

Centros de Comercialização Permanente da Agricultura Familiar no Paraná

Permanent Marketing Centers for Family Farming in Paraná

Autor 1

Mary Stela Bischof

IDR-Paraná. Curitiba- PR, Brasil

GT 05 - Agricultura familiar, ruralidades e relações de gênero no meio rural

Resumo: O acesso aos mercados pelos agricultores familiares é um grande desafio. Foi analisado as dinâmicas de funcionamento dos Centros de Comercialização Permanentes da Agricultura Familiar (Centros), que são pontos de venda coletiva no varejo de produtos da agricultura familiar presentes no Paraná. Analisou-se as dinâmicas de seu funcionamento sob a ótica da construção social dos mercados e formas de enraizamento. A pesquisa de campo realizada utilizou a metodologia de pesquisa qualitativa social, com aplicação de questionários para agricultores familiares, consumidores e gestores. Os Centros representam uma alternativa viável para os agricultores envolvidos, contribuindo para a reprodução socioeconômica da agricultura familiar, busca de autonomia e sucessão familiar. Estes mercados estão enraizados e envoltos por relações sociais que vão além dos ganhos econômicos, onde a reciprocidade está presente e se constituem num circuito curto de comercialização eficiente somado a outros circuitos.

Palavras-chave: Agricultura familiar, construção social dos mercados, centro de comercialização.

Abstract: Access to markets for family farmers is a major challenge. This study analyzed the operational dynamics of Permanent Marketing Centers for Family Farming (Centers), which are collective retail sales points for family farming products in Paraná. The dynamics of their operation were analyzed from the perspective of the social construction of markets and ways of social integration. The field research used a qualitative social research methodology, applying questionnaires to family farmers, consumers, and managers. The Centers represent a viable alternative for the farmers involved, contributing to the socioeconomic reproduction of family farming, the pursuit of autonomy, and family succession. These markets are deeply rooted in and surrounded by social relationships that go beyond economic gains, where reciprocity is present and they constitute a short, efficient marketing circuit combined with other circuits.

Keywords: Family farming, social construction of markets, commercial center.

1.Introdução:

O acesso aos alimentos pela população urbana, mesmo nas pequenas cidades, ocorre via supermercados - modelo hegemônico de distribuição de alimentos, os quais ofertam alimentos ultra processados da grande indústria e têm contribuído para a homogeneização dos hábitos alimentares, comprometendo também a soberania e segurança alimentar e nutricional. Nesses circuitos longos de comercialização, os alimentos, mesmo os *in natura*, percorrem grandes distâncias desde o local de produção até a mesa do consumidor, fato insustentável do ponto de vista energético - e ainda não garantem o acesso equitativo à população, em razão da falta de renda. Os agricultores familiares ao produzirem produtos distintos das commodities, como é o caso de hortaliças, frutas, produtos transformados, necessitam acessar canais de comercialização também diferenciados, na busca de melhor renda. Os circuitos curtos de

comercialização, quer sejam os de proximidade, os mercados institucionais, as feiras semanais ou pequenos varejos representam uma alternativa, tanto para os agricultores individuais como para suas organizações sociais – associações ou cooperativas. Desde 1991 as organizações de agricultores familiares e entidades de Assistência Técnica e Extensão Rural-ATER criaram os Centros de Comercialização Permanentes da Agricultura Familiar – (CCPAF ou Centros) os quais representam mercados alternativos.

2. Revisão da Literatura:

Abramovay (1997) e Schneider (2003) ressaltam que entre as causas da permanência da agricultura familiar no sistema capitalista avançado encontra-se o papel estratégico que ela tem na segurança alimentar da população, pois ao baratear os custos com alimentação não há a necessidade de melhorias na remuneração dos trabalhadores assalariados, ampliando assim os lucros para a classe patronal e a concentração de renda do capitalismo. Wilkinson (2003) explicita essa diferenciação da agricultura em relação a outras atividades econômicas como sendo uma “fábrica natural”, portanto, a ruralidade deve ser analisada a partir de enfoques multidisciplinares, territoriais e participativos, impulsionando uma nova institucionalidade, articulada por vínculos de cooperação e complementariedade entre os agentes e atores envolvidos, nos quais as relações campo - cidade caracterizam-se por uma via de mão dupla, com funções recíprocas que se alimentam e são intercambiadas.

3. Metodologia:

Em 2015 foi realizado levantamento nas unidades regionais da EMATER do Paraná (atual IDR-Paraná) sobre a existência de pontos de venda da agricultura familiar, a qual contemplou dados básicos de Centros existentes: número de agricultores familiares; tempo de existência; tipo de organização, associação ou cooperativa; volume comercializado mensal; diversidade de itens comercializados; nome do CCPAF; apoios recebidos e por qual entidade de ATER; e outras observações relevantes. A partir desse levantamento, foi realizada pesquisa em alguns Centros, cujos resultados e descrição completa da metodologia encontram-se na dissertação de mestrado da autora intitulada “*A construção social de mercados nos centros de comercialização permanente da agricultura familiar do estado do Paraná*” (BISCHOF, 2016). Em 2026, o levantamento foi atualizado a partir de novos informantes qualificados que assessoram organizações rurais da agricultura familiar no Paraná (cooperativas e associações), onde os resultados estão no Quadro 1. A partir dos dados apresentados comparativos do Quadro 1, revisou-se os resultados de 2016 e ainda se somou a outras visitas e debates no último decênio.

QUADRO 1– Localização dos CCPAFS no Paraná, em 2015 e 2026

Regional SEAB	Município	Nome do Centro	Organização Rural	Ativos em 2015	Ativos em 2026
Apucarana	Arapongas	Loja- Alimentos Campo Vivo	COPRAN	-	x
Apucarana	Arapongas	Sacolão	COARA e COPRAN	-	x
Campo Mourão	Campina da Lagoa	Feira do Pequeno Produtor	Ass. APROCAMP	x	x
Campo Mourão	Quinta do Sol	Cooperivai - Quitanda	COOPERIVAI	x	x
Campo Mourão	Corumbataí do Sul	Loja da Fábrica	COAPROCOP	-	x
Cascavel	Catanduvas	Feira	COOPERUVA	x	x
Cascavel	Cascavel	Armazém do Campo	COOPCRAF	-	x
Cascavel	Cafelândia	Produtos Coloniais	CAFCOOPER	x	x
Cascavel	Foz do Iguaçu	COAFFOZ	COAFFOZ	x	x
Cascavel	Corbélia	Varanda Colonial	COOPROCOP	x	x
Cascavel	Missal	BauernhouS- Feira do Produtor	COOPERMISSAL	x	x
Cascavel	Medianeira	Casa do Agricultor	COAFASO	x	x
Cascavel	Matelândia	Portal Colonial	COOPRAFA	x	x
Cascavel	Nova Aurora	Feira do Produtor Rural	COOPERAFA	x	x
Cascavel	Sta. Terezinha de Itaipu	Mercado do Produtor	Associação	x	-
Cascavel	Vera Cruz do Oeste	A Tulha	Associação	x	-
Dois vizinhos	São Jorge d'Oeste	Mercado do Produtor	COOPAFI	x	x
Dois vizinhos	Salto do Lontra	Feira Coopafi	COOPAFI	x	-
Francisco Beltrão	Verê	LOJA Coopervereda	COOPERVEREDA	x	x
Guarapuava	Guarapuava	Mercado Produtos da Terra	Associação de Artesãos	-	x
Irati	Guamiranga	Associação AGRIARTE	Associação AGRIARTE	x	-
Ivaiporã	Ivaiporã	Feira	Associação	x	-
Ivaiporã	Pitanga	COOACEPA	COOACEPA	x	-
Laranjeiras do Sul	Guaraniaçu	Celeiro do Agricultor	COOAFASG	x	x
Laranjeiras do Sul	Quedas do Iguaçu	Feira Coopafi	COOPAFI	x	-
Maringá	Maringá	Empório do Agricultor	COAFMAR	-	x
Maringá	Maringá	Armazém do Campo	MST - Milton Santos	-	x
Paranavaí	Paranacity	Armazém do Campo	COPAVI	-	x
Pato Branco	Itapejara d'Oeste	Feira Coopafi	COOPAFI	x	-
Pato Branco	Pato Branco	LOJA Coopervereda	COOPERVEREDA	-	X
Pitanga	Candido de Abreu	Centro de Comercialização do Agricultor	COOPERCANDI	-	X
Ponta Grossa	Ivaí	Mercado do Produtor de Ivaí	COODESAFI	x	X
Toledo	Mal. Candido Rondon	ACEMPRE - Produtos Ecológicos e Coloniais	COPERFAN	x	x
Toledo	Toledo	Loja COOFATOL	COOFATOL	x	-
Toledo	Nova Santa Rosa	Feira	Associação Aorgarosa	x	-
Toledo	Guaíra	Feira das Mulheres	Ass. de Mulheres	x	-
Toledo	Entre Rios do Oeste	APROER	APROER	-	X
Umuarama	Pérola	FRUTIPEROLA- Loja da Fábrica	Cooperativa FRUTIPEROLA	-	x
TOTAL				26	27

FONTE: Informantes qualificados (2015 e 2026)

4. Discussão dos Resultados:

Fica demonstrado a partir do Quadro 1 que em 2015 eram 26 Centros em 10 regionais da Secretaria de Estado da Agricultura -SEAB e em 2026 ampliou para 27 Centros em 16 regionais, destaca-se que 15 Centros continuam funcionando e os mais antigos – ACEMPRE de Mal. Candido Rondon com 35 anos e o BauernhouS de Missal com 32 anos que seguem firmes até os dias de hoje, indicando que esta iniciativa de criação de pontos de venda fixos para a agricultura familiar ainda é muito procurada e relevante, pois permitem uma conexão direta com os consumidores e ajudam a promover a agricultura familiar. Entre as limitações desta estratégia de comercialização refere-se a: a) volume de vendas, não atendendo todas a oferta dos associados, visto que estão localizados em municípios de porte pequeno; b) diversidade e qualidade da oferta, pois consumidores estão cada mais exigentes; c) busca de autonomia, independência de apoio público; d) manutenção da união, da confiança entre as pessoas e dos princípios norteadores; e) processos de gestão profissionalizados.

A conceituação dos Centros realizada em 2016 (BISCHOF,2016), encontra-se atualizada e retrata o que é este canal de comercialização: *“CCPAF é um tipo de circuito curto de comercialização utilizado pela agricultura familiar, que se constitui num local que reúne produtos alimentícios in natura e processados, para comercializar de forma coletiva no varejo, cuja gestão é de uma associação ou cooperativa e possui caráter permanente. Ou seja, todos os dias da semana, em horário comercial, com estrutura adequada para manter a qualidade dos produtos e permitir o acesso ao público em geral, promove a aproximação entre o rural e o urbano, facilitando a comercialização para os agricultores familiares e o acesso a alimentos de qualidade pelos consumidores.”*

5. Considerações finais: Os Centros são uma estratégia eficaz de construção social de mercados para agricultura familiar, contribuindo para a valorização da agricultura familiar e o desenvolvimento local, e quando alinhados com outras políticas públicas constituem-se um movimento virtuoso, contribuindo assim para a formação de um sistema agroalimentar territorial. E por fim, sugere-se novos estudos nos Centros existentes para avaliar sua influência na reprodução socioeconômica dos agricultores familiares e os aspectos culturais e de identidade local.

6. Referências

- ABRAMOVAY, R. **Uma nova extensão para agricultura familiar**. In: Seminário Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural, 1997, Brasília. **Anais...** Brasília, DF: PNUD, 1997.
- BISCHOF, M.S.: **A construção Social dos Mercados nos Centros de Comercialização Permanente da Agricultura Familiar do Estado do Paraná**, MADE,UFPR,2016.
- SCHNEIDER, S. **A Pluriatividade na Agricultura Familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.
- WILKINSON, J. **Mercados, Redes e Valores**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2008.