pela obtenção de terra e crédito do que na alteração dos padrões tradicionais de relação entre os agricultores e o conhecimento. Até hoje é muito comum que os filhos (e, sobretudo as filhas) dos agricultores com maior aptidão nos estudos sejam imediatamente destinados a sair do meio em que vivem, confirmando o que se constata no restante da América Latina: de todos os filhos, fica na unidade produtiva paterna “el que la cabeza no le da para más”. A real preocupação do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) com a educação nos assentamentos sob seu controle mais imediato nem de longe atenua este contexto geral.

3.1.1. Alcance e limites do PRONAF

Em seus dois primeiros anos de execução (1996 e 1997) os créditos do PRONAF atingiram, sobretudo um segmento mais abastado entre os agricultores familiares e cuja inserção mercantil era mais estável. Mesmo atingindo, de fato, os agricultores familiares – e não os tradicionais beneficiários das políticas de crédito, os grandes fazendeiros - o programa caracterizava-se por uma tríplice concentração: mais de três quartos de seus beneficiários estavam no Sul do País; alguns produtos tendiam a receber maior atenção – entre eles o fumo, que contava com mais de 50% do crédito de custeio em Santa Catarina, por exemplo; socialmente, os financiamentos destinavam-se aos agricultores familiares capazes de oferecer melhores garantias e contrapartidas aos bancos e preferencialmente àqueles que faziam parte de sua clientela habitual.

Esta concentração – fortemente atenuada, a partir de 1998 - deriva de um conflito no próprio desenho institucional do programa. Não é possível entrar aqui no detalhamento técnico do seu funcionamento. O importante é que existem mecanismos locais de controle para evitar que os recursos (subsidiados) do crédito dirijam-se a segmentos sociais que não fazem parte do público por ele visado: para atribuir o financiamento o banco deve receber um certificado de aptidão pelo qual o sindicato de trabalhadores rurais ou a agência local de extensão garante que o tomador faz realmente parte do público do programa. Mas o risco da

operação é arcado pelo banco. O programa define um certo público. O banco tem uma clientela. Entre estes dois universos – o público do programa e a clientela do banco - a distância pode ser imensa. A generosa remuneração que é paga ao banco, pelo Tesouro Nacional, para operar com um público não pertencente a sua clientela habitual (¹¹) não reduz a resistência em emprestar aos segmentos mais pobres dos agricultores.

A pressão local dos movimentos sociais fez com que os bancos se abrissem muito mais do que originalmente pretendiam. O resultado é que, em 1999, nada menos que 56% dos que conseguiram financiamentos no âmbito do PRONAF, jamais haviam pegado um crédito bancário, anteriormente. A pesquisa do IBASE mostra que 2/3 dos beneficiários eram agricultores familiares “em processo de consolidação” e 1/3 podem ser caracterizados como pobres (Ministério do Trabalho, 1999). Nesta época os recursos do Programa chegavam a cerca de 700 mil agricultores. Mais de 350 mil entre eles, portanto, puderam, de fato, ter acesso a um recurso até inacessível. O importante é que a execução do programa apóia-se numa vasta, capilarizada e, sobretudo, heterogênea rede composta por sindicatos, movimentos sociais, bancos, extensionistas, Fundo de Amparo ao Trabalhador (de onde saem 85% dos recursos do Programa) além do Ministério da Fazenda, da Secretaria do Tesouro Nacional e do próprio Banco Central.

O PRONAF não foi concebido como programa de crédito e sim de desenvolvimento. Exatamente por isso, sua linha de atuação mais inovadora está na transferência de recursos a municípios com o objetivo explícito de melhorar a inserção daqueles que obtêm crédito nos mercados: o “PRONAF infra-estrutura e serviços” destina dinheiro a cerca de 1,5 mil municípios sobre a base de um plano de desenvolvimento rural, elaborado por um conselho composto majoritariamente por agricultores familiares. Não é raro que a construção de centrais de abastecimento ou abatedouros comunitários façam parte dos itens em que os municípios selecionados despendem os fundos recebidos. São, em geral, municípios com menos de 25 mil habitantes, com grande proporção de agricultores em suas populações e caracterizados por alta incidência de pobreza. Dentre os 27 mil conselhos gestores que existiam no Brasil ao final dos anos 1990, os do PRONAF situava-se entre os poucos com a função de planejar o desenvolvimento (Abramovay, 2001).

Seis anos de execução do PRONAF tomaram patentes seus limites. Serão aqui mencionados os que mais interessam à mudança da qualidade da inserção dos pobres nos mercados, já que este sempre foi um objetivo explícito do programa.

- a) O PRONAF já não é mais tão concentrado no Sul como em seus primeiros anos. Ainda assim, não chega à grande maioria dos agricultores do Nordeste. Foi criada uma sub-categoria, no interior do PRONAF, voltada especificamente a agricultores muito pobres do Nordeste (com faturamento anual máximo de R\$ 1,5 mil). Só que os obstáculos administrativos que os bancos opõem à chegada dos recursos aos agricultores são muito grandes, mesmo nos casos em que não há risco bancário. A intermediação bancária deste tipo de crédito mostra-se cara e pouco eficiente. São

¹¹ Para emprestar R\$ 1.300,00 a um agricultor cujo faturamento anual máximo é de R\$ 10.000,00, o Tesouro Nacional gasta R\$ 544,36, dos quais mais da metade destina-se a remunerar o risco e o custo administrativo do Banco do Brasil. Ver Abramovay, 2002. As cooperativas de crédito podem reduzir fortemente estes custos. Para uma visão mais geral do tema, ver Bittencourt e Abramovay, 2003.

recursos de R\$ 500,00, sem juros e dos quais, na devolução o agricultor só reembolsa R\$ 300,00. É bem provável que uma transferência direta de renda ou a tramitação destes recursos por organizações não bancárias produzisse resultados melhores. Diferentemente do que ocorre com o crédito voltado a agricultores mais abastados, no caso deste segmento do PRONAF não há risco bancário algum e os recursos saem diretamente do Tesouro Nacional. Ainda assim, a tramitação do financiamento pelo banco exige um conjunto de documentos de obtenção e manuseio difíceis aos agricultores. Em outras palavras, o crédito para agricultores ainda é de acesso precário e tem um custo extremamente elevado para as finanças públicas.

- b) A inovação representada pelo acesso inédito de um público excluído do sistema bancário ao crédito não foi acompanhada por modificações nas formas convencionais de assistência técnica. A comissão paga pelo agricultor a um técnico que assina o projeto em que se apóia a tomada de financiamento é um ritual burocrático sem qualquer consequência sobre suas práticas produtivas e sem qualquer responsabilização do técnico sobre seus resultados. Este é um dos mais importantes pontos de estrangulamento no acesso dos pobres aos mercados: o reconhecimento unânime da importância da assistência técnica para melhorar a qualidade produtiva dos agricultores choca-se contra a ausência de qualquer dispositivo institucional que vincule de fato a obtenção do crédito à melhoria do nível técnico do beneficiário. Não existem mecanismos de incentivo ou formas de punição que permitam distinguir o trabalho extensionista burocrático daquele voltado para atender, de fato, às necessidades de seu público.
- c) A contribuição do PRONAF infra-estrutura e serviços para melhorar a qualidade dos mercados locais não parece ser muito significativa. Chegou a ser criado, no interior do Ministério do Desenvolvimento Agrário, um grupo voltado a incentivar a formação de marcas localizadas de qualidade, com rastreamento de origem. Mas nunca houve, de fato, uma política nesta direção. Para as áreas de assentamento, o MDA chegou a criar organizações locais de comercialização (as Associações Regionais de Comercialização, ARCOs), mas não existe uma avaliação sobre seus resultados. A própria **concepção estritamente municipal** do PRONAF impede uma abordagem mais ampla da relação entre seu público beneficiário e os mercados. Os municípios em que atua não têm dimensão suficiente para se constituírem em unidades de planejamento. E não há mecanismos para que se juntem diferentes municípios em torno de iniciativas de valorização de produtos regionais ou mesmo de promoção de feiras e eventos voltados à valorização de saberes produtivos localizados. Cria-se assim um fosso entre a realidade social dos mercados (que é regional, envolve atores pertencentes a uma diversidade de municípios) e uma abordagem paroquial, nos estreitos limites do município, da intervenção pública.

3.1.2. Reforma agrária e novos mercados

Não existe um acompanhamento minimamente rigoroso sobre o desempenho econômico das centenas de milhares ⁽¹²⁾ se assentados nos últimos anos ⁽¹³⁾. As pesquisas tópicas e localizadas oferecem um resultado trivial, mas importantíssimo para este relatório. Os assentamentos tendem a um melhor desempenho nas regiões mais desenvolvidas do País (Bittencourt *et al.* 1999). De maneira geral, nos lugares mais pobres, o acesso à terra não foi suficiente para preencher duas expectativas básicas que se poderia esperar da reforma agrária.

- a) A tese segundo a qual a legalização dos ativos das populações pobres permite que estabeleçam relações duráveis com agentes financeiros capazes de estimular suas atividades econômicas não é confirmada pela experiência histórica dos assentamentos no Brasil. É impossível saber se isso se deve à pobreza dos assentados ou às restrições legais que impedem que o patrimônio fundiário conquistado pelo agricultor lhes sirva de garantia, na relação com o agente financeiro: pela Constituição de 1988, a terra de que depende a sobrevivência da família (e dentro de limites estabelecidos por lei) não pode ser objeto de hipoteca ⁽¹⁴⁾. Para o banco, a legalização de uma posse irregular não constitui assim uma garantia patrimonial contra a qual pode-se conceder um empréstimo. Mesmo que esta restrição constitucional desaparecesse, a verdade é que os custos de transação para executar hipotecas sobre agricultores recém instalados (e apoiados a movimentos sociais muito dinâmicos) seriam muito altos. O resultado é que os assentados só recebem créditos com base em garantia completa do Tesouro Nacional e sem qualquer risco bancário. 93% dos agricultores pesquisados por Heredia *et al.* (2002) que haviam recebido crédito nunca tinham mantido qualquer relação anterior com o sistema bancário. Ainda assim, não se pode deixar de observar que são financiamentos em que o banco apenas repassa um dinheiro público, sem assumir qualquer responsabilidade ou função especificamente bancária – referente à idoneidade do tomador e à consistência do projeto - na transação. Conseqüentemente, a inadimplência praticamente é generalizada (objeto de sistemáticas e caras renegociações); da mesma forma – após terem sido contemplados com os empréstimos iniciais de instalação – os assentados não se tornam clientes dos bancos: dos cerca de 500 mil assentados menos de 5.000 conseguiram créditos que envolvessem algum tipo de risco bancário em 2001, ainda

¹² A guerra de números entre governo e movimentos sociais oferece uma margem que vai de 350 mil a mais de 500 mil agricultores assentados durante os oito anos de Governo Fernando Henrique Cardoso.

¹³ O mais importante trabalho recente é o Heredia *et al.* 2002.

¹⁴ Este problema existe também nas áreas mais pobres das regiões metropolitanas em todo o mundo, como mostra De Soto (2000). A legislação brasileira dificulta que a casa particular oferecida como garantia seja executada numa hipoteca, contariamente ao que ocorre quando o indivíduo adquire um automóvel que serve, por meio da alienação fiduciária, como garantia de empréstimo e pode ser executado em tramitação extra-judicial. O resultado é que o financiamento habitacional brasileiro dirige-se a empresas e governos, mas não às famílias. André Urani, diretor do Instituto de Estudos do Trabalho e Sociedade e ex-secretário do Trabalho do Rio de Janeiro resume: “Tanto na Constituição de 1946, no regime militar — quando existia o BNH — e a partir da Constituição de 1988, a idéia é a mesma, que a habitação popular é responsabilidade dos governos... Com financiamentos disponíveis apenas para governos e empresas, sem reconhecer a família como protagonista da decisão de onde morar e como morar, esse modelo levou a construções arquitetônicas impositivas e de baixa qualidade” (Entrevista ao jornal *Valor*, 21/01/03, p. A 10).

que tenha sido criada uma linha do PRONAF voltada especificamente a este público.

- b) O acesso à terra não é garantia tampouco de formação de novos e promissores mercados para os assentados. Como bem mostra o estudo de Heredia *et al.* (2002) é difícil oferecer uma visão panorâmica sintética a respeito: “Com relação à comercialização dos produtos agropecuários dos assentamentos, a pesquisa revelou que os assentamentos tanto podem reproduzir situações locais preexistentes (sem inovar os canais de comercialização), quanto também podem criar novas possibilidades ou alterar o alcance de antigos canais. Vale lembrar que a situação precária das estradas e outros aspectos negativos da infra-estrutura repercutem nas condições e possibilidades de comercialização”. Talvez o problema mais grave dos assentamentos é que em inúmeros casos, sua instalação corresponde a uma decisão tomada pelo Governo Federal, sem o acordo e a participação real das forças locais que poderiam tornar o assentamento viável. Mal dotado em infra-estruturas, os assentados são vistos, muitas vezes, como uma carga para o município e não como os atores da expansão de novas atividades econômicas. O resultado é que as demandas dos assentados voltam-se ao poder federal que, evidentemente, não consegue atendê-las. Os assentados então se acabam vinculando aos mercados capazes de propiciar-lhes um mínimo de estabilidade. Na Zona da Mata de Pernambuco, por exemplo, os assentamentos feitos em terras anteriormente pertencentes a usinas de cana-de-açúcar - cuja fragilidade econômica acabou determinando sua desapropriação - encontram, paradoxalmente, na própria cana-de-açúcar e na dependência em relação aos próprios engenhos o único canal de acesso a mercados. Os donos de engenho financiam os agricultores, assegurando-lhes recursos para o consumo, recebendo, em contrapartida, a garantia de obtenção de sua colheita a preços muito baixos. A estabilidade da relação e a possibilidade de obter crédito contribuem para perpetuar exatamente o tipo de relação social contra cuja existência o assentamento foi instalado.

3.2. Mercados institucionais

A lei brasileira de licitações públicas impede que os gastos das administrações locais voltem-se explicitamente a fortalecer o tecido social de suas próprias regiões. Toda compra submete-se a uma licitação de caráter nacional. Não existe estímulo institucional, portanto a que os poderes locais estimulem melhor qualidade das organizações dos produtores. É nítido o contraste com a legislação norte-americana que faz das microempresas as destinatárias obrigatórias de parte das compras de qualquer organização estatal, conforme mostra Sachs (2002).

Este caráter nacional e desprovido de um foco social preciso foi uma das razões que motivou o malogro do Programa Nacional de Alimentação e Nutrição em 1978: concebido explicitamente para associar combate à fome e fortalecimento dos agricultores das regiões pobres, o programa foi destruído quando indústrias do Sul e do Sudeste ofereciam aos governos produtos a preços muito mais interessantes que os praticados localmente. Ainda assim, alguns municípios conseguiram desenvolver experiências positivas, neste sentido.

Os 41 programas de que se compõe o Fome Zero do atual Governo resgatam, em grande parte, o essencial do que foi o PRONAN ao final dos anos 1980.

O município de São Paulo está implantando um programa de reciclagem de lixo (ver box 1) voltado a beneficiar os que vivem da cata do produto. A prefeitura cede o comodato de uma usina aos catadores que passam a responsabilizar-se não só pelos detritos depositados em recipientes destinados a esta finalidade, mas também pela separação do lixo apanhado nas próprias residências e estabelecimentos comerciais em alguns pontos da cidade.

Algumas experiências abordando mercados institucionais, como a merenda escolar, podem apresentar características bastante distintas, associando produtos coloniais ou preservação ambiental. O caso de Hulha Negra, no interior do estado do Rio Grande do Sul e dos castanheiros do Pará podem também ser encontrados no Box 1.

3.3. A economia solidária

As iniciativas inspiradas nos modelos de economia solidária buscam fortalecer a cooperação entre os trabalhadores e entre os empreendimentos coletivos para viabilizar a comercialização. Esta cooperação entre os empreendimentos pode ser tanto utilizada para a compra de insumos e a venda da produção em conjunto, quanto para a realização de trocas comerciais entre os empreendimentos através da formação de redes.

Projetos voltados a fortalecer o comércio local em áreas pobres — onde a carência de moeda é uma das principais restrições ao desenvolvimento de relações comerciais — estimulam a criação de estratégias como o uso de cartões de crédito informais e “moedas sociais”. Estes mecanismos são meios de troca criados por associações de moradores ou ONGs com o objetivo de dinamizar trocas de serviços e de produtos dentro da comunidade. Os cartões de crédito informais funcionam sob os mesmos princípios de um cartão de crédito comum. Através da fiança de uma organização local, são utilizados no comércio local como alternativa à compra a fiado, que reduz as perdas para os comerciantes e eleva a auto-estima através de um crédito institucionalmente reconhecido. As moedas sociais viabilizam trocas de pequeno valor, mas de grande importância para as comunidades, que na ausência de dinheiro não seriam realizadas.

As populações pobres possuem número significativo de ativos (Néri *et al.*, 2001), produzidos com baixos custos, mas em ambientes cuja baixa densidade econômica, impedem sua troca, reduzindo a demanda por maior produção. Em comunidades com baixo grau de monetização, o uso de moedas sociais é uma forma de substituir poupanças na forma de bens, mercadorias, etc. Nestes grupos, as pessoas ou pequenos empreendimentos, oferecem - através de encontros regulares ou através de catálogos - seus produtos e serviços. Cada um recebe uma quantidade inicial de moedas que utilizada para o pagamento dos serviços ou aquisição dos produtos.

A organização mais conhecida é o Banco Palmas. Através de uma associação de moradores de uma favela da periferia de Fortaleza são fornecidos serviços de microcrédito, cartão de crédito, incubação de cooperativas, feiras e trocas através de uma moeda social (Palmar).

As pessoas ou empreendimentos se cadastram num sistema informatizado na associação apresentando suas ofertas e demandas. O sistema faz o cruzamento entre a oferta e a procura e promove o encontro para a realização das trocas. A moeda serve como crédito para ser utilizada ao longo do tempo ou entre pessoas diferentes.

No município de São Paulo existem “clubes de trocas” que se reúnem semanalmente para troca de serviços. Estas experiências se inspiram em grupos que há muito tempo existem na Argentina, Estados Unidos e Inglaterra. Alguns destes grupos são grandes e reúnem uma grande diversidade de ofertas e de agentes.

O principal problema destas experiências é que concebem uma atividade comercial isolada do restante da economia, limitado as possibilidades de acesso a mercados mais amplos.

Para grupos de produtores mais organizados, o uso da internet para facilitar o acesso aos mercados também vem apresentando importância crescente, especialmente para produtos pouco conhecidos no mercado, como os produtos exóticos, especialmente os produtos da Amazônia. Existem balcões de negócios virtuais e *sites* que exibem cadastros de produtores e produtos, com suas especificações, quantidade disponível, preços e formas de contato. Estes sistemas são meios auxiliares de *marketing*, porém são sistemas muito complexos e, quando abrangem grande número de produtores apresentam alto custo para a permanente atualização dos cadastros e muitas vezes não obtendo total eficiência, o que reduz a credibilidade do instrumento.

O **Projeto Poema** criou a Bolsa da Amazônia (<http://www.bolsamazonia.com/>) em cujos *site* divulgam-se produtos como açaí, farinha de banana, mel, palmito, castanha e artesanato. A organização **Amigos da Terra**, criou o **Balcão de Serviços para Negócios Sustentáveis** (<http://www.amazonia.com.br/>) . O banco de dados possui produtos como borracha, castanha, cosméticos, doces, farinhas, fibras, frutas, madeira, mel, móveis, pescados, produtos medicinais, guaraná, roupas, dentre outros produtos e serviços como turismo.

A criação de instituições especializadas na intermediação comercial vem-se difundindo bastante. São formas bastante variadas de organização, como agências de comercialização que difundem informações sobre produtos e produtores e estabelecem contatos com possíveis compradores, centrais ou cooperativas de comercialização, que reúnem a produção de um certo número de produtores para a comercialização coletiva, consórcios entre pequenos negócios, associações de produtores ou apenas formas de cooperação informal entre pequenos empreendimentos ou pequenos produtores. Estas organizações não se propõem a criar grandes estruturas de armazenamento, transporte e comercialização, mas apenas a realizar, com baixo custo, a intermediação comercial. A inserção dos produtores nos mercados locais mostra-se a alternativa mais viável, pois exige menor escala de produção e menores exigências de qualidade. Normalmente a comercialização é organizada através de feiras e vendas em pequenos mercados.

A venda em supermercados mostra-se viável apenas para agricultores com produtos de alta qualidade. O volume de produção não é o mais determinante, especialmente para produtos

que exigem menor escala, como frutas e verduras, mas as exigências de qualidade e de regularidade da oferta, particularmente nos mercados de médias e grandes cidades é a maior barreira para os produtores menos estruturados. As exigências de condições mínimas de formalização dos contratos também restringem a entrada de grupos de produtores menos organizados e sem associações ou cooperativas formalizadas.

A diferenciação de produtos é uma estratégia que aumenta o valor. Duas formas de diferenciação de produtos vêm sendo adotadas nos mercados de São Paulo. A comercialização de produtos orgânicos é limitada a pequenas escalas vendidas em mercados especiais. Outra forma de diferenciação é a certificação de qualidade e de origem, utilizada por supermercados (Carrefour). Os frutos são individualmente identificados por selos com a marca do supermercado ou do produtor. Os estabelecimentos porém não têm ainda normas específicas de certificação.

Algumas organizações de produtores conseguem organizar um volume maior de produção com padrões de qualidade que viabilizam o acesso ao mercado externo. Normalmente a exportação tem importante apoio de ONGs internacionais, mas depende de sistemas de certificação ou da participação em redes de comércio justo. O acesso a estas redes e serviços representa um alto custo financeiro e institucional, viável apenas para grupos de produtores com alta capacidade de organização.

4. Os riscos de mercado

Populações vivendo em situação de pobreza dificilmente podem aventurar-se a participar de mercados de alto risco. Na maior parte das vezes, permanecem em produtos e serviços geradores de renda relativamente baixa não tanto por desconhecerem alternativas ao que estão fazendo, mas pela estabilização de vínculos sociais que os mercados de que atualmente participam propiciam. A relação entre produtores e atravessadores, por exemplo, são mantidas como forma de reduzir o risco e a incerteza dos produtores, mesmo que esta relação seja desvantajosa para eles.

A pesquisa do IBGE investigou como se determinam os preços dos produtos e dos serviços entre os empreendedores urbanos de pequeno porte. Das 9,5 milhões de empresas 2,5 milhões formam seus preços com base no “preço das outras empresas concorrentes”; 3,8 milhões decidem a cotação do que vendem na negociação com os clientes e 920 mil repassam preços tabelados pelos fabricantes ou pelo governo.

É claro que há agricultores que vendem seus produtos em feiras, formando seus preços também sob esta modalidade. Mas na sua grande maioria, os agricultores vendem seus produtos a intermediários e participam muito pouco da formação de seus preços.

Até os anos 1980 havia instrumentos de política agrícola que regularizavam e estabilizavam o mercado destes produtos como o crédito para a comercialização, os estoques reguladores e os preços mínimos. Estes instrumentos raramente eram acessíveis para os produtores mais pobres, mas estes se beneficiavam do efeito indireto provocado pela menor oscilação dos preços. Os agricultores patronais utilizam principalmente os contratos de compra futura para se proteger das baixas de preço ou apenas aguardam, através da estocagem dos seus

produtos em cooperativas ou nas próprias propriedades, preços melhores. Na falta de condições próprias e na impossibilidade de acesso a estes mecanismos, os produtores mais pobres são os mais prejudicados com as quedas de preços, ou raramente se beneficiam de suas altas.

Para os produtores que conseguem sucesso em atividades de valor mais elevado, como produtos exóticos, os riscos estão mais relacionados à intensificação da produção em poucos produtos que os torna dependentes das condições de mercado de poucos ou até de um único produto.

Outro risco encontrado na inserção dos produtores pobres no mercado tem origem com a saturação do mercado de produtos que obtiveram bom desempenho. Inicia quando alguns produtores criam uma inovação bem sucedida nos seus sistemas de produção, como a introdução de um novo produto ou a descoberta de um nicho de mercado. Ocorre em seguida uma seqüência de novas adesões provocando grande crescimento do volume deste novo produto no mercado. Como estes caminhos normalmente são pouco planejados ou pouco coordenados, quando ocorrer saturação do mercado haverá perdas para todos os produtores. O conhecimento limitado quanto ao manejo ou quanto ao mercado de novos produtos reduz a capacidade dos produtores de encontrar alternativas nas situações de crise, ambiental ou econômica. As perdas serão ainda maiores e poderão chegar a riscos sistêmicos, comprometendo o desenvolvimento de toda uma região, se o grau de especialização chegar a tornar os produtores fortemente dependentes do produto principal. Ocorre aqui com produtos inicialmente especiais, o que constitui a regra de mercados altamente concorrenciais, como tendem a ser os da agricultura (Cochrane, 1979). Mostra-se necessário buscar um equilíbrio, sempre dinâmico, entre especialização, com a finalidade de alcançar economias de escopo e de escala, e diversificação, com a finalidade de reduzir riscos sistêmicos.

Os investimentos realizados através do maior acesso ao crédito, podem trazer maiores riscos devido ao custo mais elevado dos novos sistemas de produção. A maioria dos investimentos em novas tecnologias é mais intensiva em capital e mão-de-obra, ampliando os custos totais da produção. Perdas eventuais ou oscilações de preços normalmente afetam mais aqueles produtores mais intensivos que os produtores com sistemas de produção mais extensivos. O risco de endividamento dos produtores pobres é um dos mais graves riscos para a sobrevivência.

A introdução de novos produtos traz, em geral, dois grandes riscos. Em primeiro lugar, a inovação supõe uma assimilação de conhecimentos partilhados que não se criam do dia para a noite e que não se consolidam nas práticas dos atores sociais apenas por meio de cursos. É o que explica o tão freqüente insucesso da introdução de culturas e práticas à primeira vista promissoras. Além disso, os mercados para estes novos produtos dependem de uma prática e de relações sociais que estão ao alcance dos técnicos responsáveis pelos projetos, mas muitas vezes distantes dos próprios produtores. Um desentendimento, ou a perda do contato com uma pessoa ou uma organização pode motivar o desabamento de toda uma organização.

5. Sumário da importância relativa dos vários mercados e pontos de venda (formal e informal) para produtores familiares (feiras, supermercados, agroindústria)

O associativismo tem sido uma das formas de busca de contraponto à estrutura vigente de integração dos produtores aos mercados. Sanchez (2002) argumenta que uma das condições necessárias para a inserção mais eficiente do produtor familiar no mercado é estar organizados em cooperativas ou associações.

Vale ressaltar, entretanto, que embora o associativismo permita que os produtores obtenham ganhos em termos de escala e barganha, observa-se que mesmo em regiões onde existem associações de produtores, os intermediários ainda podem manter um papel preponderante nas transações com o mercado. Em muitas situações, o intermediário se constitui em uma figura central para a circulação dos produtos.

Esta é a conclusão de Larena e Favero (2002) ao analisarem o município de Bonito, Zona do Brejo de Pernambuco. Os autores observam que as 37 associações de produtores rurais têm como principal objetivo a busca de financiamentos bancários para seus associados, enquanto os intermediários continuam exercendo papel decisivo na comercialização dos produtos. Ou seja, 90% do excedente de inhame e de banana são adquiridos por estes compradores. Em vista disto, os autores observam que as estratégias de produção são iguais tanto para os produtores participantes de associações como para os independentes, de forma que as dificuldades de inserção no mercado permanecem as mesmas. Tais dificuldades tornam-se imperativas em mercados em que as exigências dos consumidores em termos de qualidade são mais sofisticadas.

Este exemplo permite observar que o associativismo por si só não é capaz de romper com as formas tradicionais de comercialização. Isso porque a cooperação, embora seja uma ação necessária para melhorar a capacidade de inserção ao mercado, não é suficiente, pois ela pode estar simplesmente replicando as mesmas estruturas de relações que havia anteriormente. A dependência em que, até hoje, os assentados na Zona da Mata de Pernambuco se encontram com relação aos usineiros de cana-de-açúcar é uma demonstração da força das relações de dominação na maneira como os indivíduos podem se inserir em determinados mercados.

As experiências de intervenções de maior sucesso são as que têm o caráter sistêmico, isto é, adotam ações que buscam coordenar todo o sistema produtivo de dentro e fora da “porteira”. Além disso, o aumento do poder de barganha com a união dos produtores se alia à estratégia de fuga para mercados diferenciados. Esse tipo de intervenção tem se tornado uma tônica das ações traçadas particularmente por diversas ONGs para aumentar a renda dos produtores. Um fator de sucesso tem sido a articulação entre Estado, ONGs e associações comunitárias.

Um exemplo disso é o caso dos produtores de Capanema, na região sudoeste do Paraná. Os agricultores integrados aos mercados por meio da cooperativa e de agroindústrias produzindo apenas commodities não estavam conseguindo obter os rendimentos necessários para se manterem na atividade. A partir dos anos 90 foram adotadas duas

estratégias: a conversão da produção tradicional em lavouras orgânicas e o processamento dos produtos dentro da unidade de produção (Box 1).

Outros exemplos de busca de melhores formas de comercialização são os das experiências com a produção de algodão orgânico, a cargo de produtores familiares de Tauá, e da produção de café ecológico na Serra de Baturité, no Ceará (Box 1).

Muitas vezes, produtos orgânicos são negociados por agricultores sem um mínimo de organização. Nestes casos os intermediários revendem-nos para o mercado convencional sem qualquer especificidade. Nem produtores, nem intermediários, e tampouco o varejo se apropriavam da renda pelo fato de ser um produto ecológico/orgânico.

Outras experiências que buscam a preservação ambiental e elevação de renda da comunidade é o projeto de banana orgânica são os casos da banana orgânica no Paraná e dos produtores de Acaí na Amazônia (Box 1).

Há também experiências de produtores familiares que, organizados tanto em associações como em cooperativas ou sindicatos, conseguiram se inserir no mercado de modo alternativo aos sistemas tradicionais de comercialização, como o caso do Sítio Mineiro, uma marca própria, criada por agricultores da Mata de Minas Gerais (Box 1).

Os exemplos citados ressaltam a importância do estímulo à organização dos agricultores e o aumento da escala de produção. Mostram ainda a dificuldade de inserção dos produtos familiares nos mercados formalizados.

No que se refere às feiras pode-se distinguir duas formas de inserção dos produtores pobres ao mercado. Uma que se configura em um circuito mais longo inclui a figura do atacadista e do feirante, em geral em localidades maiores. A outra se refere a circuitos mais curtos em que o próprio agricultor comercializa pequenas quantidades de seus produtos, mais freqüente em localidades menores.

No Brasil tem ocorrido um movimento interessante no que diz respeito ao comportamento do processo de concentração dos supermercados. Enquanto observa-se uma grande concentração entre os grandes supermercados (fusões e aquisições), há ao mesmo tempo um crescimento do número de pequenos varejistas no segmento de alimentos. Esse movimento deve-se ao incremento da demanda aliado à estratégia de agroindústrias e atacadistas para diminuir a dependência de poucos canais de comercialização. O comércio de proximidade, por meio dos mercadinhos de bairro, reflete uma possibilidade de inserção dos produtores pobres (Farina e Nunes, 2002).

Nos grandes supermercados as condições para o ingresso de produtos devem obedecer aos seguintes requisitos: transporte próprio, qualidade, pontualidade e acima de tudo preço. Grande parte das verduras provém de agricultores familiares, mas que estão organizados, seja em associações ou em grupos. É muito comum um agricultor do tipo A ou B reunir a produção dos outros produtores. Para reduzir riscos os supermercados preferem trabalhar

com um número maior de produtores, pois evita que o abastecimento fique dependendo de apenas poucos fornecedores. Já no caso de legumes e frutas, a necessidade de volume de produção e a falta de organização limita muito a participação dos produtores mais pobres, como os dos grupos C e D. Dessa forma, a produção desses últimos tipos é praticamente destinada aos mercados locais e centrais de abastecimento.

Outro fator limitante para a participação de agricultores pobres nos grandes supermercados é a exigência de nota fiscal. Além disso, no caso dos produtos orgânicos, o supermercado somente cede o espaço. A exposição e reposição dos produtos ficam a cargo dos próprios agricultores, com um ônus muito grande mesmo quando organizados em associações.

Uma grande parcela dos agricultores familiares é integrada à agroindústria, principalmente no caso dos produtores de soja, aves, suínos e fumo. Se, de um lado, a integração facilita a comercialização, remuneração mais estável e ascensão a grupos de renda mais elevados, de outro gera uma série de conflitos com a grande especialização e redução de autonomia, que acabam excluindo os produtores do tipo C e D. Na agroindústria artesanal uma limitação importante é a falta de legislação sanitária à pequena escala de produção. Outros entraves são a exigência de regularidade de oferta, além da falta de organização e de capacitação.

A inserção dos produtores ao mercado externo já pressupõe um grau maior de coordenação diante da burocracia necessária para exportação. Além de questões sanitárias, a necessidade de informação das regras que regem diferentes mercados extrapola os limites das relações pessoais que ocorrem em boa parte das experiências já realizadas.

6. Descrição dos mercados de insumos e importância como uma restrição e vantagens para os produtores familiares

O IBGE perguntou aos empreendedores urbanos de pequeno porte o valor total das despesas realizadas em outubro de 1997 e expôs os resultados por grupo de atividade. A maior parte da despesa realizada foi na compra de mercadorias para a revenda. Esta informação ganha ainda mais sentido quando se observa que dos 8,2 milhões de estabelecimentos por conta-própria 3,7 milhões são de comércio de mercadorias e serviços de reparação, pessoais, domiciliares e de diversão. Apenas 1,2 milhão de empresas por conta-própria declararam ter feito investimentos ou aquisições nos últimos 12 meses que antecederam o levantamento do IBGE. Destas 596 mil gastaram menos de R\$ 500,00 com investimentos ou aquisições. O peso, nos gastos dos estabelecimentos, de compras para revenda mostra que são unidades com um giro muito rápido dos recursos disponíveis. Esta observação deve ter consequência importante na discussão sobre microfinanças e empreendedorismo de pequeno porte.

Entre os agricultores familiares, pouco mais de um terço, (37%) usam adubos e corretivos, com grande variabilidade conforme as regiões e os tipos de produtor. A Região Sul detém os maiores percentuais (77,1%), seguida das regiões Sudeste (60,6%), Centro-Oeste (34,2%), Nordeste (16,8%) e Norte (9%). A proporção do uso destes insumos é decrescente conforme os tipos de agricultores. Adubos e corretivos estão presentes em 69,2% dos produtores familiares do tipo A, 50,6% do tipo B, 32,7% do tipo C e 24,4% do tipo D. Os

dados do Projeto INCRA/FAO não fazem menção ao uso de agrotóxicos por estes agricultores.

Nos locais de maior pobreza é comum que a obtenção de insumos pelos produtores familiares passe pelos mesmos canais de comercialização dos quais depende a venda da produção. Ou seja, não é em um ambiente competitivo para os produtores que têm acesso a insumos de origem industrial. As condições em que ocorrem a aquisição de insumos estão relacionadas ao mercado fragmentado ou inexistente de capital e crédito. Uma parcela diminuta da população de produtores familiares tem acesso a créditos bancários. A grande maioria está sujeita à obtenção de recursos por meio de fontes locais. As circunstâncias pessoais e o conhecimento minucioso por parte dos agentes envolvidos na operação são básicas nas relações de dependência que aparecem como manifestações de reciprocidade (Ellis, 1988; Abramovay, 1992/1998).

Paradoxalmente, a utilização de insumos, notadamente fertilizantes e agrotóxicos, pode apresentar-se em extremos. Ora a carência de recursos se torna tão proeminente que deixa a compra proibitiva, ora a indicação não especializada e sem assistência, no qual o vendedor procura indicar quantidades maiores que a recomendada, pode levar ao manejo incorreto e acima das especificações da produção. É recorrente o caso de produtores intoxicados com uso inadequado de agroxóticos. Tem-se tornado comuns casos de depressão associados ao uso de agrotóxicos na produção de fumo no sul do País.

A dificuldade na aquisição de insumos pode, entretanto, se constituir em vantagens para os produtores. Os produtos podem ser valorizados pelos consumidores tanto pela forma característica com que estes produtores trabalham, que é a busca da reprodução social através do trabalho familiar, como pela forma que trabalham a terra, com o manejo das culturas sem o uso de insumos químicos e fertilizantes solúveis. Neste caso torna-se mais fácil a conversão para sistemas de produção orgânicos.

Exemplo disso é a banana orgânica produzida na região litorânea do Paraná. Uma das maiores dificuldades para a introdução de práticas agroecológicas, segundo o coordenador do projeto, tem sido o uso de agrotóxicos. Nas comunidades em que os agricultores não conheciam os agrotóxicos, a conversão para agricultura orgânica foi mais fácil. Nas áreas onde eles são utilizados pode se levar até quatro anos para conseguir a certificação, que é realizada pela IMO Control do Brasil, empresa com sede na Suíça, e com ela os agricultores conseguem agregar mais de 100% ao preço do produto (¹⁵).

A falta de recursos e de assistência técnica são os principais fatores que impedem a aquisição de insumos pelos agricultores familiares, notadamente os mais pobres. O que aparentemente é uma desvantagem pode abrir novas oportunidades para a melhor inserção no mercado como produtores diferenciados de produtos orgânicos. Vale, entretanto, ressaltar que o apoio de organizações que fornecem conhecimento técnico nesse sentido e

¹⁵ Enquanto o valor da caixa de 22 Kg de banana convencional na região é R\$ 1,50, a banana orgânica vale R\$ 3,50. Quando toda a propriedade é manejada organicamente, inclusive os animais, e se consegue alcançar o padrão para exportação, esse valor chega a R\$ 4,00.

viabilizem canais de comercialização é imprescindível. O caso do café orgânico de Baturité, citado no item 6, ilustra bem esta questão ⁽¹⁶⁾.

Várias organizações não governamentais desenvolvem alternativas tecnológicas que visam reduzir a dependência dos agricultores familiares a insumos industriais e reduzir os seus custos de produção. O resgate das variedades nativas é também de grande importância agroecológica devido à “erosão genética” provocada pela proliferação de sementes híbridas e pelo desprezo das variedades nativas por parte da assistência técnica tradicional. As experiências mais bem sucedidas são aquelas reunidas na rede sementes da rede PTA (Projeto Tecnologias Alternativas). É um programa implementado em todo o país para resgatar variedades nativas, identificar as variedades mais produtivas e adequadas aos ecossistemas onde são produzidas e multiplicar sementes para a produção agrícola.

Em processos participativos as sementes de variedades nativas são identificadas junto às comunidades de agricultores familiares e são armazenadas em bancos de sementes. Os experimentos para a identificação das variedades mais produtivas e adaptadas à localização e utilização desejadas são realizados em propriedades de agricultores e acompanhadas por técnicos das ONGs da rede. Para a seleção das sementes são levados em conta diversos fatores além da produtividade física, como resistência a pragas e doenças, resistência no armazenamento, melhor aceitação no mercado, melhores características alimentares, dentre outras. Os próprios agricultores, com a orientação dos técnicos, selecionam as sementes com melhor desempenho para multiplicação. Os métodos e as técnicas utilizados e a análise dos resultados dos experimentos são desenvolvidos com o apoio técnico da Embrapa. Após a seleção das sementes, a multiplicação é planejada por grupos de agricultores. Em alguns casos foram criados fundos rotativos para o financiamento da aquisição das sementes.

Os bancos de sementes são utilizados também para, na região semi-árida, preservar as sementes. Após períodos de secas mais intensas, é muito comum que os agricultores pobres tenham perdido ou consumido os grãos que seriam utilizados como sementes. Sem recursos para comprar sementes são muito comuns as trocas entre vizinhos, mas quando a seca é avassaladora, a produção é ameaçada pela inexistência de sementes necessárias para o plantio.

Outras formas de organização são criadas também com a finalidade de reduzir o custo e melhorar o acesso de agricultores familiares pobres aos insumos necessários à produção. Na região sul, em muitos municípios, as prefeituras criam programas de calcário. Através deste programa, a compra do calcário é financiada por fundos rotativos e as prefeituras cadastram os produtores e organizam compras conjuntas diretamente nas minas de calcário, a preços mais baixos. O uso associativo de máquinas é também outra prática comum, principalmente entre agricultores familiares da região sul. São criadas associações para a compra de máquinas e para o planejamento e a organização do uso das máquinas.

¹⁶ Antes da organização dos produtores pela Fundação Cepema, os produtores vendiam café arábica orgânico com preço inferior ao do café robusta (menos valorizado) (Saes *et al.*, 2002).

7. Visão geral das tendências dos principais mercados para os produtores familiares

A área total ocupada pela agricultura familiar com produção animal, fruticultura, culturas permanentes e temporárias corresponde a 30,5% da área agrícola total. Com relação à produção animal, os agricultores familiares produzem 58,5% dos suínos, 52,1% da pecuária de leite, 39,9% de aves e ovos e 23,6% da pecuária de corte. Nas culturas permanentes, a produção familiar é responsável por 57,6% da banana, 47% da uva, 27% da laranja e 25,5% do café produzido no País. Nas culturas temporárias estes produtores são responsáveis por 97,2% do VBP total da produção de fumo, 83,9% da de mandioca, 72,4% da cebola, 67,2% do feijão, 48,6% do milho, 33,2% do algodão, 31,6% da soja, 30,9% do arroz e 9,6% da cana. Há uma forte especialização de produtos como uva, cebola, café, algodão, fumo e soja, conforme a região (FAO/INCRA, 2000).

Embora representada na maioria das culturas produzidas no Brasil, a agricultura familiar tem ganhos quando comparada à patronal no que diz respeito à produção de determinados produtos e perde com relação a outros. Essa característica é o que vai apontar as tendências e caminhos quando se propõem políticas agrícolas. A seguir procuram-se apresentar algumas dessas tendências assinalando as principais vantagens e desvantagens da agricultura familiar, de acordo com o tipo de produção.

Commodities

Conforme observado no item 5, de uma forma geral, mesmo os agricultores familiares integrados aos mercados, seja por meio de cooperativas ou de agroindústrias, que produzem apenas *commodities* não conseguem obter os rendimentos necessários para investir na atividade, especialmente os do grupo C e D. Isso porque tais produtores não possuem escala suficiente que permite competir com as outras categorias de agricultores (Kiyota e Gomes, 2002).

A exploração da terra nas propriedades familiares, tipo C e D, é feita por meio de métodos mais intensivos em mão-de-obra. Muitas destas famílias não abandonam suas atividades por representarem a sua segurança, por poderem controlar os elementos de sua produção e por contar com a comercialização garantida na colocação do produto em mercado locais, mesmo considerando as adversidades climáticas e as condições de barganha com os fornecedores. Neste caso, a produção se perpetua de forma estagnada em contraposição à produção em maior escala em que a redução de custos marca uma busca incessante de lucros. Além disso, a fragmentação da propriedade com o crescimento família ou a expulsão dos seus membros para os centros urbanos são características desse tipo de produção.

A manutenção dos produtores nesta atividade se explica, de acordo com Nunes (2000:2), pela integração vertical do trabalho, e secundariamente pela organização menos formal da empresa (produtor pessoa física), que permite às unidades familiares incorrer em custos monetários, por unidade de receita, menores que os observados em estabelecimentos patronais. “A não-separação da gestão, do trabalho e da propriedade (não necessariamente

da propriedade da terra, mas do produto da exploração agropecuária) gera incentivos para garantir o empenho no trabalho, eliminando custos de monitoramento e controle do trabalhador. A remuneração do trabalho familiar é flexível e diretamente associada ao valor da produção”.

A falta de especificidade da produção de *commodities* impede diferenciais de competitividade, trazendo uma perspectiva de perda cada vez maior de participação na produção desses bens, como ocorre com a soja, arroz, milho, café, leite e algodão.

É aí que cresce a importância da diferenciação por novos atributos. Em algumas *commodities*, como por exemplo o café, as possibilidades de diferenciação e segmentação podem ocorrer tanto pelo sistema de produção orgânico, quanto pela qualidade superior do produto. Como consequência disso, diversos atributos de qualidade, passíveis de certificação, estão sendo incorporados em diversos segmentos do sistema agroindustrial, como instrumento de concorrência do produto final. Além disso, a crescente demanda, particularmente na União Européia, por produtos saudáveis e socialmente corretos, potencializam a possibilidade do surgimento de produtos com novos atributos (Souza *et al.*, 2002).

A certificação de produtos é um procedimento que requer uma adaptação dos sistemas produtivos a uma série de regras estabelecidas pelas agências certificadoras, para fins de inspeção e emissão de certificado de conformidade. Este procedimento pode estar restrito não apenas a um segmento, como também ao sistema agroindustrial, considerado como um todo. Quando a certificação envolve todo o sistema, é necessário rastrear o caminho percorrido pelo produto, o que implica em monitoramento e controle para que o consumidor tenha certeza de que o produto consumido detém o atributo por ele desejado. Ou seja, os produtos certificados apresentam novos atributos que os diferenciam dos demais diante do consumidor.

A reorganização do sistema agroindustrial para adaptação às regras de agências certificadoras traz uma série de impactos tanto econômicos como sociais. Estes impactos não dizem respeito somente a mudanças nos sistemas de produção, mas também traduzem a flexibilidade das empresas para adaptação a transformações sociais. No que se refere à inserção da produção familiar nestes mercados diferenciados, cresce a importância do apoio de associações de interesse privado e de organizações públicas e não governamentais.

Orgânicos

Os mercados de *commodities* agrícolas, de modo geral, crescem com escala e redução de custos. Os nichos de mercado, por sua vez, devido a atributos específicos, são adaptados à produção em escala menor e emprego de mão-de-obra familiar, como é o caso de produtos orgânicos. Um dos efeitos mais positivos em termos sócio-econômicos da criação de novos mercados com atributos específicos é a possibilidade de incorporação de produtores familiares nesse processo.

Isso de certa forma explica por que os agricultores familiares ligados a associações e grupos de movimentos sociais são responsáveis por 70% da produção orgânica brasileira, com

maior expressão na Região Sul do País e respondem por parcela significativa da renda gerada com estes produtos (Darolt, 2002).

Estimativas do BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social indicam que as hortaliças detêm o segundo lugar quanto ao número de propriedades dedicadas à agricultura orgânica, perdendo apenas para a soja. São 549 produtores, representando 7,8% do número total de agricultores orgânicos, que ocupam 1,1% da área cultivada organicamente, ou seja, 2.989 ha. Isso é consequência da adequação dos sistemas orgânicos de produção às características de propriedades com gestão familiar, tanto pela diversidade de cultivos numa mesma área quanto pelo maior emprego de mão-de-obra, menor dependência de recursos externos e menor necessidade de capital.

A resolução 2.879/01 do Banco Central do Brasil determinou tratamento prioritário ao atendimento de propostas de financiamento a projetos de produção agroecológica ou orgânica, conduzidos por produtores que se enquadram no grupo C do PRONAF: agricultores familiares com renda anual entre R\$ 1,5 mil e R\$ 10 mil. Também aumenta em até 50% o limite de crédito se os produtores forem certificados de acordo com as orientações da Instrução Normativa 007/99 do Ministério da Agricultura, que regulamenta a produção orgânica no país (Ormond *et al.*, 2002).

Entretanto, se a adequação à pequena propriedade é fator importante como opção de sustentabilidade da agricultura familiar, os custos de conversão e de certificação são obstáculos aos agricultores não capitalizados, pois ainda não existem no modelo atual de crédito rural instrumentos creditícios adequados à atividade nem solução para o período de conversão.

As organizações que mais colaboram para ampliar a participação de produtores familiares no segmento orgânico são associações e ONGs dedicadas à difusão de práticas agroecológicas, seja no apoio à comercialização ou na geração e difusão de tecnologias. Alguns certificadores promovem descontos nos custos da certificação quando se trata desse tipo de agricultores.

A certificação, entretanto, vem-se tornando uma barreira não tarifária para o ingresso nos mercados internacionais. Cada país reconhece apenas alguns certificadores o que onera os agricultores que pretendem participar do mercado externo.

Frutas, verduras e legumes

Os alimentos frescos possuem uma alta elasticidade renda da demanda e poucas barreiras tradicionais em mercados de renda mais elevada. Como tal podem representar uma importante oportunidade para os produtores familiares, uma vez que são bastantes adaptados às unidades de pequena escala, principalmente no caso de verduras e legumes.

Os mercados locais são os principais canais de recepção desses produtos. Normalmente os produtores só entram em mercados que exigem maior volume por meio de atravessadores,

que compram a produção de vários agricultores. Em função da alta perecibilidade e dos menores custos de transação existem bolsões de produtores especializados na produção de determinados produtos. É o caso, por exemplo, da produção de hortaliças na região do cinturão verde das grandes cidades.

Um grande problema é a falta de padronização. A classificação varia de acordo com a qualidade média do produto vendido no dia. O tamanho e o aspecto do tomate tipo A, por exemplo, pode ser diferente conforme a qualidade da oferta do dia. Isso ilustra a dificuldade de comunicação entre os mercados em diferentes localidades.

Além da padronização, na região do Vale do São Francisco os fruticultores familiares enfrentam dificuldades na comercialização decorrentes de escala para alcançar melhores preços no mercado local. A solução proposta pela cooperativa recém formada é a venda direta ao consumidor seja na sede da própria cooperativa (COMAIAMT – Cooperativa Mista de Produtores do Ramo de Fruticultura do Projeto Maria Tereza), seja em domicílio no caso das frutas frescas. Uma outra opção que vem sendo encaminhada é a da constituição de uma fábrica de doces como forma não só de absorver a produção como de agregar valor e gerar mais empregos na região (SEBRAE/ADS/CUT, 2002).

Um outro entrave é a falta de planejamento de safra. É freqüente a situação de excesso de oferta, quando na safra anterior os preços se situavam em patamares elevados, o que resulta em forte depressão das cotações. Quando isso ocorre pelo fato da concentração regional da produção há uma queda generalizada da renda na região.

Um exemplo contrário da falta de planejamento ocorre com os orgânicos. O fato de os produtores de hortaliças estarem vinculados com a associação que fornecem diretamente para supermercados, permite a realização de estudos de mercado conforme a sazonalidade e previsão de demanda. Dessa forma, os agricultores podem ser orientados pela associação sobre o que devem produzir.

Apesar de serem produtos com grande atrativo para o mercado externo, especialmente as frutas, tais produtos podem estar sujeitos a riscos de segurança alimentar (pela presença de microtoxinas e altos níveis de resíduos de agrotóxicos) e por barreiras sanitárias. A adoção de boas práticas agrícolas, testes de qualidade e, particularmente, a certificação reconhecida nos mercados internacionais, implicam em custos que dependem da ação coordenada entre setor privado e setor público. No caso do setor público estas ações são mais importantes no que diz respeito à provisão de infra-estrutura (Unneverhr, 2000).

Alimentos processados

A integração vertical para o processamento tem sido vista como estratégia de controle dos focos de dependência em relação a outros agentes da sociedade. A comercialização de produtos processados pelos agricultores é uma forma de agregar valor e diminuir a dependência dos comerciantes, como mostram as experiências apresentadas anteriormente.

As principais dificuldades encontradas para se implementar uma agroindústria de pequeno porte são: (i) falta de acompanhamento técnico; (ii) tecnologia e legislação voltada para as agroindústrias de grande porte; (iii) ausência de crédito; e (iv) dificuldade de se organizar enquanto grupo para efetivar uma atividade econômica (Kiyota e Gomes, 2002). Além destes fatores, há ainda a necessidade de capacitação dos funcionários e maior conhecimento do mercado (SEBRAE/ADS/CUT, 2002).

Principais Tendências

No caso das commodities (leite, milho, feijão, café e arroz) a tendência é de concentração dos mercados devido à necessidade de escala para garantir a competitividade. Uma possível alternativa de maior inserção ao mercado é a conversão da produção para produtos orgânicos ou *fair trade*. As plantas medicinais e produtos exóticos têm grande interesse por parte de multinacionais / ONGs internacionais.

Neste caso, como já discutido, uma das principais tendências reveladas é a exigência de certificação, que implica em instrumentos de rastreabilidade. Isso pode ser uma oportunidade para os produtores familiares alcançarem mercados de países desenvolvidos, que tem uma alta elasticidade renda. A grande questão é quem irá pagar a conta da adoção dessa estratégia, que traz em seu bojo um impacto significativo sobre os custos de produção (Farina e Reardon, 2000).

Embora ainda não se tenha uma resposta para a questão, pode-se inferir, a partir de estimativas do acréscimo dos custos médios sobre os segmentos da cadeia produtiva, que é na produção agropecuária que o impacto dos custos será maior. Entretanto, dado o interesse do varejo em adotar a estratégia de rastreabilidade haverá uma tendência de que este segmento arque com os custos e passe a impor seus padrões a montante da cadeia, adquirindo o controle dos usos dos meios de produção para garantir a qualidade final do produto.

O quadro 1 (ver nos anexos) resume, de acordo com as características específicas dos produtos, os principais pontos fortes, pontos fracos e tendências de mercado para os produtores familiares dos grupos C e D.

8. Importância dos investimentos em infra-estrutura, controle de qualidade e outros incentivos para os produtores pobres

É grande a importância dos investimentos em infra-estrutura de armazenamento, beneficiamento, comercialização e transporte da produção. Produtores que contam com acesso a infra-estrutura correm menores riscos com perdas de produção e oscilações de mercado, além de menores custos para o transporte. A conservação das estradas rurais representa um alto custo para os orçamentos municipais. Como a maioria das prefeituras, especialmente em pequenos municípios, enfrenta crise financeira, as estradas rurais em geral são de péssima qualidade.

O Pronaf/infra-estrutura tem sido um dos poucos programas de investimentos em áreas rurais pobres, mas os investimentos realizados com recursos deste programa são limitados

pela precária capacidade dos agentes de planejamento e assistência técnica dos pequenos municípios de formular projetos inovadores que ofereçam melhores condições de geração de renda para os agricultores familiares. Além disso, a escolha dos municípios apenas por critérios que enfatizam, em última análise, a pobreza não leva em consideração a capacidade organizativa dos produtores, fazendo assim investimentos em comunidades com reduzida capacidade de gestão dos projetos. Em municípios com projetos de desenvolvimento mais bem construídos o Pronaf Infra-estrutura tem sido uma importante fonte de financiamento para a criação de pequenas agroindústrias que aumentam a renda gerada pelos agricultores.

No semi-árido os investimentos em sistemas de captação de água e em sistemas de irrigação de baixo custo representam uma importante estratégia para a sobrevivência nos períodos de seca e que geram melhores condições para o desenvolvimento de atividades produtivas geradoras de renda. O programa para a construção de um milhão de cisternas vem mobilizando centenas de organizações da região do Semi-Árido, mostrando-se uma iniciativa de grande importância para o desenvolvimento da região.

Existem também diversas cooperativas para a eletrificação de áreas rurais, predominantemente na região sul. A moradia é de grande precariedade nas áreas rurais pobres, mas só recentemente foi criado um programa de financiamento habitacional para a área rural pela Caixa Econômica Federal.

Os Serviços de Inspeção Estaduais e Federal vêm sendo mais rigorosos nos últimos anos, tanto na adoção de critérios mais rígidos e maior fiscalização, principalmente a partir de 1989, com a nova lei que estabelece as competências para a inspeção. A maior dificuldade dos produtores é atender às exigências de infra-estrutura necessárias nas instalações onde são processados os alimentos, aumentando os investimentos necessários.

Em alguns poucos municípios brasileiros existem Serviços de Inspeção Municipal que regulamentam e fiscalizam a produção e comercialização de alimentos em âmbito municipal. Estes serviços mostram-se importantes para a criação de pequenas agroindústrias, sendo em geral mais voltados para produtos artesanais, ou produtos coloniais, na região Sul, com normas mais flexíveis, mas atentos a condições básicas de sanidade. Em Francisco Beltrão (Sudoeste do Paraná) uma lei municipal criou o SIM/POA. Com o apoio da prefeitura à criação de agroindústrias estão registrados no serviço 45 estabelecimentos de pequenas agroindústrias.

Um importante instrumento de valorização de produtos no mercado é a criação de marcas de qualidade e selos de origem. A certificação dos produtos agrega valores territoriais e culturais aos produtos. Comunidades tradicionais, onde reside grande parte da população rural pobre, possuem diversos ativos naturais e culturais com grandes potenciais para serem utilizados na melhoria da renda destas regiões. Muitas áreas rurais estão situadas no entorno de patrimônios históricos, reservas naturais, colônias de migrantes ou de grupos étnicos, como quilombos ou aldeias indígenas, festas religiosas ou de antigas tradições locais, regiões turísticas, etc. O uso de marcas que estabeleçam uma identificação entre os produtos e as suas regiões de origem amplia os interesses dos consumidores, tanto nos produtos como nas regiões. Para isto, apenas a criação de marcas é insuficiente, devendo

estar acompanhada de outras políticas de marketing, como a divulgação em meios de comunicação, a focalização nos clientes potenciais, etc. Porém, a maioria das organizações tanto governamentais como não governamentais não se apropriaram de técnicas eficientes de comunicação com o mercado consumidor.

Um bom exemplo deste tipo é o Circuito da Cachaça. Neste projeto da Embratur em parceria com o Ministério do Esporte e Turismo, instituiu um amplo programa de desenvolvimento que combina políticas de estímulo à produção de aguardente de cana-de-açúcar com políticas de estímulo ao turismo nas cidades históricas de Minas Gerais, turismo ligado à natureza e à cultura mineira. Os produtores se organizam na cooperativa dos produtores de cachaça de qualidade e em outras 16 organizações com o objetivo principal de profissionalizar a produção, principalmente para o mercado externo. A fabricação mantém as técnicas artesanais em pequena escala, o que confere ao produto a sua diferenciação e alta qualidade.

9. Casos de sucesso

Já foram citadas até aqui diversas experiências bem sucedidas. O quadro 2 (anexos) sintetiza e fornece as características mais importantes de algumas das experiências reconhecidamente de melhor desempenho.

10. Sumário das abordagens subjacentes às diversas formas de intervenções

10.1. Organizações não governamentais

Não é difícil compreender que, até o início dos anos 1980, as Organizações Não Governamentais brasileiras, em sua grande maioria, não tivessem preocupações explícitas com a integração dos pobres a mercados. O regime ditatorial fazia da maior parte destas organizações, locais onde se concentrava parte da militância oposicionista, cujo objetivo central era a plena conquista da liberdade política. A própria Igreja Católica — e isso não foi um fenômeno exclusivamente brasileiro, mas manifestou-se no que Jorge Castañeda (1993) chamou da explosão das bases, em boa parte da América Latina — envolveu-se profundamente nestas lutas. O horizonte cultural e ideológico das mais importantes organizações não governamentais misturava — com doses e temperos variados, bem entendido — o marxismo dos ex-militantes de grupos de esquerda com a perspectiva emancipadora da teologia da libertação. Mais que oposição à ditadura, no plano exclusivamente político, estes grupos procuravam não só mobilizar os indivíduos por reivindicações de melhoria de suas condições de vida, mas, sobretudo, construir um caminho que pudesse representar uma alternativa ao sistema responsável pela miséria de parcela tão ampla da população.

O fim do regime militar, a conquista da liberdade sindical e de organização política permitiu institucionalizar e imprimir visibilidade pública a um conjunto de aspirações que, até então, não podia explodir à luz do dia. O grande trunfo das organizações não governamentais não estava tanto em sua capacidade de elaboração ou de propor uma alternativa global de conjunto às políticas do período ditatorial, mas sobretudo em seu

enraizamento localizado, no trabalho de base em que se especializaram seus componentes. Albert Hirschmann (1984), no início dos anos 1980 fez uma visita por doze países latino-americanos, a convite da Interamerican Foundation, e percebeu bem que parte expressiva dos jovens que, anteriormente, voltaram-se à resistência armada contra as ditaduras do Continente, estavam nos bairros das periferias e nas zonas rurais não mais para organizar guerrilhas, mas construindo, de forma muito concreta experiências emancipatórias com resultados práticos na legalização de terras, na formação de clubes de mães, na reorganização sindical e em ações que hoje não se poderia hesitar em caracterizar como de construção de mercados — embora até o início dos anos 1980, esta expressão tivesse amargo sabor para aqueles que dedicaram suas vidas a provar que mercados são o correlato da economia capitalista e esta a base de toda a miséria contra a qual atuavam.

O caldo de cultura em que se formam estas ONG's não se apóia na crença de que mercados são soluções racionais para os problemas alocativos da sociedade. Ao contrário, a ênfase dos discursos, e da própria atividade educativa da maior parte destes grupos, estará nas distorções distributivas que o puro funcionamento dos mercados acaba por trazer. São grupos que tendem a abordar os mercados pensando, antes de tudo, naqueles que são deles excluídos. Assim, a experiência prática de base, a ligação com populações vivendo em situação de pobreza faz com que a tentativa de organizar novos mercados acabe ganhando uma dimensão emancipatória distante da retórica e das convicções neoclássicas. O esforço por ampliar a participação dos pobres em diferentes mercados é, via de regra, acompanhado de uma preocupação explícita com sua organização social e produtiva. Na Paraíba, por exemplo, a crítica aos modelos convencionais de progresso técnico — baseados no uso de insumos químicos em larga escala — é que está na base da organização de feiras de produtos orgânicos em que os agricultores estão não só garantindo sua própria renda, mas formando as bases de uma outra agricultura, alternativa e que materializa uma visão crítica da própria organização social contemporânea. Da mesma forma, escapar dos agentes tradicionais que comercializam sementes de milho é também uma forma de resgatar conhecimentos seculares, de proteger a biodiversidade e de mostrar que existem outros caminhos para a organização produtiva que os propostos nas formas estilizadas pelos padrões da revolução verde.

Se no caso da AS-PTA (Assessoria e Serviços – Projeto Tecnologias Alternativas) da Paraíba, os agricultores comercializam seus produtos na feira livre de um pequeno município, não é raro que ONGs procurem criar mercados específicos para as populações pobres. Esta criação abre caminhos interessantes, mas envolve um sério risco: os pobres libertam-se das forças localizadas que os vinculavam a certos atores de forma dependente e clientelista e acabam caindo em circuitos que só funcionam quando o técnico da ONG está presente e desabam quando os recursos — muitas vezes vindos do exterior — se esgotam. As ONGs padecem então de uma ambigüidade cujos caminhos de superação só a experiência será capaz de mostrar: por um lado, envolvem-se de forma decisiva na construção de alternativas a canais tradicionais de comercialização em que se materializam as estruturas sociais básicas da própria dominação sobre os pobres. Sua ação, porém, corre sempre o risco de confinar-se a determinados circuitos sobre os quais o controle dos próprios pobres é necessariamente precário: são relações sociais desprovidas dos atributos universalizantes próprios à noção de mercado e cujos caminhos de entrada passam muitas vezes por vínculos localizados com determinados agentes da Igreja, das ONGs ou dos

sindicatos. A comercialização de melão por parte de assentados de Baraúna, descrita por Abramovay (2002) padece, em grande parte, deste problema. Os exportadores tradicionais não incorporam a produção dos assentados e a ONG que comercializa a produção das áreas de assentamento fica na dependência de vínculos sobre os quais os agricultores têm precário controle.

O ambiente democrático da sociedade brasileira contribui de forma rápida para que os diferentes particularismos ligados a estas formas de inserção de populações pobres em mercados sejam superados. Mas a verdade é que são ainda poucas as experiências que envolvem atores de composição social e, sobretudo, de horizontes culturais muito diferentes.

10.2. A atuação empresarial

É recente a incorporação da idéia de responsabilidade social à prática das grandes empresas brasileiras. Hoje é muito comum que empregados graduados dediquem, voluntariamente, uma parte de seu tempo livre para ações junto a populações pobres, sobretudo no meio urbano. A partir de meados dos anos 1990 diversas empresas publicam — além de seu balanço contábil — um balanço social, que relata os investimentos das empresas na luta contra a pobreza. Estes investimentos são uma referência capaz de valorizar o próprio nome da empresa. Existe um selo, por exemplo, referente às empresas que garantem não empregar trabalho infantil. A existência de cursos universitários de especialização para a gestão de organizações do Terceiro Setor mostra também um campo importante para a atuação empresarial.

Empresas que exploram produtos dependentes da preservação da biodiversidade vêm atuando na organização da produção e mesmo dos mercados. Na área de cosméticos e medicamentos existem algumas experiências, neste sentido. O projeto POEMA, citado acima, recebeu pedido da Mercedes-Benz para aproveitamento da palha de coco na fabricação de assentos de veículos.

10.3. Governos

Os governos caracterizam-se por ações muito mais assistenciais do que capazes de favorecer processos de geração de renda. Este relatório procurou mostrar que houve um progresso importante na capacidade de localizar os pobres e de neles focalizar as transferências de renda. É claro que a oferta de bens públicos básicos — rodovias, meios de comunicação — contribui para reduzir o isolamento dos pobres e, por aí, amplia suas chances de obter melhores oportunidades de mercado em suas transações. Mas a verdade é que estes bens públicos tendem a ser aproveitados por aqueles que já estão em melhor situação de mercado e não pelos mais pobres. Razão pela qual é importante que os governos sejam capazes de estimular iniciativas localizadas voltadas explicitamente para ampliar as chances e as oportunidades de inserção de populações pobres em mercados mais promissores que aqueles em que se encontram. As transferências de renda melhoram a circulação dos produtos e intensificam as ligações com os mercados. Mas são insuficientes para produzir dinamismo local.

A existência de tantas experiências de ONGs, a crescente preocupação social dos empresários e a constatação governamental de que é fundamental estimular a capacidade de geração de renda dos mais pobres podem ser a base para formar um conjunto de contratos localizados entre, por um lado, o Estado e, por outro, a junção do setor associativo, dos eleitos locais e dos empresários em torno de objetivos passíveis de avaliação e que resultem na alteração dos ambientes que bloqueiam o acesso dos mais pobres a melhores condições de mercado. E é aqui que as agências internacionais podem desempenhar um papel importante.

10.4. Agências internacionais

Até aqui, não se tem notícia de projetos cuja premissa seja a junção das forças vivas — convém repetir: dos empresários, do setor associativo, e dos eleitos locais — em torno de projetos sobre cuja base se estabeleça um contrato a ser avaliado (e eventualmente renovado) a partir de seus resultados. As organizações internacionais de desenvolvimento — tanto as agências multilaterais, como as que financiam as ONG's — precisam repensar o formato de suas políticas de ajuda e os mecanismos de incentivo em que se apóiam.

É bem verdade que o peso dos financiamentos internacionais às ONGs brasileiras reduziu-se muito nos últimos anos, como reflexo não só de novas urgências para as agências internacionais (África sub-saariana, leste europeu), mas também como consequência da redemocratização brasileira que ampliou os recursos nacionais — públicos, mas também, em menor proporção, privados — para a luta contra a pobreza. Várias ONGs vivem de recursos de fundos voltados à luta contra o desemprego, à formação de mão-de-obra. Não são poucas as ONGs que conseguem recursos internacionais em virtude de uma vocação específica à qual a agência do exterior também está ligada: agricultura orgânica, preservação da biodiversidade, proteção dos mananciais das regiões metropolitanas, por exemplo.

Mas quando se trata da ampliação e da criação de mercados como base para a luta contra a pobreza, a experiência já é bem menos rica. E é exatamente aí que reside um imenso espaço para a inovação institucional em direção a projetos que consigam extrapolar os limites de uma pequena comunidade ou mesmo um pequeno município e se comprometam a interferir na dinâmica econômica de uma região, a partir da descoberta de seus potenciais e da unidade de seus atores econômicos mais importante em torno da valorização de suas melhores vocações. Numa sociedade tão marcada pela desigualdade não é fácil juntar em torno de um projeto de desenvolvimento empresários, o setor associativo e os eleitos locais. Mas é claro que se o objetivo é melhorar o funcionamento dos mercados para ampliar as oportunidades dos que vivem em situação de pobreza, isto só pode ser alcançado por meio de alterações nos ambientes locais cujo motor não partirá de uma só de suas forças componentes. Melhorar as infra-estruturas, simplesmente, não basta para ampliar o acesso dos mais pobres aos mercados. Já nos projetos das ONGs os segmentos empresariais locais raramente estão incluídos, até porque, com frequência, são eles que controlam as estruturas de que decorre a própria pobreza. Mas é claro que sem os empresários muito dificilmente vão abrir-se novos horizontes de mercados para os mais pobres, a menos que tenham por

trás uma estrutura pesada de ONGs que dificilmente se mantém e que se sustenta com recursos externos que cedo ou tarde desaparecerão.

Formar técnicos e capacidades voltadas à elaboração de projetos que possam ser caracterizados, de fato, como de desenvolvimento, talvez seja esta a mais importante contribuição das organizações internacionais de desenvolvimento que tanto apoio já deram, até aqui, na luta contra a pobreza no Brasil.

CONCLUSÕES

Este relatório procurou fornecer um conjunto variado de informações sobre o funcionamento real de diferentes mercados dos quais dependem os pobres e de alguns poucos que lhes oferecem caminhos no sentido de sua emancipação social. A idéia segundo a qual a economia de mercado sempre aprofunda as desigualdades não corresponde à realidade histórica das sociedades contemporâneas. É verdade que o crescimento econômico não resolve por si só as imensas diferenças sociais em que tantas vezes se apóia. Mas não é menos certo, como bem mostra o livro recente de John Mac Millan (2002:207), que “países com melhor distribuição de renda crescem mais rápido, em média, que aqueles com profundo fosso entre seus habitantes. Em países com extrema desigualdade, inversamente, a desigualdade por si só pode ser um freio ao crescimento”.

Melhores oportunidades de acesso a mercados não são o resultado de mudanças sistêmicas e não de uma ação tópica, específica e localizada. Os pobres não são produtores “de subsistência”: eles dependem inteiramente de mercados que são, entretanto, reflexos das estruturas sociais de dependência clientelista em que conseguem sobreviver. Alterar estas estruturas num ambiente democrático supõe antes de tudo melhorar de maneira muito significativa o nível educacional e, sobretudo, o ambiente educacional das regiões em que vivem as populações pobres, para que não continuem a ser encaradas como portadoras permanentes de mão-de-obra barata e trabalho desqualificado.

O melhoramento da qualidade do ensino formal e profissional é importante para que a sociedade brasileira possa associar o que constitui a pedra de toque do desenvolvimento: o trabalho e o conhecimento. Apesar de importantíssima, esta associação pode ser lenta e excluir gerações que dificilmente voltarão aos bancos escolares.

A maior parte dos pobres brasileiros depende de mercados para assegurar sua miserável sobrevivência. Os pobres não são a minoria que vive em regiões excessivamente distantes e quase inacessíveis: não basta colocar-lhes à disposição bens públicos como estradas ou bancos. Mesmo quando estão no interior, habitam em locais de acesso relativamente fácil. Sua distância com relação aos mercados que poderiam melhorar sua existência não é basicamente física: é social, política e cultural.

Exatamente por isso, o Estado é apenas um dos atores na construção de oportunidades capazes de melhorar a inserção social dos mais pobres. Quando se torna ator único tende a provocar distorções gravíssimas, que resultam em clientelismo político, com custos fiscais insuportáveis. A noção tão difundida de que o Estado brasileiro possui uma dívida social

com os mais pobres contém perigosa armadilha: a de inibir a discussão a respeito do formato institucional que deve assumir a luta contra a pobreza no Brasil. Até aqui, conforme este trabalho procurou destacar, muito se avançou na localização dos mais pobres e em destinar-lhes, sem intermediários, recursos a que fazem jus a título de aposentadorias e outras formas de sustentação de renda. Houve também algum avanço — embora, é o que se viu neste trabalho, tópico, localizado e nunca massivo — na organização de alternativas inovadoras nas relações dos pobres com os mercados. O desafio agora está em um novo passo nas políticas de luta contra a pobreza cuja questão central deve ser: **de que maneira transferir recursos para regiões e famílias pobres de forma a estimular a revelação de suas capacidades produtivas e a manifestação destas capacidades em mercados promissores?**

Quatro mudanças importantes devem ser feitas para que tal questão passe a nortear a política de luta contra a pobreza:

- a) É preciso que o Governo Federal possa estabelecer relações com grupos de municípios e não só como cada município, isoladamente. Conforme foi assinalado acima, um município de 10 mil habitantes não pode ser considerado uma unidade apta a planejar o processo de desenvolvimento. Quando se trata de políticas voltadas à melhor inserção dos pobres em mercados, é claro que a dimensão paroquial de um pequeno município dificilmente dá lugar a atividades inovadoras e auto-sustentáveis.
- b) É preciso que os projetos envolvam diferentes segmentos sociais, profissionais e políticos. Projetos de desenvolvimento não se confundem com a experiência piloto que se faz junto a uma certa comunidade, nem com a transferência de recursos para construir um hospital, uma estrada ou um conjunto de poços. Ele envolve um horizonte para a melhor inserção em mercados, sobretudo para os mais pobres. Envolve a formação de vínculos localizados de conhecimento e confiança que estão na base dos próprios processos de inovação. Quanto mais desigual é uma sociedade, menor é a tendência de aglutinação dos segmentos ligados a cada um dos diferentes grupos sociais de que ela se compõe. Ao mesmo tempo, sem esta aglutinação o ambiente local responsável pela pobreza não se altera. Por isso, a presença do Estado lançando licitações a projetos com características necessariamente de inovação pode ser um elemento importante na alteração destes ambientes. Claro que o pressuposto aí é a formação de capacidades localizadas de planejamento, hoje quase nunca existentes.
- c) É preciso que a relação entre as forças vivas localizadas, territorializadas e quem financia seu projeto de desenvolvimento seja objeto de contratos cuja avaliação vá além do puro cumprimento burocrático de seus itens componentes. Planificar o processo localizado de desenvolvimento tem sido, até aqui, no Brasil, formular lista de reivindicações típicas endereçadas ao poder central que as atende à medida de suas possibilidades. A inovação organizacional representada pelo PRONAF infra-estrutura, neste sentido, foi importante, já que estimulou uma real participação social na elaboração dos projetos locais. Mas estes projetos quase nunca vão além da tentativa de suprir carências imensas, sem que adquiram a coerência de um verdadeiro projeto.

- d) É preciso que os projetos sejam aprovados por seu mérito e não pela condição de precariedade em que se encontra a população que justificou sua elaboração. A prática de lançar licitações para que entidades locais — formadas pelos setores empresarial, associativo e pelos eleitos locais — se candidatem a receber recursos em virtude da qualidade de seus projetos, de sua natureza inovadora, esta prática é totalmente estranha aos hábitos brasileiros.

A principal recomendação deste relatório é que a ação de uma agência internacional no Brasil deveria contribuir para inovar institucionalmente as práticas de planejamento voltadas a melhorar a inserção dos pobres em mercados promissores. Os quatro itens listados acima poderiam também ser observados por uma entidade estrangeira que quisesse contribuir para a redução sustentável da pobreza no Brasil.

Bibliografia

ABRAMOVAY, Ricardo (1992/1998) — *Paradigmas do Capitalismo Agrário em Questão* — ANPOCS/HUCITEC, São Paulo – 2ª. Edição

ABRAMOVAY, Ricardo (2001) – “Conselhos além dos limites” – *Estudos Avançados* – Instituto de Estudos Avançados – setembro/dezembro, pp. 121-140

ABRAMOVAY, Ricardo (2002) – “O peso da intermediação bancária no Pronaf” – *Gazeta Mercantil* – 17/04/02 p. A3

ABRAMOVAY, Ricardo (2002) — Diversificação das economistas rurais — Relatório final do projeto Políticas públicas de desenvolvimento rural – Balanço da Ação Governamental – PCT IICA/NEAD *in* www.fea.usp.econ.abramovay

BARROS, Ricardo Paes; Henriques, Ricardo e MENDONÇA, Rosane - (2000) “A estabilidade inaceitável: desigualdade e pobreza no Brasil” *in* HENRIQUES, Ricardo, org. – *Desigualdade e Pobreza no Brasil*, pp. 21-48 – IPEA, Rio de Janeiro

BITTENCOURT Gilson e ABRAMOVAY, Ricardo (2003) – “Inovações institucionais no financiamento à agricultura familiar: o sistema Cresol” - *Revista Economia Ensaios* – Vol 16, nº 1: no prelo

BITTENCOURT, Gilson A.; CASTILHOS, Dino S. B.; BIANCHINI, Valter e SILVA, Hur-Bem C. (1999) – *Principais fatores que afetam o desenvolvimento dos assentamentos de reforma agrária no Brasil* – Projeto de Cooperação Técnica INCRA/FAO – FAO, Brasília

CASTAÑEDA, Jorge (1993) – *Utopia Unarmed – The Latin American Left After the Cold War* – Alfred A. Knopf, New York

DAROLT, Moacir R. (2002) — *Agricultura Orgânica: inventando o futuro*. Londrina: IAPAR, 249p.

DE SOTO, H. (2000) — *The Mystery of Capital: Why Capitalism Triumph in the West and Falls Everywhere Else* — Basic Books, New York

ELLIS, F. (1988) — *Peasant Economics – Farm Households and Agrarian Development* – Cambridge University Press, Cambridge

FAO/INCRA (2000) — *Novo Retrato da Agricultura Familiar: o Brasil redescoberto*. Projeto de Cooperação Técnica INCRA/FAO, março, 2000.

FARINA, E. M. Q e NUNES, R. (2002) “Âncora verde e os ajustamentos microeconômicos no sistema agroindustrial de alimentos no Brasil pós-real” . *ANPEC*, São Paulo

FARINA, E. M. Q. ; REARDON, T. (2000) — “ Agrifood grades and standards in the extended Mercosur: their role in the changing agrifood system” —. *Annual Meeting of American Agricultural Economics Association*, Tampa, Florida, 1 August 2000.

FERREIRA, Francisco H. G.; LANJOUW, Peter e NERI, Marcelo (2001) – A Robust Poverty Profile for Brazil Using Multiple Data Sources – *in* www.fgv.br/cps

GOMES, Gustavo Maia (2001) – *Velhas secas em novos sertões* – IPEA

GRAÇA, C. T. *et al.* *Produtos da floresta*. Relatório técnico produzido a pedido do Grupo ORSA. São Paulo. PENSA, 2002, 513 p.

HEREDIA, Beatriz; MEDEIROS, Leonilde; PALMEIRA, Moacir; CINTRÃO, Rosângela e LEITE, Sérgio (2002) — *Os impactos regionais da reforma agrária: um estudo sobre áreas selecionadas* - CPDA/UFRJ – NUAP/PPGAS/MN/UFRJ - Convênio: REDES/NEAD-IICA – CD-ROM

HIRSCHMANN, Albert (1984) — *Getting Ahead Collectively: Grassroots Experiences in Latin America* — Pergamon Press Inc – New York

IBGE (1997) — *Economia Informal Urbana – ECINF*. Pesquisa IBGE, Brasil, 1997.

IFAD (2001) — *Rural Poverty Report 2001 – The Challenge of Ending Rural Poverty* – Oxford University Press – Oxford

KIYOTA, N e GOMES, M. A. O. *Agricultura familiar, estratégias de comercialização e desenvolvimento local em Capanema – região Sudoeste do Paraná*. Grupo de Interesse em Pesquisa para Agricultura Familiar (GIPAF – EMBRAPA), Disponível em: <<http://gipaf.cnptia.embrapa.br>>. Acesso em: 06 dez. 2002.

LARENA, A. J. P. E FAVERO, L. A. Os novos desafios da agricultura familiar para a sua inserção competitiva. Grupo de Interesse em Pesquisa para Agricultura Familiar (GIPAF – EMBRAPA), Disponível em: <<http://gipaf.cnptia.embrapa.br>>. Acesso em: 06 dez. 2002.

LIPTON, Michael (1968) — “The Theory of Optimizing Peasant” — *The Journal of Development Studies* – vol. 4, n° 3:327-351

McMILLAN, John (2002) – *Reinventing the Bazaar – A Natural History of Markets* — W. W. Norton & Company – New York

MINISTÉRIO DO TRABALHO (1999) – “Avaliação do PROGER, PROGER RURAL e PRONAF Realizada pelo IBASE – Relatório Geral – Relatório Final dos Estados – CD-ROM, junho -

NÉRI, Marcelo; AMADEO, Edward J.; CARVALHO, Alexandre P. e Nascimento Mabel C. (2001) — “Assets, Markets and Poverty in Brazil” -Extraído de www.fgv.br/cps

NORTH, Douglass - (1990/1994) – *Institutions, Institutional Change and Economic Performance* – Cambridge University Press - Cambridge

NORTH Douglass (1977) – “Markets and other Allocation Systems in History: The Challenge of Karl Polanyi” – *Journal of European Economic History*, 6:703-716

NUNES, R. (2000) — *Agricultura familiar: custos de transação, forma organizacional e eficiência*. Tese de Doutorado, FEA/USP

ORMOND, José G. P.; PAULA, Sergio R. L.; FAVERET FILHO, Paulo; ROCHA, Luciana T. M. Agricultura Orgânica: quando o passado é futuro. BNDES, 35p. 2002. Disponível em <http://www.bndes.gov.br/conhecimento/bnest/set1501.pdf>.

PAULICS, Veronika e MALUF, Renato S. **Merenda escolar regionalizada**. Dicas – desenvolvimento social, Polis, São Paulo. <http://www.polis.org.br/publicacoes/dicas/151404.html>

PREFEITURA MUNICIPAL DE FRANCISCO BELTRÃO:
<http://www.franciscobeltrao.pr.gov.br/agricultura/agroindustrias/>

REDE AGROECOLOGIA (2002) – Pequenos Agricultores Exportam Banana Orgânica, 19 de nov

SACHS, Ignacy (1986) – *Ecodesenvolvimento — Crescer sem destruir* — Vértice, São Paulo

SACHS, Ignacy (2002) — *Desenvolvimento humano, trabalho decente e o futuro dos empreendedores de pequeno porte no Brasil*. Brasília: SEBRAE/PNUD, 200p.

SAES, Maria Sylvia M.; SOUZA, Maria Célia .M.; OTANI, Malimíria N. *Actions to Promote Sustainable Development: the case of Baturite shaded coffee, State of Ceara, Brazil*. FAO, 40p. Capturado em junho de 2002. Disponível em <http://www.rlc.fao.org/prior/desrural/alianzas/casos.htm>

SEBRAE/ADS/CUT (2002) — *A Comercialização na Economia Solidária* São Paulo, 163p., 2002.

SOUZA, Maria Célia .M.; SAES, Maria Sylvia M.; OTANI, Malimíria N. Pequenos agricultores familiares e sua inserção no mercado de cafés especiais: uma abordagem preliminar. *Informações Econômicas*, v.32, n.11, novembro, 2002.

SWEDBERG, Richard (1994) – “Markets as Social Structures” – in - SWEDBERG, Richard e SMELSER, Neil J.(1994) – *The Handbook of Economic Sociology* – Princeton University Press – Russel Sage Foundation – Princeton, New York pp. 255-282

UNNEVERHR, L. J. (2000) — “ Food safety issues and fresh food product export from LDCs. Urbana, *Agricultural Economics*, 23 (231-240)

Entrevistas

Hamilton Condack, diretor do Projeto RECA, Rondônia.

Ricardo Costa, assessora da Capina, Rio de Janeiro.

Clóvis Brasileiro Franco, técnico do Programa Fogo, Rio Branco, Acre.

Ismael Ferreira de Oliveira, Apaeb, Valente, Bahia.

- todas as entrevistas foram realizadas em dezembro de 2002.

SUGESTÃO DE ENTIDADES E PESSOAS A SEREM CONVIDADAS PARA UM WORKSHOP SOBRE A INSERÇÃO DOS POBRES EM MERCADOS

1. **ASSESOAR - Christophe Lanoy**
Coperiguaçu
Av: General Osório, 500
85 804-24-
Francisco Beltrão - PR
046 524 19 81
Experiências com agricultores familiares em diversos municípios do Sudoeste do Paraná (entre eles, Capanema)
2. **APAEB** – Experiências com sisal e caprinocultura no semi-árido da Bahia – **Wilson Dias**: (75) 99 92 06 40
3. *Projeto Dom Hélder Câmara*: experiências com desenvolvimento em regiões onde há assentamentos em cinco Estados do Nordeste, sobretudo no semi-árido.
<http://www.projctodomhelder.org.br/agenda.html> - Tel: (81) 3301.1355/7424 -
Wilheim Jansen - Articulam vasta rede de contato em todo o semi-árido.
4. **PATAC** – Pioneira em projetos de construção de cisternas de placa e importante organização na área de preservação e trocas de bancos de sementes. **Paulo Diniz**: (83) 342-4330/(83) 361-9040 ou 9041 ou **Ghislaine Duque** (professora na Universidade Federal de Campina Grande): 83 333 21 70
5. **DESER** – *Departamento de Estudos Rurais* – Desenvolve diversos projetos ligados a agricultores familiares no Sul do País– **Amadeu Bonatto** - deser@deser.org.br
6. *Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra* – Experiência de assentamentos no Sul do País e cooperativas – **Pedro Christoffoli** – mstpr@mst.org.br – Tel: (41) 345 4225
7. *Capina* – Experiências diretas com organizações comerciais populares por todo o Brasil - **Gabriel Kraicheti** - gabrielkr@uol.com.br
8. **APACO** – Experiências variadas com organização para a comercialização de agricultores familiares no Sul do Brasil - **Afonso**: 049 722 01 54 - 049 723 36 57
9. *Projeto Gurupá (FASE – Amazônia)* - Paulo Henrique Oliveira – Tel. (91) 242 4341
10. **ADS/CUT** – Reciclagem de lixo, trabalho com fruticultura em Petrolina, algodão orgânico – Projetos em vários pontos do Brasil em torno dos “complexos cooperativos” – **Reginaldo Magalhães** - reginaldo-sm@uol.com.br – Tel. (11) 3272 9411
11. **ESPLAR** – ONG do Ceará que desenvolve tecnologia e organiza a produção de algodão orgânico – **Pedro Jorge** – (85) 252 2410

12. **AS-PTA**
 Rua da Candelária, nº 9, 6º andar - 20 091 – Centro - Rio de Janeiro – RJ - 021 253 83 17 - aspta@ax.apc.org - aspta@alternex.com.br - É a mais importante organização da REDE PTA que reúne 21 organizações atuando com tecnologias alternativas na agricultura por todo o Brasil – **Silvio Gomes de Almeida e Jean-Marc von der Weid**
13. **POEMA** – Parceria Universidade e empresa – Envolvimento com o projeto da Mercedes-Benz de utilização de palha de coco para fabricação de estofamentos de veículos. <http://www.bolsamazonia.com/> - A equipe não manteve contato direto com esta organização, não tendo um nome a sugerir.
14. **Café orgânico – ACOB / Sapucaí – Associação Brasileira de Cafeicultura Orgânica, Pouso Alegre, MG; entidade ligada ao Café orgânico – Ivan Caixeta - Tel. (35) 295-2366 / (35) 9962-0002; e Sérgio Pedini - Tel. (35) 9962-2821 / spedini@axnet.com.br**
15. **Sítio Mineiro** – Associação dos Pequenos Agricultores de Tombos, MG – projetos de agroindustrialização e comercialização de produtos da agricultura familiar - **Derli ou Margarida** – Tel. (32) 3751 1745
16. **RECA** – Associação dos Pequenos Produtores do Projeto Reça – **Hamilton Condack** – Tel: (68) 236 1046
17. **Amigos da Terra** – desenvolve projetos de produção e comercialização na Amazônia - **Renata Brito** – Tel: (11) 3887 9369
18. **Instituto Ethos de Responsabilidade Social – Oded Grajew** – É a mais importante organização voltada a iniciativas sociais no meio empresarial – Tel. (11) 3897 2400
19. **ABRINQ** (Associação Brasileira de Fabricantes de Brinquedos) - **Hélio Mattar** - hmattar@fundabrinq.org.br - Hélio Mattar tem uma reflexão interessantíssima sobre a responsabilidade social no meio empresarial e sobre temas ligados ao consumo sustentável. Ele faz parte também do conselho do Planet Finance
20. **ILDES** – Friedrich Ebert Stiftung – <http://www.fes.org.br> - Fundação política alemã que coordena no Brasil um grande grupo de instituições para formação de uma rede de comércio solidário – **Cassio França** – (11) 3253 9090
21. **UNITRABALHO** – Rede de universidades que realizam estudos sobre o trabalho, organiza uma rede de incubadoras de cooperativas populares – Mazeo – (11) 3873 6965
22. **CRAISA** - Companhia de Abastecimento de Santo André, SP – **Emiliano Milanez Graziano da Silva** – (11) 4997 2188.

ANEXOS

Box 1 – Casos de Acesso de Produtores Pobres ao Mercado

APAEB

A APAEB (Associação dos Pequenos Agricultores do Estado da Bahia) é considerada uma das experiências mais bem sucedidas de inserção de agricultores pobres no mercado. Recebeu recentemente prêmio da Fundação Getúlio Vargas pela natureza inovadora de suas iniciativas. É uma associação sem fins lucrativos, fundada em 1980, com o objetivo de organizar os trabalhadores e promover o desenvolvimento. A APAEB foi criada a partir de uma mobilização ocorrida no final da década de 70, contra a cobrança de impostos sobre a venda nas feiras livres.

A organização destes agricultores familiares tem uma origem — como em tantas outras regiões brasileiras — nas Comunidades Eclesiais de Base que proliferaram pelos bairros pobres de periferia e pelo interior do Brasil. A teologia da libertação fornece o substrato cultural destas experiências que reúnem a luta contra a injustiça a uma verdadeira obsessão em dar a palavra aos pobres e fazer deles os protagonistas na construção dos projetos. Foi importante, nesta e em outras experiências, o apoio de agências financiadoras internacionais (Misereor, Pão para o Mundo, Oxfam, entre outras) movidas pelo mesmo tipo de abordagem da questão da pobreza. A primeira experiência mais concreta de organização, em Valente, próximo ao município de Feira de Santana, foi a criação de uma bodega comunitária. A associação foi criada com o apoio do MOC, Movimento de Organização Comunitária, sediado em Feira de Santana. Foram criadas APAEBs em seis municípios, posteriormente desmembradas em associações independentes. Atualmente, a associação gera 800 empregos e movimenta quase R\$ 10 milhões por ano.

A primeira atividade a ser desenvolvida e a principal até hoje é o sisal. Mas o desafio era exatamente o de conciliar a prática da população com o cultivo do sisal com formas organizativas inovadoras que permitissem ampliar a geração de renda e quebrar as estruturas de dependência em que os agricultores se inseriam. A produção era toda comercializada por atravessadores. O primeiro passo foi a venda em grupo; depois, os produtores adquiriram uma bateadeira comunitária, em 1984 graças ao financiamento de uma organização Holandesa, começando a exportar em 1989. Posteriormente a associação fez o financiamento no Banco do Nordeste para a implantação de uma indústria de tapetes e carpetes. O BNB financiou a fábrica e é pago mensalmente R\$ 200 mil, faltando pagar por 8 anos. O preço dos produtos vem permanecendo estável, com pequena tendência de crescimento devido à maior valorização de produtos naturais. Para obter informações de mercado são contratadas consultorias para realizar pesquisa de mercado e as ONGs internacionais facilitaram contatos com empresas estrangeiras. Hoje a associação tem equipe profissional de vendas. A fábrica de tapetes e outros produtos de sisal pertence à associação: a gestão profissional não se choca com a propriedade associativa. A fábrica emprega 600 operários, na sua grande maioria filhos de agricultores. A existência da fábrica permitiu a elevação nos preços do sisal e, por aí, da renda dos produtores. Mesmo os atravessadores tradicionais foram obrigados a vender o sisal a um preço superior ao praticado antes da existência da fábrica. O sucesso da experiência é tal que a renda gerada pelas diversas atividades da APAEB em Valente supera o próprio orçamento da prefeitura.

Agora a mesma luta se inicia na criação de caprinos e ovinos, no comércio de leite, peles e derivados. A associação possui uma usina de leite, para o beneficiamento da produção de leite e derivados de caprinos, um curtume, para curtimento de peles e fabricação de produtos artesanais de pele de caprinos. O laticínio produz atualmente 500 litros de leite por dia.

O apoio financeiro aos agricultores se iniciou com a criação de uma poupança que deu origem a um fundo rotativo. Mas os problemas de inadimplência com este fundos rotativo (comuns a praticamente todos os lugares em que esta modalidade de empréstimos foi implantada) levaram os agricultores a criarem um sistema de cooperativismo de crédito que está entre os mais inovadores do Brasil: embora pertencentes ao sistema cooperativista tradicional (o SICOOB) as cooperativas ligadas à APAEB formaram uma associação própria cujo eixo está em atender àqueles até então excluídos do acesso a serviços bancários.

A APAEB exerce também uma função educativa, desenvolvendo inúmeras atividades que abordam a convivência com o semi-árido, a conscientização

política dos produtores e as atividades voltadas para a produção. Para isto foi criada uma Escola Família Agrícola, baseada na pedagogia da alternância, com currículo voltado para convivência com a seca. Para receber um financiamento agropecuário, por exemplo, o agricultor faz um mapa de sua unidade produtiva e estabelece um plano de manejo, com acompanhamento técnico.

A associação incentiva também o uso de energia solar, o reflorestamento, a hidroponia, o artesanato produzido por mulheres em comunidades rurais, a educação e cidadania, através da promoção de seminários, cursos, reuniões nas comunidades, peças de teatro, apoio a associações comunitárias, a comunicação, através da Rádio Comunitária Valente FM, programa Conversa da Gente, na Rádio Sisal e informativo Folha do Sisal, e o apoio a grupos de cultura nas comunidades rurais.

Há um trabalho de organização para o desenvolvimento local. As entidades dos municípios se reúnem num Fórum da Cidadania, com o objetivo de cobrar e fiscalizar os atos do poder público municipal. Além disso, a APAEB e o MOC são duas das mais importantes organizações no interior da Articulação do Semi-Árido (ASA), rede voltada à construção de um milhão de cisternas e outras iniciativas de desenvolvimento na região.

O trabalho de assistência técnica é orientado para a convivência com a seca, através do acompanhamento permanente dos agricultores beneficiados com crédito, programas de construção de cisternas para armazenamento de água e diversificação da produção. A associação possui posto de vendas para a comercialização de leite, com a capacidade de regulação do mercado de Valente, com melhores preços para os produtores e menor preço para associados e população em geral.

Segundo o coordenador da Apaeb, os principais fatores de sucesso são a persistência de achar que é possível e não desistir, a busca de profissionalizar cada ação e levar a sério tudo o que se faz, a confiança no grupo, muita transparência, pelo menos na diretoria da associação, a esperança de mudança, e a criatividade para fazer algo diferente. As principais dificuldades são as limitações de capital para a implantação total da fábrica, que ainda apresenta muitos processos artesanais, a necessidade de crédito para capital de giro, de chegar mais próximo do consumidor, vendendo um produto acabado – precisaria investimento para máquina que colocasse anti derrapante nos tapetes – e a necessidade de educação profissional para os trabalhadores da fábrica que não estão habituados a rotinas de trabalho como cumprir horários, trabalho noturno, etc.

No planejamento da associação há uma preocupação com a cadeia como um todo, com a orientação e a organização dos produtores, em conscientizar da importância da qualidade e regularidade, em reestruturar a unidade de produção para enfrentar a seca e manter a produção. Percebe-se a necessidade de promover mudanças culturais para a sustentação deste projeto.

A associação busca sempre conciliar uma ação econômica com uma ação social. Para isto a Apaeb possui um departamento de desenvolvimento comunitário e um departamento comercial, sendo que as duas áreas trabalham de forma articulada. Porém, há um dilema, pois há dificuldades para inserir os produtores com áreas muito reduzidas. Para isto buscam-se alternativas para melhorar renda, mas é um problema ainda não resolvido. Em outras palavras, uma certa dimensão de área (variável segundo as condições locais) é necessária, mesmo para sistemas que se apoiem nas práticas produtivas já adotadas pelos agricultores e que invistam sobretudo em sua renovação organizacional.

Reciclagem

A reciclagem de lixo urbano é uma atividade de grande importância social, ambiental e econômica. Pode chegar a gerar renda para um grande número de trabalhadores em valores surpreendentemente muito maiores que a média. Cooperativas bem organizadas, que desenvolvem atividades de coleta seletiva e beneficiamento dos materiais recicláveis chegam a propiciar renda de até R\$ 1.000,00 por mês para os seus sócios. Na maioria das vezes as condições de trabalho chegam perto da semi-escravidão. “Catadores” e “carrinheiros” são em geral subordinados à “aparistas” e intermediários que controlam a organização do trabalho, definem unilateralmente os preços a serem pagos aos catadores e exercem este controle através do monopólio e do

endividamento dos catadores pelo uso dos barracões de lixo para moradia e pelo uso de equipamentos de trabalho. A melhor organização do trabalho combinada com a criação de cooperativas para beneficiamento e comercialização de materiais recicláveis pode despertar um potencial de geração de renda diversas vezes superior ao atual. Segundo o IBGE, em 2000 havia 24.340 trabalhadores nesta atividade.

A expansão da reciclagem tem uma grande importância ambiental. Por um lado ela reduz a poluição e a degradação ambiental causada pelos lixões, aterros sanitários e a poluição de rios, e, por outro, reduz a pressão ambiental sobre recursos não renováveis, como o plástico, reduz a pressão pelo desmatamento, com a reciclagem de papel, e a degradação causada pela extração de minérios, além da redução do consumo industrial de energia.

A importância econômica revela-se na redução do custo da produção industrial com a utilização de matérias-primas recicladas, como alumínio, plástico e vidro e reduz significativamente os custos dos serviços públicos de limpeza. Apesar de todas estas vantagens, com exceção do alumínio, a coleta seletiva e a reciclagem são ainda inexpressivas no Brasil.

O projeto de organização do complexo cooperativo de reciclagem é desenvolvido por cooperativas, associações e fóruns de catadores e por prefeituras da região metropolitana de São Paulo e assessorado pela Agência de Desenvolvimento Solidário.

O projeto visa formar um complexo cooperativo para ampliar a capacidade de organização e de melhorar o acesso ao mercado pelos próprios catadores, com a criação de organizações coletivas para a coleta seletiva, como cooperativas e associações, cooperativas e centrais de comercialização, uma bolsa de negócios e uma cooperativa de crédito. A Prefeitura de São Paulo está construindo o projeto de criação de centrais de triagem gerenciadas por cooperativas e tem um grande programa de formação em economia solidária.

A Prefeitura de Santo André (SP) organiza a coleta seletiva e, através de uma incubadora, apóia a organização de cooperativas de catadores. O projeto desenvolvido pela prefeitura melhorou as condições de trabalho, tirando os catadores do lixão e triplicou a renda com o beneficiamento e o aumento da escala proporcionado pela cooperativa.

CAPINA

A CAPINA, Cooperação e Apoio a Projetos de Inspiração Alternativa, foi criada em 1989, por um grupo de pessoas vinculadas a instituições de apoio aos movimentos populares, especialmente preocupadas com as necessidades e demandas de diversos setores desse movimento no que diz respeito à aliança entre a qualidade democrática e a eficácia administrativa de seus projetos.

Com origem em trabalhos de assessoria a lutas de movimentos sociais urbanos e rurais a equipe da Capina possuía uma grande experiência em processos de mobilização, mas pouco conhecimento sobre produção, gestão e negócios, mas com a expectativa de construir ações inovadoras em processos democráticos e solidários.

O objetivo da instituição é fortalecer a autonomia das iniciativas populares tendo em vista a construção de formas inovadoras de empresariamento de caráter social, participativo e auto-gestionário, condições favoráveis à sustentabilidade e desenvolvimento dessas iniciativas, via expansão de suas interconexões e um processo de auto-educação para o pleno exercício da cidadania por parte daqueles que hoje estão ameaçados de exclusão.

O campo de trabalho da Capina se constitui por aquelas iniciativas voltadas à criação e reprodução das fontes de vida através da produção de bens ou serviços, materiais ou simbólicos, realizada de modo compartilhado e cujos resultados não sejam apropriados de forma assimétrica. A saber: o cultivo, beneficiamento e comercialização de produtos agrícolas ou extrativistas; manufaturas, indústrias e serviços diversos; iniciativas de compras coletivas e/ou abastecimento de comunidades ou bairros populares, em áreas rurais ou urbanas; iniciativas de educação e qualificação para o exercício profissional; e ações de serviço ou de representação social.

As linhas de trabalho são: (1) a assessoria técnica para reordenação estrutural, planejamento e estratégias organizacionais; operacionalização de

sistemas de controle administrativos e financeiros, implantação e acompanhamento de processos de gerenciamento, aprimoramento técnico dos processos de beneficiamento de produtos e de comercialização e serviços de documentação acionável à distância. (2) a promoção e apoio a redes de intercomplementariedade institucional de produtores agrícolas associados, de produtores industriais ou de manufaturas associados, de produtores e consumidores num comércio equitativo e de iniciativas de formação profissional do ponto de vista da educação dos cidadãos trabalhadores. (3) Outros serviços, como consultoria jurídica, acompanhamento de estudos de viabilidade econômica, pesquisa, produção de subsídios e publicações concorrentes aos objetivos e linhas de trabalho da Capina, promoção de oficinas, seminários e encontros e informatização e participação nos atuais circuitos de comunicações.

As principais dificuldades encontradas pelos empreendimentos assessorados pela Capina são o desconhecimento do mundo fora da comunidade, a desorganização para organizar volume de produto para comercializar e para superar dependência do atravessador, a dificuldade em conhecer exigências de mercado, a falta de sensibilidade do produtor para um comportamento adequado às regras de mercado, a dificuldade de competir com atravessadores que conhecem mais os produtores, sua produção, suas relações políticas que as próprias organizações dos agricultores familiares e a dificuldade de confiança entre os próprios produtores como comerciantes.

A Capina busca superar esta dificuldade com trabalho de sensibilização e proporcionar um aprendizado sobre como funciona o mercado e como deve ser a venda através da experiência prática de comercializar.

Como contrapartida aos serviços oferecidos pela Capina, os empreendimentos devem organizar a produção em volume para viabilizar a comercialização através de contatos com atacadistas do Rio de Janeiro realizados pela Capina. São repassadas orientações de como fazer e informações sobre os mercados, através de informações por telefone e presença local de assessoria. A Capina também prepara os contatos comerciais, organiza amostras de produtos e as submete aos compradores, discute preços e forma de contratação e faz a cobertura de cobrança. Os gerentes comerciais de organizações da agricultura familiar participam também de um curso rápido de gestão que aborda temas como cálculo de preços, margens, como se defender do calote e, ao final é realizada uma visita ao Ceasa.

A prioridade é a comercialização de produtos nos mercados atacadistas. A primeira experiência no mercado varejista é a comercialização de palmito em supermercados. Nos dois canais de comercialização há uma grande dificuldade de manter regularidade na oferta. O padrão de qualidade é bom, mas a desorganização torna difícil manter a qualidade, os produtores quando não conseguem reunir toda a produção com a qualidade contratada, acabam incluindo produtos de baixa qualidade o que compromete a relação comercial.

A maior dificuldade é então a organização dos produtores. A Capina ficou 10 anos tentando repassar processo de organização através de assessoria pontual, mas percebeu a necessidade de uma assessoria local permanente.

A partir de 2003 serão realizados cursos para assessores locais (ONGs, Ematers, Prefeituras, Cooperativas, Igreja) para aliar a atividade que já é realizada à atividade comercial. Os técnicos locais têm baixíssimo conhecimento de mercado. Percebeu-se com esta experiência que é necessária uma mudança comportamental.

Hulha Negra

No município de Hulha Negra, no interior do estado do Rio Grande do Sul desenvolveu-se um programa para permitir o acesso dos agricultores familiares da região às licitações para a merenda escolar. As principais medidas adotadas foram a criação de uma associação dos produtores e a adoção de um “enfoque cultural” na merenda escolar, priorizando produtos regionais nos cardápios. A definição dos produtos a serem comprados é tomada no Conselho da Merenda Escola, do qual participam também os agricultores. Os editais são explícitos em priorizar os produtos regionais (coloniais). Um

fundo rotativo de crédito financia pequenas agroindústrias. O programa é executado pela prefeitura municipal, com o apoio da Emater e do Serviço de Inspeção Municipal. O principal resultado do trabalho foi a redução do custo e a melhoria da qualidade da merenda escolar. A principal dificuldade encontrada é que a especialização de alguns produtores, principalmente os de ovos, frango, ovinos e salame, exige maior capacidade da assistência técnica no suporte ao processamento destes produtos e aos processos de organização e comercialização. Porém, a experiência dos órgãos de assistência técnica é limitada à produção agrícola, restrita aos produtos tradicionais.

Castanheiros do Pará

Este caso associa a preservação ambiental e o processamento industrial com castanheiros que fabricam biscoitos, de forma cooperada, em plena Floresta Amazônica, no Amapá. Foi implantada uma fábrica de biscoitos de castanha-do-Brasil (ou castanha do Pará), com capacidade para produzir 24 toneladas por mês, opera sob a administração das próprias cooperativas de castanheiros da região. Construída na Reserva Extrativista do Rio Iratapuru, localizada no município de Laranjal do Jari, a fábrica contou com um financiamento de R\$ 400 mil do governo do Estado e começou a operar em fevereiro deste ano. Segundo informações da Secretaria da Indústria, Comércio e Mineração do Amapá, o empreendimento gerou 40 empregos diretos, além de indiretos, relacionados à coleta, armazenamento e transporte da castanha. Está sendo construída ainda uma unidade de processamento do óleo da castanha, com vistas ao mercado nacional e internacional de produtos ecologicamente corretos. A fábrica faz parte do Programa de Desenvolvimento Sustentável do Amapá, que vem sendo desenvolvido no Estado desde 1995. A partir da identificação do potencial da castanha para a economia regional, o governo passou a investir no apoio às cooperativas, como a Cooperativa Mista dos Produtores e Extrativistas do Rio Iratapuru (Comaru, Cooperativa Mista dos Produtores Extrativistas de Laranjal do Jari (Comaja) e Cooperativa dos Produtores de Castanha do Alto Cajari (Cooperalca). O Estado tem o compromisso de comprar a castanha *in natura*, para ser utilizada na merenda escolar da rede pública. Processado nas cooperativas, o produto toma a forma de cremes, mingaus e biscoitos destinados à merenda. Até então, os castanheiros trabalhavam na base do escambo, trocando a coleta de castanha por produtos como sal, açúcar, café e óleo (Graça *et al.*, 2002).

Capanema

A região sudoeste do Paraná tem uma das mais importantes tradições de organização social entre agricultores de todo o Brasil. Foi ali que, em 1957, teve lugar a única revolta camponesa vitoriosa, que resultou numa estrutura fundiária desconcentrada da qual resultou uma agricultura familiar forte e diversificada. No início dos anos 1960, um grupo de padres belgas funda a Associação de Serviços, Estudos e Orientação Rural (Assesoar) a partir da qual difundem-se tanto a formação de Comunidades Eclesiais de Base como também atividades de assistência técnica voltadas à difusão de técnicas capazes de valorizar o meio ambiente e que fizessem dos próprios agricultores seus agentes de divulgação. Daí resultou uma densidade organizativa que hoje se materializa em centenas de associações e no sistema de crédito reconhecido como o de maior sucesso entre as experiências inovadoras recentes no Brasil, o Sistema CRESOL de Crédito Solidário. Fruto deste movimento, Capanema já elegeu um deputado federal agricultor e tem intensa atividade na construção de mercados inovadores. Uma constatação generalizada entre os agricultores é que a integração aos mercados convencionais por meio da cooperativa e de agroindústrias produzindo apenas commodities não conduzia a obter os rendimentos necessários para se manterem na atividade. A partir dos anos 90 foram adotadas duas estratégias: a conversão da produção tradicional em lavouras orgânicas e o processamento dos produtos dentro da unidade de produção. Os produtos transformados, as frutas, verduras e frangos são comercializados no comércio local (feiras semanais e na feira anual do Melado). O açúcar mascavo e o feijão são negociados por meio da rede regional CRAPA (Conselho Regional das Associações de Pequenos Agricultores). De acordo com Kiyota e Gomes (2002) estas relações fazem com que o produtor se aproxime dos consumidores, promovendo um aprendizado que propicia a melhora gradativa da qualidade e, conseqüentemente, agregando valor ao produto. Capanema é apenas um exemplo de

iniciativas variadas de novas formas de relação a mercados, por parte de agricultores familiares, no Sudoeste Paranaense.

Algodão Ecológico

Um outro exemplo de busca de melhores formas de comercialização é o da experiência com a produção de algodão orgânico, a cargo de produtores familiares de Tauá, no Estado do Ceará, que conta com a orientação do ESPLAR – Centro de Pesquisa e Assessoria. Os produtores estão organizados na Associação de Desenvolvimento Econômico e Cultural (ADEC), responsável pelo beneficiamento e comercialização do algodão.

A fibra orgânica foi inicialmente comercializada para a fabricação de camisetas promocionais, para o Greenpeace. O principal limite para a continuidade do projeto foi a pequena escala de produção. A fiação necessitava grande volume de fibra. Ao redirecionarem as vendas para uma tecelagem artesanal de São Paulo, ocorreu uma inversão do problema: a demanda era muito menor do que a oferta. Não tendo como comercializar o produto altamente específico houve um desestímulo à produção. Um novo projeto ⁽¹⁷⁾ de cooperativas têxteis industriais de São Paulo foi criado revigorando novamente os plantios. Este projeto caminha lentamente e está vinculado a uma proposta de compra no longo prazo.

Café Ecológico

No Ceará pode-se também citar a experiência de produtores de café sombreado da Serra de Baturité, uma “ilha” de Mata Atlântica situada em meio à caatinga, a 100 km de Fortaleza, no Ceará. Cerca de 160 produtores do Projeto Café Ecológico, a maioria deles com área de até 30 ha, foram organizados através da APEMB – Associação dos Produtores Ecologistas do Maciço do Baturité. Segundo a Fundação Cultural Educacional Popular em Defesa do Meio Ambiente - CEPEMA, que desenvolve o projeto em conjunto com a Sociedade Sueca de Proteção à Natureza, a meta é criar novas relações com o ecossistema local e ajudar a recuperar a economia da região, que mostrava sinais de decadência antes da execução do Projeto.

Em 1999 os cafeicultores da APEMB exportaram 500 sacas de sua produção recebendo 50% de prêmio em relação aos cafés comuns. O café foi comprado por uma torrefadora sueca e vendido como um produto orgânico, cultivado na sombra da Mata Atlântica do Ceará, com fortes conotações de comércio solidário. A experiência durou três anos. Dificuldades em obter financiamento para a certificação aliada à concorrência com cafés orgânicos produzidos em outros países inviabilizaram a continuidade das transações. A partir de então, os atores se reorganizaram para manter a diferenciação do produto lançando uma marca própria depois de um acordo com uma torrefadora local (Saes *et al.*, 2002).

Banana Orgânica

Uma outra experiência que caminha no sentido de preservação ambiental e elevação de renda da comunidade é o projeto de banana orgânica coordenado pela ONG Sociedade de Pesquisa em Vida Selvagem (SPVS). Tal projeto busca a preservação dos recursos naturais e o processamento do produto pelas próprias famílias, que mantêm, na região litorânea do Paraná, três reservas particulares de Mata Atlântica, voltadas para projetos de seqüestro de carbono, através de recuperação de matas nativas ⁽¹⁸⁾. Com o objetivo de elevar o bem estar social e econômico da população local, a SPVS incentivou a produção e industrialização de banana orgânica por cerca de 75 produtores familiares. A iniciativa, além de aumentar a renda desses agricultores, está colaborando para evitar a depredação da Mata Atlântica e de seus recursos naturais, como o palmito juçara, ainda o principal produto

¹⁷ Esse projeto faz parte do complexo cooperativo de têxteis orgânicos estimulado pelo convênio entre o SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequena Empresas e a ADS – Agência de Desenvolvimento Solidário.

¹⁸ O cultivo da banana na região ainda é extrativista, com a lógica do pousio, ou seja, quando a produção cai, muda-se de lugar. No entanto, hoje existem restrições a essa prática tradicional, uma vez que estão situados em área de preservação – Área de Preservação Ambiental (APA) de Guaraqueçaba -, não podendo abrir novas áreas de mata. Está se estimulando o manejo do bananal, através da poda e da presença de espécies que sombreiem as bananeiras.

local. O trabalho com os agricultores faz parte do componente de desenvolvimento sustentável dos projetos de carbono, ou seja, apontar alternativas de geração de renda compatíveis com a preservação ambiental. A banana foi escolhida por ser o foco dessas comunidades, já que a extração do palmito é uma atividade proibida e informal. A produção é obtida da utilização de técnicas de agroecologia, que inclui, além da agricultura orgânica, o resgate do saber popular. O produto é vendido para uma fábrica administrada por quatro famílias da comunidade de Batuca. A empresa foi construída com recursos da Universidade Federal do Paraná, que presta assessoria à comunidade. As exportações começaram em 2001, por meio da Terra Preservada, empresa exportadora de produtos orgânicos de Curitiba. Da capital paranaense, a banana-passa dos pequenos exportadores vai para a Suíça e, de lá, é distribuído na Europa. O maior gasto do processo é com as visitas da certificadora – uma a duas por ano - que custa R\$ 200,00 por produtor. A SPVS pretende, ainda, associar a banana ao manejo comunitário do palmito, já que as áreas utilizadas pelos agricultores correspondem a apenas 20% de suas terras (Rede Agroecologia, 2002).

Produtores de Açaí

Na atividade extrativista, o projeto das comunidades de Gurupá é o primeiro plano de manejo comunitário de açaizais do Pará, desenvolvido por moradores das várzeas estuarinas do rio Amazonas, próximas à Ilha do Marajó. A grande inovação do projeto, que beneficia 24 famílias, é se concentrar na exploração dos frutos de açaí e não apenas no palmito. A utilização dos frutos é mais vantajosa para as comunidades do que o palmito. Com o corte de mil cabeças de palmito, a uma média de R\$ 0,25 por cabeça, uma família pode obter R\$ 250,00, aproveitando a estipe somente uma vez. Manejando o açazeiro para comercializar o fruto, a renda média mensal pode chegar a R\$ 470,00", explica o engenheiro florestal Carlos Augusto Ramos, responsável pela execução do plano de manejo. Elaborado pela Associação dos Trabalhadores Rurais do Rio Marajói (ATRM), do município de Gurupá, em conjunto com a Federação dos Órgãos para Assistência Social e Educacional (Fase), o projeto totaliza 72 hectares de açaizais nativos, com cada família manejando 3 ha, área que não extrapola a capacidade familiar de trabalho. Com o plano de manejo, a comunidade espera conseguir também a certificação florestal e, com isso, agregar ainda mais valor ao seu produto. Este é o segundo plano de manejo comunitário de açaizais do Projeto Fase Gurupá. O primeiro, aprovado em novembro de 2001, na ilha de Santa Bárbara, no Amapá, já está em execução (Graça *et al.*, 2002).

Sítio Mineiro

Os produtores da Zona da Mata mineira criaram uma marca própria, Sítio Mineiro, que destaca a origem familiar da produção e industrialização. A comercialização é feita através de uma loja em Muriaé, que concentra a venda de produtos da agricultura familiar local com a mesma marca como café, arroz, feijão, farinha de mandioca e cachaça, entre outros. A iniciativa foi fruto de uma parceria entre o CTA – Centro de Tecnologias Alternativas, Sindicatos de Trabalhadores Rurais e Associações da região. Em 2000 o projeto abrangia 3.550 produtores, dos quais 2.201 são parceiros ou meeiros e 1.529 são pequenos proprietários. Estes agricultores estão espalhados em 76 comunidades. Produziram neste ano 111.915 sacas de café, das quais 52.350 sacas em sistema de produção convencional, 59.340 com adubação convencional mas sem uso de agrotóxicos e 225 sacas somente usando produtos naturais como ‘supermagro’ e compostagem orgânica (Souza *et al.*, 2002).

RECA

O Projeto Reça é uma das experiências de organização da produção e comercialização mais conhecidas e bem sucedidas do país. A Associação do Projeto RECA tem 12 grupos de famílias, com o total de 300 famílias organizadas em sua base. Os grupos têm uma longa

história de organização e cooperação, com atividades coletivas como mutirões, trocas de dias de trabalho e diversas tarefas comunitárias. O RECA possui uma agroindústria de beneficiamento de cupuaçu, para a separação da polpa e da semente. A polpa é congelada e utilizada por indústrias de sucos e sorvetes e as sementes, secas e fermentadas, são utilizadas como matéria prima para o chocolate de cupuaçu (cupulate). No projeto também é produzido e comercializado o palmito de pupunha.

A maior parte dos agricultores que fazem parte deste projeto é de migrantes da região sul que se integraram nos projetos de colonização da Amazônia. Nos primeiros anos até 1996-97 passaram por grandes dificuldades devido ao desconhecimento das condições ambientais locais e a impossibilidade de reproduzir os mesmos cultivos e as mesmas técnicas que conheciam. A situação social no início era de pobreza e grande incidência de malária. “Se não fosse o Reça isso aqui seria hoje uma grande fazenda”.

Iniciaram então a produção de cultivos de plantas nativas, principalmente o cupuaçu. Os principais problemas que encontraram foi a falta de estrutura de armazenamento e beneficiamento, a falta de conhecimento do mercado e o desconhecimento do mercado sobre o cupuaçu. Com o apoio de várias instituições, ONGs e Igreja, participaram de muitos cursos e viagens. Recentemente realizaram uma viagem por todo o país para fazer novos contatos comerciais. O projeto investe muito na capacitação, possuindo um centro de treinamento. O pouco apoio especializado que tiveram, na área de mercado, foi da Capina, mas em geral o apoio foi prioritariamente para atividades de capacitação e participação em encontros com a finalidade de trocar experiências. Seu principal parceiro atualmente é o Ministério do Meio Ambiente, através da Secretaria da Amazônia, especialmente nas áreas de produção e organização. Possuem também apoio de instituições de pesquisa, principalmente para pesquisa sobre o uso de resíduos, como a casca de cupuaçu para adubação orgânica.

As fontes de recursos principais são a cooperação internacional, mas conseguiram também mobilizar recursos próprios para os investimentos na produção. Utilizaram uma vez financiamento do Banco do Brasil, mas tiveram dificuldades no pagamento devido aos juros elevados.

Seus principais compradores são empresas distribuidoras de polpas e sucos de São Paulo e Bahia. Buscam a alternativa de exportação que ainda não é uma realidade. No início da produção havia uma grande oscilação de preços, mas atualmente o mercado está mais estável. Porém, o aumento de produção de cupuaçu motivado pelo sucesso no mercado, torna os produtores dependentes do desempenho deste produto.

Os maiores problemas ainda são a infraestrutura, principalmente a deficiência de câmaras frias, o custo muito elevado do frete, o custo muito elevado dos recipientes de vidro para embalagem de palmito de pupunha que tem que ser comprado em São Paulo o que encarece muito o custo final de produção.

Um dos principais riscos para a produção é o ataque de pragas. No último ano houve uma perda na produção de cupuaçu de 40 a 45% devido ao ataque de uma broca no cupuaçu. Porém a qualidade do produto é boa. A ação de atravessadores é pequena e não há concorrência porque o produto é muito perecível, o que exige uma forte organização para que não haja perdas na comercialização.

Programa Fogo

O Programa é resultado de uma parceria entre Amigos da Terra e Cooperação Italiana. A Amigos da Terra - Amazônia Brasileira existe no Brasil desde 1989 e atua na promoção do uso sustentável dos produtos florestais, na prevenção do fogo, no atendimento a comunidades isoladas e na formulação e acompanhamento de políticas públicas. A entidade faz parte de Amigos da Terra Internacional, rede de entidades ambientalistas, sem fins lucrativos, reconhecida pelas Nações Unidas desde 1971, com atuação em 68 países. Na área de produção e mercado trabalha com produtos florestais sustentáveis. O trabalho se inicia com a definição de um protocolo sobre o uso do fogo com a participação de toda a comunidade. O objetivo é construir

alternativas ao uso do fogo. As principais atividades do programa são o investimento nas associações de produtores familiares para a aquisição de equipamentos agrícolas, educação ambiental e assistência técnica de um veterinário e um agrônomo, especialmente no manejo da pecuária sem fogo.

Um dos projetos, localizado em Xapuri, está organizado um grupo de 12 produtores. Os produtores deste grupo possuem nível de renda médio, área de terra maior que a média dos pequenos produtores, maior infraestrutura produtiva e social, porém alguns membros do grupo são agricultores mais pobres. Já em Acrelândia a limitação econômica é grande, os produtores são desestruturados, descapitalizados, com uma renda média de menos de R\$ 3 mil ao ano.

O trabalho de capacitação é realizado em parceria com a Embrapa. O projeto se concentra na introdução do de leguminosas, manejo de pastagem, uso de cerca elétrica, administração e inseminação artificial. Como os produtores têm uma capacidade mínima de investimento, o projeto fornece a fundo perdido cerca elétrica e equipamentos de inseminação artificial.

Através do uso de unidades demonstrativas, as novas tecnologias são disseminadas para outros produtores, com um trabalho de capacitação integrado à assistência técnica e à adoção da novas tecnologias, surgindo assim, através desta metodologia, resultados mais rápidos no aprendizado e no uso adequado das técnicas de manejo. Porém, com os produtores mais pobres o processo é mais lento devido ao seu baixo nível educacional.

Este projeto vem resultando em um significativo aumento de produção e, por conseguinte, aumento na renda dos produtores. O acesso ao mercado é pouco trabalhado, devido a uma demanda maior que a oferta do produto. Os agricultores têm pouca dificuldade de comercializar a sua produção. Neste caso as suas maiores limitações não estavam no acesso ao mercado, mas na sua baixa capacidade produtiva.

APACO

A Associação dos Pequenos Agricultores do Centro Oeste Catarinense faz um trabalho de apoio à agroindústrias de pequeno porte. Sua estratégia para viabilizar um melhor acesso ao mercado é através da cooperação entre os agricultores familiares para alcançar uma maior escala para a comercialização, através da formação de redes de produção e consumo. Buscam também fomentar um mercado diferenciado, valorizando os aspectos culturais que estão por trás dos produtos da agricultura familiar.

A principal dificuldade encontrada é a restrição legal para a formalização de organizações aptas legalmente a comercializar. A criação de cooperativas exige um número mínimo de 20 sócios, um número difícil de mobilizar em pequenas comunidades. A carga tributária sobre os produtos também onera a produção e a comercialização. Os sindicatos da região propõem a redução do ICMS e do IPI para os produtos de origem da agricultura familiar. As necessidades de capacitação e de assistência técnica são maiores para as atividades industriais e normalmente os órgãos de assistência técnica não dispõem de capacidade técnica adequada para esta atividade.

Box 2 – Características dos Agricultores Familiares Conforme os Grupos

A agricultura familiar foi segmentada em quatro grupos de renda. O grupo A, de maior renda, representa 406.291 estabelecimentos (8,4% do total) ocupando uma área de 24.141.455 ha, que equivalem a 6,8% da área total, detendo uma área média de 59,4 ha. Quase 89% são proprietários das terras, 3,7% são arrendatários, 2,4% são parceiros e 4,8% são ocupantes. Respondem por 19,2% do valor bruto da produção, recebendo 11,7% do financiamento total. A maior concentração dos agricultores do grupo A é na Região Sul do país. Sua renda média total por estabelecimento é de R\$ 15.986 e a renda monetária equivale a R\$ 11.898. A participação desse grupo no valor bruto da produção representa 12,7% da pecuária de corte, 22,3% da pecuária de leite, 32,5% dos suínos, 22,2% de aves e ovos, 13,4% do arroz, 17,1% do feijão, 30,6% da mandioca e 19,5% do milho. Quase 43,5% destes agricultores são especializados, 40,2% são diversificados, 8,6% são muito diversificados e 7,7% são muito especializados. Cerca de 53% do VBP desse grupo são de agricultores especializados, enquanto 32% provêm de diversificados, 10,2% dos muito especializados e 5,2% dos muito diversificados.

O grupo B apresenta 993.751 estabelecimentos, equivalentes a 20,4% do total e ocupam 9,6% da área, o que alcança 33.809.622 há, com área média de 34 ha. Os proprietários representam 83%, os arrendatários 4,1%, os parceiros 3,9% e os ocupantes 9%. São responsáveis por 11,1% do valor bruto da produção, recebem 6,2% do financiamento total e estão mais concentrados nas Regiões Nordeste e Sul. A média da renda total por estabelecimento equivale a R\$ 3.491, com uma renda monetária de R\$ 2.172. A participação do grupo B no VBP alcança 6,7% da pecuária de corte, 19% da pecuária de leite, 14,7% dos suínos, 8,9% de aves e ovos, 8,4% do arroz, 22,6% do feijão, 32,6% da mandioca e 15,5% do milho. Pouco mais de 45% destes agricultores são diversificados, 31,1% são especializados, 16,7% são muito diversificados e 6,6% são muito especializados. Cerca de 42% do valor bruto da produção do grupo B são de agricultores diversificados, enquanto 36,9% provêm de especializados, 13,9% dos muito diversificados e 7,2% dos muito especializados.

O grupo C corresponde a 823.547 estabelecimentos – 16,9% do número total – que ocupam 5,2% da área total, o que representa 18.218.318 ha. A área média destes estabelecimentos é de 22,1 ha. Cerca de 74% são proprietários, 6% são arrendatários e parceiros e 14% são ocupantes. Concentram 20% das pessoas ocupadas na agricultura familiar. São responsáveis por 3,6% do valor bruto da produção e recebem 1,9% do financiamento total, estando mais concentrados na Região Nordeste. A média da renda total anual desse tipo de estabelecimento é de R\$ 1330 e a renda monetária é de R\$ 714. Quanto à participação no total do VBP representam 2,2% na pecuária de corte, 5,6% na pecuária de leite, 4,2% dos suínos, 3% de aves e ovos, 4,4% do arroz, 12,2% do feijão, 11,5% da mandioca e 6% do milho. Cerca de 48% destes agricultores são diversificados, enquanto 26,6% são especializados, 17,9% são muito diversificados e 7,6% são muito especializados. Quase 44% do valor bruto da produção do grupo C são de agricultores diversificados, enquanto 31,5% provêm de especializados, 15,6% dos muito diversificados e 9% dos muito especializados.

Já o grupo D é mais representativo, com 1.915.780 estabelecimentos, o que corresponde a 39,4% do número total, que ocupam 8,9% da área, o que soma 31.599.055 ha. A renda média dos estabelecimentos é de 16,5 ha. Cerca de 68% são proprietários, 7% arrendatários, 9% parceiros e 17% ocupantes. Concentram 40% das pessoas ocupadas na agricultura familiar. São responsáveis por 4,1% do valor bruto da produção e recebem 5,6% do financiamento total, estando também mais concentrados na Região Nordeste. A média da renda total anual desses estabelecimentos é bem mais reduzida, R\$ 98 e a renda monetária é negativa em R\$ 104, onde se inclui a renda destinada ao auto-consumo. Sua participação no total VBP representa 2,1% da pecuária de corte, 5,1% da pecuária de leite, 7% dos suínos, 5,8% de aves e ovos, 4,7% do arroz, 15,3% do feijão, 9,1% da mandioca e 7,7% do milho. Os agricultores diversificados deste grupo são 42,6%, enquanto 26,8% são especializados, 16,6% são muito

especializados e 9,3% são muito diversificados. O VBP do grupo D tem valores muito próximos para os agricultores diversificados e os especializados, com 38,7% e 38,6%, respectivamente, enquanto os muito especializados são responsáveis por 14,3% do VBP e os muito diversificados por 8,4%. Cabe destacar a importância dos tipos de agricultores familiares C e D que representam 56,3% do número total de estabelecimentos apesar de serem responsáveis por 7,7% do VBP.

Quanto à renda total por unidade de área, os tipos familiares A, B e C obtêm uma renda total por hectare de R\$ 269, R\$ 103 e R\$ 60, respectivamente, valores estes que são superiores aos R\$ 40/ha obtidos pelos agricultores patronais. O grupo familiar D apresenta renda total de R\$ 6 por unidade de área, podendo registrar valores negativos nas regiões Sudeste (- R\$ 15%), Centro-Oeste (- R\$ 5) e Sul (- R\$ 1), conforme a tabela abaixo. Pode-se ainda observar que as rendas mais elevadas por unidade de área são de agricultores do tipo A das Regiões Sul, com R\$ 465/ha e Sudeste com R\$ 347/ha.

A heterogeneidade da agricultura familiar manifesta-se também em suas formas de integração ao mercado.. Considerando-se o conjunto dos agricultores familiares apenas 19% são muito integrados aos mercados ⁽¹⁹⁾, representam 38,8% do VBP. São os que apresentam maior renda média por estabelecimento e por hectare, com R\$ 4.604 e R\$ 158 anuais, respectivamente, mesmo contando com 21,6% da área. Os agricultores integrados ao mercado, que representam 37,2% do VBP, são 34,4% dos estabelecimentos e ocupam 37,4% da área. Sua renda total é de R\$ 3.058 e R\$ 108 por hectare. O grupo mais expressivo, no entanto, é o dos pouco integrados aos mercados, que representam 44,1% dos estabelecimentos e 38,2% da área e apresentam proporções menores do valor bruto da produção (24%), da renda total por estabelecimento (R\$ 1.795) e da renda total por hectare (R\$ 80) (Tabela 14).

Essas proporções, contudo, sofrem algumas alterações quando se consideram os agricultores vivendo em situação de pobreza: os tipos C e D da estratificação do estudo FAO/INCRA. Apenas 15,3% dos agricultores do tipo C são muito integrados. Os integrados correspondem a 35,7% e os pouco integrados representam 48,7%. No grupo D os agricultores pouco integrados são quase 50% e ocupam 44% da área e 34,9% do VBP (Tabela 14).

Os agricultores familiares muito integrados ao mercado apresentam maior renda média por estabelecimento e por unidade de área. O grupo D é uma exceção, apresentando valores negativos de renda total por estabelecimento (- R\$ 205) e por hectare (- R\$ 11) (Tabela 14). Neste caso, a integração ao mercado não parece ser um caminho eficiente, o que é um claro indicativo das deficiências dos mercados em que atuam habitualmente. A estrutura pulverizada do lado da produção aliada a um sistema de intermediação complexo e concentrado estão entre as principais fatores que dificultam a inserção dos produtores de forma mais eficiente.

¹⁹ Os agricultores muito integrados ao mercado comercializam mais de 90% de seu VBP; os integrados ao mercado comercializam entre 50% e 90% do VBP; os pouco integrados ao mercado comercializam menos de 50% do VBP. Vale observar que muitos agricultores produzem culturas objetivando a alimentação de seus animais, como milho e mandioca, por exemplo. Essa produção é computada no valor bruto da produção, sendo que apenas os animais serão comercializados. Com um VBP maior o percentual comercializado em relação ao VBP será menor mas nem por isso pode considerar que o produtor terá uma baixa integração ao mercado (INCRA / FAO, 2000: 70-71).

**Tabela 1 - Empresas do setor informal, por número de pessoas ocupadas,
segundo os grupos de atividade
Brasil – 1997**

Grupos de atividade	Empresas do setor informal							
		Número de pessoas ocupadas						
		1	2	3	4	5	Mais de 5	Sem declaração
Total	9 477 973	7 545 317	1 155 450	389 016	196 352	109 681	81 114	1 043
Indústrias de transformação e extrativa mineral	1 126 654	830 676	143 202	70 372	29 215	34 674	18 210	304
Indústrias da construção	1 479 674	1 280 539	143 324	30 401	14 400	6 616	4 393	-
Comércio de mercadorias	2 465 993	1 848 917	380 763	118 070	65 148	29 614	23 309	172
Serviços de alojamento e alimentação	790 644	551 679	149 821	47 677	22 943	9 386	9 137	-
Serviços de transporte	637 952	575 708	42 943	13 112	3 374	1 985	831	-
Serviços de reparação, pessoais, domiciliares e de diversões	1 882 630	1 627 384	153 416	53 370	29 054	8 454	10 435	517
Serviços técnicos e auxiliares	1 058 199	806 441	139 823	54 173	28 145	17 159	12 409	49
Outros serviços	31 996	23 243	2 100	1 767	705	1 791	2 390	-
Sem declaração	4 232	730	59	74	3 369	-	-	-

Fonte: IBGE (1997).

**Tabela 2 - Empresas do setor informal, por constituição jurídica,
segundo o tipo de empresa e as classes de valores da receita em outubro
Brasil -1997**

	Empresas do setor informal			
		Constituição jurídica		
		Possui	Não possui	Sem declaração
Total	9 477 973	1 275 521	8 202 279	173
1 a 100	1 154 476	6 144	1 148 332	-
101 a 200	1 283 680	13 731	1 269 949	-
201 a 300	944 490	17 774	926 716	-
301 a 500	1 395 315	52 308	1 343 007	-
501 a 1 000	1 686 208	191 384	1 494 824	-
1 001 a 2 000	1 283 315	264 387	1 018 928	-
2 001 a 5 000	954 613	404 594	550 019	-
5 001 ou mais	474 535	290 945	183 590	-
Sem receita	236 430	20 057	216 283	90
Sem declaração	64 912	14 198	50 631	83
Conta-própria	8 151 616	675 252	7 476 190	173
1 a 100	1 144 398	4 649	1 139 749	-
101 a 200	1 262 673	13 420	1 249 253	-
201 a 300	902 694	14 872	887 821	-
301 a 500	1 318 788	44 772	1 274 016	-
501 a 1 000	1 487 429	146 732	1 340 697	-
1 001 a 2 000	999 505	169 448	830 057	-
2 001 a 5 000	577 753	185 000	392 753	-
5 001 ou mais	177 351	75 730	101 621	-
Sem receita	226 428	14 809	211 529	90
Sem declaração	54 597	5 821	48 694	83
Empregador	1 326 357	600 269	726 088	-
1 a 100	10 079	1 495	8 584	-
101 a 200	21 007	311	20 696	-
201 a 300	41 796	2 901	38 895	-
301 a 500	76 526	7 536	68 991	-
501 a 1 000	198 779	44 652	154 127	-
1 001 a 2 000	283 810	94 939	188 871	-
2 001 a 5 000	376 860	219 594	157 266	-
5 001 ou mais	297 185	215 215	81 969	-
Sem receita	10 002	5 248	4 754	-
Sem declaração	10 315	8 377	1 938	-

Fonte: IBGE (1997).

**Tabela 3 - Empresas do setor informal, por grupos de atividade,
segundo os planos para o futuro do negócio
Brasil - 1997**

	Empresas do setor informal									
	Grupos de atividade									
	Indústrias de transformação e extrativa mineral	Indústrias da construção	Comércio de mercadorias	Serviços de alojamento e alimentação	Serviços de transporte	Serviços de reparação, pessoais, domiciliares e de diversões	Serviços técnicos e auxiliares	Outros serviços	Sem declaração	
Total	9 477 973	1 126 654	1 479 674	2 465 993	790 644	637 952	1 882 630	1 058 199	31 996	4 232
Aumentar o negócio	3 543 836	454 141	349 680	994 501	314 309	185 885	738 301	485 671	17 918	3 428
Continuar o negócio no mesmo nível	2 843 884	339 286	541 804	657 552	204 659	250 342	557 114	285 441	7 612	74
Mudar de atividade e continuar independente	885 272	101 088	150 236	259 277	90 367	56 892	130 416	94 604	2 391	-
Abandonar a atividade e procurar emprego	1 145 466	111 965	282 596	286 844	69 107	66 491	244 329	81 986	2 001	148
Outros planos	228 420	27 410	18 743	53 949	27 338	16 410	53 870	29 749	461	491
Não sabe	827 550	92 186	135 853	213 030	84 864	61 849	157 677	80 484	1 606	-
Sem declaração	3 545	579	760	840	-	83	922	265	7	90

Fonte: IBGE (1997).

**Tabela 4 - Empresas do setor informal, por grupos de atividade,
segundo o comportamento do negócio nos últimos 12 meses
Brasil - 1997**

	Empresas do setor informal									
	Grupos de atividade									
		Indústrias de transformação e extrativa mineral	Indústrias da construção	Comércio de mercadorias	Serviços de alojamento e alimentação	Serviços de transporte	Serviços de reparação, pessoais, domiciliares e de diversões	Serviços técnicos e auxiliares	Outros serviços	Sem declaração
Total	9 477 973	1 126 654	1 479 674	2 465 993	790 644	637 952	1 882 630	1 058 199	31 996	4 232
Aumento do número de pessoas ocupadas ou da capacidade produtiva	374 104	49 671	42 135	84 441	34 883	26 758	76 979	56 544	2 693	-
Redução do número de pessoas ocupadas ou da capacidade produtiva	205 683	42 233	15 403	58 001	13 997	10 185	45 545	20 203	115	-
Diversificação das atividades	118 722	19 145	10 992	33 203	11 791	4 964	14 140	23 568	920	-
Redução das atividades	2 974 236	352 351	526 801	731 508	248 958	194 691	626 316	282 309	10 663	639
Ampliação da jornada de trabalho	425 153	42 108	71 778	93 569	30 280	36 533	73 605	76 605	541	133
Redução do número de horas trabalhadas	295 586	35 650	53 272	67 665	17 639	18 598	69 206	33 505	52	-
Permaneceu igual	5 073 452	583 318	756 191	1 396 058	432 792	345 683	975 312	563 716	17 011	3 369
Sem declaração	11 037	2 178	3 101	1 548	304	539	1 526	1 749	-	90

Fonte: IBGE (1997).

**Tabela 5 - Empresas do setor informal, por tipo de empresa,
segundo as características de funcionamento
Brasil - 1997**

Características De Funcionamento	Empresas do setor informal		
		Tipo de empresa	
		Conta-própria	Empregador
Total	9 477 973	8 151 616	1 326 357
Funcionamento do negócio			
Todos os meses do ano	8 587 140	7 331 168	1 255 972
Sazonal	620 118	559 794	60 324
Eventual	269 745	260 189	9 556
Sem declaração	970	465	505
Número de meses que funcionou nos últimos 12 meses			
Até 3	490 128	440 894	49 234
De 4 a 6	540 207	495 311	44 896
De 7 a 11	1 342 984	1 191 885	151 098
12	7 104 655	6 023 526	1 081 129

Fonte: IBGE (1997).

**Tabela 6 - Pessoas ocupadas nas empresas do setor informal,
por posição na ocupação, segundo o nível de instrução
Brasil - 1997**

	Pessoas ocupadas nas empresas do setor informal					
		Posição na ocupação				
		Conta-própria	Empregador	Empregado com carteira assinada	Empregado sem carteira assinada	Não-remunerado
Total	12 870 421	8 589 588	1 568 954	874 043	1 320 682	517 153
Sem instrução ou menos de 1 ano de estudo	1 082 462	737 200	64 220	60 985	169 236	50 822
1º grau incompleto	5 745 316	4 152 184	516 057	223 381	594 315	259 379
1º grau completo	1 710 546	1 092 522	174 883	190 685	194 493	57 962
2º grau incompleto	1 016 829	553 619	102 823	123 836	165 237	71 314
2º grau completo	1 994 854	1 218 017	343 347	215 641	159 147	58 702
Superior incompleto	301 813	179 362	61 040	29 628	23 299	8 485
Superior completo	855 834	521 903	282 422	29 214	12 040	10 254
Sem declaração	162 766	134 782	24 161	672	2 916	235

Fonte: IBGE (1997).

**Tabela 7 - Proprietários de empresas do setor informal, por posição na ocupação e sexo,
segundo os grupos de idade**

Brasil - 1997

	Proprietários de empresas do setor informal								
	Posição na ocupação e sexo								
				Conta-própria			Empregador		
	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres
Total	9 959 065	6 562 397	3 396 668	8 421 991	5 437 562	2 984 429	1 537 074	1 124 835	412 239
Grupos de idade									
10 a 17 anos	138 962	92 972	45 989	136 765	91 149	45 616	2 196	1 823	373
18 a 24 anos	799 662	534 989	264 673	715 673	474 005	241 668	83 989	60 984	23 005
25 a 39 anos	4 202 790	2 718 492	1 484 298	3 493 961	2 231 540	1 262 421	708 828	486 952	221 877
40 a 59 anos	4 133 864	2 728 790	1 405 073	3 480 283	2 226 443	1 253 840	653 581	502 348	151 233
60 anos ou mais	683 787	487 153	196 634	595 308	414 425	180 883	88 479	72 729	15 750

Fonte: IBGE (1997).

**Tabela 8 - Proprietários de empresas do setor informal, por posição na ocupação e sexo,
segundo a idade com que começaram a trabalhar
Brasil - 1997**

	Proprietários de empresas do setor informal								
				Posição na ocupação e sexo					
				Conta-própria			Empregador		
	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres
Total	9 959 065	6 562 397	3 396 668	8 421 991	5 437 562	2 984 429	1 537 074	1 124 835	412 239
Menos de 10 anos	1 400 753	1 065 467	335 286	1 174 309	866 962	307 347	226 444	198 505	27 939
10 a 14 anos	4 249 280	3 071 206	1 178 074	3 621 758	2 565 134	1 056 624	627 523	506 072	121 450
15 a 18 anos	2 834 648	1 821 432	1 013 216	2 405 016	1 527 587	877 429	429 632	293 845	135 787
19 a 24 anos	1 044 701	527 441	517 260	851 157	423 298	427 859	193 544	104 143	89 401
25 a 39 anos	353 016	74 453	278 563	304 038	53 396	250 642	48 978	21 057	27 921
40 a 59 anos	71 119	1 224	69 895	61 531	966	60 564	9 589	258	9 331
60-anos ou mais	2 497	-	2 497	2 497	-	2 497	-	-	-
Sem declaração	3 050	1 174	1 876	1 685	218	1 467	1 364	955	409

Fonte: IBGE (1997).

**Tabela 9 - Empresas do setor informal lucrativas e lucro médio em outubro,
por tipo de empresa, segundo os grupos de atividade
Brasil -1997**

Grupos de atividade	Empresas do setor informal lucrativas e lucro médio em outubro (R\$)		
		Tipo de empresa	
		Conta-própria	Empregador
Lucrativas em outubro			
Total	8 803 044	7 597 192	1 205 853
Indústrias de transformação e extrativa mineral	1 018 783	842 918	175 865
Indústrias da construção	1 413 079	1 254 101	158 978
Comércio de mercadorias	2 260 048	1 925 139	334 909
Serviços de alojamento e alimentação	724 028	605 097	118 930
Serviços de transporte	591 909	548 358	43 550
Serviços de reparação, pessoais, domiciliares e de diversões	1 785 305	1 617 581	167 724
Serviços técnicos e auxiliares	975 634	780 029	195 605
Outros serviços	30 117	23 270	6 847
Sem declaração	4 141	698	3 443
Lucro médio em outubro (R\$)			
Total	629	489	1 513
Indústrias de transformação e extrativa mineral	540	360	1 402
Indústrias da construção	432	407	631
Comércio de mercadorias	626	425	1 781
Serviços de alojamento e alimentação	489	382	1 037
Serviços de transporte	821	784	1 278
Serviços de reparação, pessoais, domiciliares e de diversões	391	326	1 010
Serviços técnicos e auxiliares	1 388	1 105	2 517
Outros serviços	1 579	1 220	2 797
Sem declaração	5 262	1 524	6 019

Fonte: IBGE (1997).

**Tabela 10 - Empresas do setor informal, por grupos de atividade,
segundo o tipo de empresa e a forma de contabilidade
Brasil - 1997**

	Empresas do setor informal									
	Grupos de atividade									
		Indústrias de transformação e extrativa mineral	Indústrias da construção	Comércio de mercadorias	Serviços de alojamento e alimentação	Serviços de transporte	Serviços de reparação, pessoais, domiciliares e de diversões	Serviços técnicos e auxiliares	Outros serviços	Sem declaração
Total	9 477 973	1 126 654	1 479 674	2 465 993	790 644	637 952	1 882 630	1 058 199	31 996	4 232
Não registra nada	4 380 871	555 526	1 085 181	823 238	309 236	302 544	1 059 906	238 458	6 143	639
Registra sozinho	3 727 072	430 755	364 116	1 033 285	306 599	297 270	676 163	597 937	17 446	3 502
Tem contador que faz o Controle	1 296 704	137 280	23 533	585 401	171 053	27 189	134 238	210 640	7 370	-
Outra forma	41 447	1 558	4 020	14 669	2 030	8 019	4 021	6 696	434	-
Sem declaração	31 879	1 536	2 824	9 400	1 725	2 930	8 302	4 468	604	90
Conta-própria	8 151 616	932 931	1 316 370	2 072 926	659 808	591 829	1 700 081	852 985	23 896	788
Não registra nada	4 125 516	520 027	989 671	787 838	287 582	286 741	1 017 766	230 049	5 203	639
Registra sozinho	3 288 767	363 914	306 438	949 017	268 170	274 245	606 867	505 102	14 955	59
Tem contador que faz o Controle	673 815	46 601	13 418	316 155	101 907	19 953	65 496	107 399	2 885	-
Outra forma	37 391	884	4 020	13 907	1 546	7 960	2 733	6 092	250	-
Sem declaração	26 127	1 506	2 824	6 009	603	2 930	7 219	4 342	604	90
Empregador	1 326 357	193 723	163 303	393 067	130 835	46 123	182 549	205 214	8 100	3 443
Não registra nada	255 355	35 499	95 511	35 400	21 654	15 803	42 140	8 409	940	-
Registra sozinho	438 305	66 841	57 678	84 268	38 429	23 025	69 296	92 835	2 491	3 443
Tem contador que faz o Controle	622 889	90 679	10 115	269 246	69 146	7 236	68 742	103 241	4 484	-
Outra forma	4 055	674	-	762	484	59	1 288	604	184	-
Sem declaração	5 752	30	-	3 391	1 122	-	1 083	126	-	-

Fonte: IBGE (1997).

**Tabela 11 - Empresas do setor informal, por grupos de atividade,
segundo os indicadores de formalização
Brasil - 1997**

	Empresas do setor informal									
	Grupos de atividade									
	Indústrias de transformação e extrativa mineral	Indústrias da construção	Comércio de mercadorias	Serviços de alojamento e alimentação	Serviços de transporte	Serviços de reparação, pessoais, domiciliares e de diversões	Serviços técnicos e auxiliares	Outros serviços	Sem declaração	
Total	9 477 973	1 126 654	1 479 674	2 465 993	790 644	637 952	1 882 630	1 058 199	31 996	4 232
Licença municipal ou estadual										
Possui	3 192 416	295 227	146 568	1 020 087	384 864	314 662	478 832	530 745	17 570	3 861
Não possui	6 278 626	830 671	1 332 408	1 445 417	405 351	319 483	1 403 569	527 020	14 427	281
Sem declaração	6 931	757	698	488	429	3 806	228	434	-	90
Filiação a sindicato ou órgão de classe										
Filiado	1 117 643	49 530	35 232	258 529	61 211	148 259	100 199	454 744	9 938	-
Não-filiado	8 269 231	1 065 025	1 413 438	2 198 176	727 499	482 383	1 760 674	595 837	22 058	4 141
Sem declaração	91 100	12 099	31 004	9 288	1 933	7 309	21 757	7 618	-	90
Tipo de constituição jurídica										
Firma individual	822 812	90 213	11 897	394 356	139 891	12 485	94 645	73 762	5 564	-
Sociedade ou cooperativa	450 643	52 072	8 572	196 869	47 784	8 462	45 077	88 266	3 540	-
Não tem	8 202 279	983 742	1 458 994	1 874 031	602 594	616 975	1 742 821	896 089	22 892	4 141
Sem declaração	2 239	627	211	737	376	29	86	83	-	90

Fonte: IBGE (1997).

**Tabela 12 - Empresas do setor informal, por grupos de atividade,
segundo a principal dificuldade enfrentada
Nos últimos 12 meses para desenvolver o negócio
Brasil - 1997**

	Empresas do setor informal									
	Grupos de atividade									
	Indústrias de transformação e extrativa mineral	Indústrias da construção	Comércio de mercadorias	Serviços de alojamento e alimentação	Serviços de transporte	Serviços de reparação, pessoais, domiciliares e de diversões	Serviços técnicos e auxiliares	Outros serviços	Sem declaração	
Total	9 477 973	1 126 654	1 479 674	2 465 993	790 644	637 952	1 882 630	1 058 199	31 996	4 232
Falta de clientes	3 181 939	377 256	609 993	689 968	270 271	181 660	704 553	338 892	9 124	222
Falta de crédito	92 625	14 348	3 246	36 287	9 596	1 910	18 022	8 753	463	-
Baixo lucro	677 091	77 234	67 469	232 720	68 589	57 951	106 979	64 896	1 254	-
Problemas com fiscalização/ regularização do negócio	68 141	4 286	1 234	24 617	4 362	18 083	6 628	5 463	99	3 369
Falta de mão-de-obra qualificada	26 644	5 490	6 244	4 044	2 665	140	4 663	3 359	38	-
Concorrência muito grande	1 784 534	182 812	340 288	513 145	126 116	159 902	278 846	176 860	6 566	-
Falta de instalações adequadas	171 839	32 439	2 433	30 178	19 233	1 705	60 178	24 042	1 631	-
Falta de capital próprio	1 174 708	180 535	80 364	446 786	124 840	41 365	213 522	82 257	5 039	-
Outras dificuldades	519 957	63 087	54 208	129 196	36 575	36 648	103 832	92 959	2 960	491
Não teve dificuldade	1 778 822	189 030	313 980	358 932	128 397	138 389	385 243	259 969	4 823	59
Sem declaração	1 674	137	215	121	-	198	164	749	-	90

Fonte: IBGE (1997).

Tabela 13. BRASIL – Agricultores Familiares - Estabelecimentos, área, valor bruto da produção e financiamento total (FT) dos tipos

FAMILIAR	Estab.	% Estab.	Área	% Área	VBP	% VBP	FT	% FT
TIPOS	Total	s/ total	Total (ha)	s/ total	(mil R\$)	s/ total	(mil R\$)	s/ total
A	406.291	8,4	24.141.455	6,8	9.156.373	19,2	433.295	11,7
B	993.751	20,4	33.809.622	9,6	5.311.377	11,1	228.965	6,2
C	823.547	16,9	18.218.318	5,2	1.707.136	3,6	68.911	1,9
D	1.915.780	39,4	31.599.055	8,9	1.942.838	4,1	206.656	5,6
TOTAL	4.139.369	85,1	107.768.450	30,5	18.117.725	37,9	937.828	25,3

Fonte: INCRA/FAO (2000).

Tabela 14. Brasil: Agricultores Familiares - Estabelecimentos, % da área, % do VBP, RT/estab. e RT por ha (Em R\$), segundo o grau de integração ao mercado ⁽²⁰⁾

TIPOS	Estab.	% Estab.	% Área	% VBP	RT / Estab.	RT / Ha
FAMILIAR						
Muito integrado	799.911	19,3	21,6	38,8	4.604	158
Integrado	1.422.675	34,4	37,4	37,2	3.058	108
Pouco integrado	1.824.046	44,1	38,2	24,0	1.795	80
TIPO A						
Muito integrado	138.204	34,0	34,8	49,3	20.557	338
Integrado	170.628	42,0	42,6	34,6	13.374	222
Pouco integrado	97.082	23,9	22,5	16,0	14.063	251
TIPO B						
Muito integrado	193.960	19,5	17,6	27,3	3.762	122
Integrado	421.207	42,4	43,7	44,2	3.700	105
Pouco integrado	377.355	38,0	38,5	28,4	3.120	91
TIPO C						
Muito integrado	126.229	15,3	14,8	22,7	1.443	68
Integrado	294.269	35,7	36,5	37,2	1.370	61
Pouco integrado	401.447	48,7	48,4	40,1	1.266	58
TIPO D						
Muito integrado	341.518	17,8	19,8	34,8	(205)	(11)
Integrado	536.571	28,0	27,4	30,3	200	12
Pouco integrado	948.162	49,5	44,0	34,9	236	16

Fonte: INCRA/FAO (2000).

²⁰ A diferença em relação ao percentual de 100% refere-se aos casos não identificados.

Quadro 1: Vantagens, desvantagens e tendências da produção familiar do tipo C e D, conforme as especificidades dos produtos.

Produtos	Especifi- cidades	Vantagens	Desvantagens	Tendências
Commodities	-Padronização oficial	- Venda do excedente de produção	- Competição via preço: necessidade de escala, baixo custo, produtividade	- Perda de participação na produção total
Frutas, legumes e verduras	- Atributo de Qualidade (uniformidade e padrão visual)	-Mão-de-obra intensiva Tratos culturais mais adaptados para propriedades familiares	-Demanda mais sofisticada que exige padrões e certificação de qualidade	- Menor utilização de pesticidas; - Rígidos padrões de qualidade (certificação)
Frango / suínos	- Depende de contrato com a indústria e ou distribuidores	-Mais adaptado para propriedades familiares -Ganhos competitivos de pertencer ao mercado informal (não paga imposto) -Explorar a produção de produtos da fazenda (caipira)	- Escala das produções integradas - padrões da legislação sanitária não adequados ao porte	- Produção integrada e rastreamento - Alta concorrência via preço se não houver atributos de diferenciação
Orgânicos	- Tratos culturais específicos	- Produtores utilizam poucos insumos externos - Emprego de mão-de-obra familiar - incorporar margens	- Custo da certificação e da conversão	- Preços tendem a cair com a expansão da oferta - demanda crescente por produtos orgânicos
Alimentos processados	- Tecnologia (ativos específicos – irrecuperáveis)	- Agregar valor ao produto - diminuir a perecibilidade - incorporar margens	- Canais de distribuição mais complexos - necessidade de investimentos - capacitação - padrões da legislação sanitária não adequados ao porte	- crescimento de lojas de produtos especiais

QUADRO 2 – Experiências de integração pobres a mercados

Caso	Atividade	Local	Público	Tipo de mercado	Instituições envolvidas	Fatores de sucesso	Limitações
APAEB	Comercialização de tapetes de sisal, leite de caprinos e produtos artesanais de pele de caprino	Seis municípios Feira da região de Santana –BA	Associação de Agricultores Familiares de sisal, caprinos e ovinos	Mercado Externo (sisal) e local	Apoio do MOC, Banco do Nordeste, organização Holandesa	- função educativa e criação de atividades técnicas e culturais - alternativas para enfrentar a seca (cisternas)	- capital para continuidade das atividades - educação profissional - dificuldade de inserir produtores com áreas reduzidas
Reciclagem de lixo	Organizar o trabalho de coleta de lixo	São Paulo – SP	Catadores de lixo	Indústrias de reciclagem	Prefeitura	- organização da atividade de catadores; - utilização do lixo (bem –estar social)	- mudança de Governo (prefeitura cede comodato de uma usina)
Merenda Escolar	Colocar a produção dos agricultores da região na merenda escolar	Hulha Negra – RS	Associação de Produtores da região	Mercado institucional (Escola Municipal)	Prefeitura Municipal com apoio da Emater e Serviço de Inspeção Federal	- colocação do produto do agricultores no mercado; - redução de custos; - Melhoria da qualidade da merenda	- dependência de compra pública; - mercado restrito de produtos e quantidade.
Capina	Fortalecer a autonomia das iniciativas populares, desde o cultivo, beneficiamento e comercialização de produtos agrícolas e extrativistas.	Verificar	Produtores agrícolas e extrativistas	Atacadistas do Rio de Janeiro	Movimento de Apoio Popular	- assessoria técnica - promoção e apoio a redes de produtores - consultoria jurídica, acompanhamento de estudos de viabilidade econômica, pesquisa, treinamento	- pouco conhecimento sobre produção, gestão e negócios (organização para comercializar, desconhecimento das exigências do mercado, dificuldade de competir com os atravessadores)

Castanheiros do Amapá	Agroindústria de biscoitos e derivados e colocação do produto na merenda	Laranjal do Jari – AP	Castanheiros	Mercado institucional, interno e externo (futuro)	Cooperativas e Governo Federal (Programa de Desenvolvimento Sustentável)	- castanheiros deixaram de trabalhar na base de escambo	- dependência de compra pública
Banco Palmas	Serviços de microcrédito, cartão de crédito, incubadora de cooperativas, feiras e trocas (moeda social)	Fortaleza-CE	População da favela	Mercado local (favela)	Associação de moradores de uma favela	- fornecer crédito para a população	- inadimplência alta - no caso das trocas: limita-se as possibilidades de acesso a mercados mais amplos
Projeto Poema	Criação da Bolsa da Amazônia em um site que divulga produtos da Amazônia	Amazônia	Produtores de açaí, farinha de banana, mel, palmito, castanha e artesanato	Site possibilitaria o acesso a um mercado amplo	Não há informação no texto	- difundir informação sobre produtos	- dificuldade de comercialização devido à necessidade de estruturas de armazenagem e transporte
Produtores de Capanema	Conversão da produção tradicional em lavouras orgânicas (frutas, verduras, frango, açúcar, feijão) processamento dos produtos	Sudoeste do Paraná	Produtores	Feiras locais	Associação de produtores de Capanema e CRAPA (Coordenação Regional das Associações de Pequenos Agricultores)	- agregar valor ao produto - promover a comercialização	- falta de acompanhamento técnico, tecnologia e legislação voltada às grandes agroindústrias, ausência de crédito e dificuldade de ação coletiva

Projeto Algodão Ecológico	Assistência técnica e comercialização da produção	Tauá - CE	Produtores de algodão orgânico	Mercado interno e externo Tecelagem artesanal e cooperativa industrial	ESPLAR, ADEC, SEBRAE, ADS	- valorização do produto por ser orgânico	- pequena escala de produção para indústria e colocação no mercado internacional e grande para o mercado de tecidos artesanais
Projeto Café Ecológico	Comercialização da produção e assistência técnica em área de preservação ambiental	Serra de Baturité - CE	Produtores de café sombreado	Mercado local e externo	APEMB, CEPEMA, SEMACE, FNMA, Sociedade Sueca de Proteção à Natureza	- valorização do produto por ser orgânico	- financiamento para a certificação; - dificuldade de traçar caminhos alternativos para escoar a produção
Banana Orgânica	Processamento de banana orgânica e preservação da Mata Atlântica, opção para a atividade extrativista de palmito	Região Litorânea do Paraná (Mata Atlântica)	Produtores de banana	Mercado internacional	SPVS, recursos e assessoria da Universidade Federal do Paraná, Terra Preservada (empresa exportadora)	- deslocar a atividade proibida de extrativismo; - preservação da Mata Atlântica; - agregar valor ao produto	- dificuldade de pagar a certificação
Produtores de açaí	Manejo comunitário de açazais	Gurupá - PA	Extrativistas das Várzeas do rio Amazonas (açaí e palmito)	Mercado regional (Norte e Nordeste)	ATRM, FASE	- incentivar a exploração de açaí não do palmito - criar alternativa de comercialização	- comercialização (dificuldade de escoamento da produção, logísticas a custos competitivos)

Sítio Mineiro	Criação da marca Sítio Mineiro, que destaca a origem familiar da produção; Industrialização e comercialização em loja própria	Zona da Mata - MG	Produtores da região (mais de 3,5 mil)	Local (Muriaé -MG)	CTA, Sindicato dos Trabalhadores Rurais e Associações da região	- criar canal de comercialização; - valorização do produto familiar	- problemas de organização e qualidade
Reca	Agroindústria de beneficiamento de cupuaçu; produção e comercialização de palmito pupunha	Amazônia	Produtores de cupuaçu e outras plantas nativas	Empresas distribuidoras de polpas e sucos de São Paulo e Bahia	Ministério do Meio Ambiente, várias ONGs, Igreja e instituições de pesquisa. Recursos: cooperação internacional e Banco do Brasil	- criar uma estrutura de armazenamento e beneficiamento - prover informações de mercado - criar centro de treinamento	- dificuldade de pagamento devido aos juros elevados - infraestrutura (deficiência de câmaras frias, custo do frete, recipientes de vidro) - susceptibilidade a pragas
Programa Fogo	Promoção do uso sustentável dos produtos florestais, prevenção do fogo, atendimento a comunidade isoladas e formulação e acompanhamento de políticas públicas	Amazônia	Produtores da região amazônica	Local	Parceria entre Amigos da Terra e Cooperação Italiana, Embrapa	- disseminação de tecnologia e uso adequado de técnicas de manejo	- nível educacional dos produtores - baixa capacidade produtiva
APACO	Apoio à agroindústria de pequeno porte e diferenciar o mercado	Centro Oeste Catarinense - SC	Pequenos Agricultores	Regional	Associação dos Pequenos Agricultores do Centro Oeste Catarinense	- Cooperação para alcançar escala - criação de mercado diferenciado (produtos de agricultura familiar)	- restrição legal para formalizar organizações aptas para comercializar (número mínimo de sócios) - carga tributária

