

AGROINDÚSTRIA ARTESANAL FAMILIAR DA REGIÃO DE JALES

Elza da Silva Militã¹; Nilton Aparecido Marques de Oliveira²; Silvia Maria Almeida Lima Costa³.

¹ Doutora em Agronomia pela Unesp - Instituição Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" Faculdade de Engenharia de Ilha Solteira. Endereço: Avenida Brasil Centro, 56 Ilha Solteira/SP.

² Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza. Escola Técnica Estadual Dr. José Luiz Viana Coutinho. Endereço: Chácara Municipal, Córrego do Tamboril, Caixa Postal 103, Jales-SP.

³ Prof^o Adjunto do Departamento de Fitotecnia, Tecnologia de Alimentos e Sócio-Econômica da FEIS/Unesp - Instituição Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" Faculdade de Engenharia de Ilha Solteira. Endereço: Avenida Brasil Centro, 56 Ilha Solteira/SP.

RESUMO: As estratégias de agregação de valor aos produtos, incluindo a agroindustrialização da produção, têm sido buscadas e vêm ganhando importância no período recente, como novas alternativas de inserção aos mercados dos agricultores familiares. O presente trabalho analisou algumas iniciativas de agregação de valor agropecuário como opções estratégicas de geração complementar de renda para produtores rurais organizados em grupos na região de Jales. A pequena agroindústria é entendida como geradora de renda de caráter complementar para os constituintes dos grupos que ainda guarda dependência do poder público municipal para viabilizar principalmente a comercialização dos produtos. Dentro de uma concepção de desenvolvimento endógeno, o poder público há que investir por mais tempo, tanto para propiciar a consolidação e legalização dos grupos, quanto para fomentar o desenvolvimento de uma cultura junto aos consumidores locais/regionais, de valorização das competências produtivas locais e produtos por estas ofertados.

Palavras-chave: Produção artesanal, cadeias produtivas e agregação de valor.

ARTISAN AGROINDUSTRIES FAMILIES IN THE REGION OF JALES

SUMMARY: The strategies of aggregation of value to products, including agroindustry of production, have been searched and are gaining importance in the recent period as an alternative to increasing the degree of integration of markets for family farmers. This study examined some initiatives of aggregation of agricultural value as strategic options for generating additional income for farmers organized into groups in the region of Jales. The small agribusiness is seen as income-generating complement to the character of the constituent groups and still retain high reliance on public power to make municipal mainly the marketing and exhibition of products. However, within a concept of endogenous development, the public should be able to invest more time both to facilitate the consolidation and legalization of the groups, how to create a culture along to consumers local / regional, capitalizing on local issues and productive skills.

Keywords: Handcraft manufacturing, production chains and aggregation of value.

INTRODUÇÃO

Na presente década, emerge na sociedade brasileira valores e instrumentos legais de fomento a produção familiar, bem como maior predisposição para gerir alternativas promotoras de geração de renda

para produtores familiares e comunidades rurais, envolvendo estratégias de agregação de valor aos produtos, incluindo a agroindustrialização da produção, esta vista como alternativa para aumentar o grau de inserção aos mercados dos agricultores familiares (WILKINSON, 2001) e também

como resposta do repensar das estratégias de desenvolvimento nos âmbitos local e regional.

Tais direcionamentos são caracterizados como envolvendo não apenas o Estado com seu papel assistencialista, mas principalmente decorrentes de uma conjugação de esforços envolvendo setores produtivos da comunidade, que são estimulados a identificar suas carências e potencialidades para, em seguida, engajar-se em ações efetivas, expressas muitas vezes como experiências autogestionárias desenvolvidas com o apoio do Estado e/ou de organizações paraestatais¹. A meta é o fortalecimento das potencialidades produtivas das regiões e municípios, a organização da sociedade em torno de objetivos comuns incluindo o desenvolvimento de um novo perfil produtivo para o setor rural, no qual são evidenciados, por um lado, o desenvolvimento de novas competências para o produtor e para o grupo familiar nos processos artesanais de processamento e comercialização dos produtos agroindustriais e, por outro lado, a promoção de maior proximidade entre produtor e consumidor.

Teoricamente estas discussões estão associadas com a evolução do conceito de desenvolvimento econômico, o qual, nos planos locais, pode ser referenciado de diversas maneiras, tais como desenvolvimento territorial, desenvolvimento regional, desenvolvimento local e regional, desenvolvimento endógeno (BARQUEIRO 2001).

As estratégias de desenvolvimento territorial guarda correspondência com a busca por sustentabilidade econômica e social, resultando na dimensão de desenvolvimento que contempla as dimensões de acumulação econômica, resgate social e preservação dos recursos ambientais para as gerações vindouras, sendo este o enfoque do desenvolvimento local integrado sustentável (ACARINI & COSTA, 2002).

O presente trabalho se propõe

analisar a experiência de três casos de organização coletiva, dois deles formados por produtores rurais familiares que optaram para verticalizar parcialmente a produção e processamento de matérias primas via desenvolvimento de agroindústria de pequena escala, voltada para agroindustrializar artesanalmente matérias primas produzidas na região de Jales. São eles o Grupo Delícias de São Francisco (Município de São Francisco), Grupo Delícias do Campo (Município de Santa Albertina) e o Grupo Delícias do Caju (Município de Urânia).

MATERIALE MÉTODOS

A área do estudo refere-se ao Escritório de Desenvolvimento Rural (EDR) de Jales, região situada na porção Noroeste do Estado de São Paulo. Este EDR integra uma das 40 Unidades Administrativas da Coordenadoria de Assistência Técnica Integral (CATI) / Secretaria da Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo. A sede, Jales, dista cerca de 580 km da capital, o EDR envolve uma área de 311.733 ha na qual encontram-se 22 municípios: Aparecida D'Oeste, Aspásia, Dirce Reis, Dolcinópolis, Jales, Marinópolis, Mesópolis, Nova Canaã Paulista, Palmeira D'Oeste, Paranapuã, Ponta Linda, Rubinéia, Santa Albertina, Santa Clara D'Oeste, Santa Fé do Sul, Santa Rita D'Oeste, Santa Salete, Santana da Ponte Pensa, São Francisco, Três Fronteiras, Urânia e Vitória Brasil.

Os grupos de agroindústrias familiares analisados são nominados "Grupo Delícias de São Francisco" (município de São Francisco), "Grupo Delícias do Campo" (Município de Santa Albertina) e o 'Grupo Delícias do Caju' (Município de Urânia). A seguir faz-se uma breve descrição da estrutura produtiva dos três municípios de onde são provenientes os grupos de agregação de valor estudados.

O município de São Francisco possui 75, 31 km² de área territorial e população de 3.080 habitantes segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2007). Na

¹ SEBRAE.

composição da produção agropecuária destaca-se a bovinocultura mista e corte, que ocupa, cerca de 75% da área de pastagem presente no município e estão respectivamente presentes em 181 e 44 da totalidade das Unidades de Produção Agrícola (UPAS) do município. A fruticultura também é também importante na composição das explorações do município: 38% do total das UPAS produzem frutas em 14% das áreas agricultáveis segundo o Levantamento de Unidades Produtivas Agrícolas, 2007(LUPA).

A área territorial do município Santa Albertina é de 274,28 km² na qual vive uma população de 5.408 habitantes (IBGE, 2007). As principais explorações presentes no município são bovinocultura de corte e mista presentes em 262 e 218 UPAS do município, ocupando aproximadamente de 85,7% das áreas de pastagem. A fruticultura neste município está presente em 12,7% das UPAS significando 5% das áreas cultiváveis do município LUPA(2007).

O município de Urânia possui 209 km² de área territorial e população estimada de 8.727 habitantes (IBGE, 2007), destaca-se na bovinocultura mista, de corte e leiteira que ocupam cerca de 76,8% das áreas com pastagem. Com relação à fruticultura, 9,5% das UPAS produzem frutas em 27% das áreas do município.

Tipo de pesquisa conduzida e estudos de caso

O levantamento de dados da pesquisa de campo foi efetuado junto aos produtores rurais e outros membros do círculo familiar atuantes no trabalho de processamento artesanal das matérias primas. O segundo grupo de agentes sociais abordados foram os técnicos das Casas da Agricultura dos 3 municípios (Santa Albertina, São Francisco e Urânia) assim como também os técnicos do Sistema Agroindustrial Integrado (SAI) prestadores de consultoria a produtores dos municípios estudados. Estes técnicos contribuíram sobremaneira com a pesquisa tanto na indicação dos grupos coletivos

abordados quanto no oferecimento de informações gerais sobre o perfil dos mesmos, sobre a gestão do trabalho e a evolução do processo de organização coletiva para agregação de valor às matérias primas e aos programas específicos oferecidos para os produtores e principais demandas. As entrevistas foram realizadas no final do ano 2006 e início do ano 2007.

A pesquisa conduzida foi de natureza exploratória e contou com aplicação de um questionário semi estruturado para captar a visão dos produtores artesanais (e companheiras e filhos envolvidos com o trabalho de processamento artesanal de produtos de origem agropecuária) sobre o processo da organização dos grupos, a evolução do número de produtores, os níveis de interesse dos mesmos em participar das reuniões, objetivos e perspectivas para o futuro, dificuldades e condicionantes do trabalho de agroindustrialização artesanal das matérias primas agropecuárias.

A pesquisa exploratória desenvolvida e definida como estudo de caso. Segundo Gil (1999) o estudo de caso é entendido como um estudo empírico que investiga um fenômeno atual dentro do seu contexto de realidade, quando as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidas. O estudo de caso tem sido frequentemente utilizado pelos pesquisadores sociais, pois trata-se de pesquisas com diferentes propósitos, tais como: a) explorar situações da vida real cujos limites não estão claramente definidos; b) descrever a situação do contexto em que esta sendo feita determinada investigação, e; c) explicar as variáveis causais de determinado fenômeno em situações muito complexas que não possibilitam a utilização de levantamentos e experimentos (GIL, 1999). A pesquisa exploratória pode também ter a característica de ser não-conclusiva e se aplica quando o problema estudado encontra-se em uma abordagem inicial. A estrutura metodológica foi também alicerçada em um levantamento de dados secundários a respeito do tema em

questão.

REFERENCIAL TEÓRICO

A experiência dos grupos de agregação de valor à produção é analisada tomando-se como referência as ferramentas clássicas de marketing. Entre estas destacam-se o conjunto de atributos designados como os 'Pês do marketing', cuja visualização e a compreensão são entendidos como importantes na avaliação de qualquer empreendimento. (MEGIDO, 1998).

São quatro os 'Pês' táticos: Produto, Preço, Ponto-de-venda e Promoção. (MEGIDO, 1998).

a) Produtos: são produzidos e comercializados para satisfazer necessidades e gerar satisfação e valor para os consumidores. Nos produtos artesanais, os atributos intangíveis ligados a cultura, a tradição; o próprio caráter artesanal e confiabilidade, são capazes de conferir atratividade porquanto supostamente podem distinguir produtos de uma região em relação aos demais. Estas noções estão contidas na portaria do Centro de Vigilância Sanitária CVS-5, que define alimento artesanal de origem vegetal como alimento produzido com características tradicionais, culturais ou regionais e em conformidade com os padrões de identidade e qualidade estabelecidos nas legislações de alimentos e aditivos (Portaria CVS-5 de 12/05/2005). Características regionais são entendidas como os processos de elaboração de produtos alimentícios, que se utilizam de matérias primas de produção da região;

b) Preço: representa o valor agregado que justifica a troca; condições da composição de preços e ofertas de preço;

c) Ponto-de-venda ou Praça: guarda correspondência com a dimensão territorial do mercado, assim como com a disponibilidade para o consumidor quanto ao acesso e conveniência;

d) Praça: se associa com a facilidade de acesso ao produtor, unidades de produção, termos de composição de preços e

disponibilidade para o consumidor;

e) Promoção: refere-se ao conjunto de instrumentos de comunicação com os consumidores, tais como Propaganda, publicidade, condições da composição e ofertas de preço.

Além dos 'Pês' táticos citados acima, existem os 'Pês' estratégicos do marketing: Pesquisa, "Partioning" (segmentação), Priorização e Posicionamento. Pesquisa, instrumento *sine qua non* para um projeto atual de marketing. Posicionamento é o lugar que a marca e/ou produto ocupam na mente do consumidor, em comparação a seus concorrentes diretos e indiretos. O posicionamento é fundamental para que a tecnologia ou produto/serviço seja percebido (MEGIDO, 1998).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A região de Jales possui uma forte diversificação agropecuária explorada basicamente por mão-de-obra familiar. Esta característica, aliada a uma estrutura fundiária composta de aproximadamente 8.300 propriedades rurais, em sua grande maioria (85%) possuidoras de áreas inferiores a 50 ha (Projeto LUPA, 2007), constitui ambiente favorável para o desenvolvimento de trabalho de natureza coletiva que reúna grupos de pequenos produtores rurais familiares. Nesta região, o uso do solo obedece a seguinte distribuição: 8,8% da área agricultável é cultivada com culturas perenes, 1,1% com culturas semi-perenes, 6,0% com culturas anuais, 77,6% com pastagens, 0,2% com reflorestamento, 3,2% com vegetação natural; outras explorações ocupam cerca de 3,06% (Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo, Projeto LUPA, 2007).

Os produtos originários das matérias primas processadas artesanalmente pelos grupos constituídos são produtos derivados de leite, os derivados de frutas, com destaque para uva e caju, processamento de frutas e confecção de doces, geléias e compotas, com destaque para os derivados do caju e licores de frutas. À este conjunto adiciona-se o

trabalho com a elaboração e comercialização de pratos semi-prontos à base de massa.

As ações desenhadas para o desenvolvimento de estímulo e capacitações para os produtores familiares agregarem, às tarefas de produção agrícola, novas funções de beneficiamento e processamento artesanal na região de Jales segue uma tendência presente na atualidade, internacional e nacionalmente de proposição e incentivo a adoção de estratégias que resultem em novas frentes de geração de renda conjugadas com o uso de elementos de marketing para promoção (e por vezes até a construção) de imagem e valores positivos associados aos produtores e produção regional. O objetivo subjacente, ao lado de novas oportunidades de renda, é ressaltar e tornar conhecidos os atributos relacionados à cultura local, ao processo produtivo, ou a algum outro atributo capaz de projetar uma imagem positiva dos produtores e produção regional junto à sociedade. Tais referências são capazes de proporcionar, com o tempo, notoriedade para a região e produtos dela produzidos. Entende-se por notoriedade a fama, o reconhecimento público associado à tradição do produto e produtor regionais.

Assim é que entre nas regiões de Jales, General Salgado e Fernandópolis formaram-se 20 grupos de geração de renda envolvidos com a agroindustrialização familiar de produtos da agropecuária. Todos contaram com o apoio e acompanhamento do "Projeto de Agroindústrias Artesanais" do Sistema Agroindustrial Integrado do SEBRAE e Incubadora de Agroindústria de Votuporanga. Os 20 grupos são nominados como "Mulheres do Campo", "Amigas da Terra", "Sabor Nativo", "Delícias de Marinópolis", "Delícias de São Francisco", "Coopersol", "Sabores da Natureza", "Delícias do Caju", "Paladar da Natureza", "Doce Sabor", "Sabor do Campo", "Mulheres em Ação", "Puro Sabor", "Salgadinho & e Cia", "Luzidoces", "Delícias de Tupi", "Rural de Mira Estrela", "Delícias do Coqueiro", "Brasidoces" e "Delícias de Ouro".

Ambiente organizacional

Os produtores familiares da região de Jales que exploram e processam artesanalmente leite, fruticultura e olericultura, defrontam-se com dificuldades inerentes tanto aos sistemas produtivos quanto oriundas do comportamento de mercado. Porém, trata-se de segmento mais frágil e vulnerável frente a produção empresarial, pela menor escala produtiva e pela maior dificuldade relativa de buscar proteção, seja nos instrumentos de mercado ou via adoção de tecnologia.

Além destas, entende-se que a produção empresarial dispõe de maior facilidade de acesso a um aporte de capital inicial, equipamentos e local adequado para operar com agregação de valor, o que não ocorre com a produção familiar.

Naquela região, produtores de frutas já vivenciaram, no passado recente, experiências que os conduziram a significativas perdas econômicas por se defrontarem, nos canais de comercialização de frutas, com ações e comportamentos oportunistas e de má fé dos agentes de comercialização que, após a aquisição e revenda dos produtos, deixaram de honrar com os pagamentos dos produtos adquiridos em consignação (COSTA et al., 2008). Assim pode-se dizer que sentem-se bastante vulneráveis frente aos riscos de inadimplência nos mercados, além dos demais riscos inerentes ao processo de comercialização, tais como as variações de preços associadas aos períodos de safra.

Aquelas dificuldades motivaram os governos locais e organizações de representação da classe produtiva a discutirem medidas e políticas capazes de provocar novos encadeamentos geradores de renda para os sistemas produtivos locais. Tal predisposição encontra respaldo na abordagem de desenvolvimento endógeno (BARQUEIRO, 2001). No caso, os produtores e demais atuantes nas organizações que os apoiam foram motivados a pensar e buscar possibilidades de diferenciar os produtos, com agregação de valor na produção agroindustrial

de caráter artesanal e também a de agregar funções de comercialização nos canais de distribuição dos mesmos.

Entretanto, a habilidade no desempenho de atividades produtivas com potencial de agregação de valor não foi necessariamente um atributo presente na tradição dos produtores familiares ou das pessoas que a eles se agregam para o desempenho daquelas atividades. Assim, os novos saberes para a condução das novas atividades formadas na geração de renda, em geral, são dependentes do estímulo gerado em um ambiente organizacional ativo e presente no entorno dos produtos rurais.

Entende-se por ambiente organizacional o conjunto dos atores sociais capazes de intervir direta ou indiretamente na criação de externalidades positivas para a cadeia produtiva ou promoção de ações de capacitação para os produtores.

Uma das organizações responsáveis por estimular a formação de grupos com potencial de serem envolvidos na exploração de processos produtivos que agregasse valor à produção agrícola regional foi o SEBRAE através do programa SAI, utilizando a estrutura de serviços da Incubadora de Agroindústria do município de Votuporanga (Projeto do SEBRAE e da Associação Industrial de Votuporanga) e os programas voltados para agregar valores à estrutura de trabalho do produtor rural, visando geração de emprego e renda; viabilizar a manutenção do homem no campo, criando meios para que ele tenha formas mais modernas e aperfeiçoadas de produzir e comercializar, com custos menores e produtos de qualidade.

No ano de 2001, foram analisados, pelo SEBRAE e representantes da Secretaria de Agricultura do Estado de São Paulo, alguns dados relativos a levantamentos oficiais sobre o perfil produtivo regional e composição da produção agropecuária da região de Jales, com vistas a eleição de áreas prioritárias para fomento e ao desenho de uma proposta de

plano de ação de fomento à formação de grupos de micro e pequenas agroindústrias (no sistema de incubadoras). A capacitação dos grupos representou uma das ações idealizadas pelo SEBRAE com o objetivo de promover o fortalecimento das cadeias produtivas regionais (JORNAL DE NEGÓCIOS, 2007).

As iniciativas de organização coletiva analisadas neste trabalho são entendidas como agroindústrias familiares de pequena escala de origem rural, focadas no processamento de produtos tanto originários de matérias-primas das propriedades dos membros da organização, ou, alternativamente, de matérias primas oriundas de outras propriedades. Os formatos de organização coletiva escolhidos na região não apresentaram inicialmente uma figura jurídica definida, como Associação ou Cooperativa. As pessoas agregaram-se por afinidade e vivência com a exploração originária da matéria prima a ser processada.

Além do conhecimento e vivência, a constituição dos três grupos analisados foram produto de um trabalho motivacional e de capacitação, conduzidos pelo SEBRAE e Secretaria de Agricultura do Estado de São Paulo (CATI/Regional de Jales)²

Os grupos de agroindústrias abordados

O Grupo "Delícias de São Francisco", foi constituído em 2005, composto por cinco componentes, todas mulheres produtoras rurais. O processo produtivo de produção artesanal escolhido se caracterizou por significativa diversificação em de linhas de transformação, por processar tanto matérias-primas originárias da produção primária como também de produtos a base de massas, doces e licores. No conjunto, o grupo apontou como produtos principais comercializados a mandioca "chips" e a casca de limão "tahiti" cristalizada.

O Grupo consumia em média no

²Coordenadoria de Assistência Técnica Integral, Escritório de Desenvolvimento Rural de Jales.

processo produtivo 7,5 caixas ou 25 a 30 kg de mandioca por mês, ao custo de R\$ 5,00/caixa (a valores de novembro de 2006), 8 sacos (20 kg) de limão "tahiti"/ mês, ao custo de

R\$21,00/saco, 20 kg de amendoim e o caju têm preço de custo de R\$ 1,00/ kg para a castanha e R\$ 0,50/ kg de pedúnculo sem a castanha (dados de novembro de 2006).

Tabela 1. Produtos processados pelo Grupo Delícias de São Francisco, Município de São Francisco-SP.

Produto com matérias-primas regionais	Descrição do produto	Embalagens		Produção mensal	Requerimento de matéria-prima/mês
		Tipo	Unidade		
Mandioca Chips	Mandiocas finas e fritas	Pacote	50g	1000	7,5 caixas de mandioca
Casca de Limão Tahiti	Doce cristalizado	Pacote	100g	500	8 sacas de 20 kg de limão Tahiti
Doce de Caju	Cristalizado	Pacote	100g	500	-
Amendoim com gergelim	Cristalizado com açúcar	Pacote	100g	400	20 kg de amendoim
Licor de Coco	Bebida	Vidro	300 ml	50	9 cocos
Licor da Casca de Laranja	Bebida	Vidro	300 ml	50	15 laranjas
Rondeli	Massa de macarrão	Pacote	500g	60	-
Afogássia	Pasteizinhos com recheio (frango, carne, calabresa)	Pacote	500g	70	-
Rizoli	Massa pré-cozida (pastel)	Pacote	500g	70	-
Pão de Queijo	Pão de queijo	Pacote	500g	60	-
Polvilho	Mandioca	Pacote	-	Consumo próprio	-

Fonte: Pesquisa de campo.

Os canais de comercialização praticados foram: o pequeno varejo local⁴, uma loja de conveniência na cidade de Jales, que consumia 70% da quantidade dos

produtos comercializados; os outros 30% eram comercializados na forma de venda direta ao consumidor final (Tabela 2).

³ Esta é a expressão utilizada pelos componentes do grupo.

⁴ Entende-se por pequeno varejo lojas que atendem diretamente a consumidores finais são dotadas de 1 a 5 caixas registradores, sendo esta uma classificação genérica e popular.

Tabela 2. Preço do produto final para venda no atacado e direto ao consumidor pelo Grupo Delícias de São Francisco, Município de São Francisco-SP, 2008.

Produto	Preço para o varejo	Preço de venda ao consumidor
Mandioca Chips	0,50/pacote	1,00
Casca de Limão Tahiti	0,80/pacote	1,00
Doce de Caju	0,80/pacote	1,00
Amendoim com gergelim	0,80/pacote	1,00
Licor de Coco	Vidro	6,00
Licor da Casca de Laranja	Vidro	6,00
Rondeli	4,50/pacote	6,00
Afogássia	4,50/pacote	5,00
Rizoli	4,50/pacote	5,00
Pão de Queijo	3,00/pacote	-
Polvilho	-	-

Fonte. Pesquisa de campo

Segundo os relatos, todos os membros atuavam tanto no processamento artesanal das matérias primas como nas funções de comercialização, incluindo a venda direta ao consumidor. Parte da distribuição era realizada aos domingos após as cerimônias religiosas nas igrejas. Na comercialização com lojas de varejo local, as vendas são feitas sem a utilização de rótulo, ou qualquer sinal distintivo que faça alusão ao grupo, o comprador varejista é quem faz a rotulagem dos produtos, que em geral não tem o compromisso para expressar, por este instrumento, a origem da produção e grupo promotor do processamento artesanal.

Nas vendas diretas ao consumidor afirmou que afixam nas embalagens os rótulos confeccionados e cedidos pela prefeitura. Neste caso observa-se a possibilidade de expressar a origem e contribuir para criar cultura de valorizar o produtor e produção local.

O grupo tem ciência de que, para existir legalmente como produtores artesanais, precisará submeter-se à fiscalização do órgão de Vigilância Sanitária, que atestará o cumprimento das Boas Práticas de Fabricação, das condições higiênico-

sanitárias do local e emissão de Licença de Funcionamento. Os componentes apontam para grandes dificuldades, de ordem financeira e técnica para promover as adequações que precisariam para obtenção da licença de funcionamento. De ordem financeira mencionam as exigências relativas à construção das salas próprias revestidas com cerâmicas e balcões de alumínio. De ordem técnica indicam para mais ações de capacitação que lhes propicie atender ao regulamento técnico sobre rotulagem nutricional de alimentos embalados., face a necessidade de atendimento à Resolução ANVISARDC 360/03.

O Grupo Delícias do Campo, do Município de Santa Albertina foi formalizado em 2005 por cinco mulheres, e extinto ao final de 2006, sendo que quatro das cinco integrantes eram originárias a agricultura familiar. O grupo trabalhava com derivados do leite e composições de doces à base de frutas. Dentre os produtos principais destacaram-se os doces de leite em formas de barra e pastoso, com ou sem adição de frutas, o doce de leite talhadinho, patê de ricota, canudinho recheado, bala baiana, licores de leite, jenipapo, carambola, cereja, acerola,

maracujá, jabuticaba e chocolate. O leite era adquirido de terceiros no valor de R\$ 0,56 por litro (dados do mês de novembro de 2006).

Embora quatro das componentes fossem produtoras rurais familiares, a decisão por trabalhar com derivados de leite não decorreu da disponibilidade de matéria prima própria, pois a pecuária leiteira não era exploração presente nas propriedades das senhoras participantes. Isto conduzia a dois problemas: maior custo para aquisição da matéria prima e um problema legal que associa o processamento com a origem da matéria prima. Para a lei Estadual no 10.507, de 1 de março de 2000, que estabelece normas para elaboração artesanal, de produtos comestíveis de origem animal e sua comercialização, o

produtor artesanal poderá ter até 50% da matéria-prima (leite) vinda de terceiros, e a produção não pode ser realizada na cozinha da casa ou em barracão. Os produtores rurais devem manter registro junto ao Centro de Inspeção de Produtos de Origem Animal, do grupo de Defesa Sanitária Animal, da Secretária de Agricultura e Abastecimento.

Para as demais matérias-primas, os valores são utilizados como parâmetro na composição dos custos; para os licores não consta o requerimento da matéria-prima, pois, em função das pequenas quantidades produzidas, não foram indicadas e supostamente dimensionados as quantidades requeridas (Tabela 3).

Tabela 3. Produtos processados pelo grupo Delícias do Campo, Santa Albertina-SP, 2008.

Produto com matérias-primas regionais	Descrição do produto	Embalagens		Produção mensal	Requerimento de matéria-prima necessária/mês
		Tipo	Quantidade/Unidade		
Doce de Leite Talhadinho	Doce de leite talhadinho	Pote	300g	40	25 litros de leite
Doce de Leite Pastoso	Com morango, abacaxi, cereja, ameixa, uva passa e amendoim.	Pote	300g	80	50 litros de leite
Doce de Leite em Barra	Leite	Pacote	100g	300	100 litros de leite
Patê de Ricota	Patê ricota	Vidro	295g	50	120 litros de leite
Canudinho Recheado	Canudinho Recheado com doce de leite	Bandeja	9/unid.	15	120 litros de leite
Bala Baiana	Leite + coco + calda caramelizada	Pacote	50g	50	10 litros de leite
Licor de Leite	Licor de leite + pinga	Vidro	300 ml	30	-
Licor de Jenipapo	Licor de jenipapo	Vidro	300 ml	1	-
Licor de carambola	Licor de carambola	Vidro	300 ml	1	-
Licor de Cereja	Licor de cereja	Vidro	300 ml	30	-
Licor de Acerola	Licor de acerola	Vidro	300 ml	1	-
Licor de Maracujá	Licor de maracujá	Vidro	300 ml	15	-
Licor de Jabuticaba	Licor de jabuticaba	Vidro	300 ml	30	-
Licor de Chocolate	Licor de chocolate	Vidro	300 ml	7	-

Fonte: Pesquisa de campo.

A comercialização acontecia através de três canais de distribuição: venda ao atacado para uma empresa (supermercado) de Jales que adquiria 30% da produção, sem rotulagem ou qualquer sinal distintivo do grupo fabricante; 10% para o pequeno varejo (quitandas do município de Santa Albertina e às margens de rodovias) e vendas diretas para o consumidor que perfaziam 60% do total comercializado. Nas vendas diretas eram

utilizados rótulos confeccionados com o apoio da prefeitura municipal, como consta na Tabela 4.

Nas vendas no atacado, os produtos são entregues sem identificação do grupo e do município. A ausência de rótulos próprios nas vendas para equipamentos de varejo traz as mesmas implicações discutidas no Grupo São Francisco.

Tabela 4. Preço do produto para venda ao varejo e venda direta ao consumidor, Grupo Delícias do Campo, Santa Albertina, 2008.

Produtos	Varejo	Consumidor
Doce de leite em barra	0,70	1,00
Doce de leite pastoso	3,00	3,50
Patê de ricota	3,50	5,00

Fonte. Pesquisa de campo

O Grupo Delícias do Caju, Município de Urânia foi formado por sete produtoras de caju e foi formado no interior de um arranjo associativo já consolidado, a Associação dos Produtores de Caju de Urânia. Neste caso destaca-se a presença feminina no universo produtivo, fazendo uso de conhecimentos tácitos associados à cultura do cajueiro e aplicados à culinária. Esta identificação e vivência com a cultura são mencionadas como tendo favorecido os processos de aprendizado coletivo e capacitação inovativa.

A atuação e organização interna do grupo, neste caso, foram facilitadas porque já existia um trabalho prévio e em conjunto dos membros da Associação dos Produtores de Caju. A associação foi formalizada em 2002,

quando produtores de caju de Urânia e Santa Salete (os primeiros a plantarem a cultura) se motivaram a se organizar para realização de compras conjuntas de embalagens, com o objetivo de reduzir seus custos, SILVA (2006).

Sendo um formato cooperativo constituído no interior de outra organização cooperativa, a associação, neste caso a atuação cooperativa ficou facilitada, adicionada a característica de que o trabalho em conjunto representou uma opção efetiva de adicionar valor à matéria-prima de produção própria conferiu a este grupo melhor potencial de gestão interna. Todos os itens de produção têm o caju como matéria-prima e estão apresentados na Tabela 5.

Tabela 5. Produtos processados pelo Grupo Delícias do Caju, Município de Urânia - SP, 2008.

Produtos	Descrição do produto	Embalagens		Quantidade produzida no mês
		Tipo	Unidade	
Licor	Caju	Pote	g	50
Castanha	Castanha torrada	Pacote	kg	24
Patê	Base de polpa de caju	Pote	g	60
Trufas	Recheio com castanha de caju	Pacote	kg	Sob encomenda
Bombons	Recheio com caju	Pacote	kg	Sob encomenda
Caju passas	Caju passa (desidratado)	Pacote	kg	Sob encomenda
Castanha doce	Castanha doce	Pacote	kg	1

Fonte. Pesquisa de campo

Como produtores associados, o grupo faz a estocagem da castanha e do pedúnculo (pseudofruto) congelado para processamento em meses subsequentes, utilizando aproximadamente 1.440 kg de castanha de caju e 600 kg de pedúnculo anualmente no processo de fabricação dos doces. O pedúnculo é o responsável pela polpa do caju, enquanto a castanha é o verdadeiro fruto. A frequência média de trabalho na produção dos produtos artesanais é semanal, aumentando em épocas de feiras e festas no município,

neste aspecto o grupo difere dos outros dois anteriores (Delícias do Campo e Delícias de São Francisco) que afirmaram reunirem-se diariamente para o trabalho com o processamento dos produtos.

As vendas são realizadas integralmente por canal de comercialização direto, diretamente ao consumidor final, utilizando marca, embalagem e rótulos próprios do grupo. Na Tabela 6 estão apontados os tipos de embalagem utilizados e os preços recebidos na venda ao consumidor.

Tabela 6. Produtos e preços na venda ao consumidor, Grupo Delícias do Caju, Município de Urânia/SP, 2008.

Produtos	Embalagens		Preço
	Tipo	Quantidade/unidade	
Licor	Vidros	300 ml	4,00
		375 ml	6,00
		500 ml	7,00
Castanha Doce	Pacote	100g	3,00
Castanha Salgada	Pacote	100g	3,00
Patê	Pote	180g	3,00
Trufas	Pacote	Unidade	0,60
Bombons	Pacote	Unidade	0,50

Fonte. Pesquisa de campo

A mão-de-obra para o trabalho é composta pelos próprios membros do grupo, utilizando eventualmente mão-de-obra complementar. A escala produtiva varia, de acordo com a demanda, o grupo contrata dois trabalhadores eventuais, para auxiliar no processamento da castanha; um dos quais é remunerado por produtividade recebendo R\$5,00/kg de castanha limpa (dados do mês de Setembro 2007).

Condicionantes relativos à capacitação tecnológica e qualidade o trabalho

Para Vieira (1998), o surgimento e desenvolvimento de agroindústrias de pequena escala apoiam-se no uso de tecnologia de baixa intensidade científica, de domínio público, além do caráter artesanal, que envolve as dimensões arte e trabalho,

(NEVES E RAUSH, 2008). O padrão tecnológico é também influenciado pelo ambiente sócio cultural que o circunda e os mercados de destino.

Neste segmento alguns dos problemas relevantes que afetam a qualidade da produção são: o entendimento preciso da qualidade das matérias-primas, a racionalização dos processamentos, as dificuldades para cumprimento dos dispositivos legais que impõem as diretivas sobre qualidade, rotulagem, informações nutricionais e adequações do ambiente de trabalho. Este conjunto de atributos, voltados para assegurar inocuidade e segurança alimentar são regulamentados por organizações como o Código de Defesa do Consumidor, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), e o Centro de Vigilância Sanitária.

Outras dificuldades de ordem técnica são encontradas na manutenção da consistência e uniformidade dos produtos, ressaltadas pelo Grupo Delícias do Caju, que apontou dificuldades para obtenção do ponto final desejável e uniforme para o patê de caju e para assegurar prolongamento da vida útil dos produtos, sugerindo a necessidade de mais investimentos públicos com capacitações que ofereçam conhecimentos da área de tecnologia de alimentos.

O Grupo Delícias de São Francisco mencionou dificuldades para aquisição de uma máquina industrial para filetar a mandioca e para desenvolvimento de infraestrutura física, com construções adaptadas para o processamento condizentes com as exigências legais.

Todos os grupos ressaltaram os cursos de capacitação oferecidos como esforço relevante de organizações públicas locais e estaduais, qualificando-os para conhecer os principais procedimentos necessários para desenvolver o "saber fazer" nas dimensões possíveis de serem ensinadas, com destaque para a garantia dos atributos de qualidade, tais como cursos de qualificação em higiene na manipulação dos alimentos, processamento de licor, processamento de polpas, processamento de frutas e vegetais, frutas e hortaliças desidratadas e cristalizadas e cursos de legislação para processamento agroindustrial, além das capacitações de ordem gerencial como gestão empresarial e elaboração de projetos. Entretanto, apontaram que o conhecimento técnico apropriado até então não era suficiente para lhes assegurar uma posição sustentável que propiciasse estabelecerem-se definitivamente no negócio. Para o Grupo Delícias do Caju, os cursos teriam que ser moldados para a capacidade cognitiva dos frequentadores, e com maior conteúdo de práticas.

Na dimensão arte, o "saber fazer", que guarda características de conhecimento tácito, ou, alternativamente, aquele conhecimento que não é facilmente transmitido e apropriado, depende da tradição

que entendiam encontrar-se em processo de construção. Esta seria muito importante para conferir notoriedade regional para os produtores familiares e estes grupos.

A inocuidade e sanidade dos alimentos também guardam associação com adequação das instalações e equipamentos, sendo relativamente recente a formalização dos três grupos e pelo fato de atuarem na informalidade, não se submetem a nenhum processo de certificação ou outro tipo de inspeção para comercialização dos produtos. O Grupo Delícias do Campo (extinto) afirmou que, embora tivessem à disposição um local exclusivo e adequado ao processamento, cedido pela Prefeitura de Santa Albertina; faltava-lhes um tanque para tratamento adequado de resíduos (água de lavagem), indicando que aquele constituía um grande problema limitante do trabalho coletivo.

O Grupo Delícias do Caju afirmou não ter um local definido para o processamento, utilizando as residências dos integrantes como locais de processamento.

Inovações

Apesar da pequena escala e das dificuldades, inovações tecnológicas, ou seja de produto ou seja de processo foram indicadas pelos três grupos. Para o Grupo Delícias de São Francisco, dois dos principais produtos comercializados, a mandioca "chips" e a casca de limão cristalizada foram apontados como inovações desenvolvidas pelo grupo. O doce de leite em barra com frutas teria sido inovação do Grupo Delícias do Campo, e o doce de leite com pedaços de abacaxi considerado um produto sem similares no varejo dos mercados regionais. Já o grupo Delícias do Caju desenvolveu uma interessante inovação de produto que trouxe maior produtividade ao trabalho de processamento da castanha: uma descastanhadeira que veio facilitar e aumentar a produtividade do grupo. O sistema foi adaptado a partir de uma debulhadeira de amendoim; a despeliculizadora promove a retirada da película que recobre a amêndoa do

caju e foi adaptado com alavanca ou pedal, o que promoveu um maior rendimento. Um produto visto como inovação desenvolvido por este grupo é a receita do patê de caju, com origem da culinária nordestina e desconhecida na região; as trufas e bombons foram criações do grupo e são outras novidades.

Limitações de gestão, distribuição e comercialização dos produtos.

Uma importante fonte de limitações refere-se à gestão, a escrituração dos requerimentos de consumo e despesas com insumos utilizados, não existia ou era realizada de forma incompleta, isto pronuncia a dificuldade de racionalização dos processos, do que decorre também dificuldades em imputar valores de custo nas pequenas proporções de vários dos insumos utilizados nos preparos das receitas. Esta ausência de escrituração confronta com o atendimento da resolução no 360 da ANVISA que dispõe sobre a necessidade de rotulagem e informação nutricional para alimentos embalados. Desta resolução sobrevêm a necessidade de aprendizado de cálculos para discriminar adequadamente os componentes constantes dos alimentos, propiciando o cálculo do valor nutricional.

Quanto às questões de comercialização, os esforços de produção e gestão devem ser dirigidos para e pela estratégia de integração ao mercado. Entretanto, pelas entrevistas notou-se que os esforços foram prioritariamente direcionados para a capacitação e produção, enquanto aspectos como concorrência, canais de comercialização, seus condicionantes e dificuldades não foram antecipados ou moldados estrategicamente. Como exemplo tem-se que o Grupo Delícias do Campo (extinto) mencionou como problema a localização geográfica e a concorrência com outros produtores de doce do Estado de Minas Gerais, que divisam com o município de Santa Albertina. Esta é uma dimensão concorrencial importante porquanto produtos e produtores de Minas Gerais já construíram reputação

conhecida nacionalmente, associada à tradição e perfil das explorações regionais, e conseguem atender aos condicionantes impostos pelas Leis e resoluções legais. Estes atributos conferem vantagens competitivas para aqueles grupos, de forma que lhes capacitam a vender em equipamentos de varejo como supermercados.

A inexistência de uma identidade jurídica aos grupos, como microempresa, somada às dificuldades de adequação de rótulos e marcas, restringe em muito os canais de comercialização acessíveis aos grupos, além de impedir o acesso às fontes formais de crédito. Assim, fica excluída a possibilidade de tornarem-se fornecedores para equipamentos do médio varejo alimentar regional. Este aspecto é relevante em função do gradual encolhimento do pequeno varejo e aumento do espaço ocupado pelos supermercados como equipamento concentrador de vendas de alimentos.

Os recursos para elaboração de marcas, rótulos e embalagens na grande maioria são próprios, no caso do Grupo Delícias do Campo, a Prefeitura Municipal contribuiu com doação de rótulos. Normalmente, as prospecções e estudos para elaboração dos rótulos e marcas são realizados pelo Programa SAI/SEBRAE e Incubadora de Votuporanga.

Uma forma de comercialização e instrumento de marketing, mencionada e entendida como importante, foi a exposição e comercialização em feiras e exposições agropecuárias. Estes eventos, além de cumprirem a função comercial, foram indicados, como meio importante de aprendizado e troca de informações por facilitar o encontro com outros grupos de produção, e por possibilitar contato com consumidores e destes capturar impressões acerca da satisfação com os produtos. As participações nos eventos e exposições mencionadas foram possíveis nos municípios de Jales, Fernandópolis, Votuporanga, Santa Fé do Sul, São José do Rio Preto, Campinas e Agudos, neste último município são realizados

a Feira da Agricultura Familiar (AGRIFAM) e, para São José do Rio Preto, o Grupo Delícias do Caju, deslocava-se semanalmente para expor e comercializar seus produtos na Feira do Produtor, entretanto afirmaram que os elevados custos para deslocamentos semanais não tornaram possíveis continuar a comercializar naquela feira.

Em Urânia, a prefeitura local tem parceria com outras organizações como SEBRAE e CATI, desenvolveram e programaram um projeto interessante, que tem contribuído para destacar a imagem do município e dos produtores: as Feiras Anuais do Caju, realizadas em 2006 e 2007. Nestas são promovidos festivais gastronômicos, nos quais são pontuados os melhores pratos elaborados, tendo como base o suco e/ou polpa de caju, doces e salgados, e sessões de degustação, onde os grupos podem expor suas criações culinárias agregando-se a estas apresentações de artes e venda de artesanato.

Embora aqueles eventos tenham sido citados como importantes meio de exposição e vendas, os três grupos afirmaram depender de subsídios com recursos públicos (prefeituras ou Casas da Agricultura locais) para o transporte e viabilizar a participação nos eventos, denotando muita fragilidade. Inquiridos para apontar os problemas relevantes da comercialização, a resposta "falta de um ponto fixo para comercialização dos produtos" foi um problema citado por todos os grupos e, também, a dificuldade de não possuírem um representante comercial, tais aspirações manifestadas como dificuldades podem, em princípio ser consideradas irreais ou enganosas, ou seja, o volume de produção em pequena escala ofertado por cada grupo, um deles de caráter muito sazonal, não justificaria a existência de um representante de vendas e nem mesmo um local exclusivo de vendas. Portanto, a expressão destas aspirações mostra a dificuldade dos integrantes dos grupos na realização das funções de comercialização, segundo a necessidade de mais capacitação para o exercício destas funções.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho registra a história recente de constituição destas pequenas agroindústrias, as limitações e dificuldades. O registro é importante para a criação de memória, o que poderá contribuir para a construção de reputação. Toda região ou produto que alcance ou visa alcançar conhecimento e notoriedade tem memória, tem história a ser registrada. Ligar um produto ou grupo de produtos a uma determinada região confere distinguibilidade aos produtores e a região.

O trabalho avaliou as experiências no processamento de produtos artesanais dos grupos de agroindústrias dos municípios de Urânia, São Francisco e Santa Albertina, na Região de Jales. O esforço de fomento, organização e capacitação desenvolvidos pelo SAI, programa que visa à organização, desenvolvimento tecnológico, administrativo e comercial dos produtores rurais, com apoio das prefeituras municipais e CATI e SEBRAE, tiveram papel positivo e importante no fomento à formação e desenvolvimento dos grupos. Entretanto, identifica-se significativa fragilidade para a efetiva consolidação dos dois grupos que permaneceram atuantes. As restrições são associadas, em primeiro lugar, ao caráter informal da produção que dificultam o acesso aos canais de comercialização mais tradicionais, além do atendimento a legislação sanitária vigente, o que também se relaciona com a constituição jurídica dos grupos e com os investimentos necessários para a adequação dessa legislação no Estado de São Paulo.

Os elementos de marketing precisam ser mais trabalhados, requerendo adequação de sinais distintivos dos grupos e rótulos, e principalmente pela criação de identidade para os produtos regionais, com apelo regional/local que conclame e incite o consumidor a valorizar os produtos. Nestas estratégias contam-se também investimentos em divulgação para desenvolver junto às classes

urbanas uma mentalidade de reconhecer e valorizar o produtor local e sua produção.

Os três grupos produtivos analisados constituem experiência recente de atuação na atividade de agroindustrialização dos produtos. Destes, um não conseguiu resistir às dificuldades, em grande parte comum às três experiências. Dentre as dimensões consideradas limitantes pode-se mencionar os desafios de adequação ao trabalho compartilhado, a carência de capital para adequação ou construção de instalações próprias, a dificuldade para responder aos rigores da legislação referente aos parâmetros de atendimento da rotulagem e a falta de uma identidade jurídica para os grupos. Em uma concepção de desenvolvimento endógeno, o poder público há que investir por mais tempo, tanto para propiciar a consolidação e legalização dos grupos, quanto para criar uma cultura, junto aos consumidores locais/regionais, de valorização das competências produtivas locais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACARINI, J.H., COSTA, O.G.P. Desenvolvimento local integrado sustentável no Brasil (DLIS): Reflexões. Bahia Análise & Dados. Salvador: v. 12, p. 57-70, Setembro, 2002.

BARQUERO, A. V. Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização. Porto Alegre: Fundação de Economia e Estatística, 2001.

BRASIL, Resolução nº 360, de 23 de dezembro de 2003, Dispõe sobre rotulagem nutricional para alimentos embalados. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 23 dez.2003. Disponível em <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 20 de julho, 2008.

COSTA, S.M. AL., GOMES, M., TARSITANO, M.A.A.; A comercialização de uvas finas na região de Jales/SP. Revista Brasileira de

Fruticultura, Jaboticabal, v.30. n.1.p.127.132. Março, 2008.

COORDENADORIA DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA INTEGRAL - CATI. Mapas do Estado de São Paulo e das Regiões. Disponível em : <<http://WWW.cati.sp.gov.br/novacati/index.php>>. Acesso em: 22 de Julho de 2008.

ESTADO DE SÃO PAULO, Lei no 10.507, de 1 de março de 2000. Estabelece normas para elaboração, sob forma artesanal, de produtos comestíveis de origem animal e sua comercialização. Diário Oficial do 'Estado de São Paulo, São Paulo, SP, 23 dez.2003. Disponível em < <http://www.imesp.com.br>>. Acesso em: 20 de jul, 2008.

ESTADO DE SÃO PAULO, Portaria Centro de Vigilância Sanitária-5 de 16 de julho de 2005. Estabelece normas para elaboração, sob forma artesanal, de produtos comestíveis de origem vegetal e sua comercialização. Diário Oficial do Estado de São Paulo, São Paulo, SP, 16 jul. 2005. Disponível em <<http://www.imesp.com.br>>. Acesso em: 20 de jul.2008.

GIL, A.C. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. São Paulo, Ed. Atlas. 1999, 205 p.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Municípios Brasileiros. Disponível em : <<http://www.ibege.gov.br/cidadesat/default.php>>. Acesso em agosto de 2008.

JORNAL DE NEGÓCIOS. Votuporanga: SEBRAE/SP. Ano xv. nº 167. Outubro de 2007.

KAGEYAMA, A. et al., O novo padrão agrícola brasileiro: do complexo rural aos complexos agroindustriais. In: DELGADO, G. da C. (Org.) Agricultura e políticas públicas brasileiras. Brasília: IPEA. p. 113-221. (Série IPEA, 127). 1990.

MEGIDO, J.L.T; XAVIER. C. Marketing

&Agribusiness. São Paulo: Ed. Atlas, 3ª Ed., 1998, 334 p.

NEVES, E.M.; RAUSCH, G.; Fonseca, O. A. B. da. Cooperativas: Desempenho exportador em expansão. Agroanalysis, São Paulo, SP. P. 12-14, maio de 2008.

PROJETO LUPA. Disponível em: <http://www.cati.sp.gov.br/novacati/servicos/lupa/regioes/edr20.htm>: Acesso em agosto de 2008.

SILVA, E. A. Caracterização dos produtores de familiares de caju, de uma associação informal, na região Noroeste do Estado de São Paulo. Ilha Solteira, 2006. 62p. Dissertação (Mestrado em Sistema de Produção) - Faculdade de Engenharia de Ilha Solteira, Universidade Estadual Paulista, Ilha Solteira, 2006.

VIEIRA, L. F. Agricultura e agroindústria familiar. Revista de Política Agrícola. Rio de Janeiro, Ano VII (01), jan. - mar. 1998, p.11-23.

WILKINSON, J. Novos Conhecimentos e Capacidades para Inserção Econômica da Agricultura Familiar. Brasília, 2001. (Mimeo).