



CONTEXTUALIZAÇÃO, LIMITES, DESAFIOS, POTENCIALIDADES E ESTRATÉGIAS DE ACESSO A MERCADOS DA AGRICULTURA FAMILIAR, NO ÂMBITO DE ATUAÇÃO DOS PROJETOS FIDA NO BRASIL



Foto: Projeto Pro Semiárido_Coopercuc – Fotógrafa: Manuela Cavadas

CONSULTORES: Fabiana Dumont e Moisés Lima

Este primeiro documento é parte integrante de uma série de 3, que contempla, no seu todo, diversos conteúdos relacionados ao tema de comercialização de produtos da agricultura familiar no Brasil.

Neste estudo, a consultoria apresenta uma breve contextualização da agricultura familiar, abordando os principais limites e desafios do processo de comercialização, no contexto de atuação dos projetos FIDA no Brasil.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	4
2	BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR NO BRASIL	5
2.1	ANTECEDENTES	7
2.2	ASPECTOS RELEVANTES	8
2.2.1	A Questão do Crédito	10
2.2.2	A Questão da Terra	10
2.2.3	A Questão da Assessoria Técnica	11
2.2.4	A Questão da Capacitação	11
3	ACESSO A MERCADOS	12
3.1	FATORES DETERMINANTES	12
3.1.1	O Produto	13
3.1.2	A Qualidade	14
3.1.3	O Preço	15
3.1.4	A Escala de Oferta	16
3.2	PONTUANDO OS ENTRAVES E PROBLEMAS	17
3.3	PONTUANDO AS POTENCIALIDADES E OPORTUNIDADES	22
3.3.1	Os Principais Canais de escoamento	27
3.3.1.1	As feiras locais, regionais, nacionais e internacionais	27
3.3.1.2	O comércio justo e solidário	29
3.3.1.3	As empresas privadas comercializadoras convencionais	31
3.3.1.4	As empresas comercializadoras sociais	32
3.3.1.5	O mercado institucional de alimentos	33
3.3.1.5.1	O PAA – Programa de aquisição de alimentos	33
3.3.1.5.2	O PNAE – Programa nacional de alimentação escolar	40

4 EXPERÊNCIAS EXITOSAS	44
CASO 1 – EMPRESA SOCIAL X PARCERIA COM O BOTICÁRIO – BONEQUINHAS SOLIDÁRIAS	44
CASO 2 – IMPORTADORA DE COMÉRCIO JUSTO – BARBOSA FAIR TRADE ..	45
CASO 3 - PROGRAMA CARAS DO BRASIL – GRUPO PÃO DE AÇÚCAR.....	47
CASO 4 - ASSENTAMENTO NORMANDIA – CARUARU/PE.....	49
5 CONCLUSÃO	51
6 REFERÊNCIAS.....	52
7 ANEXO I.....	55

1 INTRODUÇÃO

Sem desconsiderar a complexidade do tema, que envolve os mais diversificados aspectos que interagem com o processo de comercialização no contexto de atuação dos pequenos produtores, prioritariamente aqueles vinculados a agricultura familiar na área de atuação dos Projetos FIDA no Brasil, este breve documento objetiva apresentar de forma pragmática e sintética os principais limites e desafios encontrados pelas milhares de famílias envolvidas na atividade, bem como expor suas potencialidades, oportunidades e as diversificadas estratégias experimentadas para lhes possibilitar a difícil tarefa de criar e aproveitar oportunidades de acesso a mercados existentes.

Embora seja um tema com muitas variáveis, com conteúdo acadêmico já amplamente explorado, este documento busca tratar do assunto adotando uma linguagem que possibilite uma fácil assimilação pelos técnicos de campo com seus diversificados níveis de formação.

Pelo seu próprio objetivo, este estudo não tem pretensão de esgotar o tema, mas ser um instrumento de auxílio que gere informações básicas sobre os principais fatores que dificultam e/ou inviabilizam a comercialização assim como possibilitar que as informações sistematizadas sobre a capacidade de realização da tarefa de acessar mercados de forma exitosa pelas mais diversas e criativas formas existentes, sejam compartilhadas, para que também possam ser experimentadas, com as devidas adequações às diversas realidades, como mecanismo de viabilidade de escoamento da produção.

Este documento, denominado produto 1, é parte de um estudo mais amplo sobre a questão de acesso a mercados para a agricultura familiar, que será complementando com a elaboração do Produto 2, que irá aprofundar as análises sobre os desafios e entraves em cada Cadeia Produtiva selecionada para estudo e o produto 3 que apresentará o passo a passo para os agricultores familiares acessarem os diversos mercados, apontando as principais estratégias focadas em aproximar os compradores dos Agricultores Familiares.

2 BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR NO BRASIL

O foco desse estudo abrange os projetos apoiados pelo FIDA no Brasil inseridos dentro do segmento produtivo da Agricultura Familiar, tornando fundamental resgatar os antecedentes deste setor, contextualizando as dificuldades e desafios que de uma forma ou de outra tem contribuído para impedir os processos de avanço, bem como apresentar as conquistas e oportunidades que tem surgido como forma de superar os problemas estruturais e conjunturais, que definem a atual situação da Agricultura Familiar no Brasil.

Uma breve análise dos últimos anos referentes ao sistema de agricultura familiar brasileiro demonstra que têm sido muitas as conquistas e avanços alcançados por este setor, que desde 2006 recebeu o devido reconhecimento e legitimidade por parte do Estado e da sociedade como uma categoria social, conforme Lei nº 11.326/2006.

Marcado em 2014 como o Ano Internacional da Agricultura Familiar, pela Organização das Nações Unidas (ONU), o setor vem a cada ano mostrando seu valor e importância para o desenvolvimento do País.

Segundo dados oficiais do Censo Agropecuário publicado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística IBGE (2006), o setor da agricultura familiar no Brasil engloba mais de 4,3 milhões de unidades produtivas, o que representa cerca de 84% do total de unidades agropecuárias sendo responsável por garantir a ocupação de 74% da mão de obra na área rural, aproximadamente 14 milhões de pessoas. Este contingente de trabalhadores está distribuído em 80.250.453 hectares, o equivalente a 25% da área total explorada IBGE (2006). Entretanto, apesar da pequena área ocupada, o segmento da agricultura familiar, também de acordo com dados oficiais IBGE (2006), responde por aproximadamente 70% do fornecimento de alimentos para o consumo da população tendo destaque expressivo na cadeia de fornecimento de produtos.

No Brasil, a agricultura familiar é responsável pela produção de 87% da mandioca, 70% do feijão, 69% das hortaliças, 46% do milho, 38% do café, 34% do arroz, 21% do trigo, 60% do leite, 59% do rebanho suíno, 50% das aves e 30% dos bovinos IBGE (2009), sendo esta produção destinada basicamente para as populações

urbanas locais, o que é essencial para a segurança alimentar e nutricional, contribuindo com 33% do valor bruto da produção agropecuária.

INFOGRÁFICO 1 – DADOS DA AGRICULTURA FAMILIAR



Fonte dados: IBGE(2006) – (Criação: Igor F.Lima)

Os investimentos direcionados para fortalecimento e desenvolvimento da agricultura familiar tem contribuído para uma a construção de um cenário de melhores oportunidades para os produtores, demonstrando a relevância que o segmento representa atualmente. Contudo, ainda se constata muitos desafios e barreiras a serem vencidas, demandando, para isso, profundas mudanças estruturais de forma a possibilitar aos agricultores acessar aos mercados de forma sustentável e contínua.

Para entender melhor o contexto atual da agricultura familiar e quais fatores estão associados ao seu fortalecimento e desenvolvimento, influenciando a viabilidade de acesso a mercados de forma sustentável por parte dos produtores, faz-se importante

uma breve análise sobre como este segmento tem se tornado relevante longo dos anos.

2.1 ANTECEDENTES

O que se convencionou denominar agricultura familiar no Brasil, foi por muito tempo caracterizado como a agricultura praticada com a finalidade de possibilitar a subsistência. É fato que não há um consenso quanto ao conceito, existindo divergências entre variadas correntes de pensadores e estudiosos. Entretanto, pode se afirmar que há unanimidade quanto à ideia de que se entende por agricultura familiar, em termos gerais, uma unidade de produção onde trabalho, terra e família estão intimamente relacionados.

Considerando estes aspectos, é possível dizer que a origem da agricultura familiar no Brasil tem seu berço desde os primórdios da colonização, simultaneamente aos grandes ciclos (açúcar, ouro, café), tendo a problemática das pequenas propriedades sendo construída desde este período até os dias atuais.

Com a abolição da escravatura e validação do sistema capitalista na economia brasileira, a terra tem sua valorização como ativo, contribuindo para a continuidade do poder do grande sobre o pequeno, devido este segundo não possuir acesso a terra nem dinheiro para comprá-las, ou seja, perpetua-se a relação de dependência entre as classes. Uma minoria continua detentora do poder, por meio da posse de maior parte das terras, resultando no nascimento de um campesinato controlado por estes senhores.

Nesta fase foi sendo estruturada a pequena propriedade em todo território nacional, tendo características diferenciadas conforme a região, mas emergindo uma organização capaz de assegurar aos trabalhadores rurais uma nova perspectiva. Até então, não teria sido possível pensar este novo formato em razão do modelo econômico e às relações de trabalho vigentes à época no país.

Estas novas propriedades assumem um lugar de extrema importância na economia brasileira, apesar de ter um progresso difícil e muitas vezes lento, ao produzir

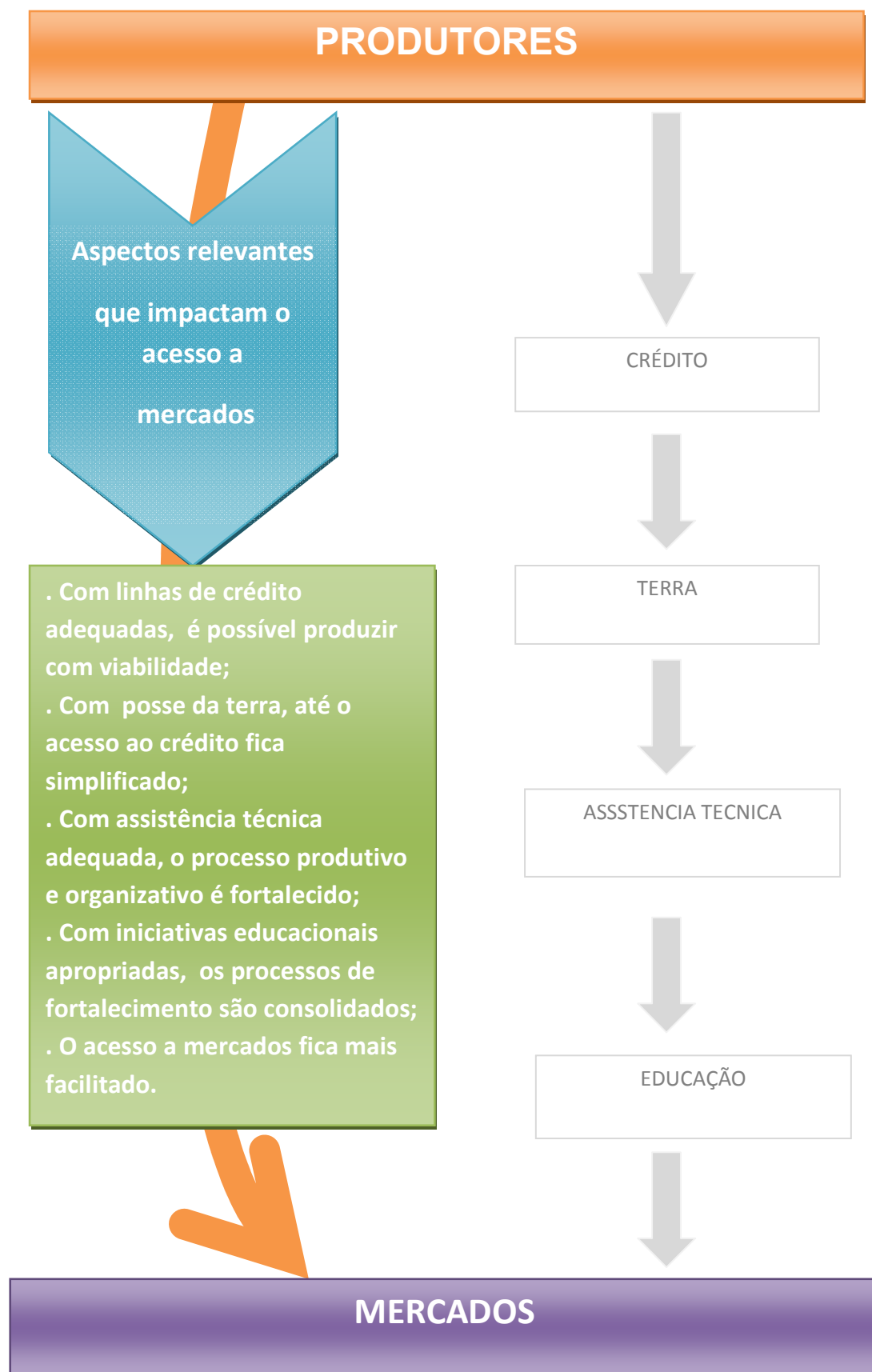
a maior parte dos gêneros alimentícios necessários à subsistência da população, que no passado, eram supridos, em sua maioria, pela importação de produtos.

Historicamente no Brasil, os pequenos produtores foram negligenciados pelo poder público recebendo pouco apoio para realizar suas atividades, principalmente em se comparando com a política agrícola que privilegiava os setores mais capitalizados durante seu longo processo de modernização.

Até o início da década de 1990 se constata este cenário de total ausência de política pública voltada para o segmento da agricultura familiar que abrangesse todo o território nacional. Esta deficiência começa a sofrer alterações nos anos 90 com o surgimento das primeiras políticas públicas para o setor, embora as motivações fossem notoriamente mais por razões sociais do que econômicas, evidenciando uma visão equivocada de que a agricultura familiar era um setor atrasado e de baixa produtividade.

2.2 ASPECTOS RELEVANTES

Embora o principal conteúdo deste estudo esteja focado nas questões relativas ao acesso a mercados, é importante enfatizar outros aspectos que interagem diretamente com o tema, que de forma direta ou indireta impactam, tanto positivamente quanto negativamente, na obtenção dos resultados em todas iniciativas voltadas para fomento da comercialização dos produtos da agricultura familiar. Entre os mais significativos, destacamos a questão do crédito, a questão da terra, a questão da assistência técnica e a questão da capacitação dos produtores.



2.2.1 A Questão do Crédito

Até meados da década 1990, o financiamento da agricultura familiar era limitado quase que exclusivamente aos recursos administrados pelo Programa de Crédito Especial para Reforma Agrária (PROCERA), de alcance restrito, em razão de contemplar apenas os beneficiários do Programa Nacional de Reforma Agrária do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA). De acordo com as definições normativas do Manual do Crédito Rural (MCR), do Ministério da Agricultura (MAPA), os pequenos agricultores eram colocados na categoria de mini-produtores. Este enquadramento os colocava disputando recursos diretamente com os médios e grandes produtores, que sempre tiveram maior facilidade de acesso ao crédito agrícola.

Em 1995 o governo federal criou o Programa Nacional de fortalecimento da Agricultura Familiar (PONAF), vindo a se tornar a mais importante iniciativa governamental criada e focada na intencionalidade de responder as reivindicações da agricultura familiar brasileira (Anexo I traz informações mais detalhadas sobre o PRONAF).

2.2.2 A Questão da Terra

O acesso à terra rural está garantido dentre os principais dispositivos constitucionais brasileiros, como direito humano e fundamental concernente da função social da propriedade.

Em se tratando de agricultura familiar, não há na Constituição Federal nenhum artigo ou dispositivo que assegure de forma específica o acesso e uso da terra para os produtores, entretanto, é notório que este direito tem estreito e forte vínculo com a questão social. Apesar da relevância dos volumes de produção da agricultura familiar, conforme anteriormente citado, a capacidade produtiva desse segmento está inserida em meio a uma realidade social em que os agricultores possuem pouca ou nenhuma terra. Sem terra, todos os demais aspectos que possibilitam a produção são direta ou indiretamente afetados. Com a produção afetada, a comercialização é prejudicada. (O anexo I aborda o tema com maior profundidade).

2.2.3 A Questão da Assessoria Técnica

Para atender de forma adequada às demandas das diferentes unidades produtivas da agricultura familiar em todo o país, é importante que a assistência técnica seja diferenciada para atender as exigências do mercado.

Apesar de muitos avanços nessa questão, conforme detalhado no anexo I deste documento, o que ainda se constata é que a grande maioria dos produtores da agricultura familiar, principalmente aqueles das regiões mais pobres, continua carente de uma assistência técnica adequada, regular e eficiente que os assessorie nas principais questões relacionadas à produção e possíveis melhorias neste processo.

2.2.4 A Questão da Capacitação

Segundo senso do IBGE realizado em 2006, cerca de 90% dos produtores na região Nordeste possui escolaridade inferior ao ensino fundamental (neste universo estão incluídos os analfabetos ou semianalfabetos), não chegando a 5% o número daqueles que possuem ensino médio ou técnico e em torno de 1% os que possuem ensino superior.

É notório que este baixo nível de escolarização se apresenta como um dos principais desafios enfrentados pela agricultura familiar brasileira, uma vez que afeta e dificulta de forma significativa as iniciativas de qualificação da mão de obra para adoção de tecnologias, visto que os produtores muitas vezes são incapazes de assimilar os procedimentos, devido nem sempre as metodologias de ensino e os materiais didático-pedagógicos desenvolvidos e disponíveis, serem adequados para a utilização das mais diversificadas realidades existentes.

(O anexo I traz informações mais elaboradas sobre o assunto).

Melhorar o nível de formação dos produtores é essencial para garantir empreendimentos com maior capacidade organizativa e produtiva.

3 ACESSO A MERCADOS

A agricultura familiar tem superado importantes barreiras que durante anos representavam entraves ao seu desenvolvimento, entretanto a incapacidade de acesso a mercados de forma sustentável e que gere resultados contínuos, ainda se apresenta como o maior gargalo deste segmento.

A questão de acesso a mercados tem vínculos com acesso a terra, assistência técnica, crédito, qualificação, além de outros fatores que dificultam ou até inviabilizam sua capacidade de resposta e demandas do mercado, tais como: fatores climáticos, como no caso da região Nordeste que precisa enfrentar os longos períodos de seca, qualidade do produto, especificações técnicas exigidas do produto, preços inviáveis de alguns segmentos, desconhecimento sobre canais de escoamentos existentes, dentre outros, em razão do mercado ser cada vez mais exigente e agressivo.

Apesar deste cenário histórico em que se constata algumas limitações que impendem resultados mais satisfatórios para a agricultura familiar no que se refere acesso a mercados, ela se mantém como alternativa a um desenvolvimento ambientalmente mais equilibrado e socialmente menos excludente.

Para atingir a este objetivo um dos desafios a ser vencido é superar a produção para o autoconsumo, acessando aos mercados que demandam produtos em escala crescente, com preços que remunerem justa e adequadamente o produtor.

Avançar nesta meta permitirá estabelecer um processo de comercialização regular e contínuo possibilitando ao produtor, além da renda para suprir suas necessidades e de sua família, se capitalizar e obter recursos necessários para investimentos em sua produção.

3.1 FATORES DETERMINANTES

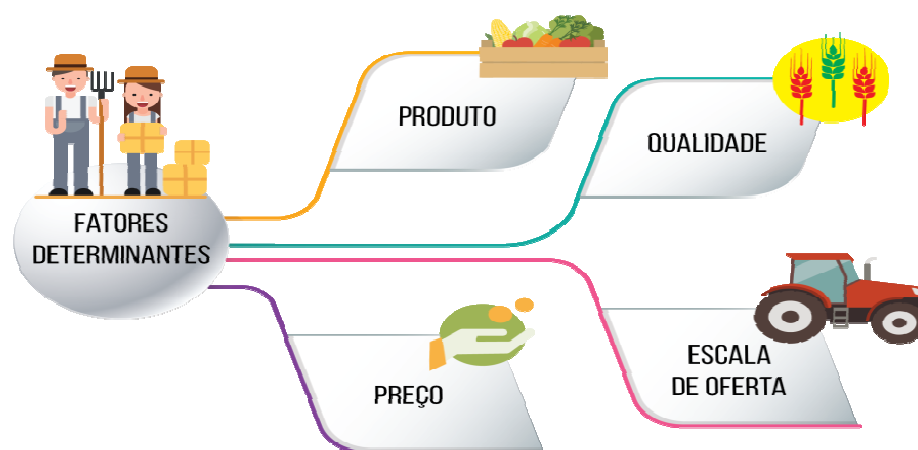
Quando se busca superar os desafios da comercialização, não se pode focar somente no processo de compra e venda de produtos, mas torna-se fundamental analisar todas as etapas que compõem a cadeia produtiva desde os fornecedores de insumos, através de diferentes fases de produção, até o mercado consumidor, uma vez

que exercem direta influência nos resultados comerciais a serem alcançados, trazendo luz sobre os principais gargalos que ainda contribuem para dificuldade que estes produtores encontram para acessar aos mercados.

Neste sentido, as questões que devem ser alvo de análise estão relacionadas com os seguintes fatores:

INFOGRÁFICO 2 – FATORES DETERMINANTES PARA ACESSO A MERCADOS

ACESSO A MERCADOS



Fonte: Consultoria contratada (Criação: Igor F.Lima)

3.1.1 O Produto

Há certos entendimentos que parecem dominar boa parte dos produtores familiares. Um deles se refere à percepção de que “tendo o produto, se vende”, ou seja, “basta produzir que as vendas ocorrerão”, focando em ações de aumento da capacidade produtiva e oferta de produtos, sem um estudo prévio que aponte os possíveis canais de comercialização, suas demandas e exigências.

Este pode ser um comportamento herdado de quando a produção se baseava apenas para autoconsumo e se vendia somente o excedente. A realidade atual exige uma nova postura, na qual o processo produtivo, estudo sobre demandas de produtos

e as estratégias de comercialização necessitam ser planejadas e contempladas no Plano de Negócios do empreendimento.

As especificações e classificação de determinado tipo de produto podem sofrer alterações quando comercializado nos diferentes níveis de mercado, sejam eles locais, regionais, nacionais e internacionais. Ocorre que a maioria dos produtores da agricultura familiar tem restrito ou quase nenhum acesso a estas informações, apesar de serem de extrema relevância para qualquer cadeia produtiva, sejam elas de produtos agrícolas ou artesanais.

Organizar a oferta de forma que atenda as expectativas dos consumidores por produtos diferenciados e inovadores é um desafio. Dessa forma, produzir o mesmo que há 10 ou 20 anos atrás esperando resultados satisfatórios é não perceber que este é um fator limitante de acesso a mercados. Por exemplo, para atender o mercado atual de produtos artesanais torna-se fundamental o desenvolvimento de produtos diferenciados que expressem a cultura local e, em não se tratando de um artesanato cultural, atendam às demandas de mercado em termos de materiais, tipologias, cores, funcionalidade, dentre outros. Já para os produtos agrícolas a tendência dos consumidores é esperar que os produtos ofertados agreguem outros valores que extrapolam sua finalidade básica, tais como: produtos isentos de agrotóxicos, com melhor teor nutritivo, de um preparo mais fácil, sem caroços, dentre outros.

Entretanto, há que se respeitar a aptidão dos agricultores familiares para produzir determinados tipos de produtos com especificações às quais eles não se identifiquem, a cultura local e a sua liberdade em querer ou não se adaptar para atender demandas exigidas de determinados mercados.

3.1.2 A Qualidade

Uma questão relevante e que deve ser um dos primeiros pontos a ser definido quando se trata de atestar ou não a qualidade de determinado produto é estabelecer, ou tomar conhecimento, sobre quais são os parâmetros exigidos que permitam classificá-lo como um produto que atenda ou não os padrões de qualidade demandados.

O conceito do que seria um produto de qualidade é subjetivo e, em muitos casos, depende simplesmente do olhar de quem está avaliando e do público que irá consumi-los.

Sendo assim, novamente, os padrões que os mercados demandam de um produto específico, se tornam a referência para se determinar se este produto atenderá ou não às expectativas criadas em termos de qualidade, tornado necessário que os agricultores familiares se apropriem destas informações, permitindo que estejam aptos a avaliar e classificar a sua produção e quais ajustes são necessários.

Em uma recente pesquisa realizada junto a grupos de pequenos artesãos do Estado de Pernambuco e compradores de artesanato, encontramos um exemplo de como esta ausência de definição de critérios pode dificultar o processo de negociação entre eles. De acordo com a visão dos compradores a baixa qualidade dos produtos foi apontada como o segundo item que mais contribuía para o não fechamento de pedidos junto a este grupo de artesãos, perdendo somente para a incerteza de que receberiam os pedidos negociados. Entretanto, nenhum dos artesãos pesquisados identificou que suas peças apresentavam problemas de qualidade, pelo contrário, todos informaram que a qualidade de seus produtos poderia ser classificada entre os conceitos de boa, ótima ou excelente (DUMONT, 2015).

Portanto, para superar mais este desafio de acesso a mercado por parte dos agricultores familiares, é fundamental transpor a avaliação pautada na visão pessoal que cada produtor faz de seu produto, bem como investigar junto aos mercados quais seriam esses critérios para torná-los referência dos padrões a serem alcançados e possibilitar acesso a estruturas adequadas de beneficiamento.

3.1.3 O Preço

Muitas razões levam os produtores familiares a se manterem na dependência de atravessadores para viabilizar a comercialização de sua produção: falta de informações sobre possíveis mercados, como levar os produtos do local de produção a outros mercados, embalagens adequadas, dentre outras. Por não ter acesso a estas informações se veem obrigados a entregar sua produção na mão desses intermediários, que, apesar de em alguns casos viabilizar a produção, com pagamentos

antecipados e em outros pagarem integralmente o valor negociado no ato da entrega, definem o preço a ser pago sem que haja um processo de negociação justo para o produtor.

O domínio de como se calcular de forma precisa os custos com a produção e, conseqüentemente a definição de um preço de venda justo é ainda uma questão desafiadora para o produtor familiar, não somente em se tratando de venda direta para o consumidor final, mas também na elaboração de tabelas de preços que lhes permitam negociar junto a compradores vendas por atacado.

Atrelado a esse desafio, somam-se as poucas informações que os produtores familiares conseguem junto aos mercados relativas aos preços praticados e concorrentes diretos.

À medida que os produtores familiares buscam acessar novos e mais exigentes mercados, torna-se necessário adquirir mais conhecimento para pensar e agir como comerciantes profissionais, permitindo um diálogo junto aos compradores que lhe assegure melhor capacidade de negociação.

3.1.4 A Escala de Oferta

Uma das características comuns entre os agricultores familiares é a diversificação da produção. Esta particularidade, associada a uma produção individualizada, exerce influencia quanto ao acesso dos possíveis canais de distribuição dos produtos, limitando-os aos que envolvem o produtor e o consumidor que geralmente apresenta o próprio produtor à frente dessas operações, principalmente em se tratando de produtos frescos e consumidos in natura.

A organização de agricultores familiares em associações e cooperativas, com o objetivo de vencer a barreira da comercialização local e acessar outros mercados, tem sido foco de especial atenção dos governos e de diversas organizações de fomento do segmento. Este formato cria condições e gera benefícios que lhes proporcionarão maior poder de negociação junto a compradores e também aos fornecedores de insumos.

Entretanto, mesmo com a experiência que produtores familiares possuem em organização produtiva e política, a organização para comercialização coletiva é

desafiadora, e até mesmo pouco difundida e conhecida entre os produtores e não soluciona todos os problemas de uma só vez. A cadeia produtiva do mel é um exemplo que ilustra de forma clara alguns dos desafios pelos quais associações de apicultores familiares podem se deparar.

Muitos apicultores familiares estão organizados em associações produtivas, o que já representa um passo importante quando se objetiva estruturar uma comercialização coletiva. Entretanto, vencida esta primeira etapa surgem outros problemas que podem impedir o avanço para novos mercados, como, por exemplo, a ausência de certificação sanitária das “casas de mel”, que transformaria os pequenos volumes recebidos individualmente em grandes volumes beneficiados, alcançando escalas que permitam acesso a novos mercados.

3.2 PONTUANDO OS ENTRAVES E PROBLEMAS

Além dos fatores determinantes analisados, que são inerentes a qualquer processo de acesso a mercados, a agricultura familiar enfrenta muitos e diversificados problemas específicos que de



Fonte: Consultoria contratada (Criação: Igor F.Lima)

forma direta ou indireta dificultam e até inviabilizam o processo de acesso a mercados. Os entraves e problemas que o pequeno produtor enfrenta no seu dia a dia não são insuperáveis, mas precisam ser devidamente diagnosticados, caso a caso, para possibilitar que as unidades produtivas familiares tenham avanços que garantam melhorias continuadas e na qualidade de vida.

O levantamento dos principais problemas e entraves enfrentados pelos agricultores familiares brasileiros não tem como objetivo lhes causar desânimo, nem apresentar um cenário intransponível para as organizações que apoiam o setor, mas ajudar a identificar os pontos que precisam de ajustes, de forma a nivelar o

conhecimento entre todos os atores envolvidos direta ou indiretamente com a agricultura familiar, permitindo traçar ações corretivas mais assertivas, que levem esses produtores a alcançar maior êxito em termos de comercialização de seus produtos.

De forma generalizada, os entraves na tabela abaixo relacionados, são comuns e presentes na grande maioria dos empreendimentos produtivos da agricultura familiar:

TABELA 1 – PRINCIPAIS ENTRAVES E PROBLEMAS

Identificação	Vinculados à produção
A falta de planejamento adequado da produção e safra	A maioria dos agricultores da agricultura familiar não consegue produzir de forma escalonada para garantir a entrega da produção continuamente.
A fragmentação da produção	Sem atender aspectos de qualidade, regularidade, volume, certificação, dentre outros, não é possível atender as demandas dos mercados.
Falta de máquinas e equipamentos	Tanto no processo produtivo, como no processamento, sem máquinas e equipamentos adequados, a oferta de produtos é limitada.
Subsistência	É comum a produção ser direcionada para alimentação da própria família, sendo o excedente vendido de forma fragmentada.
Escassa ou nenhuma assessoria técnica	Sem acompanhamento técnico adequado, o processo produtivo, na maioria das vezes geram produtos inadequados às exigências de

	mercado.
A apresentação dos produtos	Quando existentes, as embalagens são normalmente inadequadas e depreciam os produtos comercializados.
Estrutura de transformação	Raramente se encontra venda de produto processado. A venda normalmente é feita in natura, o que limita os mercados e agregação de valor.
Identificação	Vinculados à comercialização
A questão do escoamento da produção	O acesso a mercados exige uma estrutura logística, que na maioria das vezes o pequeno produtor não dispõe.
A falta de espaços de comercialização específicos	Normalmente não existem nos centros consumidores espaços selecionados exclusivos para os pequenos produtores venderem seus produtos.
A dependência de atravessadores	Na grande maioria dos casos é exploratória e penaliza tanto o produtor quanto o consumidor final.
A complexidade das exigências legais do mercado	O processo burocrático é desproporcional à capacidade de resposta da maioria dos produtores.
A falta de domínio dos processos exigidos para acessar a programas oficiais	Os programas possuem normas e exigências burocráticas que limitam o acesso dos menos capacitados.
Identificação	Vinculados à produção

A fragilidade organizacional dos empreendimentos	Sem um processo organizativo melhorado, o processo produtivo é penalizado, ficando fragilizado e inviabilizando a comercialização.
Gestão deficiente	Normalmente os empreendimentos carecem de instrumentos, ferramentas adequadas e recursos humanos capacitados para uma boa gestão, principalmente dos processos produtivos e comerciais.
A falta ou inexistência de controles	Sem os registros e documentos exigidos, a comercialização para mercados institucionais formais e, até mesmo informais, fica limitada.
Falta de cultura participativa e democrática	É muito comum o processo de comercialização ser individualista, penalizando o coletivo, dificultando escala e preço.
Identificação	Outros Problemas
A falta de integração das políticas públicas e projetos	Quando estas iniciativas não conversam e se complementam, a boa intencionalidade não funciona e os resultados esperados das vendas não aparecem.
A interferência de interesses políticos	O domínio político nem sempre é focado no melhor processo produtivo ou no mais indicado para o mercado, mas no interesse dos mais dominantes.
Horizontes inadequados de	A paralisação das atividades antes

projetos implementados	dos empreendimentos se tornarem sustentáveis penaliza o processo organizacional, produtivo e comercial.
Resistência a novas intervenções	Frustrações com expectativas não correspondidas criam entraves para novas iniciativas produtivas.
A desmotivação das famílias pela descontinuidade dos processos	Sem poderem caminhar com as próprias pernas, por não terem iniciativas sustentáveis, as famílias se sentem usadas apenas para gerar dados estatísticos e relatórios.
Inadimplência	Sem acesso a crédito compatível com sua capacidade de pagamento, o processo produtivo trava ou é operacionalizado por atravessadores que exploram os produtores e monopolizam o mercado.
Capital de giro	Muito raramente se encontra um empreendimento dotado de capacidade financeira para suprir as necessidades do dia a dia da atividade.
Assistencialismo	Muitos processos produtivos são introduzidos por organizações assistencialistas, com foco no seu interesse e desconsiderando as demandas de mercado, ocasionando que estes processos tenham duração equivalente à presença destas organizações junto aos produtores.
Dependência de boas relações com	Como os recursos públicos passam

o poder público municipal	obrigatoriamente pelas prefeituras, se as organizações representativas da agricultura familiar não tiverem vínculos políticos com os gestores, o processo de compra institucional pode ser muito dificultado.
Instabilidade política	As constantes mudanças de poder público, principalmente nas pequenas comunidades, âmbito de atuação da agricultura familiar, coloca em risco e às vezes inviabilizam conquistas obtidas pelo setor.
Crise econômica	A crise pela qual o país passa, afeta significativamente tanto o processo produtivo como o mercado, impactando principalmente os menos estruturados.

Fonte: (Consultoria Contratada)

3.3 PONTUANDO AS POTENCIALIDADES E OPORTUNIDADES

O cenário no qual a agricultura familiar está inserida não apresenta somente barreiras e desafios a serem vencidos. O contexto atual oferece oportunidades e potencialidades, descritos na Tabela 2, que comprovadamente tem contribuído para facilitar o escoamento da produção do setor e viabilizar o acesso a mercados.

INFOGRÁFICO 4 – POTENCIALIDADES E OPORTUNIDADES



Fonte: Consultoria contratada (Criação: Igor F.Lima)

TABELA 2 – POTENCIALIDADES E OPORTUNIDADES

Identificação	Vinculadas à produção
Programas governamentais estruturantes	Alguns programas institucionais são focados em dotar a agricultura familiar de melhor infraestrutura produtiva (como por exemplo, o PROINF), que

	possibilita o fortalecimento do processo produtivo e transporte dos produtos da agricultura familiar, melhorando a oferta.
Iniciativas governamentais estruturantes de processamento	Existem muitas pequenas agroindústrias sendo instaladas, e/ou já instaladas, com o objetivo de possibilitar o beneficiamento da produção e agregar valor aos produtos
Identificação	Vinculadas à comercialização
Existência de mercados potenciais	Apesar das exigências, todos os mercados são abertos para a agricultura familiar, sendo grande o numero de opções, tais como: redes de supermercados, indústrias de transformação, pontos comerciais, restaurantes e hotéis, redes sociais, mercado externo, dentre outros.
Existência de feiras livres	Quase todos os municípios do interior, em um ou mais dias da semana, realizam suas feiras gerando excelente oportunidade para escoamento da produção dos pequenos produtores.
Surgimento de novos modelos de negócios que focam na agricultura familiar	Surgimento de empresas sociais de comercialização de produtos da agricultura familiar que atuam como suporte para produtores e

	compradores.
Mercado de produtos orgânicos	É um mercado em franco crescimento, que pode ter uma grande fatia conquistada pela agricultura familiar, que facilmente se adequa ao modelo produtivo.
Comércio justo solidário	Pelas suas características, o comércio justo representa uma oportunidade que possibilita a criação de alternativas comerciais com potencial sustentável capaz de integrar diversas iniciativas do processo comercial comum, em um processo diferenciado, por levar em consideração aspectos dos direitos, da cultura e do meio ambiente.
Existência de feiras solidárias agroecológica	Iniciativas que tem gerado a oportunidade da comercialização direta para o consumidor final.
Aumento da consciência sobre a responsabilidade social das empresas privadas	As empresas privadas tem mostrado interesse e aberto espaço para comercialização de produtos oriundos da agricultura familiar, por meio de seus departamentos/programas de responsabilidade social corporativa.
Acesso aos programas institucionais	Embora ainda não aconteça de forma generalizada, já são muitos os empreendimentos da Agricultura Familiar que conseguem efetivar vendas contínuas para os programas governamentais, mantendo-os

	abertos e funcionais.
Certificação participativa	Iniciativas que possibilitam a certificação dos produtores em Agricultura Orgânica, de forma menos onerosa e mais simplificada, possibilitando a venda dos produtos com selo de livres de agrotóxicos.
Nível de aceitação dos produtos	O mercado, de maneira geral, é interessado em produtos que trazem o apelo de contribuírem para inclusão socioeconômica com sustentabilidade ambiental. Produtos produzidos sem uso de agrotóxicos ou técnicas agressoras à saúde e a natureza, comuns na agricultura familiar, são preferidos, desde que tenham qualidade e preços competitivos.
Identificação	Vinculadas à gestão
Organizações de apoio	Existem muitas organizações não governamentais sérias que estão interessadas em apoiar e fazer o setor ser devidamente reconhecido.
Associativismo e cooperativismo	Os modelos favorecem a participação coletiva, fortalecendo o processo organizacional, produtivo e gerando maiores volumes e vendas.
Existência de grupos de interesse localizados	São muitos os fóruns, comitês, conselhos, redes e colegiados integrados por empreendimentos

	familiares, que lutam para fortalecer os processos organizativos, produtivos e comerciais.
Identificação	Vinculadas a outras questões
Recursos naturais	A agricultura familiar, pelo seu pequeno porte, é a mais indicada para fazer proveito do uso racional dos recursos naturais, sejam eles abundantes ou restritos.

Fonte: (Consultoria Contratada)

3.3.1 Os Principais Canais de escoamento

A seguir destacamos, de forma sucinta os principais canais de escoamento potencialmente viáveis para a agricultura familiar, visto que estes temas serão detalhados com maior profundidade nos produtos futuros que serão posteriormente elaborados pela consultoria.

3.3.1.1 As feiras locais, regionais, nacionais e internacionais

Quando se busca acesso a mercados para a agricultura familiar não se pode ignorar o importante papel que as feiras, sejam elas locais, regionais, nacionais e até mesmo internacionais, representam em termos de escoamento da produção para este segmento. A decisão que levará a definir qual melhor opção no momento está diretamente ligada à capacidade de resposta dos produtores familiares às demandas do público alvo do evento.

Este canal permite o contato direto entre produtor e consumidor gerando entre eles valiosa troca de informações e experiências, eliminando a dependência de

atravessadores, permitindo que os produtores recebam um preço mais justo na venda do produto, melhorando dessa forma sua margem de lucro.

Algumas feiras são também oportunidades de contato com compradores nacionais e internacionais, que de outra forma teriam grandes dificuldades em contatar esses agricultores familiares devido a inúmeras razões, como por exemplo, distâncias geográficas, não existência um cadastro único de fornecedores, dificuldade de comunicação, dentre outros.

IMAGEM 1 – FEIRA SOLIDÁRIA AGROECOLÓGICA – AMARAJI/PE



(Foto: Moises Lima)

Uma estratégia que tem sido adotada e tem possibilitado os produtores se diferenciarem dentro das feiras, é a dedicação de espaços específicos para a exposição e venda dos produtos oriundos da agricultura familiar. Esta iniciativa é de extrema importância, pois torna possível que os consumidores sensibilizados para valorizar a produção da agricultura familiar, efetivem as compras desses produtos.

IMAGEM 2 – GALPÃO DA CECAFE – CEASA/RECIFE- ESPAÇO DESTINADO À
COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS DA AGRICULTURA FAMILIAR



(Foto: Moises Lima)

3.3.1.2 O comércio justo e solidário

A Economia Solidária, movimento no qual o comércio justo e solidário está inserido, é um fenômeno recente, mas tem ganhado cada vez mais espaço, se fortalecendo como uma alternativa de geração de trabalho e renda para aqueles que estão à margem dos mercados tradicionais da economia.

O Comércio Justo é uma proposta concreta de alternativa às relações comerciais atuais, nas quais o sistema global não viabiliza a inserção de pequenos produtores de

forma justa nos mercados, ficando os mesmos à mercê do poder econômico que regula e domina as regras do “livre comércio”¹ (RINCÓN, *et al*, 2005).

A consolidação dessa nova alternativa de inclusão e fortalecimento social tem ocorrido de forma gradual no Brasil, sendo possível identificar experiências por meio do Comércio Justo, que se apresentam como possibilidades para agricultores familiares acessar nichos específicos de mercado, tanto interno quanto externo, e um significativo incremento na renda desses produtores.

INFOGRÁFICO 5 – PRINCÍPIOS DO COMÉRCIO JUSTO



Fonte: Faces do Brasil (Criação: Igor F.Lima)

Mais do que a venda de produtos, o Comércio Justo e Solidário tem como objetivo a construção de relações justas e solidárias, promovendo os produtores como participantes das tomadas de decisões, por meio de princípios norteadores, tais como:

¹Teoria do economista britânico Adam Smith que defende a não intervenção governamental no comércio internacional, uma vez que esta intervenção diminui os benefícios potenciais do funcionamento do livre comércio entre as nações (GUIMARÃES, 2005).

transparência, valorização da mulher, preço justo, relações de longo prazo, produtos ambiental e socialmente responsáveis, dentre outros.

Ainda que desafiador, o comércio justo apresenta inúmeras vantagens para os agricultores familiares, destacando a relação de parceira de longo prazo que se estabelece entre compradores e produtores, uma vez que se entende que qualquer proposta que vise o desenvolvimento de uma comunidade, contemplando seu empoderamento, necessita considerar o fator tempo.

3.3.1.3 As empresas privadas comercializadoras convencionais

O crescimento da conscientização sobre as questões que envolvem o consumo, ainda que lentas, representam uma mudança de comportamento que pode beneficiar os agricultores familiares no Brasil. Conforme afirmado por Tenório (2006), o contexto atual aponta para uma gestão empresarial que tende a valorizar os produtos que são produzidos respeitando valores sociais, ambientais e culturais.

As empresas estão atentas a uma sinalização de que os consumidores estão se tornando mais exigentes em relação aos impactos das empresas sobre a sociedade, sendo influenciados em sua decisão de compra, por alguns fatores, tais como: não maltratar animais, ter boas relações com a comunidade, ter selo de garantia de boas condições de trabalho, ajudar no consumo de energia, dentre outros (BELINKY; MATTAR, 2013).

Por esta razão, as empresas estão mais abertas e propensas a incluir em seus portfólios, produtos e matérias-primas que tenham origem de agricultores familiares, adaptando suas operações de forma a se adequar às particularidades desse grupo de produtores, sendo realidade a existência de diversas experiências de negócios realizados entre estes atores.

Para fortalecer esse movimento é essencial fomentar as campanhas sobre o consumo consciente junto à sociedade civil, uma vez que o consumidor exerce grande influência sobre o mercado, e pode ser um ator que contribuirá para um processo mais rápido de adequação das empresas para esta questão.

Estes elementos podem agregar valor aos produtos, entretanto, é importante ter claro que o consumidor não tende a optar por um produto que é socialmente

responsável, se ele não atende às suas expectativas em termos de qualidade e preço. Portanto os produtos necessitam ter qualidade igual ou superior aos disponíveis nos mercados tradicionais e serem viáveis economicamente, sendo os aspectos sociais um adicional às suas qualidades.

Neste momento em que a temática da sustentabilidade tem ganhado mais destaque nas mídias, principalmente em função das questões climáticas, existe um espaço propício para promover campanhas junto aos consumidores que abordem a temática da sustentabilidade social, revelando como ela interfere na vida de cada indivíduo, bem como a responsabilidade de cada um na construção de um mundo mais inclusivo e justo para todos.

3.3.1.4 As empresas comercializadoras sociais

Existem atualmente no Brasil empresas sociais que são comercializadoras especializadas em apoiar os agricultores familiares em acesso a mercados, sejam eles nacionais ou internacionais, assessorando-os em todas as etapas do processo de comercialização, apresentando resultados significativos a um custo acessível para os compradores.

Estas empresas oferecem serviços de consultoria para organizações de suporte aos produtores, que vão desde a organização da produção até sua entrega para os clientes em suas cidades de destino, se responsabilizando por todas as etapas da comercialização, como por exemplo, o fechamento de câmbio, pagamento aos produtores e contratação de fretes.

Estas empresas não têm como objetivo principal o lucro, ainda que ele seja necessário, mas são movidas pelo impacto social que irão causar na sociedade. Muitas dessas empresas estão moldadas dentro dos princípios que regem o Comércio Justo, assegurando, desta forma, relações justas para os produtores e viáveis para os consumidores.

3.3.1.5 O mercado institucional de alimentos

Recentemente no Brasil, tem se constatado um significativo avanço nas oportunidades de comercialização de produtos da agricultura familiar por meio do mercado institucional, passando de experiências muitas vezes descontinuadas, a uma das melhores oportunidades em termos de acessibilidade para os produtores.

Estas iniciativas têm como objetivo ser instrumentos de inclusão socioeconômica, contribuindo para o desenvolvimento local sustentável, com a inclusão de gêneros alimentícios regionais, respeitando às tradições e cultura locais, proporcionando a adoção de hábitos alimentares saudáveis.

Apesar dessa mudança de cenário que se apresenta para o mercado institucional, os agricultores familiares tem o desafio de responder a uma demanda maior por agilidade em seus processos e melhor adequação de suas formas de organização e gestão.

Nota-se ainda que boa parte dos agricultores familiares tem conhecimento sobre os programas sem, contudo, ter o domínio das informações sobre quais são os critérios e procedimentos para fornecimento.

Entre as políticas públicas voltadas à comercialização, destacamos o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional da Alimentação Escolar (PNAE) que além do benefício criado para as famílias agricultoras, tem melhorado também o acesso da população a alimentos saudáveis, seja através das feiras e mercados ou por meio das instituições destinatárias dos produtos.

3.3.1.5.1 O PAA – programa de aquisição de alimentos

O PAA é uma das ações do Fome Zero, criado em 2003 cujo objetivo é garantir o acesso a alimentos em quantidade e regularidade necessárias às populações em situação de insegurança alimentar e nutricional.

O programa também visa cooperar para formação de estoques públicos de alimentos e permitir aos agricultores familiares armazenarem seus produtos para que sejam comercializados a preços mais justos, fortalecendo as redes de comercialização,

estimulando o associativismo e valorizando a produção orgânica e agroecológica de alimentos.

O PAA considera os preços dos produtos equivalentes aos praticados no mercado e dispensa a necessidade de licitação para aquisição de alimentos oriundos da agricultura familiar.

Os produtos adquiridos pelo programa são destinados às famílias em situação de vulnerabilidade social, equipamentos públicos de alimentação e nutrição (restaurantes populares, cozinhas comunitárias e Banco de alimentos) e para ações de alimentação empreendidas para o atendimento a entidades da rede socioassistencial.

São cinco as modalidades de compra efetivadas pelo programa: Compra direta, formação de estoques, PAA leite, doação simultânea e compra institucional.

O PAA é o primeiro programa de compras públicas com uma orientação exclusiva para a agricultura familiar, que por muito tempo permaneceram à margem das políticas públicas, incluídos as categorias de assentados da reforma agrária, trabalhadores rurais sem terra, acampados, quilombolas, agroextrativistas, famílias atingidas por barragens, comunidades indígenas e produtores familiares em condições especiais.

“O PAA melhorou a renda do agricultor em, pelo menos, 70%”. Rogério Laguardia – Associação dos Produtores Rurais e Agricultores Familiares de Sobradinho (ASPRAF) (PORTAL BRASIL, 2016).

Os valores anuais que cada órgão comprador pode adquirir, deve respeitar o valor máximo anual para aquisições de alimentos por meio da modalidade Compra Institucional, definido por unidade familiar, cooperativa ou por demais organizações formais da agricultura familiar. Cada família (unidade familiar) pode vender anualmente o montante total até R\$ 20.000,00 (vinte mil reais) para cada Órgão Comprador, independente de participarem de outras modalidades do PAA e do Programa Nacional de Alimentação Escolar - PNAE. Cada organização fornecedora pode vender por ano, respeitados os limites por unidade familiar, R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais) para cada órgão comprador. (FNDE, 2016).

Em 2013, de acordo com os dados disponibilizados pela CONAB (2014), as modalidades de Compra com Doação Simultânea (CDS), Compra Direta da Agricultura Familiar - CDAF e Apoio à Formação de Estoque pela Agricultura Familiar – CPR-

Estoque operacionalizadas pela Conab, juntamente com as despesas operacionais envolveram recursos da ordem de R\$ 245.194.601,10, sendo R\$ 225.454.697,94 em aquisições. O montante comercializado no ano de 2013, R\$ 224.517.124,45, possibilitou a operacionalização de 123.706 toneladas de alimentos produzidos por 41.412 famílias agricultoras pertencentes aos grupos do Pronaf.

TABELA 3 – EVOLUÇÃO DOS RECURSOS MDA/MDS APLICADOS NA AQUISIÇÃO DE PRODUTOS DO PAA DE 2003 A 2013.

ANO	TOTAL
2003	81.541.207,29
2004	107.185.826,34
2005	112.791.660,39
2006	200.667.394,34
2007	228.352.963,49
2008	272.929.438,86
2009	363.964.228,12
2010	379.735.466,39
2011	451.036.204,40
2012	586.567.130,50
2013	224.517.124,45
TOTAL	3.009.288.644,57

Fonte: (CONAB, 2014).

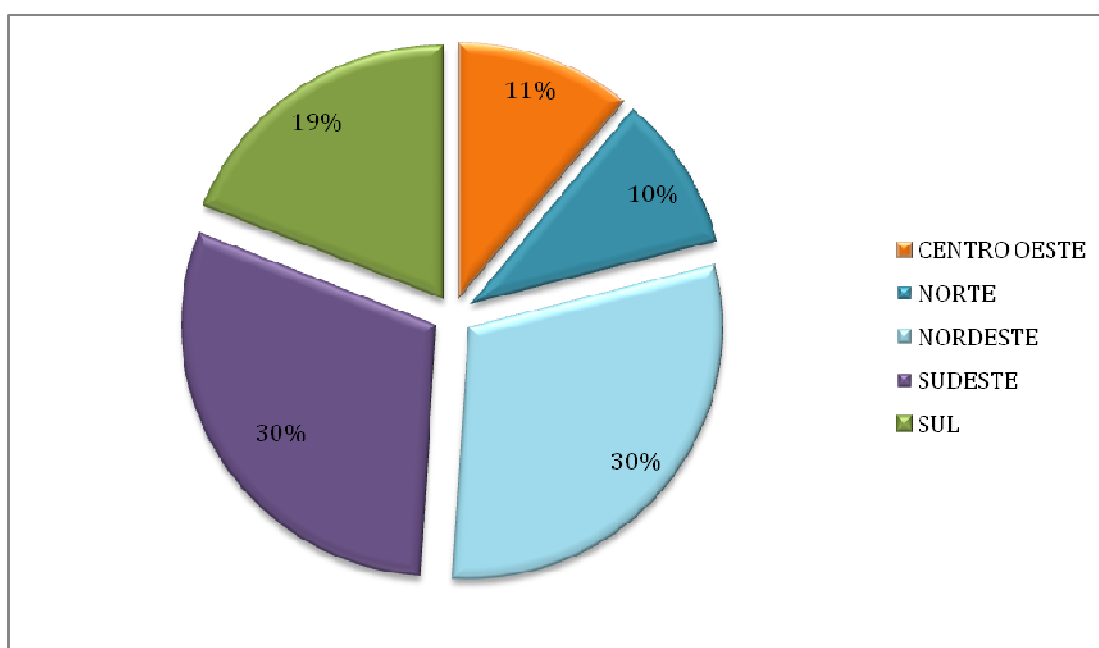
De 2003 a 2012 observa-se um crescente aumento no volume de recursos aplicados na aquisição de alimentos. A queda ocorrida em 2013 pode ser atribuída a diversos outros fatores, tais como a seca ocorrida no nordeste, redução de compra direta, envolvimento das Superintendências Regionais (deslocamento de funcionários que trabalham com PAA) no programa Venda em Balcão, redução da demanda de

Compra Direta, cancelamento da Formação de Estoque com liquidação física, remodelação dos normativos e outros fatores que somados culminaram neste desfecho.

Com o objetivo de retomar o crescimento do Programa, a Conab planeja a implantação de medidas de atualização dos normativos (MOC/NOC), a execução do Plano Nacional de Fiscalização e do Plano de Acompanhamento e Supervisão - PNAS, articulação para criação do Setor da Agricultura Familiar nas Superintendências Regionais dos estados, revelando a intenção de manutenção e expansão do Programa, beneficiando diretamente os agricultores familiares em todo território Nacional.

Uma das ações que contempla este objetivo já está em vigor. Trata-se da chamada pública, vigente até 04 de Novembro de 2016, por meio da qual o Governo Federal, via Ministério da Defesa, investirá R\$ 16,2 milhões na compra de 2847 toneladas de alimentos da agricultura familiar, sendo esta a maior aquisição – em um único edital na modalidade Compra Institucional do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), coordenado pelo Ministério do Desenvolvimento Social e Agrário (MDSA) (PORTAL BRASIL, 2016).

GRÁFICO 1 – DISTRIBUIÇÃO DOS RECURSOS DO PAA POR REGIÃO EM 2013

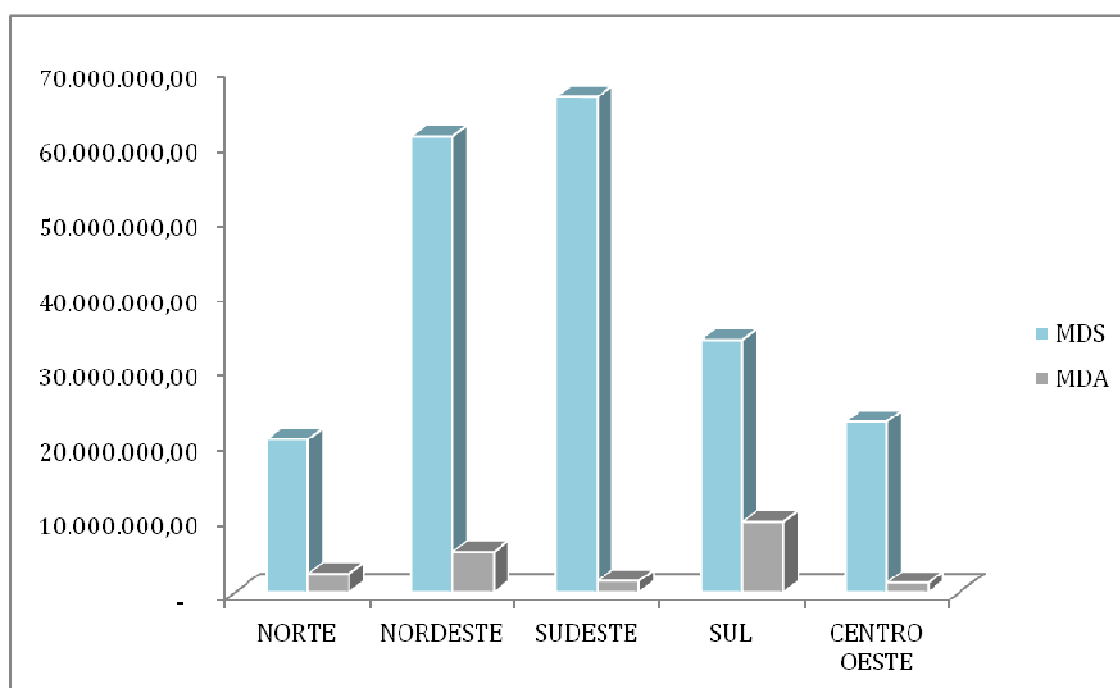


Fonte: (CONAB, 2014).

O gráfico 1 revela uma demanda variável pelo PAA, uma vez que cada região tem suas próprias características e termos de organização social local e acesso à informação por parte dos produtores ou de suas representações legais ao Programa, revelando a importância da disseminação das informações, como o passo a passo de como acessar ao PAA e demais programas, de forma a possibilitar que mais agricultores se beneficiem com esta oportunidade.

A região Nordeste se destaca juntamente com a região Sudeste, como sendo uma das regiões que mais receberam recursos no ano de 2013, para aquisição de alimentos no PAA:

GRÁFICO 2 - RECURSOS DO MDS E MDA APLICADOS POR REGIÃO EM 2013

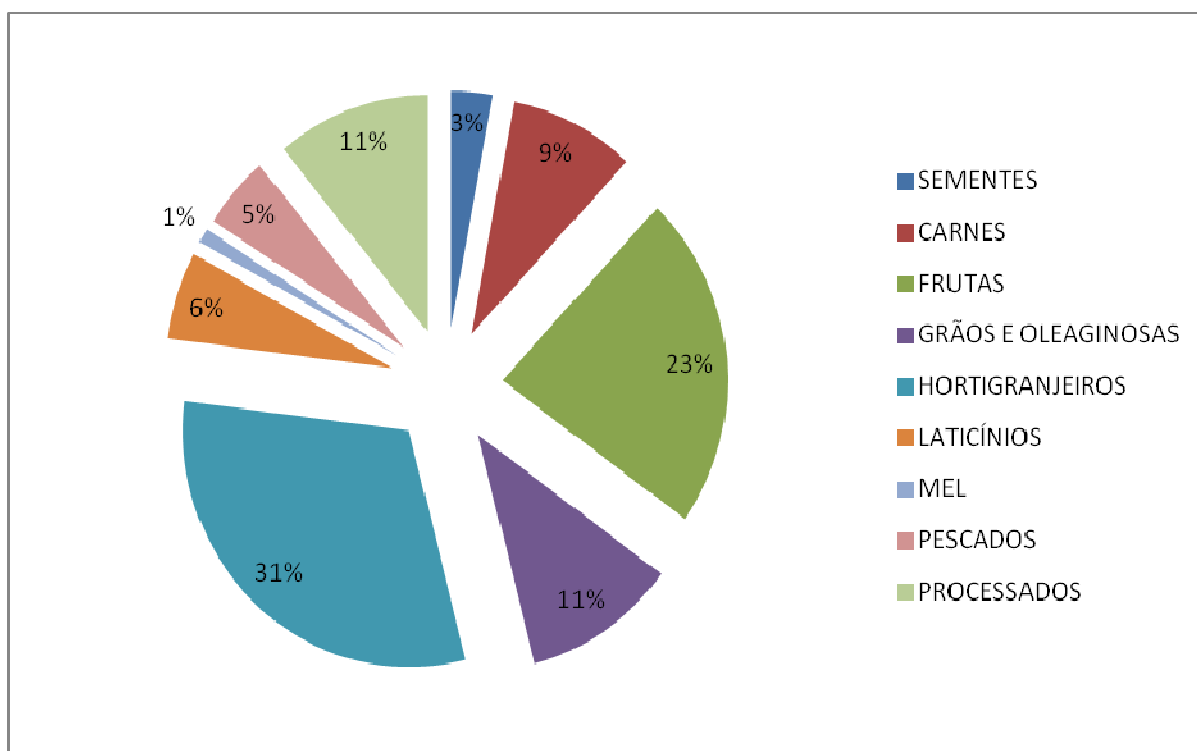


	NORTE	NORDESTE	SUDESTE	SUL	CENTRO OESTE
MDS	20.466.159,00	61.078.688,00	66.326.174,00	33.792.415,00	22.815.279,00
MDA	2.472.637,00	5.408.585,00	1.486.202,00	9.411.018,00	1.259.968,00

Fonte: (CONAB, 2014).

Um dos grandes desafios é listar quais os produtos mais demandados pelo PAA, isto porque cada região estabelece, de acordo com sua cultura local, quais alimentos serão consumidos, gerando uma grande diversificação que totaliza mais de 400 tipos de produtos desde 2003. Constantemente são incorporados nos produtos à proposta, como em 2013, no qual foram aderidos a amêndoa de cacau, o abacaxi e banana desidratados e o óleo de babaçu. O gráfico 5 apresenta as categorias de produtos fornecidos em 2013, sendo que muitos são produtos regionais, cujo objetivo ao serem adquiridos está associado a respeitar os hábitos alimentares locais e a vocação agrícola regional.

GRÁFICO 3 – CATEGORIA DE PRODUTOS PRODUZIDOS POR AGRICULTORES FAMILIARES E COMERCIALIZADOS ATRAVÉS DO PAA EM 2013



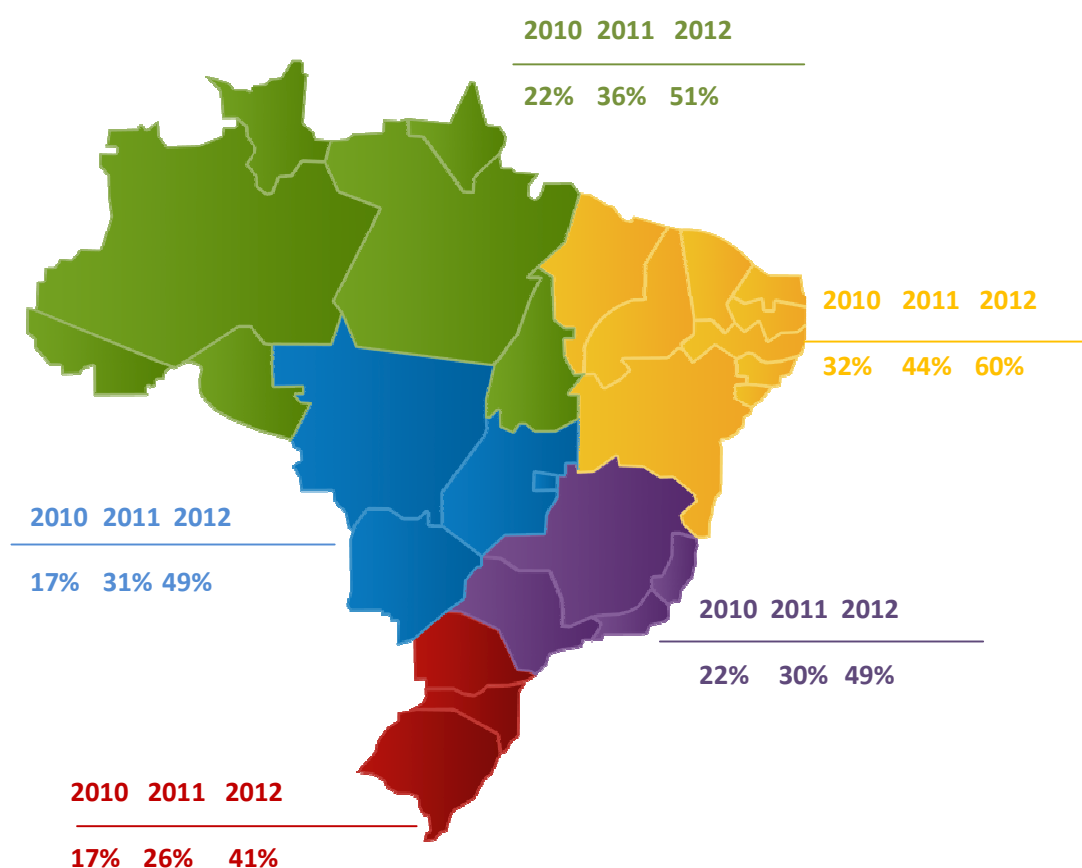
Fonte: (WPF, 2016).

Como se podem observar os hortigranjeiros e frutas foram os produtos mais adquiridos, chegando a uma soma total de 54%. Dos produtos comercializados se

destacaram em termos de quantidade a aquisição de arroz (12 milhões kg), banana (9.980 milhões kg) e raiz de mandioca (9.400 milhões kg).

O PAA também é destaque em seu objetivo de criar oportunidades para a participação das mulheres, valorizando e fortalecendo seu trabalho agrícola, por meio da aquisição de produtos tipicamente produzidos por mulheres, como olerícolas, panificados e agroindustrializados, sendo observada maior presença na modalidade de Compra com Doação Simultânea.

FIGURA 1 – EVOLUÇÃO RELATIVA DA PARTICIPAÇÃO DAS MULHERES NA MODALIDADE DE DOAÇÃO SIMULTÂNEA



Fonte: (WPF, 2016).

3.3.1.5.2 O PNAE – programa nacional de alimentação escolar

O PNAE é um programa do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação, que tem como objetivo atender às necessidades nutricionais dos alunos matriculados nas redes públicas de ensino, durante sua permanência na escola. O programa é pelas prefeituras, por meio das chamadas públicas, nas quais o produtor se compromete a entregar uma quantidade fixa de produtos por semana (WFP, 2016).

Por meio do PNAE, alunos das escolas públicas, filantrópicas e educação especial recebem um alimento de melhor qualidade, mais frescos, cujos cardápios contenham alimentos variados que respeitam a sazonalidade e os hábitos alimentares saudáveis.

Uma das diretrizes do PNAE orienta que no mínimo, 30% dos recursos do programa, recebidos via FNDE, deverão ser utilizados na compra de gêneros alimentícios oriundos da agricultura familiar e de empreendimentos familiares rurais, através de chamadas públicas de compra com dispensa de licitação.

Tal condição contribui para que os estados e principalmente os municípios possam utilizar o PNAE como política de apoio ao desenvolvimento sustentável da agricultura familiar, uma vez que reconhecem os produtos oriundos a agricultura familiar alimentos de qualidade, gerando oportunidades de escoamento de sua produção pagando preços adequados à realidade local e geração de emprego e renda com o dinheiro circulando na região.

Por outro lado, essa política inovadora traz também seus limites e dificuldades a serem superados, que permitirá aos agricultores familiares acessá-lo com resultados mais significativos, como por exemplo, as prefeituras que ainda não estão realizando as chamadas públicas, prevalecendo os processos licitatórios.

O limite para fornecimento do PNAE passou de R\$ 9.000,00 por ano para R\$ 20.000,00 em 2012. Em 2015, por meio da Resolução CD/FNDE nº 4, de 2 de abril de 2015, os 20 mil por ano, passou a ser por entidade por ano, ou seja, 20 mil x tantas entidades que conseguir entregar. Esta medida amplia o potencial deste canal de comercialização para o agricultor familiar (FNDE, 2016).

Uma das diversas reformulações ocorridas no PNAE, desde o ano de sua criação 1954 até 2003, foi considerar a alimentação escolar tendo um importante papel

na promoção e no crescimento do aluno, de forma a lhe proporcionar um bom rendimento escolar, refletindo no seu processo de aprendizagem e formação de hábitos alimentares saudáveis (WFP, 2016).

Para atingir estes objetivos da melhor forma possível, desde 2006, o PNAE passou a contar com nutricionistas que são os responsáveis técnicos do programa, sendo a eles atribuída a responsabilidade de planejamento dos cardápios estabelecendo a composição do que será servido aos alunos, programação do que deve ser adquirido de acordo com o cardápio que foi planejado, dentre outros. Os alimentos definidos por estes profissionais devem ser coerentes com os hábitos alimentares da localidade e com sua vocação agrícola, devendo suprir, no mínimo, 15% das necessidades nutricionais diárias dos alunos matriculados em creche, pré-escola e ensino fundamental. Para os alunos das escolas indígenas este percentual deve ser de, no mínimo, 30%.

Em razão dessa flexibilidade de composição dos cardápios em sintonia com os hábitos alimentícios locais e a diversidade cultural predominante de norte a sul do país, é difícil estabelecer uma lista de produtos mais adquiridos pelo programa. Entretanto é possível identificar a relevância do PNAE, uma vez que está presente em todos os estados e municípios do país, beneficiando um público consumidor de aproximadamente 45 milhões de alunos, durante 200 dias por ano (WFP, 2016).

TABELA 4 – RECURSOS DESTINADOS AO PNAE E ALUNOS ATENDIDOS

Ano	Recursos financeiros (em milhões de R\$)	Alunos atendidos (em milhões)
1995	590	33,2
1996	454	30,5
1997	673	35,1
1998	785	35,3
1999	872	36,9
2000	902	37,1
2001	920	37,1

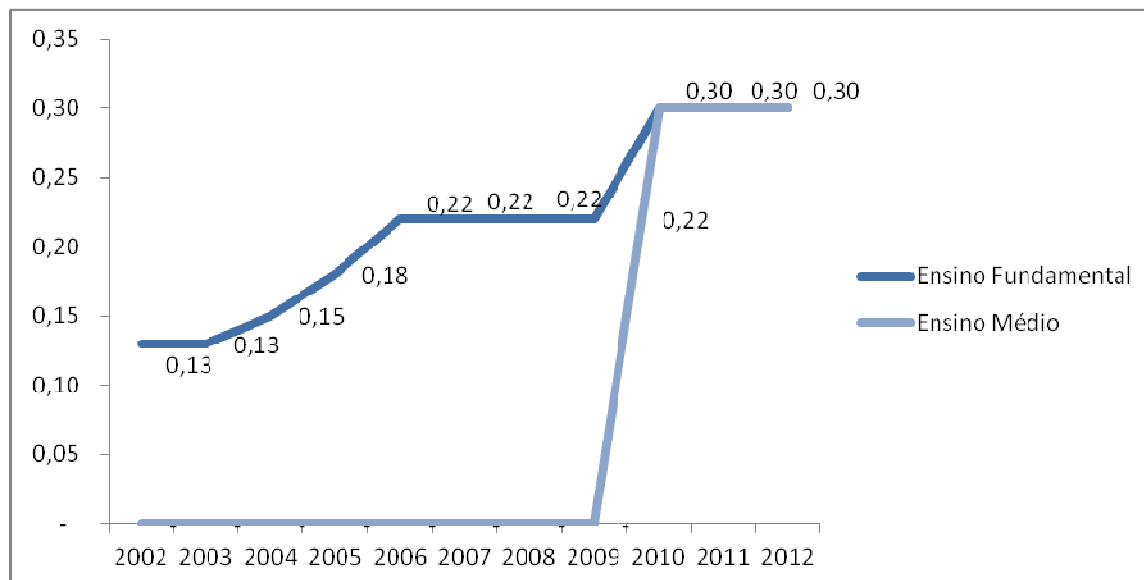
2002	849	36,9
2003	954	37,3
2004	1025	37,8
2005	1266	36,4
2006	1500	36,3
2007	1520	35,7
2008	1490	34,6
2009	2013	47,0
2010	3034	45,6
2011	3051	44,4
2012	3306	43,1

Fonte: (WFP, 2016).

Os dados da tabela 2 demonstram a evolução expressiva do programa desde 1995 até o ano de 2012, na qual é possível identificar o aumento de quase 30% no número de beneficiários e mais de 400% nos recursos destinados ao PNAE, revelando uma oportunidade de escoamento de produtos crescente para os agricultores familiares.

Estes valores também podem ter sofrido influência dos reajustes dos valores Per Capita da Alimentação Escolar, conforme tabela 01. O reajuste, até o ano de 2010, foi de 130% para o ensino fundamental, estabelecendo um valor per capita/dia de R\$ 0,30. Os reajustes continuaram nos anos seguintes, entretanto em menor intensidade.

GRÁFICO 4 – EVOLUÇÃO DO VALOR *PER CAPITA* DA ALIMENTAÇÃO ESCOLAR 2002-2012 (EM R\$)



Fonte: (WFP, 2016).

Em 2009, foi feito um novo redesenho no programa, no qual se incorporou o fornecimento de alimentos por parte dos agricultores familiares, com a aprovação de lei que determinou que os 30% dos recursos federais investidos no Programa, devem ser destinados à compra de alimentos de agricultores familiares.

Aplicando esta regra ao orçamento total do Programa em 2015, que foi de mais de R\$ 3,8 bilhões (FNDE, 2016), podemos identificá-lo como um dos mais importantes programas em termos de injeção de recursos na agricultura familiar, uma vez que este percentual de 30% significa R\$ 1,14 bilhão.

Em função dos diversos desafios apontados nesse estudo em termos de regularidade e volume de produção da agricultura familiar, superá-los se torna fundamental para se tornar fornecedor do PNAE, além de demandar uma maior capacidade de gestão e organização dos agricultores.

Apesar de todos os desafios, O PNAE, juntamente com o PAA representa um mercado potencial e real para os agricultores familiares, uma vez que se apresentam como “ponte entre a produção dos agricultores familiares e uma demanda previsível – como escolas, instituições de assistência social e hospitais” (WFP, 2016).

4 EXPERIÊNCIAS EXITOSAS - EXEMPLOS DE EXPLORAÇÃO DOS PRINCIPAIS CANAIS DE ACESSO

Abaixo listamos 4 casos de escoamento da produção dos pequenos produtores em diferentes canais de comercialização, inspiradores de sucesso, que demonstram as diversas oportunidades que os mercados apresentam, sendo plenamente possível os agricultores familiares acessá-las de forma regular, com resultados comerciais significativos.

CASO 1 – EMPRESA SOCIAL X PARCERIA COM O BOTICÁRIO – BONEQUINHAS SOLIDÁRIAS

IMAGEM 5 – CAMPANHA BONEQUINHAS SOLIDÁRIAS – O Boticário

A Visão Mundial, ONG internacional de ajuda humanitária sediada no Brasil desde 1975, em parceria com Banco Interamericano de Desenvolvimento, desenvolveu um projeto piloto de extremo sucesso e inovador, como foco na comercialização de produtos da agricultura familiar. A iniciativa da parceria foi a criação de uma empresa comercializadora Social, denominada Ética, com a



Fonte: (VISÃO MUNDIAL, 2006).

finalidade de possibilitar aos pequenos produtores terem acesso aos mais diversos mercados, nacionais e internacionais, de forma segura e competitiva. Com formato jurídico de empresa limitada, mas estatutariamente gerida sem fins lucrativos, a

empresa foi criada e desenvolvida para ser uma ponte entre o produtor e o comprador, atuando de acordo com os princípios do comércio justo e solidário.

Entre as muitas negociações exitosas, com colocação nos mercados nacionais e internacionais dos mais diversos produtos da agricultura familiar, tais como frutas, mel, castanha, hortaliças, artesanato, dentre outros. Reportaremos aqui a experiência exitosa da parceria com a empresa privada O Boticário, que possibilitou a comercialização de milhares de Bonequinhas Solidárias, produzidas por um grupo de aproximadamente 100 mulheres na cidade de Gravatá, Pernambuco.

A Ética foi responsável por organizar a produção junto ao grupo produtivo de forma a atender a grande demanda por parte do O Boticário, uma vez que se trata de uma rede de franquias presente em todo o território nacional, e cada franqueado enviaria seus pedidos de forma individual, necessitando de uma central que pudesse atender a estes clientes e encaminhar suas solicitações junto aos grupos produtivos. A participação da comercializadora no processo foi fundamental para viabilizar toda a operação entre o grupo de mulheres produtoras e O Boticário, desde o acompanhamento da produção até a efetiva entrega do produto em cada loja do grupo.

CASO 2 – IMPORTADORA DE COMÉRCIO JUSTO – BARBOSA FAIR TRADE

Ao longo dos últimos anos, tem-se visto a organização de importadores voltados para aquisição de produtos oriundos da agricultura familiar, como forma de proporcionar a estes produtores acesso a canais de distribuição que adotam os princípios do Comércio Justo, estabelecendo uma relação de parceria a longo prazo com estes produtores.

Um desses importadores é a Barbosa Fair Trade, uma organização holandesa, que desde 2002 desenvolve um trabalho junto a grupos de pequenos produtores brasileiros, inserindo seus produtos em mais de 3000 lojas de Comércio Justo na Holanda, Luxemburgo e Bélgica.

IMAGEM 3 – IMPORTADORA BARBOSA FAIR TRADE (Frieda Lommerts) EM RODADA DE NEGÓCIOS COM ARTESÃ (Tânia) EM CARUARU/PE.



(Foto: Fabiana Dumont).

O trabalho desenvolvido pela Barbosa FT vai além da compra de produtos, sendo firmada uma parceria comercial na qual os produtores recebem informações sobre as demandas de mercado, tendências de produtos e recursos para se investir na capacitação dos produtores. Ao longo de mais de 15 anos atuando no Brasil, a Barbosa FT importa em média 3 containers de produtos/ano, principalmente artesanato de diversos estados brasileiros, possibilitando, em média, 25 grupos de pequenos produtores a cada embarque, com uma perspectiva de crescimento do mercado nos próximos anos.

Para selecionar os produtos a Barbosa realiza ao menos duas rodadas de negócios por ano, e já sinalizou que possui uma expectativa de comprar um volume correspondente a R\$ 250.000,00 por ano em produtos brasileiros, não focando somente

no artesanato, mas sua expectativa é introduzir produtos alimentícios típicos, como a goiabada e outros.

Para que as importações sejam economicamente viáveis, a Barbosa FT estabelece uma parceria com um parceiro local que se responsabiliza pelo acompanhamento da produção junto aos grupos produtivos, logística de embarque, documentação, câmbio, dentre outros.

CASO 3 - PROGRAMA CARAS DO BRASIL – GRUPO PÃO DE AÇÚCAR

IMAGEM 4 – DISPLAY PÃO DE AÇÚCAR – LOLA AV. ROSA E SILVA – RECIFE/PE



(Foto: Moisés Lima).

Iniciativas voltadas para inserção de produtos da agricultura familiar tem crescido também em meio a empresas privadas, como é o caso do Programa Caras do Brasil, do Grupo Pão de açúcar, que desde 2002 disponibiliza espaço específico nas

prateleiras de suas lojas para “produtos elaborados por grupos e organizações que defendem o meio ambiente e lutam contra os problemas sociais.”

Por meio deste Programa, o Grupo Pão de Açúcar visa contribuir para que os agricultores familiares possam vencer um de seus maiores desafios, que é a comercialização, servindo de ponte entre estes produtores e consumidores, ao mesmo tempo em que espera chamar a atenção de governos e organismos nacionais e internacionais, de forma a se envolverem em ações que também beneficiem estes produtores.

Com o objetivo de Colaborar para o desenvolvimento das organizações fornecedoras, e viabilizar as operações para este público, o GPA disponibilizar condições comerciais especiais, nas quais os pequenos produtores tem um prazo de pagamento diferenciado dos fornecedores convencionais, sendo de 10 dias úteis (PAUTA.COM, 2013).

Os volumes de produção também são respeitados. Caso os produtores não consigam fornecer toda a demanda por parte da rede, não perdem os pedidos e recebem, caso desejem, apoio para crescer e aumentar sua capacidade produtiva (PAUTA.COM, 2013).

Para se tornar um fornecedor, os produtores se cadastram via site e aguardam um contato de um assessor do Programa, que irá avaliar se os produtos e produtores atendem às exigências para elegibilidade de fornecimento via Caras do Brasil.

Atualmente são mais de 70 fornecedores, localizados nas regiões Norte, Nordeste, Centro Oeste, Sul e Sudeste, que juntas beneficiam diretamente mais de 40.000 pessoas (CARAS DO BRASIL, 2016).

Os produtos são variados, citando como exemplo: geleias, chás, mel, banana passa, castanha de baru, cestarias diversas, jogos americanos, peças em cerâmica, dentre outros.

CASO 4 - ASSENTAMENTO NORMANDIA – CARUARU/PE

IMAGEM 5 – UNIDADE DE BENEFICIAMENTO DO ASSENTAMENTO NORMANDIA



Fonte: (Internet, 2016).

Símbolo de luta e resistência do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra em Caruaru, no Agreste Central de Pernambuco, tendo registrado em sua história cinco ordens de despejo, o Assentamento Normandia foi oficialmente reconhecido como tal em novembro 1997.

Atualmente com 41 famílias assentadas e uma população em torno de 145 pessoas, o Assentamento aplica o modelo de agricultura familiar e da agroecologia, fazendo um contraponto ao modelo agronegócio e da agricultura tradicional.

No assentamento, há cultivo de macaxeira, inhame, abóbora e milho, além da criação de caprinos para corte. Dispõe de uma unidade de processamento, beneficiamento, envasamento e venda de carnes e produtos agrícolas para região, onde trabalham 18 pessoas, sendo 15 mulheres e apenas 3 homens.

De acordo com Mauricéia, trabalhadora e gestora da agroindústria do assentamento, embora os produtos sejam comercializados de várias formas, desde a venda direta ocasional, venda para Diocese de Caruaru, comerciantes e supermercados locais, dentre outros, a forma mais interessante de escoamento da produção se dá por meio da venda para os programas institucionais (PNAE e PAA), atendendo todas as exigências e superando as dificuldades burocráticas dos processos.

“É muito vantajosa a venda para os programas governamentais, em razão de serem vendas contínuas, o ano todo, com preço garantido e segurança do recebimento”, enfatiza Mauricéia.

Em cumprimento ao que determina a lei 11.947/2009, a prefeitura do município utiliza 30% dos insumos da merenda escolar na aquisição de produtos oriundos da agricultura familiar e o Assentamento Normandia fornece boa parte desse volume. Mauricéia afirma que, inicialmente, nas primeiras entregas dos produtos para a merenda escolar, até as próprias cozinheiras (merendeiras) das escolas tiveram resistência na aceitação dos produtos, porque eles chegavam sem a qualidade desejada, mas que com o processo de beneficiamento e melhoramento nas embalagens dos diversos produtos, os obstáculos foram vencidos e hoje os produtos são plenamente aceitos sem a menor restrição.

O produto de maior importância em volume de venda é a carne, que representa 80% das vendas do Assentamento, vindo depois produtos como macaxeira, abóbora e inhame.

Apesar dos desafios que ainda existem no processo de comercialização, o Assentamento Normandia é um exemplo exitoso, que demonstra que quando devidamente organizados e estruturados os agricultores familiares são totalmente capazes de responder com eficiência as exigências dos mais diversos mercados, especialmente os institucionais.

Estas iniciativas são uma breve amostra dos resultados comerciais possíveis de serem alcançados, revelando que as barreiras e desafios anteriormente relacionados não significam a inviabilidade do agricultor familiar em acessar mercados. Na verdade, elas demonstram que ao tomar conhecimento dos reais entraves que os impendem de acessar aos mercados, os agricultores familiares e órgãos de apoio ao segmento estarão melhor preparados para traçar estratégias eficazes em sua resolução, podendo alcançar os mesmos ou melhores resultados que os listados nos casos exitosos acima.

5 CONCLUSÃO

Considerando os dados levantados neste documento pode-se concluir que a agricultura familiar brasileira desempenha atualmente importante papel na estabilidade econômica do país, saindo de um passado recente, na qual era tida como uma atividade meramente para subsistência para uma atividade fortemente reconhecida por sua capacidade de fixação das populações no campo, garantir a geração de milhões de empregos e renda nas zonas rurais, além de dar significativa contribuição para preservação ambiental e possibilitar a produção de alimentos saudáveis e de qualidades.

Uma das características da agricultura familiar é ser extremamente diversificada, incluindo desde famílias que vivem e exploram minifúndios em condições de extrema pobreza até famílias de produtores que já alcançaram capacidade produtiva do moderno agronegócio, e assim, conseguem auferir margens de lucro aos seus negócios muito superiores a denominada linha da pobreza.

Consciente da capacidade da agricultura familiar em proporcionar inclusão social, preservação ambiental, conter o êxodo rural, dentre outros, o Governo Federal passou a desenvolver políticas específicas para fortalecer e desenvolver este segmento, cujos resultados já podem ser percebidos e medidos, evidenciando os importantes avanços alcançados.

Entretanto, por mais que seja notória a mudança ocorrida na agricultura familiar do Brasil, refletida em seu reconhecimento e valorização, é senso geral que a questão da comercialização ainda merece especial atenção.

O estudo revelou muitos desafios a serem superados que influenciam diretamente a capacidade do agricultor familiar em responder às demandas de mercado: falta de informações sobre possíveis mercados, como levar os produtos do local de produção a outros mercados, baixa escala produtiva, atingir padrões de qualidade demandados pelos mercados, dentre muitos outros aqui citados.

Entretanto, conforme demonstrado, são variadas e consistentes as oportunidades existentes, bem como as potencialidades, que quando devidamente exploradas, podem fazer grande diferença na qualidade de vida de todas as comunidades que dependem da agricultura familiar.

Sem dúvida, a alternativa das compras governamentais tem possibilitado desencadear um processo de organização da produção familiar e desempenhado importante papel na provisão de novos espaços de comercialização e geração de renda, se apresentando como uma das melhores oportunidades de escoamento da produção do agricultor familiar.

O acesso a mercados é sem dúvida fator fundamental para consolidar o processo de sustentabilidade econômica dos empreendimentos do setor, tendo consciência que ainda há muito a ser feito para que a agricultura familiar supere este grande entrave e esteja presente de forma competente nos diversos mercados existentes no Brasil e/ou exterior, tanto os institucionais como os privados, numa rotina dominada e executada pelos pequenos produtores e seus apoiadores.

Neste sentido esta consultoria, através deste trabalho inicial e dos demais a serem elaborados, intenciona ser contributiva e auxiliar na superação deste desafio para os Projetos apoiados pelo FIDA no Brasil.

6 REFERÊNCIAS

BELINKY, Aron; MATTAR, Helio. Pesquisa Akatu 2012. **Rumo à sociedade do bem-estar**: assimilação e perspectivas do consumo consciente no Brasil - Percepção da responsabilidade social empresarial pelo consumidor brasileiro. São Paulo: Instituto Akatu, 2013. Disponível em: <<http://www.akatu.org.br/pesquisa/2012/PESQUISAAKATU.pdf>>. Acesso em: 3 set. 2016.

CARAS DO BRASIL. Disponível em: <http://www.carasdobrasil.com.br/>. Acesso em 10 out. 2016.

CONAB – Companhia Nacional de Abastecimento, 2014. Programa de Aquisição de Alimentos – PAA. Resultado das ações da conab em 2013. Disponível em: http://www.conab.gov.br/OlalaCMS/uploads/arquivos/14_02_18_14_25_08_sumario_executivo_12.pdf. Acesso em 17 out. 2016.

DUMONT, Fabiana. **Análise do processo de comercialização de produtos artesanais de comércio justo para o mercado nacional e internacional**. Dissertação, Universidade de Pernambuco, Recife, 2015.

EMBRAPA. **Agricultura Familiar no Brasil**, 2014. Disponível em: <https://www.embrapa.br/aiaf-14-agricultura-familiar-no-brasil>. Acesso em 25 de Agosto de 2016.

FAO/INCRA. **Diretrizes de política agrária e desenvolvimento sustentável**. Brasília, 24 p. nov. 1994. Disponível em: <https://www.bdpa.cnptia.embrapa.br/busca?b=ad&id=692077&biblioteca=vazio&busca=autoria:%22FAO%20/%20INCRA%22&qFacets=autoria:%22FAO%20/%20INCRA%22&sort=&paginacao=t&paginaAtual=1>. Acesso em 07 Set. 2016.

FNDE, 2016. **AQUISIÇÃO DE PRODUTOS DA AGRICULTURA FAMILIAR PARA A ALIMENTAÇÃO ESCOLAR**. 2ª edição - versão atualizada com a Resolução CD/FNDE nº 04/2015. Disponível em [file:///C:/Users/FABIANA/Downloads/pnae_manual_aquisicao-de-produtos-da-agricultura-familiar_2_ed%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/FABIANA/Downloads/pnae_manual_aquisicao-de-produtos-da-agricultura-familiar_2_ed%20(1).pdf). Acesso em 25 out. 2016.

GUIMARÃES, Maria Helena. **Economia política do comércio internacional: teorias e ilustrações**. São João do Estoril, Cascais. Principia - Publicações Universitárias e Científicas, 2005.

IBGE. **Censo agropecuário de 2006: Resultados Preliminares**. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=749>. Acesso em 22 Ago. 2016.

_____. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2007**. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2007/graficos_pdf.pdf. Acesso em 09 Set. 2007.

LIMA, Suzana M. V. **Juventude Rural e as Políticas e Programas de Acesso à Terra no Brasil: Recomendações para Políticas de Desenvolvimento para o Jovem Rural / Suzana Maria Valle Lima ... [et al.]. -- Brasília: MDA, 2013. 184p.; 19,6 x 16,7 cm. – (NEAD Estudos; 25).**

MDA/SAF. **Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural**. Brasília, 2004. Disponível em: http://www.mda.gov.br/sitemda/sites/sitemda/files/user_arquivos_64/Pnater.pdf. Acesso em 08 set. 2006.

PAUTA.COM. Programa Caras do Brasil abre Inscrições para novos fornecedores. 2013. Disponível em: <http://www.pautacom.com.br/?p=2565>. Acesso em 10 de out.2016.

PLANALTO. **Decreto no. 7.352**, de 4 de novembro de 2010. Dispõe sobre a política de educação do campo e o Programa Nacional de Educação na Reforma Agrária - PRONERA. Diário Oficial, Brasília, DF, 04 nov. 2010. Seção 1, p. 1. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/decreto/d7352.htm. Acesso em 12 Set. 2016.

PORTAL BRASIL, 2016. **Governo investirá 16,2 milhões na compra de alimentos da agricultura familiar**. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2016/10/governo-investira-r-16-2-milhoes-na-compra-de-alimentos-da-agricultura-familiar>. Acesso em 24 out. 2016.

_____. **Agricultores familiares terão mais acesso a crédito para Safra 2012/2013**, 2012. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2012/09/agricultura-familiar-tera-mais-acesso-ao-credito-rural-para-a-safra-2012-2013>.

_____. **Sistema S é forte aliado do empresário na capacitação de trabalhadores**. 2012. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/educacao/2012/02/sistema-s-e-estrutura-educacional-mantida-pela-industria>. Acesso em 12 set. 2016.

_____. **Agricultores familiares terão mais acesso a crédito para Safra 2012/2013**, 2012. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2012/09/agricultura-familiar-tera-mais-acesso-ao-credito-rural-para-a-safra-2012-2013>.

RINCÓN, Jorge; DE PAULA, Juarez; MACHADO, Louise Alves. VIEIRA, Alzira. **Termo de referência Sebrae para o comércio justo**. Brasília: Sebrae, 2005.

TENÓRIO, Guilherme Fernando, (org.). **Responsabilidade social empresarial: teoria e prática**. 2. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

WFP – Centro de Excelência Contra a Fome, 2016. **Abastecimento alimentar e compras públicas no Brasil: um resgate histórico 1**. Série Políticas Sociais e de Alimentação. Disponível em: https://www.dropbox.com/s/oml5noixy6e12om/Estudo1_Historico_lowres.pdf?dl=0. Acesso em 17 Out. 2016.

_____, 2016. **Escala de Compras Públicas de Alimentos no Brasil 3**. Série Políticas sociais e de Alimentação. Disponível em: https://www.dropbox.com/s/qhnznmbdh6ea1ih/Estudo3_escala_lowres.pdf?dl=0. Acesso em 18 de Out. 2016.

7 ANEXO I

POLÍTICAS PÚBLICAS E PROGRAMAS INSTITUCIONAIS DE FOMENTO À AGRICULTURA FAMILIAR

1 A QUESTÃO DO CRÉDITO

1.1 O PRONAF

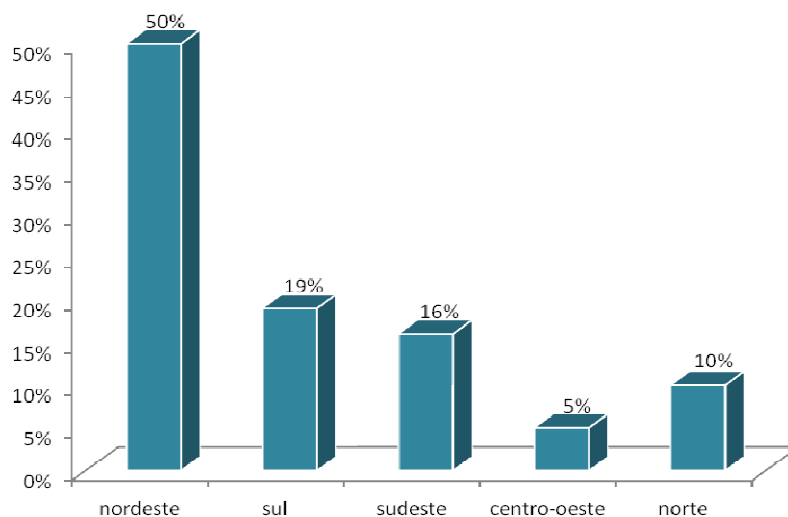
Em 1995 o governo federal, com o objetivo de atender às demandas dos agricultores familiares, reivindicadas principalmente pelas organizações dos trabalhadores rurais, criou por meio da Resolução n. 2.191 do Banco Central do Brasil o Programa Nacional de fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), o qual foi instituído em 1996, pelo Decreto n. 1.946, vindo a se tornar a mais importante iniciativa governamental criada e focada na intencionalidade de responder as reivindicações da agricultura familiar brasileira.

Em face do próprio porte do PRONAF, são muitos os desafios ainda a serem superados, podendo se afirmar que um dos mais importantes é proporcionar uma distribuição de recursos mais equilibrada entre as regiões Sul, Nordeste e Norte.

Desde seu início, o Programa apresenta dificuldades em equilibrar o número de contratos firmados de forma proporcional com o número de estabelecimentos da agricultura familiar por região. Por exemplo, em 2012 os dados demonstram que a região Sul respondeu por 32,74% dos contratos totais, ficando a região Nordeste com 45,48% dos contratos.

Apesar de a região Nordeste ter em percentuais um número de contratos fechados mais elevado do que a região sul, quando se compara estes números com a presença de estabelecimentos da agricultura familiar por regiões brasileiras, ficam evidenciados os desequilíbrios da falta de proporcionalidade, uma vez que a região Nordeste representa 50% do total destes estabelecimentos no país, enquanto a região sul detém 19%, seguida pela região Sudeste com 16%, região Norte com 10% e a Centro-Oeste 5%, conforme gráfico 1.

GRÁFICO 1- DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS POR REGIÃO



Fonte: EMBRAPA (2014)

Com objetivo de oferecer crédito agrícola a taxas subsidiadas, visto que até então agricultores familiares eram negligenciados, o programa passa a possibilitar que pequenos produtores tenham garantidos recursos para investimento e custeio, desde que enquadrados nos seguintes pré-requisitos estabelecidos:

- a) propriedade cuja direção da unidade produtiva é exercida pela família;
- b) área da propriedade não ultrapassando quatro módulos fiscais;
- c) utilização da mão de obra familiar superior à contratada, sendo a propriedade dos meios de produção pertencentes à família (FAO/INCRA, 1996, p. 4).

Desde sua instituição o Pronaf tem beneficiado milhares agricultores, pescadores artesanais, aquicultores, extrativistas, indígenas e membros de comunidades remanescentes de quilombos.

Segundo dados do MDA, o programa ao longo de dez safras teve aumento de recursos da ordem de mais de 400%, (PORTAL BRASIL, 2012) tendo registrado atualmente mais de 3,5 milhões de contratos, com crédito para custeio e investimento, nas suas diversas formas de atuação, conforme descritas abaixo:

1.1.1 Pronaf Custeio

Destina-se ao financiamento das atividades agropecuárias e de beneficiamento ou industrialização e comercialização de produção própria ou de terceiros.

1.1.2 Pronaf Mais Alimentos – Investimento

Destinado ao financiamento da implantação, ampliação ou modernização da infraestrutura de produção e serviços agropecuários ou não agropecuários, no estabelecimento rural ou em áreas comunitárias rurais próximas.

1.1.3 Pronaf Agroindústria

Linha para o financiamento de investimentos, inclusive em infraestrutura, que visam o beneficiamento, o processamento e a comercialização da produção agropecuária e não agropecuária, de produtos florestais e do extrativismo ou de produtos artesanais e a exploração de turismo rural.

1.1.4 Pronaf Agroecologia

Linha para o financiamento de investimentos dos sistemas de produção agroecológicos ou orgânicos, incluindo-se os custos relativos à implantação e manutenção do empreendimento.

1.1.5 Pronaf Eco

Linha para o financiamento de investimentos em técnicas que minimizam o impacto da atividade rural ao meio ambiente, bem como permitam ao agricultor melhor convívio com o bioma em que sua propriedade está inserida.

1.1.6 Pronaf Floresta

Financiamento de investimentos em projetos para sistemas agroflorestais, exploração extrativista ecologicamente sustentável, plano de manejo florestal,

recomposição e manutenção de áreas de preservação permanente e reserva legal e recuperação de áreas degradadas.

1.1.7 Pronaf Semiárido

Linha para o financiamento de investimentos em projetos de convivência com o semiárido, focados na sustentabilidade dos agroecossistemas, priorizando infraestrutura hídrica e implantação, ampliação, recuperação ou modernização das demais infraestruturas, inclusive aquelas relacionadas com projetos de produção e serviços agropecuários e não agropecuários, de acordo com a realidade das famílias agricultoras da região semiárida.

1.1.8 Pronaf Mulher

Linha para o financiamento de investimentos de propostas de crédito da mulher agricultora.

1.1.9 Pronaf Jovem

Financiamento de investimentos de propostas de crédito de jovens agricultores e agricultoras.

1.1.10 Pronaf Custeio e Comercialização de Agroindústrias Familiares

Destinada aos agricultores e suas cooperativas ou associações para que financiem as necessidades de custeio do beneficiamento e industrialização da produção própria e/ou de terceiros.

1.1.11 Microcrédito Rural

Destinado aos agricultores de mais baixa renda, permite o financiamento das atividades agropecuárias e não agropecuárias, podendo os créditos cobrirem qualquer demanda que possa gerar renda para a família atendida. Créditos para agricultores

familiares enquadrados no Grupo B e agricultoras integrantes das unidades familiares de produção enquadradas nos Grupos A ou A/C, grupos esses caracterizados segundo a faixa de renda registrada na Declaração de Aptidão (DAP).

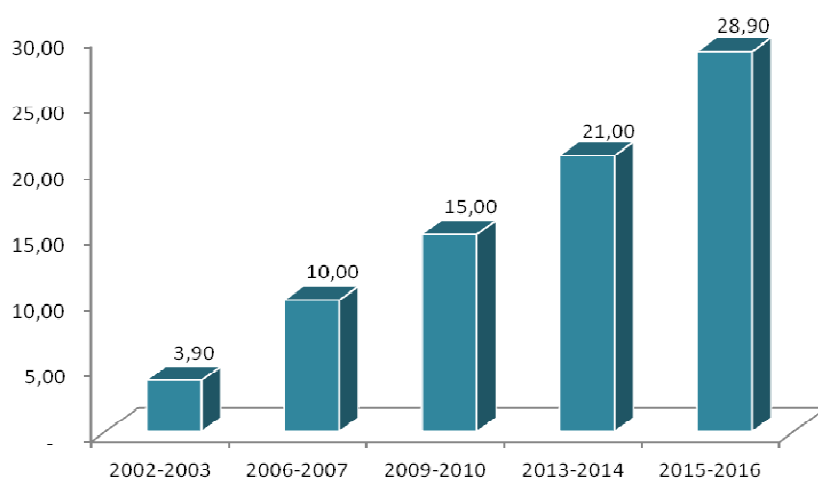
Desde 2003, o Ministério do Desenvolvimento Agrário colocou em vigência o Plano Safra da Agricultura Familiar, que conforme o calendário, atua no período de julho a junho do ano seguinte. O Plano Safra, com seu conjunto de políticas públicas, adotou medidas como objetivo de possibilitar o aumento de renda, a inovação e tecnologia, estímulo à produção de alimentos, com proteção da renda.

Segundo o MDA, até a safra de 2013/2014, a renda da agricultura familiar cresceu 52%, representando 33% do Produto Interno Bruto (PIB) Agropecuário e empregando 74% da mão de obra do campo.

No Plano Safra 2015/2016, a agricultura familiar teve um investimento recorde da ordem de R\$ 28,9 bilhões pelo Pronaf, tendo sido mantidas as baixas taxas de juros que variam entre 2% e 5,5%. Para a região do Semiárido, os juros ficaram ainda menores, entre 2% e 4,5%.

Comparando com a safra 2002/2003, observa-se que houve significativa evolução dos valores para financiamentos da agricultura familiar no período, conforme demonstra o gráfico 2 abaixo.

GRÁFICO 2 – EVOLUÇÃO DOS PLANOS SAFRA – EM BILHÕES DE REAIS



Fonte: MDA

Apesar dos investimentos feitos que reconhecidamente tenham possibilitado conquistas da agricultura familiar, as políticas de crédito ainda têm priorizado e se concentrado no denominado sítio modernizado, ou seja, os estabelecimentos que têm potencial para crescer com base agrícola, quando o que parece mais acertado seria a necessidade de se criar oportunidades de forma generalizada na própria agricultura para que houvesse plena inclusão dos pequenos produtores que ainda se encontram marginalizados pelos próprios critérios definidos pelos programas de fomento, como é o caso Pronaf. O programa ainda classifica milhões de estabelecimentos, unidades familiares, na categoria chamada de periférica, como inviáveis economicamente ou inadequados por não terem infraestrutura disponível, ficando assim impossibilitadas de terem acesso ao crédito.

Ainda são muitos os desafios e avanços a serem enfrentados para consolidar o crédito rural como uma ferramenta de plena inclusão da Agricultura Familiar nas diferentes regiões do País, que muito embora sejam barreiras possíveis de serem superadas, exigem permanente vontade política da gestão pública.

É dever do poder público, que a despeito da alegada inviabilidade dos pequenos produtores em razão da insuficiência e precariedade de ativos – terra, água, educação, tecnologia, assistência técnica, capital, dentre outras limitações - precisa avançar no compromisso de manter as conquistas e priorizar investimentos no setor, de forma que, apoiado por iniciativas da sociedade civil organizada, se efetive o suprimento das carências de oferta pública nessas áreas (fundiária, hídrica, educacional, técnico-científica, crédito), fortalecendo alianças e parcerias, como é o caso do apoio dos projetos FIDA, para que a ferramenta do crédito auxilie na promoção da inclusão social e redução da pobreza.

2 A QUESTÃO DA TERRA

Apesar de muito ainda precisar ser feito para garantir que a agricultura familiar tenha o devido direito de acesso a terra, não pode ser negado que muitas conquistas foram alcançadas nas últimas décadas, através de políticas de acesso a Terra implementadas pelo poder público, em resposta às reivindicações dos produtores, como por exemplo, as políticas apoiam os trabalhadores sem terra a consegui-las, por

meio da reforma agrária ou por financiamento de imóvel rural, dentre as quais destacamos:

2.1 Programa terra legal

O Programa Terra Legal assegura a titulação de propriedades de terras públicas federais na região da Amazônia Legal. O programa ainda garante o acesso dos proprietários dessas terras às políticas públicas de incentivo ao desenvolvimento rural e aos modelos de produção sustentável.

A meta é que imóveis de até 15 módulos fiscais (desde que a área total não ultrapasse 1,5 mil hectares), ocupados antes de 1º de dezembro de 2004 na Amazônia legal, sejam regularizados.

Outra ação é a regularização fundiária urbana, por meio da medição dos núcleos urbanos que estão localizados em terras federais e doação para as prefeituras.

Para os agricultores familiares que têm até quatro módulos fiscais, o processo de regularização é simplificado, o que acelera o rito de titulação.

2.2 Infraestrutura de assentamentos do Incra

O Governo Federal desenvolve nos assentamentos da reforma agrária instalados em todo o País, iniciativas que garantem a melhoria de suas infraestruturas. As ações são interministeriais e visam à qualidade de vida dos assentados.

Os investimentos são feitos por meio de programas como Luz para Todos, Água para Todos e Minha Casa Minha Vida. Nesses locais, o Incra promove a melhoria das estradas vicinais em parceria com as prefeituras.

As iniciativas são divididas em duas frentes:

- a) Projetos de Assentamento em Implantação;
- b) Recuperação, qualificação e emancipação de projetos de assentamento.

2.3 Programa de cadastro de terra e regularização fundiária

Para garantir a permanência dos agricultores familiares na terra, o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) criou o Programa e Cadastro de Terras e

Regularização Fundiária, que assegura juridicamente a posse do imóvel ao trabalhador do campo.

Para ser beneficiário do Programa, o agricultor deve ter posse de imóvel rural, objeto da ação de cadastro e regularização fundiária ou ser pequeno posseiro.

A prioridade de atendimento será nos locais de ocorrência de posses passíveis de titulação, incidência de apropriação indevida de terras, concentração de pequenas propriedades, bem como as áreas onde existam projetos de desenvolvimento territorial.

2.4 Governança fundiária

O Incra está dedicado a qualificar as informações sobre a malha fundiária brasileira, bem como melhorar o atendimento prestado ao público.

A certificação de imóveis passou a contar com normativos mais simples e um sistema eletrônico de recepção de peças técnicas e documentos. As mudanças impactam diretamente o setor produtivo rural. Expedida pela autarquia, a certificação assegura que os limites da propriedade rural não se sobrepõem a outros imóveis e que a execução do georreferenciamento está de acordo com as especificações técnicas legais. Sem essa documentação, os proprietários são impedidos de legalizar qualquer transferência, seja de compra, venda desmembramento ou partilha, e não podem expedir o Certificado Cadastral de Imóvel Rural (CCIR), exigido para a obtenção de financiamento bancário junto a instituições oficiais.

2.5 Terra forte

O programa visa estimular e apoiar o incremento de renda nos projetos de assentamento por meio de atividades socioeconômicas sustentáveis, valorizando as características regionais, experiências e potencialidades locais, destinando R\$ 600 milhões para financiamento dessas ações até o final de 2016.

O objetivo do programa é financiar projetos de cooperativas e associações que visem à implantação e modernização de empreendimentos coletivos agroindustriais em assentamento da reforma agrária.

Podem se inscrever entidades representantes de coletivos e associações de famílias de trabalhadores rurais assentados pelo Incra.

Apoiando agroindústrias, o programa busca aumentar a renda nos assentamentos da reforma agrária. São desenvolvidas atividades que valorizam as características regionais, experiências e potencialidades locais. Atividades não agrícolas, como turismo rural e artesanato, também são promovidos pelo Programa. É bom para o desenvolvimento do assentamento e também para a economia do município, que ganha em diversificação da produção e geração de renda.

O suporte é dado por meio da elaboração de planos de negócios, pesquisas de mercado, consultorias, capacitação em viabilidade econômica, além de gestão e implantação, recuperação e ampliação de agroindústrias.

2.6 INICIATIVAS VOLTADAS PARA CONTEMPLAR A JUVENTUDE RURAL

Está comprovado por várias pesquisas e análises que a tendência do jovem rural é deixar o campo e buscar uma melhor oportunidade de vida nas cidades. A pesquisa do IBGE, por meio do censo demográfico realizado em 2010, demonstra que o fenômeno que vem acontecendo desde 1940, ainda permanece nos dias atuais.

Em 1950, havia mais gente no campo do que nas cidades, quando eram 33,16 milhões de pessoas vivendo no campo contra 18,78 milhões na cidade. Em 2010, enquanto a população das cidades aumentou cinco vezes, passando para 160,9 milhões de pessoas, a população do campo diminuiu para 29,8 milhões de pessoas. Estudos mostram que a decisão de sair do campo tem sido tomada majoritariamente por jovens rurais, sendo um dos fortes motivos, a falta de perspectiva de ter acesso a sua própria terra.

Ciente e preocupado com a situação da juventude no campo, o governo federal tem adotado medidas e políticas que visam possibilitar que o jovem rural tenha acesso a terra.

A política de acesso a terra que vigora desde 2005, está descrita no II Plano Nacional de Reforma Agrária (PNRA). Este Plano diz quem pode participar da Reforma Agrária:

“O” público do PNRA inclui, além dos beneficiários diretos da reforma agrária, os agricultores familiares, as comunidades rurais tradicionais, as populações ribeirinhas, os atingidos por barragens e outras grandes obras de infraestrutura, os ocupantes não

índios das áreas indígenas, as mulheres trabalhadoras rurais e a juventude rural, e outras partes da população que habita os municípios rurais... que chega a cerca de 50 milhões de pessoas” (LIMA, 2013).

Assim, está discriminado textualmente no PNRA, que a juventude rural é parte da população do campo a ser atendida por esta política.

Há dois programas do PNRA para a distribuição de terra que podem interessar aos jovens:

- a) programa de reforma agrária tradicional, que desapropria terras que não estão sendo usadas e distribui estas terras aos candidatos selecionados;
- b) programa que seleciona candidatos a financiamento de longo prazo para a compra de propriedades rurais.

2.6.1 Programa de acesso a terra por reforma agrária

Este Programa de acesso a terra por reforma agrária é executado pelo Inbra, sendo várias as formas pelas quais este órgão consegue terra para a Reforma Agrária. As mais comuns são a desapropriação de terras improdutivas, o uso de terras devolutas da União e a compra de terras de terceiros. Seja qual for o meio, a terra é repartida entre os candidatos que o programa aceita como beneficiários. As regras gerais da Reforma Agrária dão mais pontos para famílias maiores, menor renda, com maior tempo de residência e maior idade, dentre outras. No entanto, no início de 2013, o Inbra estabeleceu novas regras, que garantem (em assentamentos com mais de vinte lotes) que 5% sejam destinados aos jovens (entre 18 e 29 anos), sem considerar as regras gerais (tamanho da família, renda, residência e outros), e que em caso da existência de lotes vagos em um assentamento, o jovem rural seja o primeiro a ser considerado para conseguir a terra.

O Programa de Reforma Agrária também oferece aos beneficiários uma ajuda financeira chamada Crédito Instalação, que segundo diz o Inbra: “o Crédito Instalação é financiado aos beneficiários da reforma agrária, para que eles possam se instalar no lote, começar a trabalhar a terra ou executar os projetos do Programa Nacional de Reforma Agrária.”

O Crédito Instalação tem as seguintes formas: apoio inicial, apoio mulher, fomento, adicional fomento, semiárido e se destina a atender as necessidades básicas, fortalecer as atividades produtivas, desenvolver os projetos, auxiliar na construção de casas e suprir necessidades de água das famílias dos projetos de assentamento.

2.6.2 Programa Nacional de Crédito Fundiário (PNC F) e o Jovem Rural

Outra forma de acesso a terra para o jovem rural é o financiamento de propriedade rural dentro do Programa Nacional de Crédito Fundiário (PNC F).

Até 2013, o PNC F do MDA tinha duas linhas de financiamento para compra da terra: uma chamada de Combate à Pobreza Rural (CPR) e outra chamada Consolidação da Agricultura Familiar (CAF). As regras de funcionamento (ou critérios de elegibilidade) para estas duas linhas são muito parecidas. Podem ser financiados para compra de terra pela CPR os candidatos com renda anual entre nove e quinze mil reais e pela CAF os candidatos com uma renda anual entre quinze e trinta mil reais. A linha Combate à Pobreza Rural foi planejada para financiar as pessoas mais pobres do meio rural.

Antes não havia regras em nenhuma das duas linhas para dar vantagem aos mais jovens.

Tanto o CAF, como o CPR atendia e atende desde os jovens de 16 anos em diante, até os idosos. Os candidatos devem ter experiência na agricultura – como também é o caso nos programas de reforma agrária. A regra para o jovem que quer ser financiado pela linha CPR permite que ele mostre a sua experiência pela frequência à escola no meio rural ou pelo próprio trabalho na agricultura. Para o jovem rural que quiser o financiamento da terra pela linha CAF, o tempo de escola pode ser usado para mostrar sua experiência em agricultura.

As regras do PNC F foram mudadas há pouco tempo, para a criação de uma linha de financiamento somente para os jovens de 18 a 29 anos.

Em 2013, o Conselho Monetário Nacional (CMN) fez muitas mudanças nas regras do PNC F, com destaque para criação de uma linha de financiamento de terras chamada de Nossa Primeira Terra (NPT), definindo critérios específicos para que a juventude possa se candidatar a um financiamento da linha.

Sem dúvida, existe notório empenho por parte do público em adotar iniciativas e medidas concretas visando fixar a juventude na zona rural.

O Plano Nacional de Desenvolvimento Rural e Sustentável observa que o grande desafio do governo é tornar o campo um lugar atraente para os jovens, capaz de fazê-los permanecer no meio rural. “Para isso, é preciso transformar a concepção da relação campo-cidade, ofertando qualidade de vida digna, trabalho e renda nas áreas rurais”, aponta o plano do MDA. (LIMA, 2013)

Para fortalecer o apoio aos cerca de 8 milhões de jovens que hoje vivem no campo e têm participação ativa na produção agrícola, o governo trabalha no aperfeiçoamento do Plano Nacional de Juventude e Sucessão Rural.

Como se pode observar, a importância de se discutir o direito de acesso a terra como direito humano, em se tratando de agricultura familiar, não pode e nem deve ficar restrita à questão da produção de alimentos e segurança alimentar, mas às formas inovadoras de se debater e propor o desenvolvimento socioeconômico e ambiental, considerando que a agricultura familiar tem peculiaridades que devem ser consideradas no complexo processo de interação do homem com a produção agrícola e com o meio ambiente.

Em sua riqueza na forma de difundir o saber, organizar o trabalho e de preservar a cultura, a agricultura familiar tem importante papel no diálogo entre o acesso à terra e os direitos humanos que transcendem a propriedade fundiária. Por meio do atendimento às suas reivindicações, será possível estabelecer efeitos práticos sobre a melhoria da qualidade de vida dos mais pobres através de políticas públicas adequadas às suas necessidades.

Atualmente ainda se percebe no Brasil, um grande contingente de trabalhadores rurais sem terra e outros movimentos lutando pela reforma agrária que lhes garanta o acesso a terra.

Enquanto a população urbana cresce de forma vertiginosa e a população rural reduz de forma significativa, representando apenas 8% da população trabalhadora do país, é preciso olhar para a questão de acesso a terra como alternativa de viabilidade socioeconômica e ambiental que pode contribuir para alcançar a plena sustentabilidade.

Sem dúvida não é o mero acesso a terra a solução para dirimir os complexos desafios da agricultura familiar, visto que os que já conquistaram esse direito precisam ser atendidos nas suas necessidades sendo também contemplado por outras políticas agrícolas, tais como crédito, seguro, assistência técnica, comercialização, armazenagem, transporte, supressão de intermediários, dentre outros, para que suas unidades produtivas tenham viabilidade.

3 AQUESTÃO DA ASSISTÊNCIA TÉCNICA E EXTENSÃO RURAL

No Brasil, o que pode ser considerado como primeiros registros de serviços de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER) ocorreram nos finais da década de 1940. Mais especificamente, em 1948, foi criada em Minas Gerais a Associação de Crédito e Assistência Rural (ACAR), como resultado de recomendações ao governo mineiro, feitas pelo mega empresário norte americano Nelson Rockefeller, as quais sugeriu que fosse criada uma instituição que atuasse com a finalidade de possibilitar melhoria nas condições sociais e econômicas da vida no meio rural.

A estrutura da ACAR foi baseada no modelo norte-americano de difusão de novas tecnologias, que atribuía aos institutos de assistência técnica e extensão rural o papel de ser uma espécie de interlocutor entre os agricultores e as instituições geradoras de inovação, para que os produtores rurais adotassem em suas propriedades as inovações desenvolvidas nos institutos de pesquisa agrícola.

Notoriamente este modelo de extensão rural era orientado pelo conceito de desenvolvimento baseado nas relações capitalistas de produção, que se sedimentaram através da ligação dos agricultores com os mercados voltados principalmente para a oferta de financiamento, de insumos e também da comercialização.

O modelo mineiro foi copiado e expandido para diversos estados brasileiros e as instituições criadas em diferentes regiões do Brasil focavam na elaboração de projetos para que os produtores pudessem obter crédito rural subsidiado, sendo este o principal instrumento de desenvolvimento rural do governo brasileiro entre os anos 1960 e 1986.

Foi a vertiginosa expansão da ACAR no território nacional que possibilitou a institucionalização efetiva de um serviço de ATER no país, que em 1956, passou a coordenar os serviços através da Associação Brasileira de Crédito e Assistência Rural (ABCAR), sendo esta uma entidade de caráter privado que congregou todas as ACARs estaduais.

Em 1975 foi criada a Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural (Embrater), que incorporou a ABCAR e todas as ACARs, que passaram a ser chamadas de Empresas Estaduais de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater). A recém-formada Emater passa a ficar subordinada à Embrater, de quem recebia todo auxílio financeiro.

No ano anterior, 1974, houve a criação da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), cuja finalidade era de cuidar da inovação agropecuária, assumindo o papel de efetivar a difusão da inovação no meio rural de todo país.

O modelo de a ATER, baseado na experiência norte-americana, cresceu e se consolidou até meados da década de 1970, mas as crises do petróleo de 1973 e 1979, bem como o aumento das taxas de juros internacionais e a consequente crise da dívida brasileira da década de 1980, abalou severamente sua estrutura, tendo sido necessária uma radical redução nas despesas e, por consequência, a Embrater sofreu fortes cortes no seu orçamento levando a uma redução acentuada na sua capacidade de atuação.

A partir deste momento a ATER brasileira passou a enfrentar uma crise sem precedentes que afetou de forma intensa, principalmente os estados mais pobres da federação e por consequência seus pequenos agricultores, que vitimados pelo modelo, não tinham condições de acesso a outro serviço de assistência técnica, ficando praticamente desassistidos.

É neste cenário, que em 1990 no governo do então presidente eleito Fernando Collor, a Embrater é extinta com a justificativa do governo que a medida fazia parte do esforço implementado para promover o ajuste fiscal.

Com a extinção da Embrater, coube aos governos estaduais a responsabilidade da total gestão dos recursos de suas Ematers, o que certamente viria a impactar a situação da agricultura familiar dos estados mais pobres, na medida em que, por terem menos recursos, tiveram seus produtores mais prejudicados em razão das instituições

terem muito menos capacidade de atuação. Assim, nas regiões com menor capacidade fiscal, a assistência técnica pública aos pequenos produtores apresenta os mais diversos problemas, tanto de ordem estrutural como funcional.

Desde o início anos 2000, o processo de discussão política sobre a situação concernente ao desenvolvimento rural brasileiro foi retomado e com isso a questão da atuação da assistência técnica voltou a ser foco de inúmeros debates.

Um dos resultados práticos desse novo momento foi a decisão em 2003 de se transferir do Ministério da Agricultura (Mapa) para MDA, a responsabilidade de gestão da assistência técnica e extensão rural.

Em 2004 foi lançado o Programa Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural (PRONATER), ampliando a missão desse o serviço que passou a apoiar e favorecer o desenvolvimento rural orientado pelos princípios da sustentabilidade ambiental, social e econômica dos sistemas produtivos.

Esta mudança de percepção se materializou com o aumento de investimentos para a estruturação das agências estaduais de assistência técnica e extensão rural (contratação de novos servidores, investimentos em infraestrutura e capacitação dos extensionistas), as quais passaram a ter maior responsabilidade em relação ao suporte técnico, que deverá ser destinado oficialmente ao setor da agricultura familiar.

De acordo com o modelo da ATER pública, os princípios norteadores para se determinar a existência de uma assistência adequada e eficiente, conforme texto apresentado pelo MDA em 2003, concernente à Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural (PNATER)-Brasil, 2004, preconizam:

- i) assegurar, com exclusividade aos agricultores familiares (e outros beneficiários dos programas do MDA) o serviço de ATER pública e gratuita;
- ii) promover o desenvolvimento rural sustentável;
- iii) adotar uma abordagem multidisciplinar baseada nos princípios da agroecologia para a ATER;
- iv) adotar um modo de gestão democrática da política, incluindo o controle social da mesma; e
- v) desenvolver processos educativos permanentes e continuados no âmbito da PNATER (MDA/SAF, 2004)

Embora o cenário demonstre que muito ainda precisa ser feito para que a agricultura familiar seja devidamente assistida em termos de assessoria técnica pública, o governo federal, via Plano Safra² 2015/2016, colocou como meta através da assistência Técnica e Extensão Rural (ATER), o atendimento a 230 mil novas famílias de agricultores familiares, com foco na produção de base agroecológica.

4 A QUESTÃO DA EDUCAÇÃO

O baixo nível educacional torna mais desafiadora a implementação de formas inovadoras de se efetivar os tratamentos culturais e muito frequentemente induz o produtor ao uso de práticas incorretas no processo produtivo, resultando em significativas perdas na produção, baixos rendimentos e consequente perda de capacidade de melhoria na renda.

Todos os dados relacionados à educação no Brasil demonstram que há muito mais pessoas sem instrução ou com apenas o nível fundamental incompleto na área rural do que nas cidades. Para todos os demais níveis de escolaridade (fundamental completo, médio incompleto, médio completo, superior incompleto, superior completo), os jovens das cidades estudam mais do que os jovens do campo.

Os dados do Plano Nacional por Amostras de Domicílios (PNAD/IBGE) (IBGE, 2007) demonstram que o número de analfabetos de todas as idades é sempre maior na área rural do que nas cidades, especialmente entre os garotos de 5 a 11 anos e entre os que têm 24 anos ou mais.

Na população rural, somente há uma proporção maior de homens do que de mulheres na faixa com até quatro anos de estudo. Acima desta faixa, as mulheres sempre têm mais tempo de estudo do que os homens, ou seja, as mulheres no campo atingem um maior grau educacional mais do que os homens.

² Anualmente, o Governo Federal, publica o Plano Agrícola e Pecuário - PAP, conhecido como plano de safra. Como a agricultura familiar está sob a tutela do MDA - Ministério do Desenvolvimento Agrário, este também publica anualmente um plano para os agricultores de menor escala, é o chamado Plano da Agricultura Familiar. Ambos os instrumentos visam estabelecer medidas para orientar os investimentos agropecuários no país no período referente ao calendário agrícola anual. Basicamente, os planos versam sobre os seguintes instrumentos: 1) Crédito rural; 2) Zoneamento agrícola; 3) Seguro rural; 4) Comercialização e 5) Programas especiais de fomento setorial (FANESP, 2016).

É fato que nos últimos anos vários esforços têm sido empreendidos pelo poder público, sociedade civil, universidades, movimentos sociais organizados e demais interessados, para articular propostas e ações no país que visem melhorar este cenário, por meio de discussões que envolvem a educação e políticas públicas. Entretanto, os dados levantados mostram que é ainda é preciso muita determinação e esforço para melhorar a chamada qualificação no campo, principalmente para os homens, cujos resultados apresentam um déficit maior.

Um bom exemplo disso são as resoluções do Conselho Nacional de Educação (CNE) e Câmara de Educação Básica (CEB), que tratam da classificação de comunidade rural, deixam evidenciadas, desde 2008 as preocupações relacionadas à educação do campo e definem os encaminhamentos para a educação básica desse setor. Nessas resoluções é possível perceber que a temática da educação não foi esquecida em relação à agricultura familiar, conforme explicitado no seguintes artigos:

I- A educação do campo compreende a educação básica em suas etapas de educação infantil, ensino fundamental, ensino médio e educação profissional técnica de nível de médio integrada com o ensino médio e destina-se ao atendimento às populações rurais em suas mais variadas formas de produção de vida – agricultores familiares, extrativistas, pescadores artesanais, ribeirinhos, assentados e acampados da Reforma Agrária, quilombolas, caiçaras, indígenas e outros.

7- § 1º - A organização e o funcionamento das escolas do campo respeitarão as diferenças entre as populações atendidas quanto à sua atividade econômica, seu estilo de vida, sua cultura e suas tradições”.

A classificação da denominada Escola do Campo é um dos aspectos que merece destaque quando enfatiza que esta é “aquela situada em área rural, conforme definida pelo IBGE, ou aquela situada em área urbana, desde que atenda predominantemente a população do campo” (PLANALTO, 2010).

Estão assim evidenciadas as demandas sociais em torno da Educação do Campo, tanto gerais como específicas, sendo que muito desses temas fizeram parte das bandeiras de luta dos movimentos sociais principalmente a partir da década de 80 e hoje já se configuram legitimadas pelo poder público, muito embora, muitas outras ainda estejam em pauta e exigindo mobilização social.

Dentre as iniciativas governamentais focadas na educação vinculada ao campo destacamos:

4.1 Programa Nacional de Educação na Reforma Agrária – PRONERA

Ciente de que a educação no campo é essencial para promover e qualificar o desenvolvimento do meio rural brasileiro foi criado em abril de 1998, por meio da portaria 10/98, pelo Ministério Extraordinário da Política Fundiária, e em 2001 vinculado ao INCRA, o Programa Nacional de Educação na Reforma Agrária – PRONERA, que atende como política pública a uma demanda de educação envolvendo trabalhadores (as) das áreas de reforma agrária, atuando como instrumento de democratização do conhecimento no campo.

O Pronera veio em resposta às reivindicações que nasceram da articulação da sociedade civil, propondo e apoiando projetos de educação voltados para o desenvolvimento das áreas de reforma agrária, com objetivo de ampliar os níveis de escolarização formal dos trabalhadores rurais assentados. Nos últimos anos vem ganhando força, assim com outras políticas que nasceram das demandas dos movimentos sociais.

Os jovens e adultos de assentamentos participam de cursos de educação básica (alfabetização, ensinos fundamental e médio), técnicos profissionalizantes de nível médio e diferentes cursos superiores e de especialização. O programa também está aberto a todos os trabalhadores rurais acampados e cadastrados pelo Incra que desejarem cursar a alfabetização e escolaridade/ensino fundamental.

O Pronera também capacita educadores para atuar nas escolas dos assentamentos, e coordenadores locais, que agem como multiplicadores e organizadores de atividades educativas comunitárias.

As ações do programa têm como base a diversidade cultural e socioterritorial, os processos de interação e transformação do campo, a gestão democrática e o avanço científico e tecnológico, por meio de parcerias do INCRA com movimentos sociais e sindicais de trabalhadores e trabalhadoras rurais, instituições públicas de ensino, instituições comunitárias de ensino sem fins lucrativos e governos estaduais e municipais.

4.2 Pronatec Campo

O Programa Nacional de Acesso à Formação Profissional, Técnica e Tecnológica e Emprego (Pronatec) foi criado pelo Governo Federal, em 2011, com o objetivo de ampliar a oferta de cursos de educação profissional e tecnológica, por meio da criação de espaços de qualificação profissional de agricultores e agricultoras, integrando às demais políticas de desenvolvimento rural sustentável e solidário.

Entre as suas ações, destacamos a Bolsa-Formação que fomenta a expansão da formação profissional de nível básico para trabalhadores, por meio dos cursos de qualificação ou Formação Inicial e Continuada (FIC) e os Cursos Técnicos para jovens ingressos ou egressos do Ensino Médio.

A oferta de cursos é ampla de forma a contemplar diversas áreas de conhecimento:

4.2.1 Cursos de formação profissional básica no Guia de Cursos FIC

Açaicultor, Agricultor Orgânico, Apicultor, Auxiliar Técnico em Agroecologia, Avicultor, Agente Cultural, Auxiliar Administrativo, Agente Comunitário de Saúde, Agente de Desenvolvimento Socioambiental, Agente de Desenvolvimento Cooperativista, Auxiliar de Fiscalização Ambiental, Agente de Alimentação Escolar, Agente de Projetos Sociais, Artesão de Cerâmica, Horticultor, Bovinocultor de Leite, Cafeicultor, Piscicultor, Operador de Trator de Pneu, Jardineiro, Marceneiro Pedreiro de Alvenaria, Operador de Beneficiamento de Café, Operador de Processamento de Frutas e Hortaliças, Produtor de Derivados do Leite, Condutor Ambiental Local, Produtor de Embutidos e Defumados, Viveirista, entre outros.

4.2.2 Cursos técnicos

Técnico em Agroecologia, Técnico em Administração, Técnico em Agroindústria, Técnico em Agropecuária, Técnico em Cooperativismo, Técnico em Zootecnia, dentre outros.

O Ministério da Educação (MEC) é o proponente desta política, o qual conta com uma rede de parceiros ofertantes dos cursos: os Institutos Federais (IFs), Centros

Federais de Educação Tecnológica (Cefet), Escolas Técnicas vinculadas às Universidades, Sistemas Estaduais, Municipais e Distrital de Educação, o Sistema “S” (fazem parte do sistema S) e instituições privadas.

A modalidade Pronatec Campo é demandada pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) que é responsável por mobilizar as bases e levantar o público interessado em fazer os cursos, além de buscar os ofertantes e fazer a pactuação com o MEC para que os cursos sejam oferecidos.

O Pronatec Campo é uma oportunidade de cursos de formação profissional para os diversos públicos da agricultura familiar:

- a) Agricultores (as) familiares;
- b) Assentados (as) e acampados (as) da reforma agrária;
- c) Assalariados (as) rurais;
- d) Indígenas, quilombolas e demais povos e comunidades tradicionais (ribeirinhos, pescadores, vazanteiros, quebradeiras de côco, faxinalenses, extrativistas, caiçaras entre outros).

4.2.3 Cursos ofertados pela bolsa-formação

O Pronatec Campo oferece uma grande quantidade de cursos, tanto para a modalidade de qualificação profissional básica (os cursos FIC), quanto para a modalidade de Cursos Técnicos.

Para ter acesso ao Programa, os interessados devem preencher uma ficha de pré-matrícula disponibilizada na Delegacia Federal do Desenvolvimento Agrário (DFDA) do estado ou procurar informações nos Sindicato dos Trabalhadores Rurais (STRs) ou o Sindicato da Agricultura Familiar (Sintrafs); Emater, ou órgão similar que presta assistência técnica e extensão rural; Secretaria Municipal de Agricultura; Secretaria Municipal de Assistência Social; Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável.

Com relação à oferta dos cursos do Pronatec Campo, eles são oferecidos nas sedes dos Institutos Federais, Escolas vinculadas às Universidades Federais, Escolas Estaduais de Ensino Médio, CEFET, Sistema S de aprendizagem³ etc.

Para facilitar o acesso dos alunos, os cursos podem ser acontecer fora das sedes dessas instituições: em escolas municipais ou estaduais, centros de formação dos movimentos sociais, centros de pastoral de igrejas, EFAs, CFRs, desde que esses locais ofereçam as condições adequadas que garantam o funcionamento e a qualidade do curso que se pretende fazer.

O MEC abre novos cursos duas vezes ao ano. No final do ano para iniciar, geralmente em fevereiro e no meio do ano para iniciar em agosto.

É importante ressaltar que as políticas públicas, por mais bem intencionadas que sejam em melhorar a situação da educação no campo, só terão o efeito desejado na vida dos pequenos agricultores (as) da agricultura familiar, se os diálogos com as comunidades rurais envolver todos os interessados: agricultores (as) de todas idades, pais, jovens, mulheres, educando, educadores, técnicos em geral e demais sujeitos, para que as realidades locais sejam bem compreendidas, fazendo com que as iniciativas não sejam impostas, mas contemplem as necessidades reivindicadas, que fazem da educação, pela sua importância, uma das principais ferramentas de conquista e empoderamento.

³Fazem parte do sistema S: Serviço Nacional de aprendizagem Industrial (Senai); Serviço Social do Comércio (Sesc); Serviço Social da Indústria (Sesi); e Serviço Nacional de Aprendizagem do Comércio (Senac). Existem ainda os seguintes: Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar); Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (Sescoop); e Serviço Social de Transporte (Sest) (PORTAL BRASIL, 2012).