

Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais

Renato S. Maluf

Doutor em Economia pela Unicamp e Professor do Curso de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (CPDA-UFRRJ)

Resumo

O artigo aborda a inserção da agricultura familiar nos mercados de produtos agroalimentares e a produção de alimentos realizada em pequenos e em médios empreendimentos agroalimentares rurais. Ele se inscreve na ótica da promoção de estratégias autônomas de agregação de valor às matérias-primas agrícolas por seus próprios produtores, valendo-se do enfoque da "construção de mercados" adequado à realidade dos agentes econômicos de pequeno porte. Sugere-se incorporar à abordagem de tipo setorial a dimensão espacial-territorial da atividade produtiva e das relações mercantis envolvidas, com base na noção de circuitos regionais de produção, distribuição e consumo de alimentos.

Palavras-chave

Agricultura familiar; mercados agroalimentares; segurança alimentar.

Abstract

The paper analyses the participation of family farmers in agrofood product markets, and the food production based on small and medium scale rural entrepreneurships. It aims to highlighting autonomous strategies for adding value to raw materials by their own producers, making use of the approach of "market construction" reckoned as more adequate to small economic agents. The notion of regional

circuits of food production, distribution and consumption is suggested in order to enlarging sectorial approaches by taking into account the spatial-territorial dimension of production activities and market relations.

Classificação JEL: Q13

**Os originais deste artigo foram recebidos
por esta Editoria em 25.09.03.**

Este artigo trata da inserção da agricultura de base familiar nos mercados de produtos agroalimentares, com vistas a abordar a produção de alimentos realizada em pequenos e em médios empreendimentos rurais e as possibilidades para sua promoção. Três objetivos principais orientam este esforço analítico. O objetivo de ordem geral relaciona-se com o fato de os empreendimentos agroalimentares de pequeno e médio portes constituírem componente central para uma estratégia de desenvolvimento assentada em atividades econômicas promotoras de equidade e de inclusão social, em bases sustentáveis. Há um objetivo específico ao tema agroalimentar, que é o de ampliar a oferta de alimentos de qualidade de um modo que favoreça a expressão da diversidade de hábitos de consumo no País, ambos aspectos essenciais à ótica da segurança alimentar. Finalmente, há um objetivo subsidiário ao anterior, que é o de induzir a concorrência e a diversidade em mercados (alimentares) com forte poder de indução pelas grandes corporações.

O texto está organizado em seis seções, iniciando com observações introdutórias sobre a perspectiva geral que orienta a proposta apresentada no documento e sobre alguns dos seus requisitos e implicações macroeconômicas. As duas seções seguintes abordam as novas possibilidades de inserção mercantil da agricultura familiar e sugerem a incorporação da dimensão espacial-territorial na análise das relações mercantis mantidas pelos pequenos agricultores com as cadeias integradas e com os circuitos regionais de produção, distribuição e consumo de alimentos. A quarta seção trata dos requisitos para a implementação de projetos de agregação de valor às matérias-primas agrícolas por seus próprios produtores. A evolução do perfil do consumo e dos hábitos de compra de alimentos no Brasil é analisada na quinta seção. Por fim, a sexta

seção do estudo identifica os principais obstáculos e instrumentos de apoio para a promoção da agricultura familiar na perspectiva adotada pelo documento.

1 - Observações preliminares

As análises sobre a questão alimentar colocam ênfase na disponibilidade de renda monetária das famílias enquanto principal condicionante do acesso aos alimentos por uma grande parcela da população. É freqüente concluir-se que há oferta suficiente de alimentos para abastecer adequadamente toda a população mundial e, particularmente, a brasileira. Contudo reconhecer que o problema está na capacidade de adquirir os alimentos não implica dar como equacionada a questão da produção agroalimentar, principalmente quando se vai além da mera disponibilidade física de bens para considerar os aspectos socioeconômicos, culturais, espaciais e ambientais envolvidos na produção dos alimentos. A forma como se organiza a produção agroalimentar reflete as opções de desenvolvimento de um país (ou região) nos aspectos mencionados, bem como determina as condições em que os alimentos são ofertados à população em termos de disponibilidade, qualidade e preço.

Considera-se, aqui, a agricultura de base familiar como a forma mais conveniente de ocupação social do espaço agrário. A promoção dos pequenos produtores de alimentos promove a equidade e a inclusão social em simultâneo a uma maior e mais diversificada oferta de alimentos à população produzidos sob formas sustentáveis. Vale dizer, as atividades que se está propondo estimular são, elas mesmas, grandes geradoras de ocupação e de renda,¹ em simultâneo à sua condição de ofertantes de alimentos de qualidade e diversificados.²

Olhada desde outro ângulo, a restrição de renda das famílias (por falta de ocupação ou por baixa remuneração do trabalho) constitui fator macroeconômico que limita a expansão dos mercados de produtos agroalimentares, mais além

¹ Com base num modelo kaleckiano, em que a dinâmica econômica é estimulada pelo emprego, Sachs (1999) destaca o papel das unidades familiares rurais gerando emprego e assegurando uma oferta crescente de alimentos. Sugere, ademais, que as escolhas de tecnologia preservem o pluralismo tecnológico, em contraste com o que denomina de "modernização perversa" da agricultura.

² O duplo benefício da promoção dos pequenos agricultores em termos da geração simultânea de renda e de alimentos foi há muito percebido por autores como A. Sen; essa característica constitui componente central de estratégias de desenvolvimento com equidade e segurança alimentar no Brasil (Maluf, 1995).

do conhecido efeito da baixa elasticidade-renda da demanda de alimentos. Assim, a contínua expansão desses mercados é uma das condições para que a promoção da pequena e da média produção de base familiar não se faça à custa da exclusão de grande parte dos produtores, num fenômeno que se denominou “armadilha da modernização” (Maluf, 2002). Isto é, a transposição para o plano macro (conjunto dos agricultores) do enfoque microeconômico da modernização agrícola com especialização produtiva, com o conseqüente aumento na produtividade, resulta, a médio prazo, na exclusão do mercado respectivo de um contingente significativo de pequenos produtores tornados “excessivos” (ou “não competitivos”). Vale dizer, a agricultura de base familiar torna-se a vítima da receita comumente formulada para sua redenção. Esse é um fenômeno mais geral que se acirra num contexto de restrição de mercado por razões de insuficiência de renda ou de crescimento lento da demanda. Além da expansão da demanda, outros dois instrumentos que contribuem para enfrentar a referida armadilha são a adoção de formas adequadas de apoio (sobretudo no crédito) e a existência de mecanismos compensatórios das desvantagens dos pequenos empreendimentos no acesso aos recursos (terra, dentre outros) e na concorrência com os agentes econômicos de grande porte.

Claro que a exclusão do mercado de um produto não leva, necessariamente, ao desaparecimento de um tipo de agricultura que tende a combinar diversas atividades produtivas no interior da unidade agrícola. Além disso, a produção de alimentos não se constitui na única e obrigatória alternativa para assegurar trabalho e renda às unidades familiares rurais, pois estas são, no mais das vezes, pluriativas. Há que chamar atenção, porém, que as rendas não agrícolas rurais ou urbanas podem dar importante contribuição para a reprodução daquelas famílias (nem todas) que dispõem de condições para desenvolver o turismo rural e o artesanato ou para exercer um trabalho qualificado no campo ou na cidade, dentre outros.³ Não raro, as rendas não agrícolas constituem fonte precária de renda oriunda de ocupações pouco qualificadas e de baixa remuneração, associadas a uma atividade agrícola fragilizada.

Assim, não obstante as importantes diferenças regionais, pode-se afirmar que a viabilização das atividades de produção agroalimentar continua sendo elemento essencial para a reprodução das famílias rurais em condições dignas,

³ O próprio agroturismo é uma atividade que requer significativa capacitação, como o revela a experiência francesa, na qual unidades mais profissionalizadas e com maior gama de serviços substituíram boa parte daquelas que integraram a grande expansão inicial e se limitavam a oferecer alojamento rural, as quais encerraram suas atividades posteriormente (Capt, 1997).

tanto como fonte direta de renda monetária e de alimentos para o autoconsumo, quanto por fornecerem a base necessária para muitas das atividades não agrícolas. Alerta-se que as atividades de agregação de valor às matérias-primas analisadas adiante, se classificadas como não agrícolas, dão margem a interpretações errôneas, que subestimam a centralidade da atividade agrícola, no caso, a fonte que assegura a matéria-prima.

A principal perspectiva adotada no presente artigo é promover a agregação de valor aos produtos agropecuários pelos próprios agricultores. O caminho mais adequado, embora não o único, são as iniciativas autônomas dos produtores de elaborar ou de processar a matéria-prima agrícola, de forma individual ou associativa. Nos projetos associativos, coloca-se, ademais, a importância de preservar vínculos estreitos entre a produção da matéria-prima agrícola e a atividade de agregação de valor à mesma, pois o maior ganho gerado pela última pode dar origem a processos de diferenciação econômica entre os agricultores envolvidos. Esse objetivo de equidade é melhor contemplado pelas estratégias assentadas em unidades processadoras de pequeno e médio portes, com formas de gestão e mecanismos de apropriação dos ganhos que busquem, explicitamente, o referido objetivo.

As questões de mercado despontam, ao lado do acesso ao crédito em condições adequadas, dentre os principais determinantes das possibilidades de êxito dos programas de apoio à produção agroalimentar realizada em empreendimentos de pequeno e médio portes. Nos grandes países como o Brasil — assim considerados pela dimensão territorial e pelo contingente populacional —, o mercado doméstico desempenha papel dinâmico importante, e tende a ser majoritária a participação da produção interna no consumo total, particularmente no caso dos alimentos. O maior peso relativo do mercado doméstico e a grande diversidade regional podem ampliar as oportunidades para o florescimento de pequenos e médios empreendimentos agroalimentares. Essas oportunidades serão tanto maiores quanto melhor distribuídas forem a renda e a riqueza, sendo que as próprias atividades agroalimentares de pequena escala dão, elas mesmas, importante contribuição para a geração de emprego e de renda.

A característica de ser um grande país confere também maior relevância à dimensão espacial ou à territorialidade da inserção mercantil da agricultura de base familiar. O destaque à dimensão espacial deve-se à preocupação com a amplitude das relações mercantis que os pequenos produtores são capazes de estabelecer e também porque ela permite valorizar a relação entre a produção e o consumo dos alimentos (Maluf, 2002).

Por fim, cabe uma breve referência à questão do mercado externo no atual contexto de abertura comercial e em que as políticas comerciais subordinam a

implementação de políticas de desenvolvimento. O funcionamento desse mercado vem se caracterizando por uma logística mais complexa e competitiva de estabelecimento de relações comerciais e por esforços dirigidos de conquista de novos mercados, em lugar de um ambiente de liberalização generalizada e de competição aberta imaginado pelos ideólogos dos acordos comerciais. No Brasil, a agricultura de base familiar sofre, de um lado, os efeitos diretos da abertura comercial unilateral e da constituição do Mercosul não acompanhadas de mecanismos protetores ou de políticas de reconversão produtiva, gerando impactos negativos nos preços dos seus produtos e, de forma mais localizada, da ocupação de fatias dos seus mercados. De outro lado, para que os pequenos agricultores participem significativamente no esperado aumento das exportações, é requerida não apenas sua capacitação para atender às exigências de conformidade e qualidade dos produtos em mercados específicos, mas também que seus interesses logrem se expressar institucionalmente na complexa política comercial antes referida.

2 - Agricultura familiar e os mercados de produtos alimentares

As tendências recentes do sistema agroalimentar caracterizam-se pela coexistência de processos de padronização e de diferenciação no consumo dos alimentos, cujos reflexos vão até a etapa da produção agrícola. De um lado, assiste-se à continuidade da concentração do processamento agroindustrial para fazer frente aos requisitos da produção em grande escala, ainda que as novas tecnologias permitam que a maior escala de produção seja acompanhada da diferenciação dos produtos finais. Uma das conseqüências dessa tendência tem sido o comprometimento da sobrevivência da agricultura familiar nas regiões e nas cadeias produtivas onde ela tem presença tradicional, como o demonstra a seleção que as grandes corporações promovem entre os agricultores integrados que lhes fornecem matéria-prima na avicultura, na suinocultura e na pecuária leiteira.

De outro lado, a valorização de produtos com atributos diferenciados de qualidade cria novas oportunidades de mercado, muitas das quais acessíveis aos agricultores de pequeno e médio portes. As novas oportunidades incluem desde a inserção desses agricultores em mercados de nicho nacionais e internacionais, como se verifica nos produtos artesanais, nos com denominação de origem e nos orgânicos, até o aprimoramento dos circuitos regionais de produção, distribuição e consumo de alimentos abordados adiante.

As novas possibilidades de inserção da agricultura familiar nos mercados agroalimentares com base em estratégias autônomas requerem uma ótica de “construção de mercados” adequada à realidade dos agentes econômicos de pequeno porte (Maluf; Wilkinson, 1999). Os enfoques econômicos convencionais baseiam-se numa concepção de “acesso a mercados” supostos existentes ou que são considerados como um dado externo ao âmbito do empreendimento em questão. A ênfase é, assim, colocada na capacitação empresarial (“empresarialização”) dos pequenos empreendedores (agricultores) e em outros aspectos internos aos empreendimentos. Diferentemente desses enfoques, ao se considerarem os mercados como resultado de construção social, ganham relevância elementos tais como os processos que levam à construção do próprio valor dos produtos, as relações (muitas vezes personalizadas) que se estabelecem entre os agentes econômicos (produtivos, comerciais e financeiros) e a instituição de formas associativas unindo produtores e demais envolvidos na produção e na distribuição dos respectivos produtos.

Além da ótica da construção de mercados, o conjunto diversificado de atividades produtivas desenvolvidas pela agricultura de base familiar requer combinar a costumeira abordagem de tipo setorial com a consideração da dimensão espacial-territorial da atividade produtiva e das relações mercantis dela derivadas. A abordagem setorial focaliza os produtos ou cadeias produtivas e as características dos mercados segundo o tipo de produto, sendo necessária para tratar dos aspectos específicos ligados à elaboração e à colocação dos produtos nos seus respectivos mercados. Aos elementos extraídos das avaliações por produto, deve-se acrescentar uma abordagem espacial-territorial que considere os agentes econômicos (no caso, a unidade familiar rural) e seus ambientes (o território ou região).

Essa abordagem implica que a unidade familiar rural é considerada como um conjunto composto de atividades complementares, que conformam a dinâmica de reprodução econômica dessas unidades, em lugar de se avaliarem apenas as possibilidades oferecidas por produto individualmente considerado, de um modo que segmenta as atividades desenvolvidas pelos pequenos agricultores. Outra implicação é combinar a utilização das noções de sistema alimentar, regime alimentar e cadeias produtivas, com a de redes socioeconômicas — enquanto relações “situadas”⁴ —, tornando possível identificar a amplitude e a

⁴ Referindo-se à atividade produtiva, Pecqueur (2001) diz que, por ser “situada”, ela é função das características do seu meio sociofísico, isto é, a produção tem um enraizamento (o *embeddedness* de Granovetter) num espaço físico e em práticas constituídas historicamente.

natureza diferenciada das relações mantidas pela agricultura familiar com os mercados dos produtos agroalimentares.

O aspecto territorial está também presente em três outros componentes importantes para o tema em questão. Primeiro, muitas das estratégias fundadas na agregação de valor aos produtos agrícolas pelos próprios agricultores familiares assentam-se na construção de uma identidade territorial de onde deriva boa parte do próprio valor que se quer atribuir aos bens. Os principais exemplos são os produtos com denominação de origem e os artesanais típicos de uma cultura regional.⁵ Segundo, o aspecto territorial permite introduzir a perspectiva de aproximar as relações entre a produção e o consumo dos alimentos (ótica da segurança alimentar), cujas vantagens se localizam não apenas no menor custo de transporte, mas também na qualidade e na confiabilidade dos produtos e na sua maior identificação com hábitos de consumo diferenciados. Terceiro, ao inserir os projetos produtivos dos agricultores numa dada dinâmica regional, a abordagem espacial-territorial amplia as possibilidades de aproveitamento de eventuais vantagens de aglomeração (*clustering*). Como vem sendo destacado, a aglomeração de micro e pequenas empresas pode dar origem, dentre outros, a efeitos benéficos na geração e na difusão de inovações adequadas, a ganhos de escala (transporte, comercialização, etc.) e à apropriação de competências regionais (qualificação do trabalho, recursos naturais específicos, etc.). Ela requer a existência de relações horizontais de cooperação, reciprocidade e ação coletiva, nesse caso, construídas com base em estratégias autônomas dos pequenos agricultores.⁶

Essas estratégias podem estar assentadas em caminhos individuais, porém com base numa identidade regional (produtos com denominação de origem), ou na associação de produtores em busca de escala, implicando alguma especialização produtiva associada à segmentação de mercado. De todo modo, configura-se um padrão de desenvolvimento mais eqüitativo do que, por exemplo, aquele que resulta da relação de integração mantida pela grande agroindústria com seus fornecedores concentrados numa determinada região.⁷

⁵ A espacialização que se faz com base na diversidade cultural requer uma base originária comum (hábitos culturais comuns), porém, para que as diferenças se perenizem, é preciso que elas se institucionalizem como no caso dos produtos com denominação de origem controlada, dentre outros.

⁶ Neste ponto, são de grande valia os enfoques (como o de Putnam) que trazem para o primeiro plano as características da organização social, como redes, normas e confiança, que facilitam a coordenação e a cooperação para benefício mútuo.

⁷ O território que interessa às grandes empresas são as vantagens comparativas. No caso da agroindústria, a territorialidade da sua estratégia manifesta-se na relação entre a origem da

3 - Cadeias integradas e circuitos regionais

Esta seção procura caracterizar as relações mantidas pela agricultura familiar com os mercados de alimentos, incorporando um critério espacial que se encontra esquematizado no Diagrama 1. Pode-se afirmar que a agricultura familiar mantém dois tipos de vínculos simultâneos com os mercados dos seus produtos: um deles com cadeias integradas nacional e internacionalmente; e outro com o que denominei circuitos regionais de produção, distribuição e consumo de alimentos (Maluf, 1995).

Participam das cadeias integradas as cooperativas de grande porte, as corporações agroindustriais, a indústria alimentar, a intermediação mercantil e as redes de supermercados. Seu horizonte de atuação são os mercados nacional e internacional, ainda que os agentes de grande porte (corporações agroindustriais e redes de supermercados) possam definir estratégias regionais diferenciadas no interior do País. A vinculação da agricultura familiar a essas cadeias pode se dar sob formas contratuais (como na chamada agricultura integrada) ou através de elos comerciais normais.

Os principais produtos agrícolas que transitam por essas cadeias são: os grãos (soja e milho) destinados à exportação ou à agroindústria (óleos e rações); o trigo destinado à indústria de massas e à panificação; os animais destinados à agroindústria de carnes; o leite destinado aos laticínios; as frutas para consumo *in natura* ou para produção de sucos, doces e conservas. Claro está que a maioria desses produtos é comercializada também pelo varejo tradicional de pequeno porte, fato que não altera o argumento principal quanto à dinâmica diferenciada desse tipo de encadeamento em relação aos circuitos regionais abordados a seguir.

Os circuitos regionais de produção, distribuição e consumo de alimentos formam-se no âmbito das regiões no interior do País ou no entorno dos núcleos urbanos de pequena e média dimensões. Além dos produtores agrícolas, esses circuitos são integrados por cooperativas ou associações de pequenos agricultores, constituídas para beneficiar ou processar as matérias-primas agrícolas, e por empreendimentos urbanos industriais e comerciais, também de pequeno

matéria-prima agrícola e a localização das plantas industriais, cuja expansão ou retração numa dada região repercute sobre as respectivas cadeias produtivas, especialmente sobre os fornecedores da matéria-prima, favorecendo ou comprometendo a reprodução dos pequenos produtores e a adoção de alternativas mais autônomas pelos últimos.

porte, ligados à transformação, à distribuição e ao consumo de produtos alimentares, a saber: pequena indústria alimentar, pequenos supermercados, um conjunto diversificado que compõe o varejo tradicional e o comércio especializado de alimentos e de refeições prontas (armazéns, empórios, quitandas, padarias, açougues, *rotisseries*, casas de frios, etc.), equipamentos de abastecimento (feiras livres, varejões, sacolões, etc.). Nos circuitos regionais, está incluída, ainda, a venda direta aos consumidores realizada pelos próprios agricultores.⁸

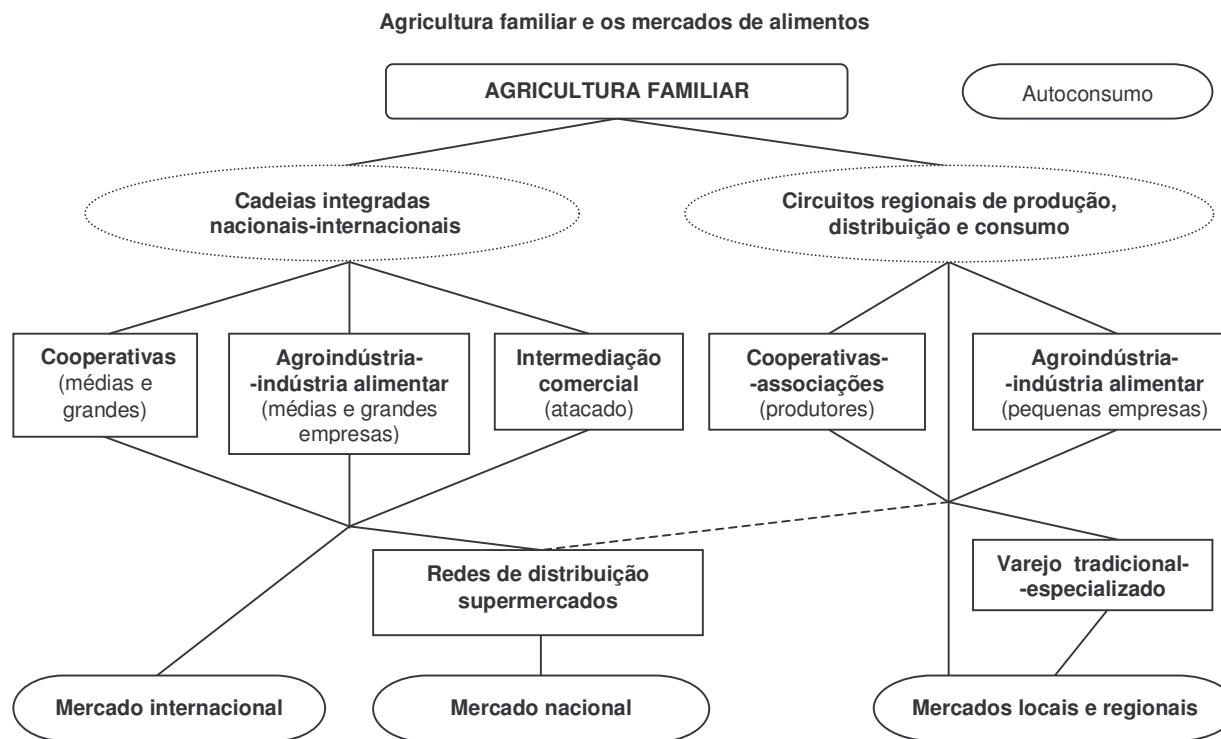
Apesar de o critério para delimitar os circuitos regionais ser, em primeira instância, geográfico, pois ele se baseia na proximidade física entre os agentes, o desenvolvimento de tais circuitos é uma resultante de processos socioespaciais. A proximidade física não é suficiente para gerar relações sistemáticas e sinérgicas entre os agentes econômicos instalados numa determinada região, relações que constituem condição para a conformação dos referidos circuitos regionais. Essas relações são construídas por processos que refletem as formas sociais de ocupação do território, as opções de estratégia dos agentes econômicos envolvidos e as ações públicas voltadas para promover as atividades econômicas locais e regionais.

Com relação às formas de ocupação do território, pode-se afirmar que a predominância de uma agricultura especializada de grande escala é muito menos favorável para a conformação dos circuitos regionais e, menos ainda, para a promoção desses circuitos com a perspectiva sugerida no presente documento. A agricultura diversificada de pequena escala, por seu turno, oferece possibilidades de se estabelecerem vínculos produtivos e comerciais, em âmbito regional, voltados para a produção, a distribuição e o consumo de alimentos diferenciados. Sendo objeto de construção, os circuitos regionais são passíveis de domínio ou de controle por parte de um ou mais agentes econômicos privados que se dediquem a organizá-los, nem sempre resultando em benefícios para os pequenos agricultores e para os consumidores. Também por essa razão, cabe a implementação de ações públicas visando promover a produção e o consumo de alimentos regionais de qualidade, sob a forma de programas governamentais e de projetos envolvendo organizações não-governamentais de apoio e entidades representativas dos agricultores e dos consumidores.⁹

⁸ Cabe registrar o pequeno desenvolvimento da venda direta ao consumidor na zona rural — em contraste com a França (Capt, 1997) —, possivelmente pela importância dos núcleos urbanos de maior porte e pelas dificuldades de acesso às comunidades rurais. Contudo são crescentes as iniciativas de criação de espaços de comercialização direta ao lado das estradas e mesmo nas referidas comunidades.

⁹ Veja-se, por exemplo, a idéia de "mercado de proximidade", que já vem sendo adotada em administrações municipais no Brasil.

Diagrama 1



Os bens típicos dos circuitos regionais são as carnes diferenciadas (como a galinha caipira), derivados de carne (embutidos), farinhas (mandioca, milho, trigo colonial, etc.), queijos típicos e requeijões, frutas (frescas ou em polpa), hortaliças, pescados frescos, conservas e doces em geral, condimentos, etc. Esses produtos são, na maioria das vezes, expressões de diversidade por uma ou mais das seguintes razões: são de cultivo tradicional de uma região, refletem hábitos de consumo peculiares, guardam relação com uma dada base de recursos naturais, preservam as características da produção artesanal. O horizonte dos agentes envolvidos nos referidos circuitos são os mercados local e regional, apesar de serem cada vez mais freqüentes as iniciativas voltadas para destinar a mercados distantes os produtos diferenciados oriundos da agricultura familiar (artesanais, com identificação de origem ou orgânicos).

4 - Produção diversificada e agregação de valor

Como mencionado na seção anterior, a agricultura familiar mantém vínculos simultâneos de distintos tipos com os mercados de produtos agroalimentares em razão do seu perfil produtivo diversificado. Assim, a reprodução das unidades familiares rurais baseia-se no conjunto das atividades produtivas por elas desenvolvidas e nos vínculos com os mercados que lhes são correspondentes. Há sempre que mencionar a parcela da produção que é destinada ao autoconsumo, importante componente da reprodução dessas famílias (da sua segurança alimentar).

No que se refere aos fatores “dentro da porteira”, as opções de estratégia de inserção nos distintos mercados dependem da disponibilidade de recursos e implicam distintas combinações dos recursos produtivos disponíveis no interior das unidades familiares. Uma tentativa de caracterização geral das atividades produtivas da agricultura familiar destinadas à comercialização revela a predominância da combinação “cultivo de grãos e criação animal (carnes e leite)” com variações regionais na composição específica e no peso relativo dos componentes. A essa combinação acrescentam-se os hortícolas (verduras e legumes) e as frutas, que, em alguns casos, podem integrar o núcleo principal dos cultivos comerciais.

Ao se considerar a unidade familiar rural no seu conjunto, tendo em conta as várias atividades produtivas e os correspondentes vínculos com os mercados, nota-se que a diversificação que a caracteriza se vale da complementaridade

existente entre suas atividades. Contudo ela pode também se ver frente a pressões competitivas ou a opções de estratégia que dificultam a manutenção do perfil produtivo diversificado ou tornam incompatível uma dada combinação dos recursos.

A complementaridade entre as diversas atividades da agricultura familiar fica bastante evidente na elaboração de derivados a partir de matéria-prima agrícola própria. Não raro, a elaboração de derivados constitui apenas um subproduto da atividade mercantil principal, que é o produto primário destinado às cadeias integradas, com os derivados sendo comercializados de forma ocasional nos circuitos regionais. Dois exemplos desse tipo de combinação são os queijos feitos com o leite extracota ou com aquele que é rejeitado pelos laticínios e os embutidos produzidos com base nos animais (suínos) não entregues aos frigoríficos.

A complementaridade constitui, também, fator explicativo da permanência numa determinada atividade mesmo que esta apresente um retorno insuficiente quando avaliado segundo cálculos convencionais de rentabilidade do capital aplicado. Veja-se, por exemplo, o papel cumprido pela pecuária leiteira para boa parte dos pequenos agricultores, que nela permanecem devido ao aporte de uma renda monetária regular essencial ao financiamento da unidade familiar, mesmo que recebam um baixo preço por litro de leite entregue. Como destacado nas análises clássicas sobre o campesinato, a complementaridade entre atividades diversificadas é um dos componentes da lógica econômica peculiar da reprodução dos agricultores familiares, em que as decisões se orientam mais por um forte sentido de preservação patrimonial do que pelo estrito cálculo da taxa de retorno do capital investido.

A manutenção do perfil diversificado das unidades familiares rurais, com seus múltiplos vínculos mercantis, tende a se ver comprometida pelas pressões competitivas na direção da elevação da escala de produção e, conseqüentemente, de um maior grau de especialização produtiva. A aplicação dos recursos (terra, mão-de-obra e recursos financeiros) passa a se concentrar num leque reduzido de produtos, e a inserção mercantil dirige-se mais fortemente às cadeias integradas e ao(s) mercado(s) correspondente(s), nacional ou internacional. No limite, chega-se às unidades familiares especializadas em um ou dois produtos, como ocorreu nos cultivos mecanizados de grãos e da cana-de-açúcar e pode vir a ocorrer na pecuária leiteira. Os eventuais benefícios gerados pelas economias de escala são acompanhados de maior vulnerabilidade econômica frente aos insucessos de safra, às oscilações de mercado e às rupturas dos compromissos de aquisição do produto, ao que se somam os impactos ambientais negativos da agricultura especializada. Foi o movimento nessa direção, sob os rótulos da capitalização ou da modernização, que fez desapare-

cer um grande contingente de pequenos estabelecimentos rurais que não dispunham dos recursos necessários para participarem daquele movimento ou que simplesmente se tornaram supérfluos em face do aumento da oferta.

A estratégia aqui sugerida apóia-se na combinação das atividades desenvolvidas nas unidades familiares rurais, base para a implementação de iniciativas autônomas pelos agricultores de agregação de valor ao produto primário, em forma individual ou associativa. Sua vantagem mais evidente está na apropriação, pelas famílias rurais, de maior parcela do valor do produto final de consumo. Contudo é importante que a estratégia seja gradual e tenha em conta processos já existentes, buscando preservar e aprimorar um padrão diversificado e sustentável de agricultura em bases familiares.

O desenvolvimento dos projetos de agregação de valor às matérias-primas agrícolas e as novas formas de inserção nos mercados fazem-se, em geral, de forma gradativa, sem romper, imediatamente, as relações comerciais preexistentes, principalmente aquelas tradicionalmente mantidas com as cadeias integradas através do cultivo comercial de grãos e da pecuária leiteira presentes na maioria das unidades familiares. A consolidação e a expansão dos projetos de agregação de valor afetarão os vínculos preexistentes e a combinação dos recursos produtivos, na medida em que a produção de derivados deixar de ser secundária, ou que o processamento do bem primário absorver toda a quantidade disponível do mesmo. Pode ocorrer, ainda, que o projeto autônomo de agroindustrialização venha a constituir alternativa às formas usuais de integração agroindustrial.

Esses projetos materializam-se através de processos graduais de reconversão produtiva, visando à agregação de valor às matérias-primas agrícolas, com metas parciais tanto para o que será produzido, como para a amplitude dos mercados a serem atingidos. De fato, a elaboração ou o processamento das matérias-primas comporta resultados intermediários em termos do grau de elaboração e da diferenciação dos produtos finais, assim como é progressiva a construção dos mercados para esses produtos. O realismo que se busca ao destacar o caráter gradual dos referidos processos de reconversão não implica incorrer na rigidez dos modelos com etapas ou seqüências necessárias, senão que os projetos devem ter como ponto de partida os recursos existentes e considerar as alternativas colocadas para os agricultores, inclusive a dinâmica dos processos que já estejam em curso.¹⁰

¹⁰ Nas regiões do sul do Brasil, por exemplo, coloca-se o desafio de promover a transição de sistemas tradicionais — notadamente os mais especializados, como arroz e fumo, mas

Os projetos a que se está referindo oferecem a possibilidade de não se reproduzirem os conhecidos mecanismos de apropriação diferenciada dos ganhos gerados na atividade de processamento da matéria-prima em detrimento dos que a produziram. Para tanto, requer-se um porte limitado das unidades processadoras e uma forma organizativa (no caso das associações de produtores) que evite a separação entre a produção da matéria-prima e seu processamento.¹¹ A esse objetivo somam-se as dificuldades de gestão de unidades de processamento maiores, facilmente verificáveis na prática, ratificando a correção da opção por unidades menores.¹²

Essa estratégia pretende evitar também as formas danosas de especialização produtiva da agricultura familiar. Nos casos em que os agricultores devem se concentrar num cultivo ou numa atividade criatória para atender à exigência de maior volume de matéria-prima, seria conveniente buscar-se a diferenciação dos produtos finais ou a ampliação do leque dos derivados.

O horizonte imediato desse tipo de empreendimento é a “construção de mercados” no âmbito dos já referidos circuitos regionais. A essa perspectiva mais geral, acrescenta-se a alternativa de explorar os chamados “mercados de ocasião” em regiões com afluxo turístico (litoral e serras), o qual requer estratégia e requisitos específicos.¹³ A busca simultânea de mercados mais distantes é possível quando a atividade produtiva em questão preenche os requisitos ne-

também os baseados no trigo, no milho e no feijão — para modelos mais diversificados, especialmente após o impacto da abertura comercial e da integração do Mercosul; registram-se, inclusive, casos de retrocesso de áreas de agricultura colonial para a pecuária extensiva.

¹¹ É bastante comum que as unidades de processamento combinem a elaboração de matérias-primas dos seus associados com a prestação de serviços para terceiros, para o melhor aproveitamento inicial da capacidade instalada ou em face de insuficiente produção própria.

¹² Essa alternativa vem sendo defendida mesmo para projetos destinados a assentamentos rurais que reúnem um grande número de famílias, casos em que a rápida saturação da capacidade das pequenas unidades implicaria instalar outras (pequenas) unidades.

¹³ Bastante próximo dessa alternativa é o modelo do cesto (*panier*) de bens e serviços territorializados proposto por Pecqueur (2001), baseado em estratégias de produção de uma oferta ao mesmo tempo composta (combinando diversos bens e serviços) e situada (ligada a um espaço particular), visando apropriar-se de uma “renda de qualidade territorial” (Mollard). O modelo possibilita a compra de um conjunto de bens privados livremente escolhidos pelo consumidor em simultâneo ao usufruto de bens públicos sob a forma de externalidades positivas territoriais. Segundo o autor, esse modelo empresta características dos modelos do pacote (*bundle*) predefinido de bens e da denominação de origem controlada.

cessários para tanto em termos do volume e da regularidade da produção, dos atributos de qualidade do produto e de sua certificação.

A delimitação da área de mercado depende da natureza do bem (homogêneo ou heterogêneo) e da arbitragem entre economias de escala e custo de transporte: quanto mais importantes as economias de escala e menos importantes os custos de transporte, mais concentrada espacialmente tende a ser a produção e mais abrangente a área de mercado dos respectivos produtores (Capt, 1997). Esse é mais um fator que corrobora a opção por produtos diferenciados, nos quais o vendedor interessa, podendo haver a superposição de áreas de mercado. No caso dos pequenos núcleos urbanos, o fator escala atua também como barreira à entrada do grande capital na produção e no varejo e dá margem ao aparecimento de vantagens locacionais dos pequenos agricultores, porém, no Brasil, os municípios muito pequenos oferecem um limitado potencial de mercado.¹⁴

A proposição principal deste documento é, portanto, implementar ações de estímulo à elaboração ou ao processamento de alimentos em unidades de tipo artesanal (pequenas agroindústrias e indústrias caseiras) ou em agroindústrias de pequena e média escalas, incorporando os requisitos de qualidade dos produtos e de regularidade da produção.¹⁵ Essas ações ganham em efeito sistêmico se acompanhadas do apoio ao varejo de alimentos de pequeno porte. Cabe ressaltar que não se trata de preservar um comércio local marginal (não raro, ilegal), abastecido por produtores empobrecidos com produtos de baixa qualidade ofertados para consumidores de baixa renda.

5 - Perfil do consumo e formas de aquisição dos alimentos

Nesta seção, far-se-á uma breve referência aos condicionantes e às possibilidades colocadas pelo lado do consumo dos alimentos e das formas de aquisição desses bens. Mencionou-se, na primeira seção, que o constrangimento

¹⁴ Nos 4.025 municípios brasileiros (90% do total) com até 50 mil habitantes, residiam, em 1991, 56 milhões de habitantes (40%), os quais, segundo estimativa de Assumpção (2000), detinham apenas 20% do total da renda nacional.

¹⁵ A experiência do Sebrae-SP é um indicador da potencialidade dessas iniciativas, pois o programa Sistema Agroindustrial Integrado (SAI) tornou a área chamada de "agronegócios" o principal setor de atuação do Sebrae no estado mais industrializado do País. O SAI

de renda que afeta o consumo de alimentos (Lei de Engels) realça a importância da distribuição de renda para o êxito das estratégias de inserção mercantil da agricultura familiar. Acrescente-se a esse fator geral o papel determinante desempenhado pela demanda na definição das principais tendências técnico-produtivas do sistema agroalimentar como amplamente aceito pelos analistas. Particularmente, a grande distribuição moderna (redes de supermercados) desfruta de condição privilegiada para captar e transmitir os sinais de mercado daí advindos em função da hegemonia que detém no varejo dos alimentos.

Contudo tais premissas gerais devem ter em conta a evolução do perfil do consumo e do varejo de alimentos no Brasil, cuja síntese é apresentada, a seguir, com base na Pesquisa de Orçamento Familiar do IBGE referente a 11 regiões metropolitanas, no período 1987-96 (Maluf, 2000). Interessa-nos considerar tanto a quantidade consumida *per capita*, que indica o volume da demanda, como a participação relativa nos gastos com alimentação das famílias pelo seu significado econômico (dispêndio monetário e preço relativo dos bens). Não serão feitas referências aos contrastes entre as 11 regiões.

A evolução no perfil do consumo de alimentos no Brasil configura, em termos gerais, um padrão de alimentação em que a refeição fora do domicílio e a utilização de alimentos preparados têm grande ou crescente importância. O crescimento da alimentação realizada em bares, em restaurantes, nas redes de alimentação ligeira (*fast food*) e mesmo em vendedores ambulantes fez com que ela absorvesse, em 1996, em média, 25,3% dos gastos totais das famílias com alimentação, variando de 12,4% nas famílias com renda mensal até dois salários mínimos para 36,2% naquelas acima de 30 salários mínimos. Os alimentos preparados consumidos no domicílio representam uma parcela ainda pequena, porém crescente, das despesas totais com alimentação (2,2% em média, chegando a 3,3% no estrato superior de renda) e têm um significado análogo ao da alimentação fora do domicílio no tocante à forma de consumo dos alimentos (pré-elaborados ou prontos).

Quanto aos principais grupos de alimentos consumidos nos domicílios:

- o principal aumento de consumo verificou-se nas carnes (aves, bovina, suína e de outros animais), acompanhado da redução na sua participação

trabalha com micro e pequenos produtores rurais em projetos de agregação de valor a produtos primários em cinco cadeias prioritárias: mandioca (principal), plantas medicinais, flores, produtos orgânicos e fruticultura. Estimula a constituição de associações para comercialização e oferece o apoio de uma incubadora agroindustrial com um rótulo estadual (Incubadora Agroindustrial Paulista). Contudo o programa não se prende ao critério da verticalização (elaboração de matéria-prima própria) aqui adotado.

percentual na despesa total das famílias pelo barateamento relativo da carne de frango: houve forte redução no consumo *per capita* de ovos e menos acentuada no de pescados;

- no grupo leite e derivados, houve redução no consumo e no gasto percentual com leite fluido, enquanto ambos aumentaram para queijos e requeijão;
- os casos mais notórios de redução tanto da quantidade consumida quanto da participação nas despesas com alimentação foram os do arroz e do feijão;
- a aquisição dos panificados foi percentualmente maior, porém com uma pequena redução no consumo *per capita* dos pães e um significativo aumento no dos biscoitos;
- o consumo de farinhas foi mais elevado nos estratos inferiores de renda (devido, sobretudo, à farinha de mandioca), mas sofreu redução em todos eles;
- as massas apresentaram um consumo pouco maior nos estratos de renda mais elevada, sendo que ele decresceu em todos os estratos, exceto naquele entre dois e cinco salários mínimos;
- nas frutas, deu-se a paradoxal situação de decréscimo do consumo *per capita* de frutas tropicais, enquanto se elevou o de frutas de clima temperado (possivelmente pelo barateamento da maçã, com o Mercosul), apesar de o consumo das primeiras ser várias vezes superior ao das últimas;
- no caso das hortaliças (legumes e verduras), houve queda significativa no consumo *per capita* e na participação nas despesas familiares em todos os estratos de renda;
- o consumo *per capita* e os gastos elevaram-se bastante nas bebidas e infusões, com grande diferença entre os estratos superiores e inferiores de renda, neste último caso.

Não há grandes surpresas quanto à composição do núcleo da dieta alimentar dos brasileiros, mesmo se considerando a ligeira redução havida no consumo de arroz e de feijão e a presença generalizada das massas. Faz parte dessa dieta o crescimento do consumo de carnes pelo aumento da renda média, embora com significativa diferença entre os segmentos de renda, registrando-se a presença da carne de aves em todos os segmentos, sobretudo por razões de preço, e o início de uma diversificação na direção de caprinos e ovinos em regiões como a Nordeste. A desejada ampliação do consumo de frutas, legumes e verduras parece enfrentar mais uma forte restrição de renda do que apenas de hábitos alimentares, mesmo porque o preço relativo dos produtos é um dos determinantes desses próprios hábitos. Trata-se de bens relativamente caros em se considerando sua capacidade de “saciar a fome”. A recente ampliação do processamento de frutas (polpas e sucos) pode vir a ampliar seu consumo.

No que interessa mais de perto, o fornecimento de alimentos para o mercado das refeições prontas depende da capacidade dos agricultores de atenderem às exigências de qualidade, de um grau mínimo de elaboração dos produtos e da entrega em embalagens adequadas e com regularidade, todas elas apontando na direção do estabelecimento de relações comerciais menos eventuais entre fornecedores e compradores. Quanto aos alimentos preparados, aos enlatados e às conservas, haveria que explorar os requisitos para que prolifere a produção de tipo artesanal em pequena escala, alternativa mais desejável por sua contribuição à equidade social, à aproximação entre produção e consumo e à valorização de hábitos alimentares culturalmente estabelecidos. Por fim, os derivados lácteos permanecem como uma importante alternativa acessível aos pequenos agricultores.

Com relação aos locais em que as famílias compram os alimentos, os supermercados são o principal local de compra de alimentos em geral, apesar do pequeno recuo de 45,7% para 44,9% da parcela por eles representada nos gastos totais com a compra de alimentos pelas famílias. Há, porém, fenômenos particularmente relevantes quando se consideram os diversos grupos de produtos. A redução do peso dos supermercados ocorreu nos grupos em que mantinham forte liderança (mais de 70% das compras totais): cereais, farinhas e massas, açúcares, óleos e gorduras, enlatados. A participação dos supermercados cresceu, simultaneamente, nos produtos nos quais eles respondiam por 50% ou menos das compras totais, com a única exceção dos panificados: legumes e verduras, frutas, carnes, aves e ovos, leite e derivados.

As principais perdedoras foram as feiras livres nos casos de legumes, de verduras e frutas, produtos nos quais os mercados e os “sacolões” aumentaram bastante sua participação. Os estabelecimentos especializados — que incluem os açougues, as padarias e os estabelecimentos que vendem alimentos preparados — mantiveram participação significativa nos respectivos grupos de produtos, embora seu peso tenha sofrido um pequeno recuo. Eles têm conseguido reter parcela importante das vendas de panificados (padarias) e também no comércio de carnes bovina e suína (açougues), coisa que vem se revelando mais difícil no de aves e ovos e no de leite e derivados.

As observações anteriores parecem apontar, no caso dos alimentos com maior durabilidade, para a consolidação de uma fatia de mercado (“franjas”) não desprezível para os pequenos e os médios estabelecimentos varejistas de, no mínimo, 25% a 30% das compras totais, cabendo aos supermercados a parte majoritária. No caso dos alimentos mais perecíveis, é possível enxergar uma forte disputa em curso, promovida pelos supermercados na tentativa de ampliar sua participação nas vendas, porém a parcela dos pequenos e médios esta-

belecimentos especializados na venda total desses bens pode chegar, mesmo assim, a mais de 50%.

A problemática do comércio varejista de pequena escala tem duas implicações importantes a mencionar, à semelhança do que já se disse anteriormente quanto ao processamento de alimentos em unidades de tipo artesanal (pequenas agroindústrias e indústrias caseiras). Os pequenos e os médios empreendimentos comerciais contribuem para a eqüidade social pelos empregos e pelas oportunidades de trabalho que geram e têm maior propensão a refletir a diversidade de hábitos alimentares no âmbito de circuitos regionais de produção, distribuição e consumo de alimentos, nos quais participam os pequenos agricultores e suas associações. Promover a aproximação desse tipo de agricultor com os pequenos e os médios empreendimentos antes citados constitui-se num caminho que, ademais, possibilita uma inserção mercantil na qual os agricultores podem apropriar-se de um maior valor pelos produtos que fazem.¹⁶

Nunca é demais repetir que as ações nessa direção devem ter em conta o requisito da qualidade dos produtos (e regularidade da produção), já que não se está sugerindo a preservação de um comércio marginal (ilegal), com produtos de baixa qualidade. Ao contrário, pretende-se superar a perversidade contida nos modelos excludentes em que um número expressivo de produtores e de fornecedores de baixa renda ofertam alimentos com pouca qualidade a um contingente também expressivo de consumidores de baixa renda. À insuficiência dos critérios de consumo de quem dispõe de pouca renda junta-se a ação pública que, quase sempre, se limita a penalizar agentes (produtores e vendedores) em condições também precárias. Daí que o desafio consiste em ter uma ação promotora da passagem de pequenos produtores e fornecedores ao mercado formal, em paralelo à educação alimentar e à defesa dos direitos do consumidor.

O ponto anterior traz para o primeiro plano a legislação sobre o registro dos alimentos, bem como a estrutura e o modo de atuação dos serviços de controle sanitário dos alimentos ligados aos Ministérios da Agricultura (inspeção animal) e da Saúde (vigilância sanitária).¹⁷ O sistema de registro de produtos preserva

¹⁶ Ambos os motivos (eqüidade e diversidade) encontram-se entre as razões que fundamentam o Programa de Apoio à Modernização do Comércio, posto em marcha pela Comunidade Econômica Européia.

¹⁷ Verificam-se uma dicotomia e um paralelismo entre a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, do Ministério da Saúde, e a Secretaria de Defesa Agropecuária, do Ministério da Agricultura, e destas com os serviços estaduais e municipais correspondentes. A legislação de alimentos revela a falta de diretrizes claras e de prioridade para a descentralização (Paz, 2001).

ainda uma forte característica cartorial (modelo de controle “pré-market”), que nem de longe assegura a qualidade dos mesmos. Além do que, ele não é adequado à realidade dos pequenos fornecedores em face das exigências quanto a ter empresa constituída, ao número de papéis requeridos, etc. As dificuldades encontradas por pequenos produtores de alimentos (agrícolas, agroindustriais e industriais urbanos) para registrar seus produtos têm gerado iniciativas em vários estados do País, visando normatizar os produtos artesanais de modo a permitir sua legalização, preservada a preocupação com a segurança do alimento. Crescem também as iniciativas voltadas a dotar os serviços de inspeção e vigilância com uma perspectiva promotora e não meramente punitiva.

A atuação das próprias entidades de defesa do consumidor precisaria ser sensibilizada quanto ao significado social desse tipo de iniciativa, pois nota-se que os elos entre consumidores e pequenos produtores no que se refere aos alimentos e à segurança alimentar ainda estão por serem construídos. A hegemonia do sistema de transformação e de distribuição dos alimentos em grande escala é uma das principais responsáveis pela distância e pelas diferenças de expectativas entre (pequenos) produtores e consumidores.

6 - Observações finais

Em lugar de conclusões, chama-se atenção, a seguir, para quatro desdobramentos da análise sobre os aspectos envolvidos na promoção de estratégias autônomas de processamento dos alimentos, com base em unidades artesanais (pequenas agroindústrias e produção domiciliar) ou em pequenas e médias agroindústrias associativas.

Os obstáculos e as principais demandas de apoio dos agricultores para implementarem empreendimentos nessa direção referem-se à sua organização, visando estimular o associativismo baseado em pequenos grupos, às técnicas de produção para aprimorar o processamento ou a transformação da matéria-prima e à gestão dos empreendimentos nos seus componentes administrativo-contábil, mercadológico e financeiro. No aspecto organizativo, sugerem-se empreendimentos que mantenham vinculadas a produção da matéria-prima e seu processamento, mesmo nos casos em que várias famílias se associam ao mesmo empreendimento, com formas de gestão que permitam a apropriação dos ganhos com o processamento pelos próprios produtores da matéria-prima. O recurso à compra de matéria-prima de terceiros seria eventual ou suplementar, possivelmente requerendo procedimentos diferenciados para assegurar seu fornecimento em face da concorrência com compradores de maior porte.

Os projetos de agregação de valor pelos próprios agricultores defrontam-se com as exigências próprias da participação no mercado formal de alimentos. De fato, num bom número de casos, trata-se de promover a transição a esses mercados de pequenos produtores que já se dedicam ao processamento de alimentos comercializados informalmente, em condições ainda insuficientes para atender àquelas exigências. Porém não se trata apenas de fazê-los atender aos requisitos dos serviços de inspeção e vigilância sanitária, mas também de atualizar e adequar a legislação sanitária aos pequenos produtores, incorporando uma perspectiva promotora (mais do que punitiva) na forma de atuação desses serviços.¹⁸ Carece-se, ainda, do desenvolvimento da certificação para produtos diferenciados (pelo conteúdo, forma de produção ou origem socioespacial), ao lado da assimilação, pelos produtores, de cuidados ligados aos direitos dos consumidores e à educação alimentar.

As decisões sobre os projetos a serem implementados pelos pequenos agricultores e a gestão dos mesmos carecem da disponibilidade de informações de mercado adequadas às necessidades desses agentes, no tocante aos mercados de produtos e de insumos, à oferta de equipamentos e de tecnologia, dentre outros. Essa necessidade requer, de um lado, a adequação (“tradução”) das inúmeras fontes existentes que fornecem informações próprias ao mundo integrado das *commodities*. De outro lado, esforço especial deve ser feito no sentido de construir um sistema regionalizado de informações de mercado voltado para indicadores de âmbito local-regional e para os novos mercados tanto locais como os mais distantes (Maluf; Wilkinson, 1999).

Por fim, uma proposta de estímulo à implementação de estratégias autônomas de agregação de valor pelos pequenos agricultores deve, forçosamente, fazer referência à importância de se instituírem, no Brasil, programas de apoio ao varejo de alimentos de pequeno porte, realizado sob múltiplas formas, nas quais se incluem o varejo convencional (armazéns, quitandas, padarias, açougues, etc.), as lojas especializadas, os pequenos supermercados, etc. O apoio sugerido visaria capacitar esses agentes a atenderem às novas exigências colocadas pela comercialização de alimentos (em termos da qualidade dos produtos e dos direitos do consumidor) e a explorarem as possibilidades oferecidas pela diferenciação do consumo, buscando, em paralelo, aproximar esse tipo de varejo e os pequenos produtores da própria região.

¹⁸ A maioria dos estados apenas se adaptou à nova legislação pós-Constituição de 1988, mantendo-se o caráter burocrático, cartorial e fechado à participação social (consumidores) desses serviços (Paz, 2001).

Referências

- ASSUMPÇÃO, R. **Uma nova estratégia**: ocupar o mercado... S. Paulo, Concrab, 2000.
- ASSUMPÇÃO, R. **Relatório sobre o comportamento de quatro cooperativas ligadas à CONCRAB**. S. Paulo, Concrab, 2001.
- BNDES. Exportações de sucos e polpas. **Informe Setorial: agroindústria**, n. 18, dez. 2000.
- CAPT, D. Différenciation des produits de consommation finale et agriculture de service. **Économie Rurale**, Paris, n. 242, p. 36-44, nov./dez.1997.
- COLETTI, T. et al. **Agricultura familiar e socioeconomia solidária**. Florianópolis, SC, Escola Sindical Sul, 2000.
- MALUF, R. S. **Consumo de alimentos no Brasil**: traços gerais e ações públicas locais de segurança alimentar. São Paulo, PÓLIS, 2000. (PÓLIS Paper; 6).
- MALUF, R. S. (2000a). Liberalização comercial e os mercados de produtos agroalimentares para a agricultura familiar. Brasília, ÁGORA/FIDA, 2000. (Relatório de pesquisa).
- MALUF, R. S. Produtos agroalimentares, agricultura multifuncional e desenvolvimento territorial no Brasil. In: MOREIRA, R. J.; COSTA, L. F. C. (Org.). **Mundo rural e cultura**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002. p. 241-261.
- MALUF, R. S. Segurança alimentar e desenvolvimento econômico na América Latina: o caso do Brasil. **Revista de Economia Política**, São Paulo, v. 15, n. 1(57), p. 134-140, jan./mar.1995.
- MALUF, R.; WILKINSON, J. **Projeto “Ações de suporte ao Pronaf-agroindústria na área de informações e gerenciamento de mercado”**: relatório parcial. Rio de Janeiro, CPDA/UFRRJ, 1999.
- PAZ, S. P. A. **A Competência de estados e municípios em matéria de vigilância sanitária**. São Paulo: IDEC, 2001.
- PECQUEUR, B. Qualité et développement territorial: l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés. **Économie Rurale**, Paris, n. 261, p. 37-49, 2001.

SACHS, I. L'économie politique du développement des économies mixtes selon Kalecki: croissance tirée par l'emploi. **Monde em Développement**, t. 27, p. 106-123, 1999.

VEGRO, C. L. R. **Café**: realidade e perspectivas. S. Paulo: SAA, 1997. (Cadeias de Produção da Agricultura; 2).