

Os empreendimentos de agregação de valor e as redes de cooperação da agricultura familiar de Santa Catarina 2016





Governador do Estado
Carlos Moisés da Silva

Secretário de Estado da Agricultura e da Pesca
Ricardo de Gouvêa

Presidente da Epagri
Edilene Steinwandter

Diretores

Giovani Canola Teixeira
Administração e Finanças

Humberto Bicca Neto
Extensão Rural e Pesqueira

Ivan Luiz Zilli Bacic
Desenvolvimento Institucional

Vagner Miranda Portes
Ciência, Tecnologia e Inovação



ISSN 0100-8986
Agosto/2019

DOCUMENTOS Nº 289

Os empreendimentos de agregação de valor e as redes de cooperação da agricultura familiar de Santa Catarina 2016

Janice M. Waintuch Reiter
Marcia Mondardo
Dilvan Luiz Ferrari
Luiz Carlos Mior
Tabajara Marcondes



Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina
Florianópolis
2019

Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (Epagri)
Rodovia Admar Gonzaga, 1.347, Itacorubi, Caixa Postal 502
CEP 88034-901, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil
Fone: (48) 3665-5000, fax: (48) 3665-5010
Site: www.epagri.sc.gov.br

Editado pelo Departamento de Marketing e Comunicação (DEMC)

Assessoria técnico-científica: Márcia Cunha Varaschin – Epagri Sede
Editoração técnica: Márcia Cunha Varaschin
Revisão textual: Tikinet
Arte final: Vilton Jorge de Souza
Fotos: capa - Artesanato em vime em Bocaina do Sul - Aires Carmem Mariga (Epagri)
terceira capa - Aires Carmem Mariga (Epagri)
quarta capa - Ana Clara Waituch Reiter

Primeira edição: agosto de 2019
Tiragem: 600 exemplares
Impressão: Gráfica CS

É permitida a reprodução parcial deste trabalho desde que citada a fonte.

Ficha catalográfica

REITER, J. M. W.; MONDARDO, M.; FERRARI, D. L.; MIOR, L. C.; MARCONDES, T. **Os empreendimentos de agregação de valor e as redes de cooperação da agricultura familiar de Santa Catarina**. Florianópolis, SC: Epagri, 2019. 72 p. (Epagri. Documentos, 289)

Agregação de valor; Agroindústria familiar;
Turismo; Artesanato.

ISSN 0100-8986



Autores/Organizadores

Janice Maria Waituch Reiter

Economista, M.Sc., Epagri, Centro de Socioeconomia e Planejamento Agrícola (Cepa), Rodovia Admar Gonzaga, 1486 – Itacorubi, 88034-001, Florianópolis, SC, fone: (48) 3665-5077, e-mail: janice@epagri.sc.gov.br.

Marcia Mondardo

Engenheira-agrônoma, M.Sc., Epagri, Centro de Socioeconomia e Planejamento Agrícola (Cepa), Rodovia Admar Gonzaga, 1486 – Itacorubi, 88034-001, Florianópolis, SC, fone: (48) 3665-5085, e-mail: mmondardo@epagri.sc.gov.br.

Dilvan Luiz Ferrari

Engenheiro-agrônomo, Dr., Epagri, Centro de Socioeconomia e Planejamento Agrícola (Cepa), Rodovia Admar Gonzaga, 1486 – Itacorubi, 88034-001, Florianópolis, SC, fone: (48) 3665-5092, e-mail: dilvanferrari@epagri.sc.gov.br.

Luiz Carlos Mior

Engenheiro-agrônomo, Dr., Epagri, Centro de Socioeconomia e Planejamento Agrícola (Cepa), Rodovia Admar Gonzaga, 1486 – Itacorubi, 88034-001, Florianópolis, SC, fone: (48) 3665-5091, e-mail: miorlc@epagri.sc.gov.br.

Tabajara Marcondes

Engenheiro-agrônomo, M.Sc., Epagri, Centro de Socioeconomia e Planejamento Agrícola (Cepa), Rodovia Admar Gonzaga, 1486 – Itacorubi, 88034-001, Florianópolis, SC, fone: (49) 3665-5089, e-mail: tabajara@epagri.sc.gov.br.

Apresentação

Em Santa Catarina não é recente o fato de muitos agricultores familiares buscarem alternativas econômicas através da agroindustrialização rural de pequena escala, do turismo rural e do artesanato, bem como construir formas de organização que contribuam para a viabilização dessas iniciativas. É fato que, nos últimos anos, assistimos ao crescimento da importância socioeconômica e política dessas iniciativas para a agricultura familiar e para o desenvolvimento rural estadual.

Assim, a Secretaria da Agricultura e da Pesca – SAR e a Epagri realizaram um levantamento que, coordenado pela Epagri/Cepa e envolvendo técnicos das estruturas estadual, regional e local do Programa de Gestão Negócios e Mercados da Epagri, contemplou três diferentes “tipos de empreendimentos” dos agricultores familiares catarinenses: a) agroindústrias; b) empreendimentos de turismo rural e artesanato; e c) redes de cooperação, na forma de condomínios, associações e cooperativas. Este texto contempla uma análise de cada um desses “tipos de empreendimentos” e deixa claras indicações de que existem muitos desafios para ampliar as possibilidades de sustentabilidade dessas atividades. A Epagri tem se colocado como protagonista no enfrentamento desses desafios e agradece a todos que contribuíram para a elaboração deste documento, na expectativa de que ele contribua para as reflexões sobre a promoção do desenvolvimento rural catarinense e para as ações de apoio a esses empreendimentos.

A Diretoria Executiva

Agradecimentos

Agradecemos a participação da equipe da Epagri que colaborou diretamente na concretização deste trabalho: Antônio Marcos Feliciano, Marcelo Alexandre Sá, Jurandi Gugel, Daniel Uba e Clovis Dorigon.

Importante ressaltar que esta análise não teria sido possível sem o envolvimento direto de muitos colegas da Epagri. Um reconhecimento especial aos técnicos do Programa GNM e àqueles das estruturas locais e regionais pela realização da pesquisa de campo. Como a decisão de responder o questionário era voluntária, a pesquisa só foi viável pela elevada confiança dos empreendedores familiares nesses profissionais. Embora possível citar o nome da maior parte deles, para evitar injustiças, registramos esse reconhecimento a todos.

Sumário

Introdução	9
1 Metodologia do levantamento	11
2 As agroindústrias rurais da agricultura familiar de Santa Catarina	12
2.1 Agroindústrias e cadeias de transformação: panorama estadual.....	13
2.2 Força de trabalho e geração de emprego.....	16
2.3 Perfil dos produtores e dos empreendimentos.....	17
2.4 Valor da produção	20
2.5 Grau de formalização e legalização dos empreendimentos	21
2.6 Mercados dos produtos da agroindústria familiar	23
2.7 Acesso às políticas públicas.....	26
2.8 Percepções e expectativas do empreendedor.....	30
3 Empreendimentos de turismo rural e artesanato	32
3.1 Localização	33
3.2. Artesanato	34
3.3.Turismo Rural.....	35
3.3.1 Capacidade de atendimento	35
3.3.1.1 Alimentação.....	35
3.3.1.2 Hospedagem.....	36
3.3.1.3 Lazer	37
3.4 Empreendimentos de turismo e artesanato.....	39
3.4.1 Mão de obra e êxodo	39
3.4.2 Características gerais	41
3.4.3 Gestão dos empreendimentos	43
3.4.4 Receitas e investimento.....	46
3.4.5 Práticas ambientais.....	48
3.4.6. Satisfação dos empreendedores	49
4 Redes de cooperação na agricultura familiar de Santa Catarina	51
4.1. Magnitude e distribuição regional das redes de cooperação em Santa Catarina.....	52
4.2. Gestão e demais características das redes de cooperação.....	54
4.3 Infraestrutura das redes de cooperação.....	57
4.4. Serviços prestados pelas redes de cooperação	62
4.5 Magnitude dos valores comercializados pelas redes de cooperação	66
Referências	71

Introdução

O processo de transformação estrutural do espaço rural de Santa Catarina tem muitas de suas causas e consequências bem visíveis e analisadas (MARCONDES et al., 2012; ALTMANN et al., 2008; SILVESTRO et al., 2001).

É nesse contexto de mudanças e desafios que os agricultores familiares e as organizações relacionadas com agricultura familiar de Santa Catarina têm buscado atividades, mercados, formas de organização e arranjos institucionais mais adequados às suas condições sociais, econômicas e políticas.

Entre algumas possibilidades de geração de ocupação e renda, não é recente os agricultores familiares optarem pela transformação de produtos rurais (agroindustrialização), o turismo rural e o artesanato. A constituição e a expansão de milhares de pequenos empreendimentos próprios ou associativos fazem parte da dinâmica pela qual os agricultores familiares buscam maior controle dos processos de produção e trabalho e procuram fugir do *squeeze* econômico a que estão submetidos em atividades tradicionais (FERRARI et al., 2014).

Esse processo de busca de crescimento/consolidação de empreendimentos dos agricultores familiares (agroindústrias, turismo rural e artesanato) inclui também a criação/ampliação das redes de cooperação, organizadas na forma de associações, condomínios, cooperativas por produto e cooperativas descentralizadas, com arranjos institucionais/organizacionais considerados mais adequados à viabilização dessas iniciativas (ESTEVAM & MIOR, 2014).

Cabe destacar também que muitas dessas iniciativas só se viabilizaram ou têm condições de se concretizar com a colaboração de ações de organizações públicas, privadas e de organizações não governamentais (ONGs). No caso de Santa Catarina, muitas ações dos anos recentes estiveram relacionadas com programas da Secretaria de Estado da Agricultura e da Pesca (SAR), de maneira especial com programas concebidos e/ou operacionalizados pela Epagri.

Esse protagonismo motivou a SAR e a Epagri a buscarem informações básicas sobre as iniciativas existentes no estado, o que levou à realização de um levantamento em 2010¹ e da sua “atualização” em 2017.

Esses dois levantamentos de campo foram coordenados pela Epagri/Cepa e envolveram a estrutura estadual, regional e local da Epagri, principalmente a equipe de extensão do programa Gestão e Mercados.

Embora a ideia fosse levantar informações sobre a totalidade dessas iniciativas dos agricultores familiares, pescadores artesanais e maricultores, não é possível garantir que isso tenha ocorrido, pois, na falta de um pré-cadastro, a seleção/escolha das mesmas ficou a cargo dos coordenadores/pesquisadores² das regiões/municípios de atuação da Epagri.

¹Alguns resultados desse levantamento estão disponíveis na bibliografia da publicação “Os empreendimentos de agregação de valor e as redes de cooperação da agricultura familiar de Santa Catarina”, disponível em: <http://docweb.epagri.sc.gov.br/website_cepa/publicacoes/Agregacao_valor.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2018.

²Na metodologia estão descritos os parâmetros/critérios a serem utilizados pelos coordenadores/pesquisadores da Epagri.

Portanto, a pesquisa não pode ser considerada um censo.

Esta publicação é uma análise a partir das informações dessa “atualização” de 2017. O seu primeiro capítulo descreve a metodologia utilizada no levantamento a campo, e o segundo, o terceiro e o quarto são, respectivamente, análises sobre as agroindústrias, sobre os empreendimentos de turismo e artesanato e sobre as redes de cooperação.

1 Metodologia do levantamento

A pesquisa foi realizada em 2017, tendo como período de referência 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2016 e data de referência 31 de dezembro de 2016. Foram aplicados questionários semiestruturados aos proprietários ou dirigentes dos empreendimentos pelos agentes de extensão rural da Epagri entre fevereiro e abril de 2017.

Foram pesquisados três diferentes tipos de empreendimentos: a) empreendimentos que processam produtos agropecuários (agroindústrias); b) empreendimentos voltados ao turismo rural e artesanato e; c) redes de cooperação (cooperativas, associações e condomínios).

O universo da pesquisa é composto dos empreendimentos sob posse/gestão direta dos agricultores familiares, pescadores artesanais e maricultores de Santa Catarina, segundo os seguintes conceitos:

Agricultor familiar: considera os critérios da Lei nº 11.326 de 2006, que estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais, ou seja, que a) não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 (quatro) módulos fiscais; b) utilize predominantemente mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento; c) tenha percentual mínimo da renda familiar originada de atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento, na forma definida pelo Poder Executivo (Redação dada pela Lei nº 12.512, de 2011); d) dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família.

Pescador artesanal: pescador profissional, de forma autônoma ou em regime de economia familiar, com meios de produção próprios ou em contrato de parceria, desembarcado, mas podendo utilizar embarcações de pequeno porte.

Além disso, tendo em vista os objetivos, o uso e a limitação de recursos para a aplicação dos questionários, foram pesquisadas fundamentalmente iniciativas que cumprem os seguintes requisitos: ser empreendimento/rede que tenha objetivo econômico, empreendimentos que sistematicamente destinem a sua produção ao mercado; que geram ou possam vir a gerar renda relativamente significativa para o(s) empreendedor(es); que disponham de uma estrutura/espço específico; e sejam legalizados ou passíveis de legalização.

Foram pesquisadas também as redes (organizações) que agrupam e organizam empreendimentos e/ou agricultores com objetivo de distribuição e comercialização dos produtos, compartilhamento de estruturas e logística de forma a melhorar a sua competitividade. Nesta pesquisa são consideradas redes: associações, condomínios, cooperativas por produto/cadeia produtiva, cooperativas descentralizadas e cooperativas centrais, estruturadas como organizações econômicas dos(as) agricultores(as) familiares.

Embora a ideia fosse levantar informações sobre a totalidade dos empreendimentos de posse ou sob o controle dos agricultores familiares, pescadores artesanais e maricultores, não é possível garantir que isso tenha ocorrido, pois a localização das organizações a serem pesquisadas ficou a critério do conhecimento dos coordenadores da pesquisa nas regiões de atuação da Epagri que, em conjunto com os técnicos municipais, definiram em cada região quais empreendimentos seriam levantados de acordo com os critérios acima. Importante

registrar que os coordenadores regionais da pesquisa foram capacitados para a aplicação dos questionários.

Foram pesquisados 1.387 agroindústrias, 379 empreendimentos ligados ao turismo e artesanato e 194 redes de cooperação.

As informações obtidas são relacionadas à caracterização do empreendimento, seus proprietários e associados, natureza jurídica, estrutura física, produtos processados, legalização, produção, serviços prestados, comercialização, gestão, mão de obra, recursos aplicados, relações com outras instituições e aspectos ambientais.

Para as redes de cooperação foram registradas informações sobre membros da diretoria, sócios e empreendimentos associados, cadeias produtivas envolvidas, valores comercializados, distribuição territorial e por clientes da comercialização, serviços prestados pelas redes, estrutura física, recursos aplicados e relação com outras instituições.

Os dados provenientes do levantamento de campo foram tabulados, criticados, agrupados e disponibilizados para esta análise.

2 As agroindústrias rurais da agricultura familiar de Santa Catarina

A crescente redução da participação dos agricultores familiares de Santa Catarina nas cadeias produtivas tradicionais nas últimas três décadas os desafiou na busca de novas formas de inserção de seus produtos no mercado. A imposição de novos padrões tecnológicos e escalas de produção inviabilizaram a permanência de milhares de agricultores familiares nas cadeias de carnes de suínos e de aves, na produção de grãos como milho, feijão, arroz e soja, dentre outras. É nesse contexto que agricultores e organizações relacionadas à agricultura familiar têm buscado atividades, mercados, formas de organização e arranjos institucionais mais adequados às suas condições sociais, econômicas e políticas.

A constituição e expansão de milhares de pequenas agroindústrias de base familiar faz parte da dinâmica pela qual os agricultores familiares buscam maior controle dos processos de produção e trabalho e procuram fugir do *squeeze* econômico a que estão submetidos em atividades tradicionais. Assim, por meio das agroindústrias familiares, os agricultores constroem novas e múltiplas formas de inserção nos circuitos de troca (FERRARI et al., 2014). Essas atividades permitem maior conexão entre produtores e consumidores e diferenciação nos padrões de consumo agroalimentares, contribuindo na formação de mercados de contato direto e de proximidade espacial.

2.1 Agroindústrias e cadeias de transformação: panorama estadual

A pesquisa levantou informações de 1.387 agroindústrias de propriedade de agricultores e pescadores familiares em atividade no estado. A Região Litoral Sul do estado (UGT 8) é a mais expressiva em número de agroindústrias com 224 unidades (16,1%), seguida pelas Regiões Litoral Norte (UGT 6) com 188 unidades (13,6%), Meio-Oeste (UGT 2) com 185 (13,3%), Região Metropolitana (UGT 7) com 176 (12,7%), Extremo Oeste (UGT 9) com 169 (12,2%) e Oeste Catarinense (UGT 1) com 151 unidades (10,9%). As regiões de abrangência das UGTs 3, 10, 4 e 5, com 4,1%, 4,5%, 5,7% e 6,8% respectivamente, tiveram as menores participações no número de empreendimentos em relação ao total levantado no estado catarinense³ (Figura 1).

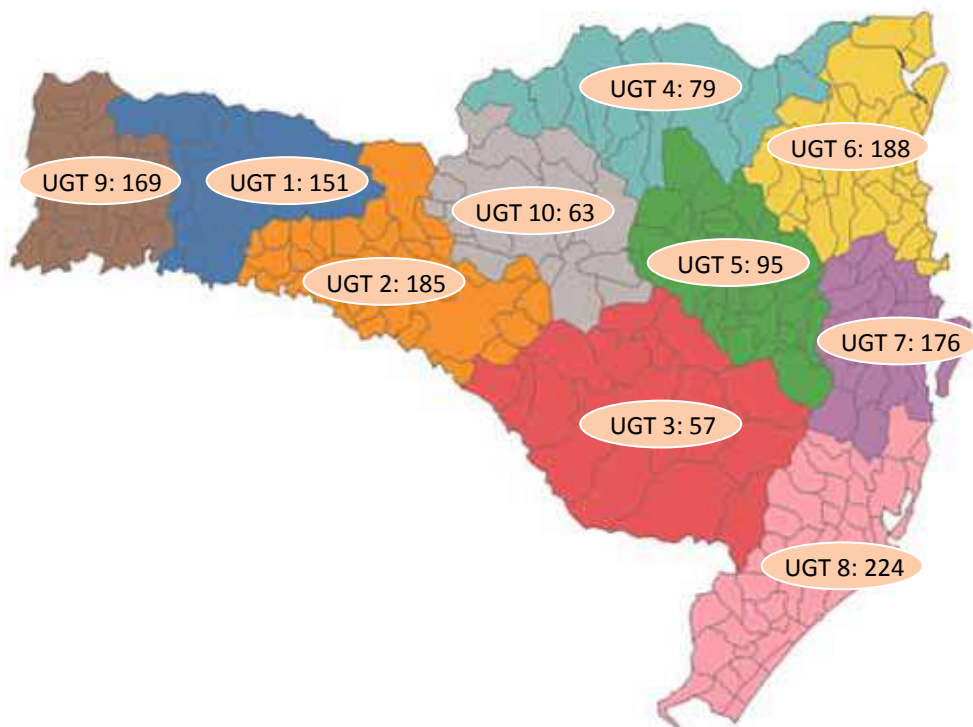


Figura 1. Distribuição dos empreendimentos pesquisados (agroindústrias) segundo as unidades de gerenciamento técnico da Epagri (UGTs)

⁽³⁾A regionalização trabalhada pela Epagri apresenta 10 regiões de planejamento denominadas por Unidades de Gestão Técnica – UGTs.

Em termos de densidade de agroindústrias rurais de base familiar, nota-se em média, uma proporção de 75,77 empreendimentos para cada 10 mil estabelecimentos agropecuários existentes no estado de Santa Catarina⁴. As regiões com maior densidade são a Região Metropolitana (209,62), Litoral Norte (131,38), Litoral Sul (95,35), Meio-Oeste (82,55) e Oeste Catarinense (74,33). O Planalto Sul e o Alto Vale do Itajaí são as que apresentam menor densidade de agroindústrias familiares.

Este significativo número de agroindústrias é acompanhado de grande diversidade de produtos processados. A cadeia que apresenta o maior número de agroindústrias do estado é a de massa e panificação. Foram identificadas 357 unidades representando 25,7% dos empreendimentos de agregação de valor levantados. Apesar de possuir características peculiares, principalmente quanto à origem da matéria-prima que em grande parte não é produzida na propriedade, esta cadeia tem significativa importância socioeconômica para agricultura familiar em todas as regiões do estado.

Em seguida, representando 19,3% dos empreendimentos do estado, desponta a cadeia de frutas e derivados. São 268 unidades que fazem o beneficiamento e climatização das frutas ou as processam em suco, vinho, geleia e doce. Por sua vez, a cadeia representada pelo aipim/mandioca e seus derivados se faz presente em 216 empreendimentos, participando com 15,6% do total de empreendimentos agroindustriais situados no estado.

Um terceiro grupo com um número significativo de unidades agroindustriais são as cadeias de cana e derivados (138 unidades), de leite e derivados (136 unidades), de hortaliça e derivados (113 unidades) e de aquicultura e pesca e seus derivados (101 unidades). Outras cadeias de menor expressão são as de carnes, de ovos, de grãos, de mel e de palmáceas e seus derivados (Tabela 1).

A distribuição do número de empreendimentos por cadeia produtiva nas diferentes regiões (UGTs) do estado é representada na Tabela 1. Observa-se uma diversidade de produtos sendo processados em cada uma das distintas regiões, apesar de haver algumas cadeias com maior importância relativa.

As agroindústrias de leite, carnes, ovos e cana-de-açúcar se destacam na Região Oeste, o que tem relação com a tradição do trabalho com estes produtos pelos agricultores da região. Os engenhos de mandioca e a respectiva produção de farinha, por sua vez, são atividades centenárias da cultura e modo de vida dos colonizadores da faixa litorânea, em especial da Região Sul do estado. O processamento de frutas e hortaliças é bem distribuído no estado, com destaque para as regiões do Litoral Sul e Norte. As unidades de massa e panificação são as que se apresentam melhor distribuídas em todas as regiões catarinenses.

⁴Os dados preliminares do Censo Agropecuário de 2017 indicam um total de 183.065 estabelecimentos agropecuários em Santa Catarina.

Tabela 1. Número de empreendimentos por cadeia produtiva segundo a UGT

Produtos	UGT 01	UGT 02	UGT 03	UGT 04	UGT 05	UGT 06	UGT 07	UGT 08	UGT 09	UGT 10	Total⁽¹⁾
Massa e panificação	43	51	24	32	33	36	26	60	34	18	357
Frutas e derivados	21	28	6	12	16	51	26	51	29	28	268
Aipim/mandioca e derivados	23	17	1	6	12	39	36	62	19	1	216
Cana-de-açúcar e derivados	16	25	1	1	8	23	15	15	33	1	138
Leite e derivados	22	12	16	13	11	18	9	11	20	4	136
Hortaliça e derivados	14	12	4	10	10	24	10	14	8	7	113
Aquicultura, pesca e derivados	2	5	-	1	4	16	57	12	4	-	101
Carnes e derivados	12	16	3	4	4	4	2	9	19	8	81
Ovos	14	24	-	2	1	2	1	14	12	3	73
Grãos e derivados	5	11	1	2	5	3	2	15	5	2	51
Mel e derivados	3	7	4	3	3	6	2	5	6	1	40
Palmáceas e derivados	-	-	-	-	1	10	3	3	-	-	17
Outros⁽²⁾	0	1	2	2	1	12	6	5	0	1	30

⁽¹⁾A mesma agroindústria pode ter sido contabilizada mais de uma vez por trabalhar com mais de uma cadeia produtiva.

⁽²⁾Erva-mate, pinhão, chás, plantas medicinais e madeira.

Analisando sob o ponto de vista das regiões, nas UGTs 1, 2, 3, 4 e 5 se destacam as agroindústrias de massa e panificação; nas UGTs 6 e 8 as unidades de frutas, aipim/mandioca e também de massa e panificação; na UGT 9 além de massa e panificação, o processamento de cana e de frutas; na UGT 10 o processamento de frutas e na UGT 7 as unidades que beneficiam produtos da aquicultura e da pesca.

2.2 Força de trabalho e geração de emprego

As agroindústrias são importantes fontes de geração de trabalho tanto para os membros das famílias quanto pela possibilidade de contratação de mão de obra externa, em geral, conhecidos e vizinhos. Do total dos trabalhadores, 76% são oriundos da própria família, permitindo ocupação permanente e temporária ao longo do ano, ratificando uma das características marcantes da agricultura familiar no estado, onde propriedade, trabalho e gestão estão intimamente imbricados. Em relação aos que são contratados, os empregados temporários prevalecem, muito em decorrência da sazonalidade de produção intrínseca à maioria destas cadeias produtivas.

Quanto ao sexo das pessoas ocupadas, verifica-se que a proporção de homens e mulheres é muito semelhante, demonstrando que a lógica historicamente estabelecida segundo a qual o espaço de processamento desses produtos era tipicamente da mulher, vem se transformando a partir de uma prática mais comercial e de negócio imprimida a esses empreendimentos nas últimas duas décadas (Tabela 2).

Tabela 2. Mão de obra utilizada nos empreendimentos segundo sexo e situação de trabalho

Situação de trabalho	Familiar		Contratado		Total	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Permanente	1.523	1.501	266	225	1.789	1.726
Temporário	467	394	328	422	795	816
Total	1.990	1.895	594	647	2.584	2.542

No total são 5.126 postos de trabalho gerados a partir da agroindustrialização no meio rural catarinense, sendo que 1.177 são ocupados por jovens (588 moças e 589 rapazes) na faixa etária de 16 a 29 anos de idade. Isso representa 23% do total de pessoas ocupadas nas agroindústrias rurais de base familiar no estado. Esta condição é vital para a continuidade destes empreendimentos e contribui para a própria reprodução social da agricultura familiar em Santa Catarina.

Num contexto histórico em que o meio rural sistematicamente vem perdendo população⁵, a capacidade que estas agroindústrias rurais têm sobre a permanência ou retorno de pessoas ao meio rural é de extrema relevância. Verifica-se que essa repercussão é maior no sentido de as pessoas permanecerem do que retornarem ao meio rural, ocorrendo mais na faixa etária dos adultos que dos jovens⁶ bem como influenciando mais homens do que mulheres. De todo modo, expressa a importância desses empreendimentos

⁵O número de pessoas ocupadas nos estabelecimentos agropecuários em Santa Catarina era de 718,7 mil pessoas em 1996, decrescendo para 571,5 mil pessoas em 2006 e para 497,8 mil em 2017 (IBGE – CENSOS AGROPECUÁRIOS, 1996, 2006, 2017). A população rural em 2000 representava 21,25% da população total do estado e no ano de 2010 esse valor caiu para 16,01% do total (IBGE – CENSOS DEMOGRÁFICOS, 2000, 2010).

⁶Neste trabalho considerou-se jovens aqueles na faixa etária entre 16 e 29 anos.

na geração de trabalho e de oportunidades para as famílias de agricultores continuarem a morar em suas comunidades fortalecendo seu tecido social e construindo suas vidas sem necessariamente migrar para o meio urbano (Tabela 3).

Tabela 3. Pessoas que permaneceram no meio rural ou retornaram para trabalhar nos empreendimentos

Sexo	Permaneceram			Retornaram		
	Adultos	Jovens	Total	Adultos	Jovens	Total
Homens	1.095	362	1.457	244	102	346
Mulheres	989	247	1.236	213	97	310
Total	2.084	609	2.693	457	199	656

2.3 Perfil dos produtores e dos empreendimentos

Tanto homens quanto mulheres são donos(as) dos empreendimentos e ambos se situam numa ampla faixa de idade. A participação das mulheres como proprietárias das agroindústrias é bastante expressiva (36,3%), inclusive bem superior em relação ao número de mulheres que dirigem os estabelecimentos agropecuários (10%), segundo dados do último censo agropecuário (IBGE, 2017). Embora pessoas mais jovens também invistam neste segmento, 68% dos proprietários encontram-se na faixa de idade acima dos 45 anos, o que espelha a tendência observada de envelhecimento da população rural no estado de Santa Catarina e no Brasil (Tabela 4).

Tabela 4. Proprietários dos empreendimentos segundo sexo e estratos de idade

Anos	Feminino		Masculino		Total	
	Nº de pessoas	%	Nº de pessoas	%	Nº de pessoas	%
Até 24 anos	12	2,9	16	2,2	28	2,5
De 25 a 34 anos	52	12,4	79	10,8	131	11,4
De 35 a 44 anos	86	20,5	128	17,5	214	18,6
De 45 a 54 anos	145	34,6	236	32,3	381	33,1
De 55 a 64 anos	94	22,4	197	26,9	291	25,3
65 anos ou mais	30	7,2	75	10,3	105	9,1
Total	419	100,0	731	100	1.150 ⁽¹⁾	100,0

⁽¹⁾Responderam a esta questão 1.150 proprietários.

Em relação ao tempo de existência, os dados apontam que 35,4% das agroindústrias rurais levantadas no estado tem até 5 anos de funcionamento, indicando que este tipo de atividade continua a atrair os produtores rurais na busca de alternativas de renda (Tabela 5). É importante destacar que estes empreendimentos geralmente são o amadurecimento de iniciativas informais enraizadas no saber-fazer e na tradição dos agricultores em transformar estes produtos na sua cozinha⁷. Estas práticas permitem transpor com mais facilidade o período inicial do negócio, sempre sujeito a riscos de maior grandeza. Talvez isto explique o pequeno número de casos de falência destes empreendimentos no meio rural.

Tabela 5. Número de empreendimentos segundo tempo de existência

Anos	Nº de empreendimentos	Participação (%)
Até 2 anos	281	20,3
De 3 a 5 anos	210	15,1
De 6 a 10 anos	355	25,6
De 11 a 20 anos	355	25,6
Mais de 20 anos	147	10,6
Sem resposta	39	2,8
Total	1.387	100,0

Por outro lado, há um expressivo número de unidades com mais de 10 anos de exercício das atividades (502 agroindústrias), sinalizando um processo de profissionalização e rentabilidade do negócio, o que permite sua continuidade mesmo num ambiente adverso sobretudo quanto ao padrão de exigências da legislação ambiental e sanitária imposto às unidades de processamento que se caracterizam por serem de pequena escala.

No que diz respeito à forma de organização, verifica-se que 84% das agroindústrias são individuais ou familiares (unifamiliar), enquanto que somente 16% são grupais. Observa-se um padrão semelhante para a maioria das regiões, prevalecendo os empreendimentos unifamiliares. Contudo, na UGT 7 (Região Metropolitana), de um total de 176 unidades apenas 4 são grupais. Já na UGT 10 (Alto Vale do Rio do Peixe) chama atenção o número expressivo de empreendimentos grupais (46%), mesmo que metade deles seja composto por apenas 2 sócios (Figura 2).

⁽⁷⁾Tem sido recorrente a prática de construção informal dos mercados por estes empreendedores, propiciando o aprendizado necessário para ampliação dos investimentos e maior garantia de sucesso nos médios e longos prazos (WILKINSON & MIOR, 1999; MIOR, 2005; DORIGON, 2008; FERRARI, 2011; MARCONDES et al., 2012).

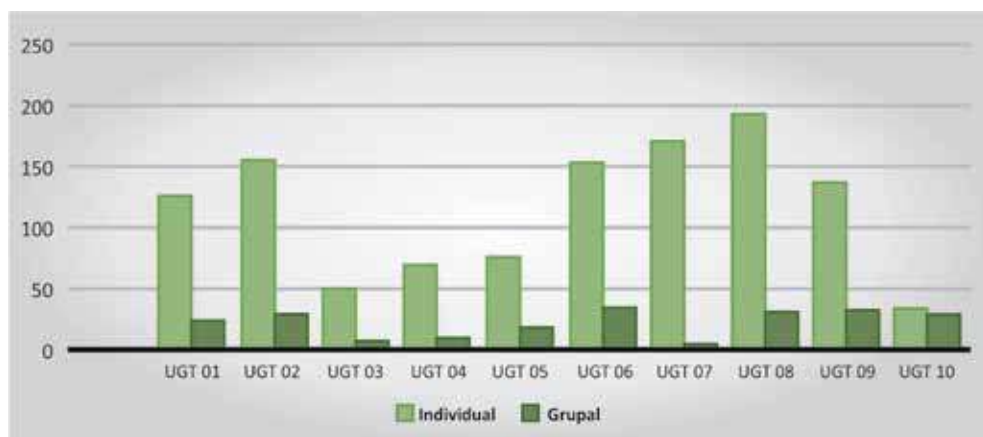


Figura 2. Número de empreendimentos segundo formas de organização por UGT

No caso dos 216 empreendimentos grupais, a grande maioria é constituída de poucos sócios: 88% delas têm menos que 10 sócios, sendo que 55,6% tem somente 2 sócios e 30,1% tem de 3 a 5 sócios (Tabela 6). Este padrão parece decorrer da formação de grupos com laços de parentesco ou de vizinhança⁸.

Esta condição de predomínio da organização com base nos laços de parentesco leva a refletir sobre a formação das redes sociais em que estão imersas essas unidades econômicas. Na perspectiva de Ferrari (2011), com o amadurecimento dos processos, as redes sociotécnicas estruturadas a partir de “projetos externos” se alinham com as redes sociais historicamente construídas pelos agentes locais. Isto se verifica especialmente quando os meios de produção e de trabalho têm que ser partilhados e os resultados dessa ação são coletivos.

Tabela 6. Número de sócios dos empreendimentos grupais

Nº de sócios	Nº de empreendimentos	%
2 sócios	120	55,6
De 3 a 5 sócios	65	30,1
De 6 a 9 sócios	5	2,3
De 10 a 19 sócios	9	4,2
De 20 a 49 sócios	10	4,6
50 ou mais sócios	7	3,2
Total	216	100

⁽⁸⁾A consolidação de uma agroindústria grupal passa pela mobilização de recursos sociais (imersos nas relações sociais envolvendo amizade, parentesco, confiança e reciprocidade) que se encontram de forma heterogênea nas comunidades rurais (MIOR, 2005).

A questão da gestão destes empreendimentos, portanto, se torna elemento importante para os resultados gerados. Em 87% deles a administração é realizada ou pelo proprietário (67%) ou por uma pessoa da família (20%). A prática da gestão parece deficitária, já que em 18% não existe qualquer tipo de controle administrativo e em 54% é realizada anotação somente dos principais itens de despesas. Controles mais apurados (livros-caixa e arquivos manuais) eram realizados por 17% e a adoção de sistemas (planilhas ou softwares) por somente 10,6% das unidades. Contudo, na visão de boa parte dos produtores a questão parece resolvida, visto que para 66% deles os controles administrativos adotados atendem às necessidades dos empreendimentos.

2.4 Valor da produção

O valor comercializado por estas 1.387 agroindústrias foi de R\$ 249,6 milhões em 2016. As cadeias que apresentaram maior valor comercializado foram de frutas e derivados com 19,2%, leite e derivados com 12,4%, massa e panificação com 12,3%, aquicultura e pesca e derivados com 11,9%, carne e derivados com 10,8% e aipim/mandioca e derivados com 10,4%. As seis principais cadeias respondem a 77% do valor comercializado (Tabela 7).

Tabela 7. Número de empreendimentos e valor comercializado segundo a cadeia produtiva

Cadeias de valor	Nº empreendimentos	Valor comercializado (R\$)	Participação (%)
Frutas e derivados	268	48.013.160,94	19,2
Leite e derivados	136	30.992.767,61	12,4
Massa e panificação	357	30.780.512,41	12,3
Aquicultura e pesca e derivados	101	29.745.817,40	11,9
Carnes e derivados ⁽¹⁾	81	26.957.776,79	10,8
Aipim/mandioca e derivados	216	25.985.524,30	10,4
Ovos	73	19.379.113,50	7,8
Cana e derivados	138	12.581.414,22	5,1
Hortaliça e derivados	113	9.610.596,05	3,9
Palmáceas e derivados	17	5.579.081,35	2,2
Grãos e derivados	51	4.172.081,62	1,7
Outros ⁽²⁾	70	5.813.619,28	2,3
Total	-	249.611.465,47	100,0

⁽¹⁾Carnes e derivados = bovinos, suínos, frangos e outros.

⁽²⁾Outros = erva mate, pinhão, chás, madeiras e mel.

As cadeias produtivas de maior valor comercializado por agroindústria são as de carnes, palmáceas, aquicultura e pesca, ovos e leite. As de menor densidade econômica são as de grãos, hortaliças, massa e panificação e de cana e derivados.

2.5 Grau de formalização e legalização dos empreendimentos

Dentre os 1.387 empreendimentos agroindustriais da agricultura familiar de Santa Catarina, 665 (48%) relataram algum tipo de dificuldade relacionada à legislação na qual estão enquadrados. Nada menos que 549 (82,6%) indicaram que os problemas de adequação se deram na esfera da legislação sanitária, 40,8% na legislação tributária, 33,8% na legislação ambiental, 11,3% na legislação trabalhista e 8,4% se referiram à legislação previdenciária.

O grau de formalização das agroindústrias é importante no sentido de atender os requisitos exigidos pela legislação tributária, favorecendo a atuação nos mercados sobretudo aqueles de cadeias longas. Considerando o universo dos 1.387 empreendimentos pesquisados, verifica-se uma diversidade de formas jurídicas requeridas. A forma predominante (46%) é a de Pessoa Física, o que sugere restrições comerciais para esses empreendimentos⁹. Contudo, 31% estão legalizados via cooperativas (nos seus mais distintos formatos) e outros 20% como microempreendedor individual (MEI) ou microempresa.

O padrão muda consideravelmente de acordo com a região em que a agroindústria está localizada. Na Região Meio-Oeste (UGT2), somente 10% das agroindústrias estão na condição de pessoa física; já nas Regiões Planalto Sul (com 77%), Metropolitana (com 75%) e Planalto Norte (com 68%), essa condição predomina fortemente (Figura 3).

Por sua vez, em seis das 10 regiões do estado predomina a organização em rede via cooperativas da agricultura familiar, cabendo destacar neste aspecto o intenso trabalho realizado nos últimos anos pela extensão da Epagri e por outras entidades atuantes do meio rural¹⁰. Nas três regiões que compõem a mesorregião Oeste Catarinense, no Alto Vale do Itajaí, no Alto Vale do Rio do Peixe e no Litoral Sul do estado, a organização jurídica na forma de filiais e/ou unidades de cooperativas descentralizadas é bastante expressiva, com destaque para a UGT 2, com 78% do total.

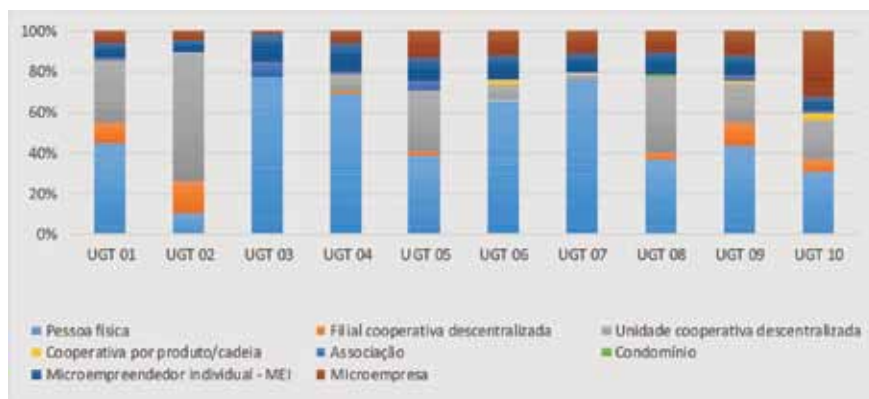


Figura 3. Situação jurídica dos empreendimentos (em %) segundo UGT

⁽⁹⁾A lei 16.971, de 26/07/2016, criou a figura do micro produtor primário no estado de Santa Catarina. Ela permite que o próprio agricultor comercialize sua produção diretamente ao consumidor final com isenção de ICMS, até o limite de R\$ 120 mil por ano.

⁽¹⁰⁾É o caso da APACO (Associação dos Pequenos Agricultores do Oeste Catarinense) com sede em Chapecó e da AGRECO com sede em Santa Rosa de Lima.

Em relação à legislação sanitária, identificou-se que 30,2% das agroindústrias que trabalham com produtos de origem animal e 26,9% das que trabalham com produtos de origem vegetal não possuem serviço de inspeção e registro dos produtos, respectivamente (Tabela 8). No caso dos produtos de origem animal, prevalece o Sistema de Inspeção Municipal – SIM como estratégia de adequação sanitária, o que reforça a necessidade de ampliar a disponibilização deste serviço em muitos municípios catarinenses e ao mesmo tempo sinaliza sua relevância para o comércio local destes alimentos.

Tabela 8. Número de empreendimentos segundo inspeção sanitária animal, vegetal e registros de produtos

Produtos vegetais			Produtos animais		
Serviço	Nº de empreendimentos	%	Serviço	Nº de empreendimentos	%
Não tem registro	265	26,9	Não tem inspeção	130	30,1
Vigilância Sanitária	623	63,2	SIM⁽¹⁾	222	51,5
MAPA⁽²⁾	52	5,3	SIE⁽³⁾	61	14,2
Outro registro	12	1,2	SIF⁽⁴⁾	11	2,6
Não se aplica	33	3,4	Sem resposta	7	1,6
Total	985	100	Total	431	100

⁽¹⁾SIM – Sistema de Inspeção Municipal

⁽²⁾MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

⁽³⁾SIE – Sistema de Inspeção Estadual

⁽⁴⁾SIF – Sistema de Inspeção Federal

Quanto aos motivos elencados para a não existência da inspeção para produtos de origem animal, destacam-se as dificuldades burocráticas (49,2%), a inexistência do serviço no município (45,4%) e os custos elevados da adequação necessária (40,8%). Também foram citados instalações inadequadas (26,9%) e dificuldade de atendimento às demais legislações (15,4%). Mesmo assim, 22,3% das unidades estão num processo de construção e adequação às legislações pertinentes. Verifica-se, portanto, uma preocupação por parte dos empreendedores em legalizar seus produtos visando atender às normas vigentes e assim comercializar formalmente nos mercados.

Ao serem questionados, boa parte (44%) respondeu que tem interesse em mudar o tipo de inspeção de origem animal vigente na sua unidade, apesar das dificuldades de ordem burocrática, inadequação das instalações e custos para operacionalizar essa mudança. Os mais citados foram o SIE, Sistema de Inspeção de Produtos de Origem Animal – SISB e SIM. Esta condição pode estar relacionada à necessidade de ampliação dos mercados para os produtos de origem animal.

2.6 Mercados dos produtos da agroindústria familiar

Os mercados locais/regionais dão sustentabilidade às cadeias de transformação aqui analisadas no que se refere à abrangência dos negócios. Considerando os 1.387 empreendimentos levantados, 91% responderam que vendem no próprio município e 58% nas regiões próximas (municípios vizinhos). Sob o ponto de vista dos valores comercializados, identificou-se que 43,1% se dá no próprio município e 34,9% nos municípios da região, ratificando a relevância dos mercados locais e regionais no valor monetário gerado pelos produtos da agroindústria familiar rural (Tabela 9).

Tabela 9. Distribuição geográfica das vendas dos empreendimentos

Nível geográfico	Nº de empreendimentos	Valor comercializado	
		Valor (R\$)	%
Município	1.259	108.656.998,76	43,1
Região	811	87.859.876,19	34,9
Estado (Santa Catarina)	187	36.337.141,06	14,4
Outros estados	125	18.834.657,40	7,5
Outros países	10	44.911,85	0,0
Sem resposta	3	224.700,00	0,1
Total	-	251.958.285,26	100,0

Um primeiro aspecto importante diz respeito à forma de comercialização desses produtos nos mercados acima referidos. A diversificação dos dispositivos mercantis é uma estratégia recorrente utilizada pelos agricultores, tanto para produtos *in natura* quanto para aqueles processados nas agroindústrias familiares. Predominam as relações mercantis diretas com os consumidores, os pequenos varejos e os mercados institucionais. São vendas que acontecem e reforçam os mercados de proximidade.

Um número expressivo de agroindústrias tem como cliente importante o segmento de mercado varejista, vendendo parte de seus produtos a supermercados (449), pequenos mercados, padarias e mercearias (552), restaurantes e lanchonetes (283), casas coloniais (207) e comércios próprios (7). Esse segmento de mercado foi responsável por 56,5% do valor total comercializado em 2016.

Um outro segmento de atuação são as vendas para mercado de atacado. Cerca de 16% do valor comercializado resulta das vendas para este tipo de cliente que inclui Ceasa, intermediários, indústria e cooperativas.

Um segmento que vem crescendo em importância nos últimos anos é a venda para os mercados institucionais (Programa de Aquisição de Alimentos – PAA e Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE), que têm se mostrado uma opção atrativa para grande número de agroindústrias. São 399 empreendimentos que venderam para o PNAE e 80 para o PAA em 2016, representando 7,2% do valor total comercializado (Tabela 10).

Tabela 10. Número de empreendimentos e valor comercializado segundo o tipo de cliente

Tipo de cliente	Nº de empreendimentos	Valor comercializado	%
Direto ao consumidor	1370	49.886.080,54	19,9
Supermercados	449	69.312.332,68	27,5
Pequenos mercados, padarias, mercearias	552	48.506.189,94	19,3
Intermediário (atacadista, caminhoneiro)	199	35.225.158,01	14
Restaurantes e lanchonetes	283	18.099.643,10	7,2
PNAE	399	16.633.068,30	6,6
Ponto de venda da organização, casa colonial	207	5.319.319,89	2,1
Indústria	26	3.316.498,37	1,3
PAA	80	1.577.032,47	0,6
Ceasa	20	1.167.419,55	0,5
Cooperativa	17	1.101.541,40	0,4
Comércio próprio	7	1.055.721,00	0,4
Outros	13	758.280,01	0,2
Total	-	251.958.285,26	100

Destaca-se que 98,8% das agroindústrias vendem parte de sua produção diretamente ao consumidor, indicando que trocas face a face estão intrinsecamente associadas à natureza dos produtos oriundos da agroindústria familiar, onde se valorizam as relações sociais entre os agentes. Cerca de 20% do valor comercializado total é gerado neste tipo de venda. São 1.370 agroindústrias atuando diretamente com o consumidor, das quais 502 entregam o produto na casa do consumidor, 291 vendem nas feiras livres, 880 vendem seus produtos na própria agroindústria e 40 colocam seus produtos em pontos de venda na estrada. Prevaecem, portanto, as vendas no domicílio e no próprio estabelecimento agropecuário (Tabela 11).

Tabela 11. Número de empreendimentos que vendem direto ao consumidor segundo local de venda

Local	Nº de empreendimentos
Entrega na casa do consumidor	502
Feiras livres	291
Na propriedade, empreendimento	880
Ponto de estrada	40
Outro	6

As vendas diretas permitem uma ampliação das relações sociais com os consumidores e a expansão da demanda à medida que o produto se torna mais conhecido. Ademais, ressignifica essa relação ao trocarem-se informações, saberes, receitas e impressões. É, portanto, um espaço social de aprendizagem que permite aos agricultores criarem mercados para seus produtos e expandir seus negócios com mais segurança. Deste modo, relações de confiança e reconhecimento permeiam a relação de troca cujo modo de qualificação passa pela reputação e fama (FERRARI et al. 2014).

Num contexto em que a regulação da produção de alimentos (instituindo nos estados e municípios os serviços de vigilância e de inspeção sanitária) significou limitar a inserção nos mercados via processamento e agroindustrialização, agricultores familiares e suas organizações constroem alternativas (através de grupos, condomínios, associações e cooperativas) às estruturas agroalimentares convencionais visando alcançar tanto mercado para seus produtos quanto poder de negociação perante os demais agentes das cadeias produtivas.

Neste cenário, observa-se que a comercialização de produtos através de redes de comercialização vem ganhando espaço em Santa Catarina. Cerca de 35% dos empreendimentos tem parcela de sua produção comercializada através de redes de comercialização horizontais com destaque para as regiões Oeste Catarinense e Litoral Sul, onde o movimento neste sentido tem se mostrado mais forte nos últimos anos (Tabela 12).

Tabela 12. Número de empreendimentos que comercializam através de alguma organização de comercialização por UGT

UGT	Não comercializam	Comercializam		Sem resposta
		Número de empreendimentos	Percentual do valor de vendas comercializado através das organizações	
UGT 01	76	74	10,68	1
UGT 02	53	132	56,09	-
UGT 03	52	5	8,75	-
UGT 04	65	14	5,46	-
UGT 05	62	32	20,55	1
UGT 06	150	31	13,16	7
UGT 07	168	8	0,63	-
UGT 08	114	106	10,35	4
UGT 09	109	60	23,36	-
UGT 10	40	23	27,5	-

Alguns atributos relacionados à venda de produtos nos mercados são facilitadores para realização dos negócios. Neste aspecto, em relação ao uso de marcas, verifica-se que 43,3% dos empreendimentos pesquisados possuem marca individual e 30,2% marca coletiva, mas ainda existem 26% que não possuem marca. Cerca de 74% usam rótulos em seus produtos e 48% utilizam código de barras. No que se refere ao uso da nota fiscal de venda dos produtos, requerida pela Secretaria de Estado da Fazenda, identificou-se que somente 39% dos empreendimentos fazem emissão da nota eletrônica, cumprindo a normatização tributária.

2.7 Acesso às políticas públicas

As agroindústrias de agricultores familiares em Santa Catarina têm em comum as dificuldades relacionadas à sua implantação e posterior gestão. A instalação da unidade exige cumprir uma série de requisitos legais, buscando atender a legislação ambiental, sanitária, fiscal e tributária. São processos que não fazem parte do cotidiano desses agricultores empreendedores, o que os leva a buscar apoio técnico e assessoria para efetivação dos seus negócios. A Epagri, as prefeituras (especialmente através da secretaria municipal da agricultura) e as cooperativas da agricultura familiar são as maiores parceiras neste processo (Tabela 13).

Tabela 13. Número de empreendimentos segundo as instituições que assessoraram a sua criação

Instituição	Nº de empreendimentos	% *
Ninguém	277	20
Epagri	846	61
Secretaria municipal da agricultura/Prefeitura	621	44,8
Cooperativa	229	16,5
Sebrae	91	6,6
Profissional empresa	67	4,8
Sindicato	66	4,8
Cidasc	57	4,1
ONG	41	3
Amigos e familiares	36	2,6
Associações	21	1,5
Associação de municípios	16	1,2
Outros **	97	7

(*) O percentual de respostas está em relação ao número de 1.387 empreendimentos. Um mesmo empreendimento pode ter recebido assessoria de mais de uma instituição.

(**) Outras instituições citadas com menor frequência: Universidade, Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA, Agropecuária, Instituições financeiras, MAPA, Projeto Microbacias 2 – MB2, Movimento social, Fundação do Meio Ambiente – Fatma, Colônia de pescadores.

A Epagri vem atuando há muito tempo nesta área, incentivando os agricultores a agregar valor às matérias-primas produzidas em seus estabelecimentos familiares. Desenvolve trabalhos desde o final dos anos 1990 com o projeto de agregação de valor, participando do projeto piloto realizado no estado em parceria com a UFSC e governo federal. Atualmente as ações estão inseridas no Programa GNM – Gestão de negócios e mercados, com atuação em todo o estado e contribuindo ativamente nas metas de criação e estruturação de agroindústrias previstas no Programa Santa Catarina Rural entre os anos de 2010 e 2016, as quais contemplavam apoiar 500 planos de negócios em Santa Catarina¹¹.

Um aspecto chave para a sustentabilidade destes negócios é a contínua assessoria técnica prestada por diversas instituições com atuação no meio rural, conforme pode ser visto na Tabela 14. É prática notória a atuação de mais de uma organização apoiando os negócios, visto a diversidade de desafios técnicos, de gestão e de natureza jurídica que precisam ser enfrentados em acordo às competências de cada entidade apoiadora. Também se nota um empreendedorismo com viés mais autônomo por parte dos empreendedores (25%) que responderam não receber assessoria de nenhuma instituição.

Tabela 14. Número de empreendimentos que recebem assistência técnica segundo prestadora

Instituição	Nº de empreendimentos	% *
Ninguém	349	25,2
Epagri	830	59,8
Secretaria municipal da agricultura/Prefeitura	437	31,5
Cooperativa	227	16,4
Sebrae	80	5,8
Profissional empresa	67	4,8
Cidasc	59	4,3
ONG	43	3,1
Sindicato	36	2,6
Amigos e familiares	36	2,6
Vigilância sanitária	31	2,2
Associações	21	1,5
Outros **	133	9,6

(*) O percentual de respostas está em relação ao número de 1.387 empreendimentos. Um mesmo empreendimento pode receber assessoria de mais de uma instituição.

(**) Outras instituições citadas com menor frequência: Instituições financeiras, Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – Senar, Universidade, Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA, Agropecuária, Cooperativa de trabalho dos Engenheiros Agrônomos e de Profissionais em Desenvolvimento Rural e Ambiental de Santa Catarina – Uneagro, Mapa, Associação de municípios, Movimentos sociais, Colônia de pescadores.

¹¹Para maiores informações sobre os resultados alcançados no SC Rural em relação ao apoio à constituição e ampliação de agroindústrias familiares em SC, consultar o relatório “Avaliação de impacto dos empreendimentos de agregação de valor – Programa SC Rural” (REITER et al., 2016).

Quanto aos recursos investidos nos empreendimentos nos últimos 7 anos, foi observado que 60,5% foi capital próprio ou de empréstimos em bancos privados. A segunda fonte de recursos mais utilizada foi o Pronaf, com 27,3%. O Programa Santa Catarina Rural e o Banco Nacional do Desenvolvimento – BNDES vem a seguir com 7,5% e 2,2%, respectivamente. Ao se considerar recursos ligados às políticas públicas, sejam de origem municipal, estadual ou federal, observa-se que representam cerca de 39,6% do total investido no setor em 690 empreendimentos. Cabe considerar que 95 empreendimentos pesquisados não declararam investimentos no período (Tabela 15).

Tabela 15. Número de empreendimentos e valor investido segundo sua origem

Origem dos recursos	Nº de empreendimentos	Valor investido (R\$)	%
Capital próprio	1.138	86.437.297,5	55,9
Pronaf investimento	421	31.451.067,3	20,3
Programa SC Rural	259	11.738.351,6	7,5
Pronaf outros	125	10.806.942,3	7,0
Bancos privados	85	7.083.900,0	4,6
BNDES	30	3.400.200,0	2,2
Fundo de Desenvolvimento Rural	76	1.901.523,0	1,2
Não reembolsável	16	1.202.765,8	0,8
Outro	27	741.243,0	0,5
Total	-	154.763.290,5	100,0

A necessidade de aperfeiçoamento profissional e qualificação dos trabalhadores destes empreendimentos fica confirmada pelos números apresentados abaixo (Tabela 16). Em 75% dos empreendimentos do estado houve pessoas participando de cursos de capacitação entre os anos de 2012 e 2016. Os cursos que mais tiveram procura foram os de manipulação de alimentos/boas práticas, de fabricação de produtos, de gestão de empreendimentos e de cooperativismo/associativismo. Nota-se ainda uma gama bastante grande de cursos frequentados, indicando haver uma deficiência em várias áreas relacionadas à qualidade dos produtos e melhoria da performance dos resultados dos empreendimentos agroindustriais de pequena escala no meio rural.

Tabela 16. Número de empreendimentos em que pessoas participaram de capacitações de 2012 a 2016 segundo o tipo de capacitação

Discriminação	Nº de empreendimentos	% (*)
Não participou	347	25,0
Manipulação de alimentos/boas práticas	774	55,8
Fabricação de produtos	508	36,6
Gestão de empreendimentos	394	28,4
Cooperativismo/associativismo	374	27,0
Controle de qualidade	266	19,2
Higiene industrial	262	18,9
Empreendedorismo	251	18,1
Comercialização	227	16,4
Marketing	131	9,4
Tecnologia da informação	83	6,0
Curso de jovens	57	4,1
Produção de matéria prima	33	2,4
Outros	22	1,6

(*) O percentual de respostas está em relação ao número de 1.387 empreendimentos. Um mesmo empreendimento pode ter apontado mais de uma capacitação na resposta.

Ao serem questionados acerca da necessidade de novas capacitações, a absoluta maioria afirmou positivamente e indicou as áreas e temas de interesse (Tabela 17). Importa ressaltar que os agricultores de forma geral têm formação restrita ao ensino fundamental, especialmente aqueles de idade mais avançada, o que amplifica políticas voltadas ao preenchimento desta lacuna. Esta condição rebate na forte demanda dos empreendedores, no sentido de buscar aperfeiçoamento profissional contínuo visando se manterem competitivos no mercado. Neste aspecto há várias instituições que oferecem cursos dos mais variados temas, a exemplo da Epagri, IFSC, Senai, Senac, Senar, Sebrae, Universidades Comunitárias, dentre outras.

Tabela 17. Número de empreendimentos segundo informação de necessidade de capacitação por área

Necessidade	Nº de empreendimentos	% (*)
Gestão/ administração do empreendimento	573	41,3
Técnicas de processamento industrial	512	36,9
Custos de produção e formação de preços	504	36,3
Venda/marketing divulgação de produtos	421	30,4
Higiene industrial/ manipulação de alimentos	383	27,6
Técnicas de produção de matéria prima	344	24,8
Controle de finanças	330	23,8
Controle de qualidade	284	20,5
Cooperativismo e redes de cooperação	123	8,9
Não tem necessidade	59	4,3
Outros	7	0,5

(*) O percentual de respostas está em relação ao número de 1.387 empreendimentos. Um mesmo empreendimento pode ter apontado mais de uma necessidade de capacitação na resposta.

2.8 Percepções e expectativas do empreendedor

Os agricultores que apostaram nas agroindústrias rurais familiares para geração de renda em seus estabelecimentos parecem não estar arrependidos de tal investimento. É o que se pode extrair do resultado onde 75,8% dos empreendedores se dizem satisfeitos, 21,4% pouco satisfeitos e apenas 1,9% insatisfeitos com o seu negócio. Em relação a diferenças regionais, os maiores graus de satisfação foram identificados nas regiões Litoral Norte (UGT 6) e Litoral Sul Catarinense (UGT 8) e a região com menor índice de satisfação foi a Metropolitana (UGT 7), com 57% (Tabela 18).

Tabela 18. Número de empreendimentos segundo o grau de satisfação com o mesmo

Grau de satisfação	Nº de empreendimentos	%
Insatisfeito	26	1,9
Pouco satisfeito	297	21,4
Satisfeito	1.051	75,8
Sem resposta	13	0,9
Total	1.387	100,0

As razões que mais apareceram nas respostas daqueles que estão insatisfeitos ou pouco satisfeitos foram o baixo retorno financeiro, o excesso de burocracia, estrutura insuficiente ou inadequada, falta de mão de obra, dificuldades no mercado e demanda excessiva de trabalho e dedicação (Tabela 19).

Tabela 19. Número de empreendimentos segundo a razão da pouca satisfação com o mesmo

Razões da pouca satisfação	Nº de empreendimentos	% *
Retorno financeiro é baixo	163	50,5
Excesso de burocracia	139	43,0
A estrutura é insuficiente ou inadequada	121	37,5
Falta mão de obra	107	33,1
Mercado restrito/dificuldades de venda	99	30,7
Exige muita dedicação/excesso de trabalho	92	28,5
A produção é insuficiente	66	20,4
Concorrência	11	3,4
Falta apoio do Governo	9	2,8
Altos custos	7	2,2
Dificuldades na gestão de pessoas	6	1,9
Dificuldades na obtenção da matéria-prima	3	0,9
Dificuldade com a gestão financeira	3	0,9
Outro	10	3,1
Total de empreendimentos respondentes	323	100,0

(*) O percentual de respostas está em relação ao número de 323 empreendimentos. Um mesmo empreendimento pode ter apontado mais de uma razão na resposta.

Este elevado grau de satisfação manifestado pelos empreendedores familiares é corroborado pela pretensão da grande maioria (85%) em continuar investindo ainda mais nas suas unidades de processamento agroindustrial¹². Esse percentual infere que mesmo uma parte daqueles que se disseram pouco satisfeitos com a atividade pretende investir nos seus negócios. Aquela minoria que não pretende investir citou como principais razões: não ver necessidade; dificuldade de mão de obra; ou os filhos não querem continuar.

⁽¹²⁾As principais áreas de investimento citadas são: máquinas e equipamentos de produção; instalações; armazenagem; produção de matéria-prima; ampliação de pontos de venda; veículos e embalagens.

3 Empreendimentos de turismo rural e artesanato

Uma parcela importante dos agricultores familiares catarinenses tem buscado adaptar e reorganizar suas propriedades combinando atividades agrícolas e não agrícolas como estratégia de reprodução social. No bojo deste processo de transformação são construídos empreendimentos de turismo rural e artesanato localizados no meio rural. As atividades ligadas ao turismo e ao artesanato tem se mostrado uma alternativa estratégica para a inclusão social e ampliação das oportunidades de desenvolvimento no meio rural. Esses empreendimentos têm gerado e ampliado as opções de trabalho e renda para as famílias rurais, além de contribuir com a preservação, o resgate, a divulgação e valorização do patrimônio natural e da cultura local. Impulsiona ainda a comercialização de produtos agrícolas, a agregação de valor na forma de processamento artesanal e a venda de artesanato local.

Dentre o conjunto de atividades destacam-se as pousadas rurais, os campings, os restaurantes, os cafés coloniais, os pesque-pague, atividades aquáticas e o artesanato. Esta diversidade de atrativos e atividades contribui de forma relevante para a geração de oportunidades de trabalho e renda para a família rural viabilizando a melhoria da atratividade do meio rural como espaço de moradia, vida e desenvolvimento de sua população. E ainda, não menos importante, amplia possibilidades de melhoria da infraestrutura como estradas, comunicação, saneamento etc.

3.1 Localização

No levantamento dos empreendimentos de turismo e artesanato da agricultura familiar em Santa Catarina, pesquisou-se 379 empreendimentos voltados a este tipo de atividade. No mapa a seguir (Figura 4) pode-se verificar a distribuição desses empreendimentos no estado e segundo as unidades de gestão técnica (UGTs) da Epagri. O maior número de empreendimentos se localiza nas UGTs 3 (planalto sul catarinense) e 8 (litoral sul catarinense)

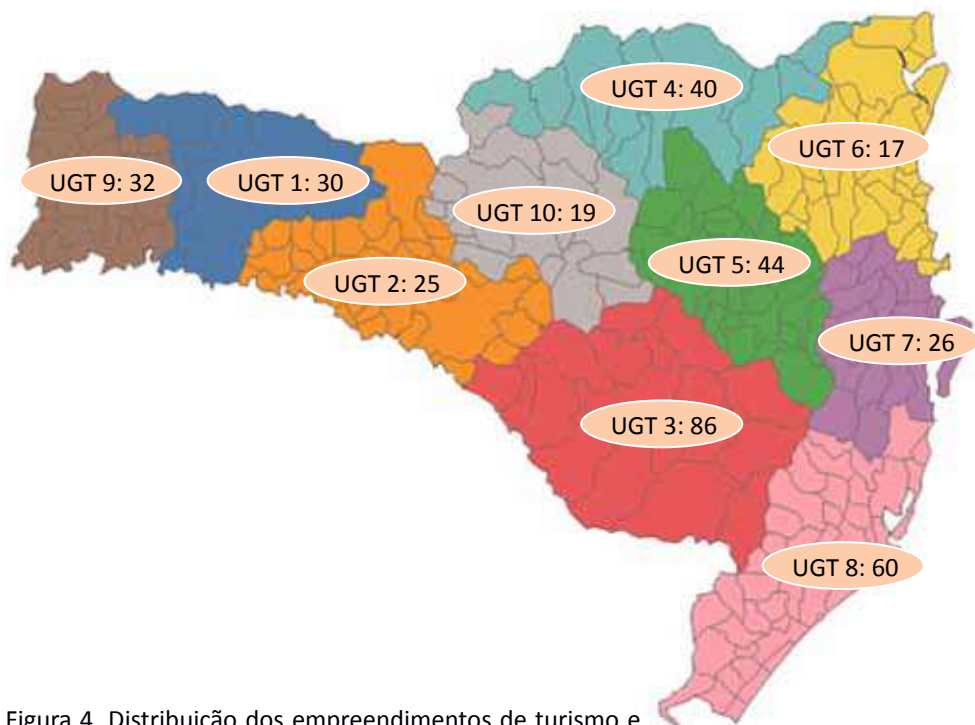


Figura 4. Distribuição dos empreendimentos de turismo e artesanato segundo as unidades de gestão da Epagri (UGTs)

Do total de empreendimentos levantados no estado, 114 produzem e comercializam artesanato e 294 oferecem serviços ligados ao turismo rural¹³. Verifica-se que a atividade de artesanato tem uma maior concentração na UGT 3, com tradição na produção de diversos produtos, sobretudo no processamento do vime e couro. Essa região concentra ainda boa parte de municípios com baixos indicadores de desenvolvimento de Santa Catarina. Já os empreendimentos voltados ao turismo estão melhor distribuídos no estado, embora com maior presença nas UGT 8 (19,7%), UGT 3 (16,3%), UGT 4 (13,3%) e UGT 5 (12,9%).

¹³O mesmo empreendimento pode ter turismo e artesanato.

3.2. Artesanato

Na pesquisa foram levantadas informações de 114 empreendimentos de agricultores familiares que produzem e comercializam artesanato. No que se refere à matéria-prima utilizada, destaca-se a madeira em 22,8% dos empreendimentos pesquisados, couro em 20,2%, vime em 16,7% e ainda se destaca a produção de vassoura em 21,1%. A produção de artefatos de madeira é bem distribuída no estado, enquanto a de couro e vime é bastante concentrada na UGT 3. Nesta região se destacam os municípios de Bocaina e Rio Rufino com a produção de artesanato de vime e Cerro Negro com artesanato de couro (Tabela 20).

Tabela 20. Número de empreendimentos de artesanato por tipo de matéria prima utilizada segundo UGT

Matéria prima	UGT 01	UGT 02	UGT 03	UGT 04	UGT 05	UGT 06	UGT 07	UGT 08	UGT 09	UGT 10
Argila/barro	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-
Bambu	1	-	-	1	1	-	1	3	3	-
Cipó	1	-	-	2	2	1	2	2	1	-
Conchas	-	-	-	-	-	1	1	2	-	-
Couro	-	-	18	1	1	2	-	-	1	-
Cuia	-	-	-	1	2	1	-	2	3	-
Escamas de peixe	-	-	-	-	-	1	1	2	-	-
Fibras vegetais	1	-	-	1	2	1	-	4	1	-
Lã de ovelha	-	1	-	4	2	1	-	-	-	-
Madeira	3	1	1	2	6	2	2	4	2	3
Vime	-	-	19	-	-	-	-	-	-	-
Palha de milho	-	1	-	1	3	1	-	3	1	-
Palha de trigo	-	1	-	-	-	-	-	1	2	-
Sementes	1	-	-	-	3	1	2	3	1	-
Vassoura	6	5	1	-	4	1	-	-	7	-
Tecidos	-	-	1	2	1	1	-	4		1
Outros	1	1	-	-	3	2	3	2	1	2

A forma predominante de comercialização é a da venda direta ao consumidor. Cerca de 99% dos empreendimentos fazem vendas diretas ao consumidor, sendo que 74,6% vendem na própria residência, 19,3% em feiras e 5,3% em loja própria. Essa situação indica a importância do desenvolvimento do turismo para incrementar a demanda por produtos artesanais no meio rural. A participação de outros agentes na cadeia de comercialização também está presente. Em 36% dos empreendimentos existe a venda para outros estabelecimentos, sendo 19,3% para loja de terceiros, 12,3% para empreendimentos turísticos e 4,4% para supermercados (Tabela 21).

Tabela 21. Número de empreendimentos de artesanato segundo o local de vendas de seus produtos

Local de venda	Número de empreendimentos	%
Própria residência	85	74,6
Feiras	22	19,3
Loja de terceiros	22	19,3
Atravessador	16	14,0
Empreendimentos turísticos	14	12,3
Ambulantes	10	8,8
Internet	8	7,0
Loja própria	6	5,3
Supermercado	5	4,4
Outro	21	18,4
Total	114	100

3.3. Turismo Rural

Os empreendimentos de turismo no espaço rural na agricultura familiar envolvem os serviços de hospedagem, alimentação e lazer. Dos 294 empreendimentos de turismo pesquisados, 82 (27,9%) oferecem uma gama de serviços mais ampla: hospedagem, alimentação e lazer na mesma unidade. Os outros 215 (73%) oferecem um só tipo de serviço ou a combinação de 2 tipos, como lazer e alimentação, hospedagem e alimentação etc.

3.3.1 Capacidade de atendimento

3.3.1.1 Alimentação

A alimentação, em suas várias modalidades de prestação de serviço, constitui-se na principal atividade desenvolvida pela agricultura familiar no desenvolvimento do turismo rural. Dos 294 empreendimentos pesquisados, 216 (73,5%) oferecem serviço de alimentação, sendo que 168 (77,8%) servem almoço, 121 (56%) jantar, 107 (49,5%) café da manhã e 88 (40,7%) café colonial. Desses, 34 empreendimentos oferecem exclusivamente almoço e 12 servem café colonial (Tabela 22).

Tabela 22. Número de empreendimentos de turismo segundo serviços de alimentação oferecidos por UGT

UGT	Tipo de alimentação			
	Café da manhã	Almoço	Jantar	Café colonial
UGT 01	7	11	10	5
UGT 02	3	10	8	6
UGT 03	34	16	16	4
UGT 04	11	21	13	14
UGT 05	16	24	20	22
UGT 06	3	4	2	3
UGT 07	9	12	4	6
UGT 08	20	46	29	26
UGT 09	1	11	7	-
UGT 10	3	13	12	2
Total	107	168	121	88

A estruturação dos empreendimentos para prestar serviços de alimentação vem crescendo, como pode ser visto na capacidade de atendimento. O conjunto de empreendimentos que serve alimentação tem a capacidade máxima de atender 27.119 clientes por dia. Cerca de 37% dessa capacidade se localiza na UGT 8. Dos 216 empreendimentos que oferecem algum tipo de alimentação (almoço, cafés, café colonial e/ou jantar), verificou-se que:

- 77 deles (35,6%) têm capacidade para atender mais de 100 pessoas por dia. Cerca de 37% desses empreendimentos encontram-se na UGT 8 e o restante se distribui no estado. Esses dados evidenciam a existência de uma certa especialização regional no desenvolvimento deste tipo de gastronomia.
- 141 empreendimentos têm capacidade para atender até 100 pessoas por dia. Destes, 53 têm capacidade de atender no máximo 100 pessoas, 49 têm a capacidade de atender no máximo 50 pessoas e 39 têm a capacidade de atender no máximo 20 pessoas por dia, sendo essas últimas, na maioria, pequenas pousadas, das quais 24 se localizam na UGT 3.

3.3.1.2 Hospedagem

O serviço de hospedagem aparece como o segundo mais expressivo em número de empreendimentos na agricultura familiar de Santa Catarina. Dos 294 empreendimentos de turismo pesquisados, 129 (44%) oferecem hospedagem (pernoite), sendo que 68 deles têm cabanas, 63 quartos, 15 apartamentos e 46 campings (Tabela 23).

Tabela 23. Número de empreendimentos de turismo segundo o tipo de hospedagem por UGT

UGT	Tipo de hospedagem			
	Cabanas	Quartos	Apartamentos	Camping
UGT 01	8	-	1	15
UGT 02	4	2	3	4
UGT 03	23	19	2	5
UGT 04	5	7	2	1
UGT 05	3	10	-	1
UGT 06	1	2	1	1
UGT 07	6	7	1	-
UGT 08	12	13	4	7
UGT 09	6	-	-	10
UGT 10	-	3	1	2
Total	68	63	15	46

Quanto à capacidade de atendimento diária, verifica-se que 63 empreendimentos (49%) podem hospedar no máximo 20 pessoas e, desses, 28 (44,4%) estão na UGT 3. Cerca de 25% podem hospedar entre 20 e 50 pessoas e 26% têm capacidade de atender mais de 50 pessoas. Ressalta-se que, daqueles que têm capacidade de atender mais de 50 pessoas diariamente, 90% têm camping no empreendimento.

Analisando a capacidade de atendimento, verifica-se que são empreendimentos de pequeno porte, evidenciando-se assim a possível adequação à dotação de recursos da agricultura familiar. Outra evidência importante está relacionada com a existência de concentração regional dos menores empreendimentos na UGT 3.

3.3.1.3 Lazer

A atividade de lazer nos empreendimentos da agricultura familiar de Santa Catarina apresenta uma grande diversidade de serviços, evidenciando as potencialidades dessa atividade para o desenvolvimento do turismo no meio rural. Como se pode observar na tabela 24, os principais serviços presentes no meio rural catarinense são o pesque-pague, as trilhas e as festas e eventos.

Tabela 24. Número de empreendimentos de turismo segundo o tipo de lazer oferecido por UGT

UGT	UGT 01	UGT 02	UGT 03	UGT 04	UGT 05	UGT 06	UGT 07	UGT 08	UGT 09	UGT 10	Total
Pesque-pague	7	10	8	20	11	3	7	12	12	13	103
Trilhas	2	-	18	8	16	5	7	17	5	3	81
Festas	11	3	7	12	7	2	6	7	8	7	70
Atividades aquáticas	12	1	4	5	3	4	7	8	2	1	47
Passeios	-	-	6	5	7	5	7	6	1	-	37
Pesca esportiva	1	-	6	8	1	3	1	5	1	4	30
Pedagógico	-	1	1	6	11	1	3	5	1	-	29
Cavalgada	3	-	9	4	4	-	2	3	-	1	26
Lazer esportivo	-	-	2	2	1	-	-	6	4	2	17
Colha e pague	-	1	-	2	4	-	2	2	-	1	12
Tirolesa	1	-	3	-	-	-	-	2	-	-	6
Cachoeira	-	-	-	-	-	-	1	5	-	-	6
Outro	-	-	2	-	3	-	2	2	2	1	12

Quanto à capacidade de atendimento diária, observou-se que 48% podem atender até 50 pessoas, 19% podem atender entre 50 e 100 e 33% conseguem atender mais de 100 pessoas (Figura 5).



Figura 5. Distribuição de empreendimentos de turismo segundo capacidade de atendimento diário em atividades de lazer

3.4 Empreendimentos de turismo e artesanato

3.4.1 Mão de obra e êxodo

As atividades de turismo e artesanato na agricultura familiar são desenvolvidas com a participação predominante de mão de obra familiar. A ocupação feminina nesse tipo de mão de obra é de 47% enquanto a contratada chega a 54%. Quanto à faixa de idade das pessoas que trabalham nos empreendimentos, observa-se que 58,1% têm menos de 45 anos, sendo que 27% são jovens com menos de 29 anos. Uma característica marcante na utilização da mão de obra é a maior presença de jovens na mão de obra temporária (familiar e contratada), chegando a 72% com menos de 29 anos (Tabela 25).

Tabela 25. Número de pessoas que trabalham nos empreendimentos de turismo e artesanato segundo a idade e tipo de contrato de trabalho

Situação do trabalho	Familiar		Contratado		Total	
	Temporário	Permanente	Temporário	Permanente	Temporário	Permanente
De 16 a 29 anos	155	200	107	11	262	211
De 30 a 45 anos	152	223	162	16	314	239
De 46 a 60 anos	106	336	52	9	158	345
Mais de 60 anos	47	159	16	3	63	162
Total	460	918	337	39	797	957

Quanto ao tipo de contratação, verifica-se que 45,4% do total da mão de obra utilizada tem caráter temporário. Ao se considerar a mão de obra familiar, a participação de trabalhadores temporários é de 33,4%. Para os trabalhadores contratados, verifica-se que essa participação sobe para cerca de 90%.

Ao desagregar os dados por tipo de atividade, observa-se que nos empreendimentos que produzem artesanato (de forma exclusiva), 95% da mão de obra é familiar e 79% dela tem caráter permanente, apresentando média de 2,3 pessoas ocupadas por empreendimento. No caso de empreendimentos exclusivamente de atividades turísticas, 75% da mão de obra é familiar, sendo que 61,4% é permanente, apresentando média de 5,1 pessoas por empreendimento. A utilização expressiva de mão de obra temporária para as atividades de turismo evidencia a sazonalidade desse tipo de atividade (Tabela 26).

Tabela 26. Número de empreendimentos e número de pessoas que neles trabalham segundo tipo de atividade e contrato de trabalho

Atividade	Nº de empreendimentos	Mão de obra familiar				Mão de obra contratada			
		Tempo-rária	Permanente	Homens	Mulheres	Tempo-rária	Permanente	Homens	Mulheres
Artesanato	85	39	149	102	86	9	1	3	7
Turismo	265	393	625	544	474	309	33	161	181
Turismo e artesanato	29	28	144	83	89	19	5	8	16
Total	379	460	918	729	649	337	39	172	204

A atividade de turismo e artesanato mostra uma presença importante das mulheres na propriedade dos estabelecimentos. Nos 342 empreendimentos de turismo e artesanato que responderam sobre o sexo do proprietário, verificou-se que 35,4% são do sexo feminino. Importa registrar que apenas cerca de 10,3% dos estabelecimentos agropecuários de SC em 2017 têm mulheres como chefes do estabelecimento. Quanto à idade declarada, observou-se que 67,8% dos proprietários têm mais de 45 anos (Tabela 27).

Tabela 27. Número de proprietários de empreendimentos de turismo e artesanato segundo sexo e grupo de idade

Anos	Feminino		Masculino		Total	
	Nº de pessoas	%	Nº de pessoas	%	Nº de pessoas	%
Até 24 anos	4	3,3	6	2,7	10	2,9
De 25 a 34 anos	15	12,4	22	10,0	37	10,8
De 35 a 44 anos	21	17,4	37	16,7	58	17,0
De 45 a 54 anos	39	32,2	60	27,1	99	28,9
De 55 a 64 anos	24	19,8	64	29,0	88	25,7
65 anos e mais	16	13,2	29	13,1	45	13,2
Sem resposta	2	1,7	3	1,4	5	1,5
Total	121	100	221	100	342	100,0

Turismo rural e artesanato se constituem em atividades com influência positiva na decisão dos agricultores familiares em permanecer ou retornar ao meio rural. Nos empreendimentos pesquisados, encontramos 745 pessoas que decidiram permanecer em função da existência dos empreendimentos e 174 retornaram. A influência é maior sobre pessoas com mais de 29 anos tanto para a permanência (76,1%) quanto para o retorno (66,7%) ao meio rural. Ao analisar os empreendimentos desagregados por atividade,

verifica-se que o turismo tem maior influência na permanência de pessoas no meio rural (Tabela 28).

Tabela 28. Número de pessoas que permaneceram ou retornaram ao meio rural, em função da existência dos empreendimentos, segundo sexo e idade

Sexo	Permaneceram			Retornaram		
	Adultos	Jovens *	Total	Adultos	Jovens*	Total
Homens	233	109	342	62	27	89
Mulheres	334	69	403	54	31	85
Total	567	178	745	116	58	174

*Jovens: pessoas de 16 a 29 anos

3.4.2 Características gerais

Cerca de 31% dos empreendimentos de turismo e artesanato levantados no estado em 2016 têm menos de 6 anos de funcionamento. Desses empreendimentos mais novos, mais de 79% são de turismo, o que evidencia que esse tipo de atividade continua se apresentando como alternativa para os agricultores familiares na busca de geração de trabalho e renda (Tabela 29).

Tabela 29. Número de empreendimentos segundo o tempo de atividade

Tempo	Nº de empreendimentos	%
Até 2 anos	66	17,4
De 3 a 5 anos	51	13,5
De 6 a 10 anos	81	21,4
De 11 a 20 anos	115	30,3
Mais de 20 anos	46	12,1
Sem resposta	20	5,3
Total	379	100,0

O maior número de empreendimentos novos (menos de 6 anos) está localizado nas UGTs 3 e 8 (Figura 6). Essas UGTs, além de se configurarem como regiões notoriamente de maior expressão em turismo rural com empreendimentos familiares, foram amplamente beneficiadas pelo Programa Santa Catarina Rural. Dos 54 empreendimentos de turismo e artesanato beneficiados pelo programa e levantados nesta pesquisa, 40,7% se localizam na UGT 8, que recebeu 47,6% (R\$ 619.022,55) dos recursos e 28% na UGT 3, que recebeu 29% (R\$ 376.812,17) dos recursos.

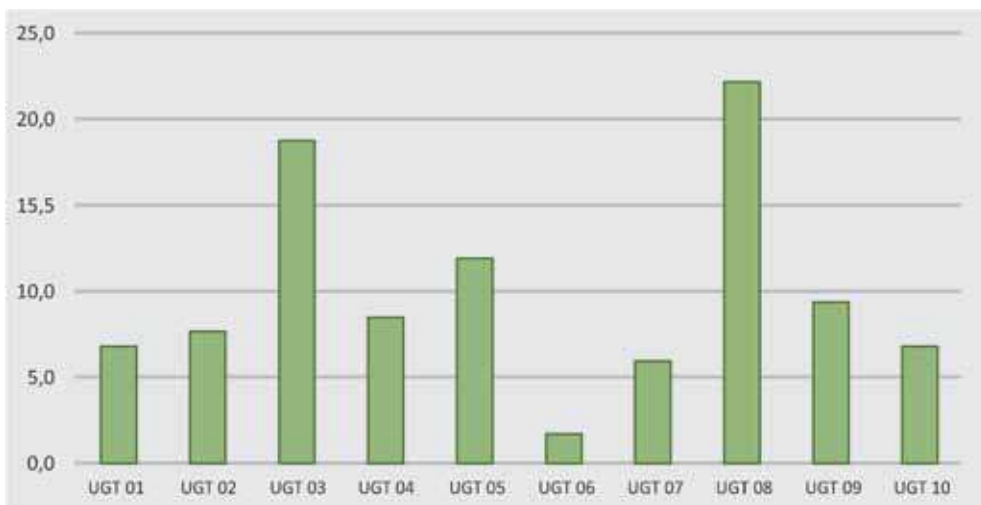


Figura 6. Distribuição percentual dos empreendimentos com menos de 6 anos segundo UGT

A atividade de turismo rural e de artesanato se organiza de forma predominantemente familiar e individual. Dados do levantamento apontam que há um grande número de empreendimentos (66,7%) constituídos como pessoa física, seguido por cerca de 18,2% dos empreendimentos como MEI (categoria de microempreendedor individual, criada pela Lei Complementar nº 128, de 2008) que abriga como pessoa jurídica a pessoa que trabalha por conta própria e resolve se formalizar enquanto pequeno empreendedor e 10,3% se constituem como microempresa. Categorias como associações e condomínios representam somente 2,4% do total de empreendimentos pesquisados (Tabela 30).

Tabela 30. Número de empreendimentos segundo a situação jurídica

Tipo	Nº de empreendimentos	%
Pessoa física	253	66,7
Filial cooperativa descentralizada	2	0,5
Unidade cooperativa descentralizada	4	1,1
Associação	8	2,1
Condomínio	1	0,3
Microempreendedor individual – MEI	69	18,2
Microempresa	39	10,3
Outro	2	0,5
Sem resposta	1	0,3
Total	379	100,0

Cerca de 26% dos empreendimentos informaram a participação em entidades ligadas ao turismo como associações de turismo, 15% informaram a participação em roteiro estruturado de turismo e 3% em cooperativa. No entanto, 56% informaram não participar de nenhuma delas. Essa situação pode indicar a existência de uma certa lacuna ou isolamento dos empreendimentos da agricultura familiar do contexto maior das redes de turismo regionais (Figura 7).

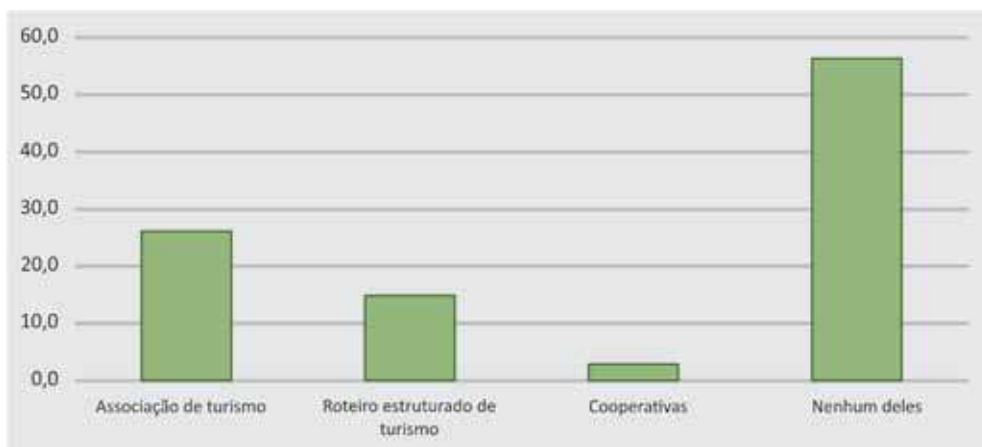


Figura 7. Distribuição percentual dos empreendimentos em entidades ligadas ao turismo

3.4.3 Gestão dos empreendimentos

Como era esperado, a gestão dos estabelecimentos de turismo na agricultura familiar é realizada pelo proprietário ou alguém da família (92,1%) (Tabela 31).

Tabela 31. Número de empreendimentos segundo o tipo de gestão

Administrador	Nº de empreendimentos	%
Pessoa contratada	2	0,5
Proprietário	290	76,5
Sócio responsável	24	6,3
Pessoa da família	59	15,6
Outro	1	0,3
Sem resposta	3	0,8
Total	379	100,0

Os dados levantados junto aos empreendimentos revelam ainda a existência de desafios na gestão dos empreendimentos. Os resultados da pesquisa indicaram que só havia algum controle sobre os principais itens do empreendimento em 52% dos casos e que em 24% não existia qualquer tipo de controle administrativo (Figura 8) e, ainda, em 26,4% dos casos os controles não atendiam às suas necessidades.

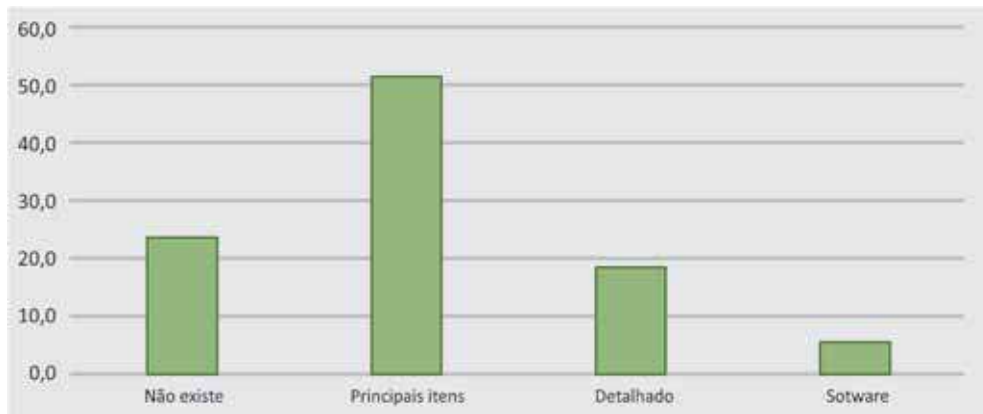


Figura 8. Distribuição percentual dos tipos de controle administrativos utilizados pelos empreendimentos

A gestão dos empreendimentos também vem enfrentando desafios na sua relação com a legislação pertinente. Cerca de 121 empreendimentos (32%) enfrentaram algum tipo de dificuldade relacionada às legislações na qual estão enquadrados. Em 71 empreendimentos (58,7%) os problemas enfrentados envolveram legislações sanitária, 62 (51,2%) tributária, 48 (39,7%) ambiental, 15 (12,45%) trabalhista e 13 (10,7%) previdenciária (Figura 9).

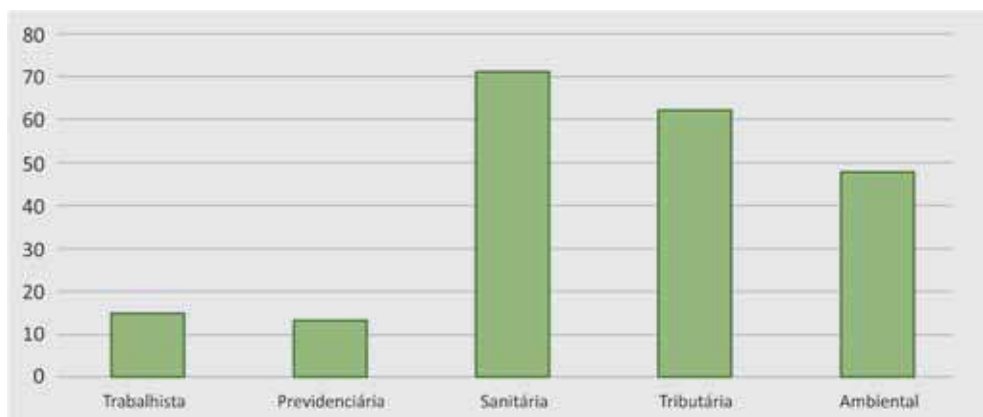


Figura 9. Número de empreendimentos que encontraram dificuldades junto a legislações segundo o tipo de legislação

Dos que participaram de capacitações ligadas ao aprimoramento da gestão e aprimoramento da mão de obra dos empreendimentos, destacam-se a manipulação de alimentos e boas práticas (56,5%), empreendedorismo (45%), gestão de empreendimentos (42,3%), gastronomia regional (36,2%) e atendimento ao público (34,2%). Em 31,4% dos empreendimentos não houve participação de pessoas em capacitação relacionada às atividades do empreendimento entre 2012 e 2016 (Tabela 32).

Tabela 32. Distribuição percentual de empreendimentos que participaram de capacitação de 2012 a 2016 segundo o tipo de capacitação

Tipo de capacitação	%
Manipulação de alimentos/ boas práticas	56,5
Empreendedorismo	45,0
Gestão de empreendimentos	42,3
Gastronomia regional	36,2
Atendimento ao público	34,2
Organização e embelezamento do empreendimento	24,6
Marketing	23,8
Controle de qualidade	15,8
Primeiros socorros	15,0
Segurança	9,6
Tecnologia da informação	8,8
Turismo	6,5
Artesanato	5,8
Produção	4,2
Piscicultura	3,8
Ambiental	2,3
Jovens	1,9
Outros	5,0

3.4.4 Receitas e investimento

O levantamento também buscou investigar o perfil dos empreendimentos quanto à receita bruta anual. Observa-se a presença de uma faixa abrangente de receita bruta que evidencia uma grande diversidade de situações, destacando-se que cerca de 43% dos empreendimentos têm uma receita bruta de até R\$ 20.000,00; 31% entre R\$ 20.000,00 e R\$ 60.000,00 e 25% de mais de R\$ 60.000,00 (Figura 10).

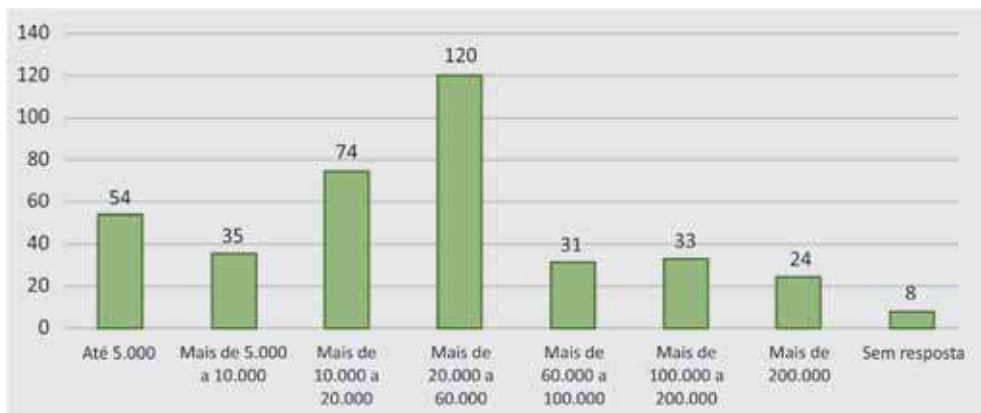


Figura 10. Número de empreendimentos segundo estratos de receita bruta

O levantamento das atividades de turismo e artesanato também evidenciou a capacidade empreendedora dos agricultores familiares já que, nos últimos sete anos, do total de recursos investidos, cerca de 74% foram provenientes de capital próprio ou de empréstimo bancário. Dos investimentos realizados com recursos públicos, destacam-se o Pronaf com 18,86% e o SC Rural com 3,69% do total dos valores investidos (Tabela 33).

Tabela 33. Valores investidos nos empreendimentos segundo a fonte de recurso

Tipo de recurso	Valor R\$	%
Capital próprio e bancos privados	26.117.983,45	74,05
Pronaf	6.652.200,00	18,86
SC Rural	1.300.103,17	3,69
BNDES	920.000,00	2,61
FDR/fundos não reembolsáveis	200.579,50	0,57
Brasil sem miséria	8.000,00	0,02
Outro	71.000,00	0,20
Total	35.269.866,12	100,00

Considerando-se as duas atividades em separado, observa-se que dos R\$ 35.269.866,12 aplicados, 90,9% dos recursos foram utilizados nas atividades de turismo. Destes, cerca de 75,9% foram de capital próprio e 23,9% de capital oriundo de programas e políticas públicas (R\$ 7.673.004,00). Do total dos recursos públicos destinados a empreendimentos exclusivos de turismo, 24,5% foram para UGT 8, 16,7% para UGT 3 e 13% para UGT 5. Os programas que se destacaram foram o Pronaf e o Programa Santa Catarina Rural, que representaram 77,9% e 11,7% dos recursos públicos aplicados.

Ao se considerar empreendimentos que trabalham exclusivamente com artesanato, constata-se que 54,2% dos recursos investidos são originados de programas e políticas públicas. Desses recursos públicos, cerca de 43% foram investidos na UGT 2 (artesanato de lã de ovelha) e cerca de 40% na UGT 3 (vime).

Quanto à origem do recurso público, destacam-se o BNDES, o Programa Santa Catarina Rural e o Pronaf, com contribuições de 41,8%, 31,4% e 25,8% respectivamente (Tabela 34).

Tabela 34. Valor investido nos empreendimentos segundo origem dos recursos por tipo de atividade de 2010 a 2016

Tipo	Capital próprio	Recursos Públicos					Outros	Total
		SC Rural	Pronaf	BNDES	Outros	Total		
Artesanato	605.216,5	225.180,7	185.000,0	300.000,0	6.800,0	716.980,7	0,0	1.322.197,1
Turismo	24.312.512,0	896.924,5	5.973.300,0	620.000,0	182.779,5	7.673.004,0	61.000,0	32.046.516,0
Turismo e artesanato	1.200.255,0	177.998,0	493.900,0	0,0	19.000,0	690.898,0	10.000,0	1.901.153,0
Total	26.117.983,5	1.300.103,2	6.652.200,0	920.000,0	208.579,5	9.080.882,7	71.000,0	35.269.866,1

Cerca de 72% dos entrevistados pretendem realizar novos investimentos, sobretudo em melhoria de instalações (71,8%), ampliação da capacidade de atendimento (40,6%) e novos atrativos (38,3%) (Tabela 35).

Tabela 35. Percentual de empreendimentos segundo a área de investimento pretendida

Área de investimento	%
Instalações	71,8
Ampliação da capacidade de atendimento	40,6
Novos atrativos	38,3
Marketing/ divulgação do produto	33,8
Melhoria na qualidade do atendimento	27,7
Legalização	19,3
Gestão, administração e gerenciamento	16,9
Equipamentos	10,8
Veículos	10,3
Embalagens	1,1
Outro	7,9

Apenas 10,3% (39) responderam que não pretendem continuar a investir no empreendimento. Entre as razões para a decisão estão: 51,3% não acham necessário, 33,3% por dificuldade de encontrar mão de obra e 25,6% por problemas de sucessão, ou seja, os filhos não querem dar continuidade ao negócio. Aqui aparece com ênfase a dificuldade de mão de obra e a questão da sucessão na agricultura familiar (Tabela 36).

Tabela 36. Percentual de empreendimentos segundo os motivos para não investir

Motivos para não investir	%
Não vê necessidade	51,3
Dificuldade de mão de obra	33,3
Filhos não querem continuar	25,6
Limitação de clientes	23,1
Custos altos	12,8
Falta de recursos e condições de financiamento	10,3
Dificuldade de adequação à legislação	7,7
Outro	7,7

3.4.5 Práticas ambientais

De maneira geral, observa-se uma preocupação dos empreendedores com a gestão adequada do meio ambiente na medida em que, dos empreendimentos pesquisados, 71,5% fazem tratamento de efluentes de dejetos humanos, 64,9% fazem a separação do lixo reciclável e 64,6% dão destino correto aos resíduos sólidos (Tabela 37).

Tabela 37. Número de empreendimentos segundo práticas ambientais adotadas

Ações ambientais	Nº de empreendimentos	%
Tratamento de efluentes de dejetos humanos	271	71,5
Separação do lixo	246	64,9
Destino correto dos resíduos sólidos	245	64,6
Tratamento de efluentes do processamento do empreendimento	80	21,1
Captação de água da chuva	12	3,2

3.4.6. Satisfação dos empreendedores

A situação encontrada no desenvolvimento dos empreendimentos evidencia a existência de um ambiente de negócios positivo que corrobora com a disposição de investimento apontada anteriormente. Nada menos que 73% se dizem satisfeitos, 25% pouco satisfeitos e apenas 2% insatisfeitos. (Figura 11).

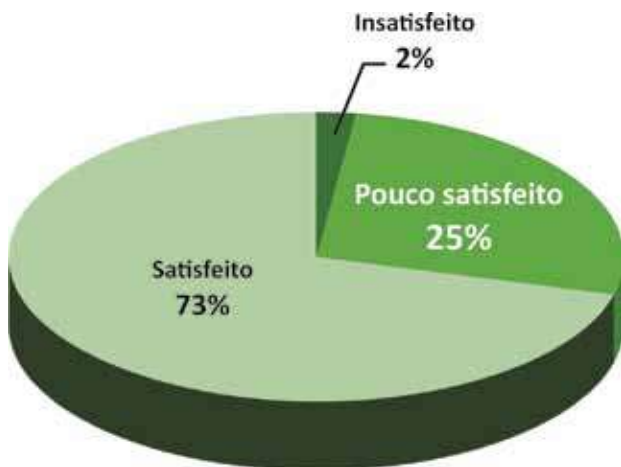


Figura 11. Distribuição percentual dos empreendimentos segundo a satisfação com seu negócio

O levantamento também buscou as razões para a não satisfação dos empreendedores com a situação atual da atividade. Entre os principais motivos pela insatisfação estão o baixo retorno financeiro, o número de clientes insuficiente e o excesso de trabalho e dedicação (Figura 12).

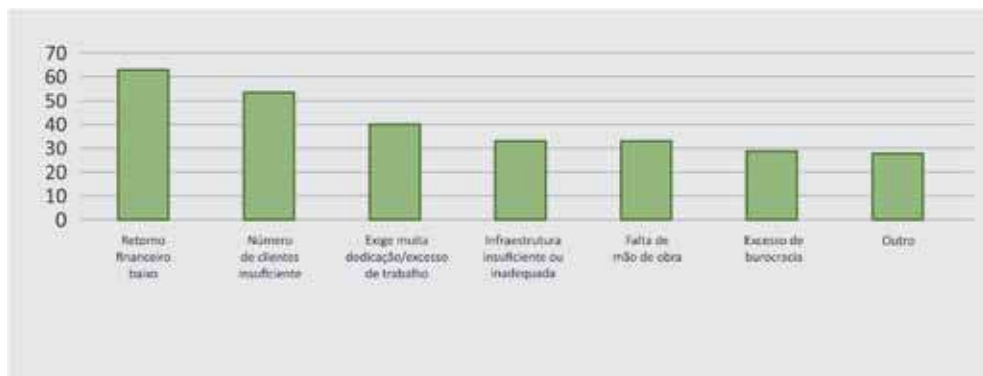


Figura 12. Número de empreendimentos segundo motivo da insatisfação ou pouca satisfação com seu negócio

O levantamento das atividades ligadas ao turismo rural evidenciou a situação insatisfatória da qualidade da infraestrutura no meio rural. Entre os principais problemas elencados pelos empreendedores, estão a qualidade das estradas e o acesso limitado à internet e à telefonia. Entre 45 e 47% dos empreendimentos indicaram problemas com esses serviços de infraestrutura, o que evidencia uma situação muito presente nos empreendimentos de turismo no meio rural. A qualidade e disponibilidade de energia elétrica também foi mencionada por 30,9% dos entrevistados (Tabela 38).

Essa situação levantada nos empreendimentos de turismo rural também é vivenciada pelo conjunto de agricultores, suas famílias e demais moradores do meio rural. Constitui-se, sem dúvida, no grande desafio estratégico para o desenvolvimento rural dos próximos anos.

Tabela 38. Número de empreendimentos que declaram ter problemas de infraestrutura segundo os itens

Problemas	Nº de empreendimentos	%
Acesso internet	180	47,5
Telefonia	178	47,0
Estradas	169	44,6
Qualidade/ quantidade de energia elétrica	117	30,9
Abastecimento de água	36	9,5

4 Redes de cooperação na agricultura familiar de Santa Catarina

Nas três últimas décadas, tendo em vista a crescente redução da sua participação nas cadeias produtivas tradicionais, a agricultura familiar de Santa Catarina tem sido desafiada a buscar novas culturas e criações, bem como novas formas de inserção no mercado. A imposição de novos padrões tecnológicos e escalas de produção inviabilizam a permanência de milhares de agricultores familiares nas cadeias de carnes de suínos e de aves e na produção de grãos como milho, feijão, arroz e soja.

É nesse contexto que agricultores e organizações da agricultura familiar têm buscado atividades, mercados, formas de organização e arranjos institucionais mais adequados às suas condições sociais, econômicas e políticas. Nesse processo houve a criação/ampliação das redes de cooperação organizadas na forma de associações, condomínios, cooperativas por produto e descentralizadas (MIOR, et al, 2014).

Para as pretensões do levantamento, as redes de cooperação foram definidas como organizações de grupos de empreendimentos ou de agricultores que objetivam melhorar a inserção socioeconômica e a competitividade dos agricultores familiares associados. Portanto, organizações que são estruturadas na forma de condomínios, associações ou cooperativas (por produto, descentralizadas e centrais)¹⁴ e que facilitam a compra de insumos e de matéria-prima, a transformação agroindustrial, a comercialização, o compartilhamento de estruturas, logística ou conhecimento, entre outras funções.

Nesta pesquisa foram agregadas informações sobre membros da diretoria, sócios, cadeias produtivas envolvidas, valores comercializados, distribuição territorial e por clientes da comercialização, serviços prestados pelas redes, estrutura física, recursos de investimentos aplicados, entre outros. Embora a ideia fosse levantar informações sobre a totalidade das redes de posse ou sob o controle dos agricultores familiares, pescadores artesanais e maricultores, não é possível garantir que isso tenha ocorrido, pois a localização das organizações a serem pesquisadas ficou a critério do conhecimento dos coordenadores da pesquisa nas regiões de atuação da Epagri que, em conjunto com os técnicos municipais, definiram quais redes seriam levantadas de acordo com os critérios estabelecidos.

¹⁴No levantamento da Epagri foram definidos os seguintes tipos de redes:

Cooperativa por produto/cadeia produtiva: é uma sociedade civil, com forma e natureza jurídica próprias, constituída com o objetivo de viabilizar a produção/processamento e/ou comercialização coletiva e centralizada dos produtos.

Cooperativa descentralizada: organização que abriga diversos empreendimentos e diversas atividades da AF constituída por uma sede e por unidades de produção e/ou filiais da cooperativa de produção agroindustrial localizadas nas propriedades ou nas comunidades rurais dos cooperados. Portanto, descentralizadas da sede da cooperativa.

Cooperativa central: cooperativa de segundo grau que engloba um conjunto de no mínimo três cooperativas singulares (por produto e/ou descentralizadas).

Associação: organização de agricultores familiares constituída com o objetivo de facilitar a produção, processamento e comercialização de produtos agrícolas dos associados.

Condomínio: organização constituída com o intuito de produzir e/ou processar produtos coletivamente.

4.1. Magnitude e distribuição regional das redes de cooperação em Santa Catarina

Em 2016 foram identificadas 194 redes de cooperação abrangendo 15.759 associados sob a gestão da agricultura familiar de Santa Catarina e com valor bruto anual comercializado de aproximadamente 256 milhões de reais. Observa-se uma grande heterogeneidade na distribuição espacial do número de redes e associados entre as regiões catarinenses delimitadas pelas unidades de gestão técnica da Epagri (Figura13).

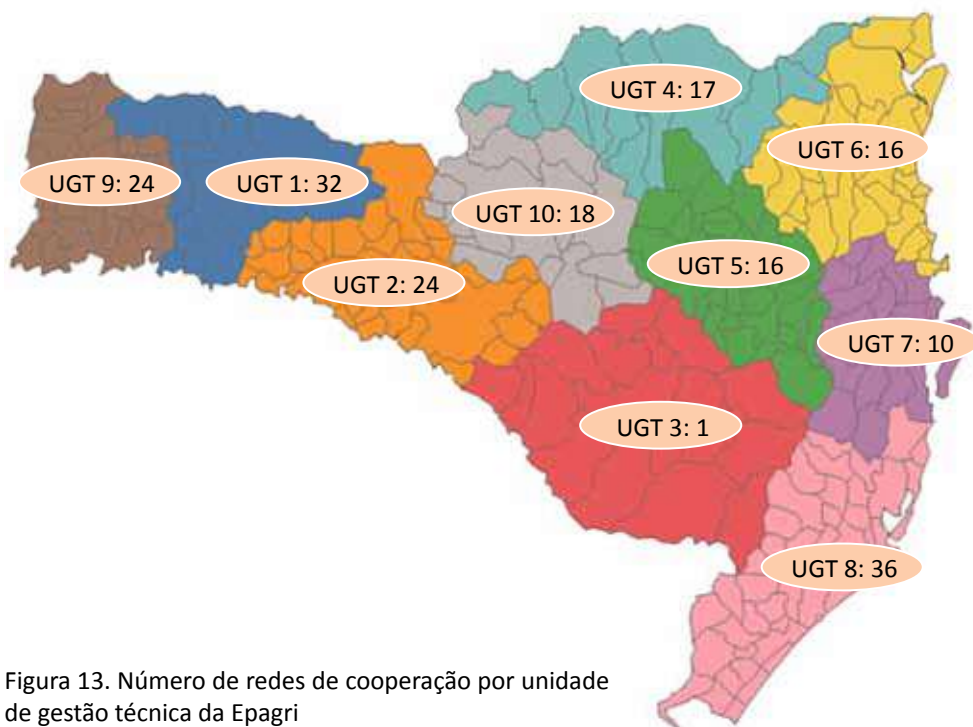


Figura 13. Número de redes de cooperação por unidade de gestão técnica da Epagri

Entre as regiões com maior presença de redes estão as UGTs situadas na mesorregião Oeste Catarinense (UGT 1, UGT 2, UGT 9 e UGT 10), totalizando 98 organizações (50% do total) e a Região Sul na UGT 8 com 36 redes (Figura 13). De maneira geral, essa distribuição regional das redes acompanha a distribuição das agroindústrias familiares no estado de Santa Catarina (ver capítulo 2) e evidencia a situação diferencial entre o contexto favorável ao desenvolvimento de empreendimentos de agregação de valor e de cooperação no meio rural que estão associados a um conjunto de condicionantes estruturais e de capital social dos territórios que ocorrem, sobretudo, no Oeste catarinense (FERRARI, 2011).

As redes pesquisadas foram classificadas em cinco diferentes formatos jurídicos e organizacionais, sendo que as cooperativas descentralizadas lideram com 71 organizações (36,6%), seguidas pelas cooperativas por produto com 62 (31,9%) e 46 associações (23,7%). A preponderância do número de associados está nas cooperativas por produto e descentralizadas com 86,6% dos sócios (Tabela 39).

Tabela 39. Número de redes e sócios por tipo de rede de cooperação

Tipo de rede	Número de redes*	Nº total de sócios	Nº médio de sócios	Nº mínimo de sócios	Nº máximo de sócios
Associação	46	1.722	38,27	3	266
Condomínio	3	128	42,67	10	98
Cooperativo por produto	62	6.891	112,97	16	950
Cooperativa descentralizada	71	6.764	95,27	18	440
Cooperativa central	6	-	-	-	-
Sem resposta**	6	254	42,33	5	113
Total	194	15.759	-	-	-

* Nos casos de uma associação e uma cooperativa por produto, não foram informados os números de sócios.

** Em seis redes não foram informados os tipos de rede.

As UGTs 1 e 2 no Oeste Catarinense e a UGT 8 no Sul do estado concentram cerca de 72% das cooperativas descentralizadas. Das cooperativas por produto, 61,3% se concentram no Oeste Catarinense (tabela 40).

Tabela 40. Número de redes por tipo de organização econômica segundo UGT

UGT	Associação para comercialização	Condomínio de produção e/ou comercialização	Cooperativa por produto/ cadeia produtiva (singular)	Cooperativa descentralizada	Cooperativa central	Sem resposta
UGT 01	4	-	11	15	2	-
UGT 02	2	-	3	18	1	-
UGT 03	-	-	-	1	-	-
UGT 04	4	-	7	4	-	2
UGT 05	10	-	3	3	-	-
UGT 06	8	1	5	1	-	1
UGT 07	7	-	1	1	-	1
UGT 08	7	2	8	18	1	-
UGT 09	4	-	13	6	1	-
UGT 10	-	-	11	4	1	2
Total	46	3	62	71	6	6

4.2. Gestão e demais características das redes de cooperação

Essas redes de cooperação são constituídas por agricultores e agricultoras dentro de um processo que confere certa especificidade quando comparadas com as demais organizações associativas e cooperativas na agricultura e meio rural. Entre as especificidades estão o menor número médio de sócios, a maior presença de mulheres e a não remuneração das diretorias.

O número de redes segundo quantidade de sócios por UGT pode ser visto na tabela 41. Como se pode observar, o maior número de redes (55) está no intervalo de 41 a 100 sócios; seguido pelo de 21 a 40 sócios (50 redes) e de 101 a 300 sócios (47 redes). No outro extremo temos apenas quatro redes com mais de 300 sócios.

Tabela 41. Número de redes segundo número de sócios por UGT

UGT	Número de sócios					
	De 3 a 20	De 21 a 40	De 41 a 100	De 101 a 300	Mais de 300	Sem resposta
UGT 01	2	6	9	12	1	2
UGT 02	1	9	10	3	-	1
UGT 03	-	-	-	-	1	-
UGT 04	3	8	5	1	-	-
UGT 05	4	6	5	1	-	-
UGT 06	3	5	4	3	-	1
UGT 07	6	2	1	-	-	1
UGT 08	5	11	10	9	-	1
UGT 09	5	1	4	12	2	-
UGT 10	2	2	7	6	-	1
Total	31	50	55	47	4	7

Nos casos de uma associação e uma cooperativa por produto, não foram informados os números de sócios.

As diretorias dessas organizações têm em média 9,6 pessoas por organização com a presença de 23,3% de mulheres, o que evidencia o seu protagonismo, o qual possivelmente está relacionado com as atividades produtivas e de agregação de valor com maior presença feminina. Quanto à idade dos dirigentes, verifica-se uma maior concentração nas faixas de 30 a 45 anos (36,1%) e de 46 a 60 anos (45,7%). Entre outras características que conferem especificidades a essas organizações está a relação entre a diretoria e seus associados no modelo de gestão, considerando a inexistência de remuneração para os dirigentes em mais de 86% das redes. Este aspecto deve conferir às organizações uma forte coesão entre os dirigentes e associados, o que permite ultrapassar obstáculos que se fazem presentes no dia a dia das redes¹⁵. É importante ainda destacar que 1.876 pessoas são dirigentes das

¹⁵A análise dos possíveis perfis de gestão dessas redes foge ao escopo deste trabalho.

redes, o que pode conferir uma maior participação dos associados na vida e na gestão das organizações (tabela 42).

Tabela 42. Número de pessoas pertencentes à diretoria segundo sexo e idade por UGT

UGT	Total	Número de pessoas da diretoria/conselho fiscal							
		Homens				Mulheres			
		De 16 a 29 anos	De 30 a 45 anos	De 46 a 60 anos	Mais de 60 anos	De 16 a 29 anos	De 30 a 45 anos	De 46 a 60 anos	Mais de 60 anos
UGT 01	346	22	77	138	38	9	20	31	11
UGT 02	174	15	43	51	15	2	9	31	8
UGT 03	10	1	-	5	-	4	-	-	-
UGT 04	150	11	32	43	15	8	23	18	
UGT 05	169	1	43	59	8	3	15	24	16
UGT 06	158	7	44	56	14	1	13	22	1
UGT 07	57	12	12	24	2	-	-	6	1
UGT 08	371	11	144	114	36	7	26	30	3
UGT 09	258	18	77	98	11	2	24	22	6
UGT 10	183	7	52	74	9	1	23	11	6
Total	1.876	105	524	662	148	37	153	195	52

Com relação aos controles administrativos, podemos também verificar uma grande heterogeneidade de situações. Na tabela 43 podem ser observadas desde organizações que não efetuam registros de controle, passando por organizações que fazem o controle por planilhas e software ou controle detalhado através de livro caixa até as que contratam contadores. Essa situação deve refletir as distintas formas de organização, onde menos controle está associado às organizações que não comercializam produtos, como parte das associações e condomínios, diferentemente do que ocorre com as cooperativas, que necessitam realizar procedimentos contábeis e gerenciais, já que atuam diretamente na comercialização de produtos e na prestação de serviços aos associados.

Tabela 43. Número de redes segundo controles administrativos por UGT

UGT	Não existe registros de controle	Controla os principais itens	Controle detalhado através de livro de caixa, arquivos manuais	Planilhas ou software	Contador	Outro
UGT 01	-	2	16	21	1	-
UGT 02	1	6	13	10	1	-
UGT 03	-	-	-	1	-	-
UGT 04	3	1	6	9	2	-
UGT 05	1	2	9	5	-	2
UGT 06	-	5	10	9	1	-
UGT 07	1	7	-	1	-	1
UGT 08	4	4	14	20	4	1
UGT 09	-	3	11	15	2	-
UGT 10	1	4	3	11	3	-
Total	11	34	82	102	14	4

O movimento da agricultura familiar em direção às redes de cooperação é relativamente recente, quando comparado aos demais movimentos cooperativistas que remontam aos meados do século 20 e que estavam ancorados na política pública brasileira de modernização da agricultura, a qual tinha como pilares o crédito rural subsidiado, a pesquisa agropecuária e a extensão rural.

Na tabela 44 pode ser observada a evolução do tempo de existência das organizações pesquisadas que tem respostas tanto para tipo jurídico quanto para tempo de existência. Cerca de 27,3% (45) delas tem menos de seis anos, sendo que 35,5% são cooperativas descentralizadas, 33,3% cooperativas por produto e 22,2% associações. Isso parece ilustrar como os anos recentes têm sido caracterizados pelo fortalecimento de “novas” formas de organização econômica controladas pelos agricultores familiares. Aproximadamente um terço dessas novas organizações se encontram na UGT 8 (Mesorregião Sul Catarinense). Isso evidencia a existência de um processo intenso de mobilização da agricultura familiar e suas organizações, bem como das instituições públicas de apoio e pode ser visto como um importante território para a realização de estudos e pesquisas visando identificar quais os fatores que estão associados com este desenvolvimento ímpar do associativismo.

Um percentual um pouco maior, 38,9%, tem de 6 e 10 anos, o que é considerado pela

literatura um período suficiente para diminuir o risco de sobrevivência dos empreendimentos e das organizações. Chama a atenção o fato de que 42,9% dessas redes são cooperativas descentralizadas e 39,7% cooperativas por produto. Cerca de 27,9% das redes tem entre 11 e 20 anos e 6,7% têm mais de 20 anos.

Tabela 44. Número de redes segundo tipo jurídico por tempo de existência em anos

Tipo de rede	Até 2 anos	De 3 a 5 anos	De 6 a 10 anos	De 11 a 20 anos	Mais de 20 anos
Associação para comercialização	5	5	9	10	9
Condomínio	1				
Cooperativa produto	8	7	25	15	1
Cooperativa descentralizada	6	10	27	21	
Cooperativa central	2	1	2		1
Total ⁽¹⁾	22	23	63	46	11

⁽¹⁾O total é somente sobre as redes que tem respostas para tipo jurídico e tempo de existência

4.3 Infraestrutura das redes de cooperação

A investigação do conjunto das redes de cooperação buscou levantar a infraestrutura que as mesmas dispunham para realizar suas funções enquanto organizações de apoio aos associados. Assim foram levantadas informações acerca da sede das organizações e sua estruturação em torno das questões administrativas, de comunicação e marketing, armazenagem, transporte e agroindustrialização e de mercado.

De maneira geral, podemos evidenciar que as redes de cooperação estão em processo inicial de estruturação, priorizando necessidades fundamentais para a operação das organizações em apoio aos associados. Cerca de 19% (37 redes) não têm sede física como local de funcionamento e utilizam-se da comunicação virtual, 22,7% (44 redes) têm local cedido por sócio ou associação, 24,7% (48 redes) têm sede em comodato e apenas 30 têm sede própria (Tabela 45).

Tabela 45. Número de redes segundo sua condição de estrutura física por UGT

UGT	Condição da estrutura física da rede						
	Virtual	Própria	Alugada	Comodato com a cooperativa	Comodato público	Cedida (sócio, associação etc.)	Outro
UGT 01	6	5	5	-	9	7	2
UGT 02	8	4	-	-	8	3	1
UGT 03	-	-	-	-	1	-	-
UGT 04	5	2	4	1	3	4	-
UGT 05	9	3	1	1	1	1	-
UGT 06	-	4	2	-	3	5	1
UGT 07	2	-	-	-	2	3	3
UGT 08	4	3	8	1	6	14	2
UGT 09	-	7	7	1	4	5	-
UGT 10	3	2	3	1	6	2	1
Total	37	30	30	5	43	44	10

Na tabela 46 pode ser observado que, das redes pesquisadas, 76,3% possuem computador, acesso à internet e telefone e 72,7% possuem logotipo. Este tipo de infraestrutura possibilita a realização de atividades necessárias à gestão da ação coletiva que é feita em torno da organização da produção e comercialização, principal função da rede. Por outro lado, apenas 78 redes (40%) têm estrutura de comercialização, o que pode evidenciar ainda certa lacuna para ampliar os serviços prestados para os associados. Neste aspecto também podemos citar o caso de que apenas 33 redes (17%) têm estrutura de beneficiamento dos produtos agrícolas dos associados e apenas 14 tem furgão sem refrigeração e 10 com refrigeração. Essa situação mostra claramente a situação de infraestrutura das redes que pode ser interpretada, numa leitura rápida, como insuficiente para ampliar e qualificar os serviços de apoio aos associados, sobretudo na comercialização.

Tabela 46. Número de redes segundo itens de estrutura física por UGT

Itens	UGT 01	UGT 02	UGT 03	UGT 04	UGT 05	UGT 06	UGT 07	UGT 08	UGT 09	UGT 10	Total
Computador	26	18	1	13	8	12	5	28	22	15	148
Acesso à internet	27	16	1	13	4	14	5	29	22	17	148
Telefone	26	15	1	13	5	14	7	28	23	16	148
Logotipo do empreendimento	21	18	1	13	10	15	5	27	19	12	141
Estrutura de comercialização	23	8	-	7	1	4	2	15	12	6	78
Responsável técnico	14	8	1	4	3	9	1	11	16	10	77
Estrutura de armazenagem	11	2	1	5	5	9	3	12	9	10	67
Máquinas e equipamentos	14	8	-	3	5	5	1	9	8	8	61
Manuais de boas práticas de fabricação	4	7	-	1	3	2	1	13	8	4	43
Automóvel utilitário	8	2	1	2	1	2	1	9	6	8	40
Estrutura de beneficiamento	4	2	-	4	1	3	2	8	3	6	33
Caminhão sem refrigeração	6	1	1	5	1	3	-	7	1	5	30
Caminhão refrigerado	3	1	1	3	-	3	1	3	3	3	21
Furgão/caminhonete sem refrigeração	7	2	-	-	-	2	1	-	-	2	14
Laboratório	2	-	-	-	1	2	-	3	1	1	10
Furgão/ caminhonete refrigerado	2	1	-	-	-	2	-	1	2	2	10
Tanques	2	-	-	1	1	-	-	-	-	1	5
Moto utilitária	1	-	-	1	-	-	-	-	1	-	3
Outros	1	1	-	-	1	1	-	1	-	-	5

Contudo, pode-se argumentar que parte da situação da infraestrutura traduz uma opção das próprias redes. Elas foram construídas sob o manto da crítica às megaestruturas das grandes cooperativas e agroindústrias que fugiam do controle dos agricultores familiares associados. De forma diferente, as cooperativas da agricultura familiar, organizadas na forma descentralizada, operam com estruturas menores de processamento de matérias-primas, como é o caso das unidades agroindustriais, repassadas por comodato dos associados. Outras, como as cooperativas por produto e associações, assumiram a tarefa de organizar a comercialização e não realizar diretamente a totalidade dos serviços necessários para concretizá-la.

Em função desta caracterização, Estevam & Mior (2014) assumiram que boa parte das cooperativas de produção agroindustrial da agricultura familiar de Santa Catarina seriam “virtuais” ou “não patrimoniais”. Assim, a pouca infraestrutura em parte está associada ao padrão de organização construído pelos agricultores familiares, suas organizações e instituições públicas de apoio. A ideia que permeia a discussão acerca do tipo de organização

cooperativa está assentada na capacidade de auto-organização dos agricultores familiares que seria amplificada com estruturas em rede horizontalizadas.

Outro aspecto que confere especificidade a esse tipo de organização é o da contratação de um pequeno número de pessoas para viabilizar o trabalho e a gestão das redes. Essa situação está correlacionada com a existência de trabalho não remunerado realizado pelos dirigentes e associados alcançando 62% do total de pessoas ocupadas (Figura 14).



Figura 14. Número de pessoas que trabalham nas redes de cooperação

De 2010 a 2016, foram investidos pelas redes quase 40 milhões de reais, sendo 38,4% de capital próprio, 33,8% oriundos de financiamentos via Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar – Pronaf, BNDES e outros programas governamentais e 27,8% de recursos do Programa Santa Catarina Rural (Tabela 47). Chama atenção a magnitude dos investimentos realizados com capital próprio das 129 redes e seus associados. Outras 68 redes receberam apoio do SC Rural, o que se deu principalmente através de recursos para investimentos em móveis e equipamentos (36,3%), construção de unidade-sede (30,3%), aquisição de veículos para transporte da produção e/ou comercialização (26%) e, em menor valor (7,64%), para elaboração de materiais institucionais (marca, rótulo, portfolio etc.). Embora com apenas 15 redes, o apoio do BNDES foi significativo, já que chegou a aproximadamente cinco milhões de reais.

Tabela 47. Número de redes e valor investido segundo a fonte de recursos

Origem Recursos	Nº de redes	Valor (R\$)
Capital próprio	129	15.313.513,83
SC Rural	68	11.112.618,83
Pronaf investimento	19	3.400.430,00
Outros Programas	36	5.121.840,05
BNDES	15	4.964.284,00
Total	-	39.912.686,71

Na tabela 48 temos a magnitude de investimentos realizados pelas redes de cooperação por UGT. Evidencia-se grande disparidade entre os volumes aplicados pelas redes provindos de capital próprio e os valores captados por políticas públicas de apoio.

Tabela 48. Valor investido pelas redes, de 2010 a 2016, segundo origem dos recursos por UGT

UGT	Capital próprio	SC Rural	Pronaf Investimento	BNDES	Fundos não reembolsáveis	FDR	Outro
UGT 01	1.862.212,50	1.515.468,34	645.430,00	609.191,00	287.000,00	240.000,00	402.000,00
UGT 02	378.744,25	484.863,20	517.000,00	300.000,00	370.000,00	-	150.000,00
UGT 03	*	-	-	*	-	-	-
UGT 04	595.000,00	1.313.425,46	589.000,00	1.110.000,00	673.500,00	3.000,00	273.321,00
UGT 05	480.500,00	565.410,00	-	1.605.093,00	250.000,00	-	-
UGT 06	698.500,00	1.247.926,27	82.000,00	-	-	150.000,00	320.000,00
UGT 07	307.500,00	135.000,00	-	-	104.500,00	54.500,00	-
UGT 08	1.643.448,05	2.448.891,06	770.000,00	210.000,00	703.000,00	190.500,00	330.000,00
UGT 09	2.813.559,03	2.146.916,60	310.000,00	270.000,00	409.465,75	-	-
UGT 10	6.209.049,94	1.254.717,90	487.000,00	660.000,00	153.000,00	233.053,30	-
Total	*	11.112.618,83	3.400.430,00	*	2.950.465,75	871.053,30	1.475.321,00

(*)Em UGTs com menos de 3 redes, os números não são apresentados para preservar o sigilo das informações.

4.4. Serviços prestados pelas redes de cooperação

A constituição desta miríade de redes de cooperação está associada à necessidade dos agricultores familiares e de seus empreendimentos terem acesso a serviços para entrar no mercado, sobretudo o de produtos processados. Na busca de uma inserção autônoma aos mercados, a agricultura familiar assume serviços que outrora eram realizados pela ação dos intermediários, grandes agroindústrias e cooperativas convencionais (WILKINSON & MIOR, 1999). Agora são os agricultores familiares que assumem serviços para fazer seus produtos *in natura* e, principalmente, os processados e industrializados chegarem ao mercado convencional e, sobretudo, o institucional.

As redes de cooperação se constituem em um importante espaço de ação coletiva na organização da comercialização que pode ser evidenciado na miríade de serviços prestados aos associados nas tabelas 49 e 50. Cerca de 75% das redes organizam a comercialização dos produtos dos associados, 50% utilizam marca coletiva e 64% prestam serviço de contabilidade¹⁶. Além desses serviços, as redes organizam a compra de insumos, o transporte de produtos, prestam assistência técnica, processam e armazenam produtos, entre outros; o que evidencia a importância dessas organizações para permitir o acesso ao mercado dos agricultores familiares em melhores condições de competitividade.

Tabela 49. Número de redes segundo serviços prestados aos seus associados por tipo de organização

Serviços	Associação p/ comercialização	Condomínio	Cooperativa por produto	Cooperativa descentralizada	Cooperativa central	Total
Organização da comercialização de seus produtos e serviços	28	3	53	54	4	142
Marca coletiva	19	1	27	42	4	93
Contabilidade	10	1	25	46	2	84
Impressão de rótulos, códigos de barras e embalagens	11	2	26	39	1	79
Organização de compra conjunta de insumos/sementes/matéria-prima	13	1	35	29	2	80
Transporte de produtos	4	2	36	32	3	77
Apoio à gestão e capacitação técnica e administrativa	14	-	21	27	4	66
Assistência técnica	13	1	24	16	2	56
Responsável técnico	10	-	20	26	1	57
Estrutura de armazenagem	7	1	18	19	4	49
Serviço de classif. e benefic.	8	1	20	9	1	39
Marketing	12	1	8	18	2	41
Serviço de mecanização	1	-	4	1	-	6
Outros	3	-	3	5	4	15

¹⁶Uma mesma rede presta mais de um serviço para os associados.

Tabela 50. Número de redes segundo o serviço prestado a seus associados por UGT

Serviços	UNIDADES DE GESTÃO TÉCNICA (UGTs)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Organização da comercialização de seus produtos e serviços	27	13	1	15	9	10	6	28	22	15	146
Marca coletiva	13	16	1	6	10	13	1	14	15	8	97
Contabilidade	11	17	1	9	9	5	1	16	14	4	87
Impressão de rótulos, códigos de barras e embalagens	11	9	1	7	8	9	1	15	13	9	83
Organização de compra conjunta de insumos/sementes/matéria-prima	14	7	-	6	7	3	1	15	18	10	81
Transporte de produtos	14	4	1	8	3	6	2	21	11	9	79
Apoio à gestão e capacitação técnica e administrativa	14	4	1	5	7	4	-	12	14	8	69
Assistência técnica	8	3	1	3	6	4	-	11	16	6	58
Responsável técnico	8	8	1	1	3	5	-	11	15	6	58
Estrutura de armazenagem	6	4	-	6	5	5	2	9	8	7	52
Serviço de classificação e beneficiamento	5	2	-	5	4	6	4	8	2	7	43
Marketing	5	5	1	2	5	6	2	7	6	2	41
Serviço de mecanização	1	-	-	1	-	-	-	1	3	1	7
Outros	5	1	-	-	2	-	1	1	4	1	15

Com relação aos produtos trabalhados pelas redes de cooperação, verifica-se que uma mesma unidade atua e/ou comercializa grande diversidade de itens. Evidencia que os empreendimentos de agregação de valor associados também têm um portfólio de produtos diversificado, estratégia recorrente da agricultura familiar catarinense. Neste sentido, observa-se que 76 redes (39,2%) comercializam panificados, 56 redes (28,9%) derivados de frutas, 40 redes (20%) derivados de leite e 38 redes (19,8%) derivados de aipim e mel. Um menor número de redes comercializa outros produtos derivados de grãos, suínos, hortaliças etc. (tabela 51). Aqui novamente pode-se argumentar que a estratégia competitiva dos agricultores familiares associados e das redes de cooperação se pauta na economia de escopo, própria dos pequenos empreendimentos econômicos.

Tabela 51. Número de redes com empreendimentos que comercializam seus produtos segundo as principais cadeias produtivas

Tipo de cadeia do empreendimento	Número de redes
Panificação	76
Derivados de Frutas	56
Derivados de leite	40
Derivados de aipim e mandioca	38
Mel	38
Massas	36
Derivados de cana	33
Derivados de suínos	29
Hortaliças industrializadas	29
Grãos e derivados	24
Artesanato	20
Ovos	17
Turismo rural	16
Derivados de aves	11
Derivados de piscicultura	11
Derivados de bovinos	7
Outros	30

A construção das redes de cooperação está assentada na possibilidade dos associados se beneficiarem da ação coletiva das organizações. Os empreendimentos de agregação de valor se beneficiam dos serviços prestados pelas redes – sobretudo das cooperativas descentralizadas – que são necessários para a comercialização dos produtos processados.

Já os associados que não possuem estruturas de agregação de valor, na forma de agroindústrias, passam a comercializar seus produtos *in natura* por meio das redes. Nestes últimos, predominam os associados que comercializam leite com 2.733 produtores, hortaliças com 1.520, frutas com 1.304 e grãos com 1.061 (tabela 52), evidenciando a importância dessas organizações para ampliar as possibilidades de inserção no mercado de uma importante parcela de agricultores familiares. Além disso, parte significativa dos agricultores familiares associados realiza a comercialização de forma individual com apoio da rede. A distribuição regional do número de associados que comercializam por meio da rede evidencia uma maior presença de agricultores nas UGTs 1, 8 e 9.

Tabela 52. Número de produtores que comercializam através das redes de comercialização segundo o produto por UGT

Produtos	Unidades de gestão técnica (UGTs)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Leite <i>in natura</i>	750	72	-	63	88	-	-	377	1.226	157	2.733
Hortaliças	140	46	180	302	80	36	32	381	62	261	1.520
Frutas	167	57	300	117	64	213	15	225	44	102	1.304
Grãos	128	24	280	36	112	-	-	258	31	192	1.061
Aipim e mandioca	52	14	-	55	17	6	3	68	34	40	289
Produtos da piscicultura	14	49	-	-	96	27	-	5	6	-	197
Cana	31	11	-	-	1	-	-	17	6	-	66
Ovos	12	9	-	-	2	-	-	31	2	3	59
Produtos da pesca	-	-	-	-	-	26	-	4	-	-	30
Produtos da maricultura	-	-	-	-	-	-	29	-	-	-	29
Aves	7	1	-	-	-	-	-	-	1	-	9
Palmáceas	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	3
Outro	-	3	-	-	1	-	-	-	-	-	4

4.5 Magnitude dos valores comercializados pelas redes de cooperação

Na tabela 53, pode-se visualizar os valores médios, mínimo e máximo comercializados pelos quatro diferentes tipos de organização (associação, condomínio, cooperativa por produto e cooperativa descentralizada). Enquanto os valores médios por sócio são muito próximos, variando de R\$ 14.020,90 nas cooperativas descentralizadas até R\$ 19.752,34 nas cooperativas por produto, os valores mínimos e máximos têm variação muito maior, como é o caso das cooperativas descentralizadas, em que valor o mínimo comercializado foi de R\$ 272,19 e o máximo R\$ 91.855,04. Entre outras explicações para essa situação está a de que algumas cooperativas foram recém constituídas e ainda não estão operando. O valor médio geral comercializado por sócio foi de R\$ 16.867,01.

Tabela 53. Número de redes e valor comercializado por tipo de rede e por associado

Tipo de rede	Número de redes	Valor médio por sócio	Valor mínimo	Valor máximo
Associação para comercialização	23	17.263,28	466,67	77.446,67
Condomínio	2	16.805,10	3.600,00	30.010,20
Cooperativa por produto	58	19.752,34	1.094,59	90.804,60
Cooperativa descentralizada	69	14.020,90	272,19	91.855,04
Cooperativa central*	-	-	-	-
Sem resposta	6	20.207,44	719,4	70.554,60

(*) Este tipo de organização não tem agricultores associados e sim cooperativas associadas.

Situação diferente é encontrada com os valores brutos anuais comercializados pelas redes. Pode-se observar na tabela 54 uma grande heterogeneidade já que, por exemplo, 27 redes têm valor bruto menor que 100 mil reais e 11 redes com valores maiores que cinco milhões de reais anuais.

Tabela 54. Número de redes segundo valor bruto comercializado por UGT

UGT	Até R\$100.000,00	Mais de R\$100.000 a R\$200.000,00	Mais de R\$200.000 a R\$500.000,00	Mais de R\$500.000 a R\$1.500.000	Mais de R\$1.500.000 a R\$5.000.000	Mais de R\$5.000.000,00	Sem resposta	Não se aplica
UGT 01	5	3	7	4	8	3	1	1
UGT 02	5	2	5	8	2	-	1	1
UGT 03	-	-	-	1	-	-	-	2
UGT 04	4	5	3	1	2	-	-	5
UGT 05	2	-	3	2	2	1	1	5
UGT 06	1	-	2	5	2	-	1	2
UGT 07	4	1	2	-	-	-	1	7
UGT 08	2	2	7	10	7	-	1	1
UGT 09	3	-	7	1	5	7	-	2
UGT 10	1	-	6	6	3	-	-	-
Total	27	13	42	38	31	11	6	26

Um aspecto relevante diz respeito à distribuição territorial da comercialização dessas redes, que aponta para a importância dos mercados de proximidade, já que eles refletem as relações diretas típicas das cadeias curtas, as quais são estabelecidas tanto com os consumidores quanto com os pequenos varejistas locais para a realização das trocas mercantis.

A comercialização realizada no próprio município ou nos municípios vizinhos facilita a logística de comercialização, uma vez que são pequenas organizações e não dispõem de escala e infraestrutura completa em termos de pessoal, armazenagem, processamento, industrialização e transporte que permita percorrer grandes distâncias. Em muitas situações, são os próprios agricultores que realizam a venda e entrega dos produtos aos seus clientes através de rotas organizadas de forma sistemática e que são realizadas semanalmente ou quinzenalmente.

Na tabela 55, pode-se observar a importância do mercado municipal com 18% do total do valor bruto comercializado pelas redes e do mercado regional com 59%. Logo, o mercado municipal/regional se constitui no alcance e foco das estratégias de comercialização de boa parte do esforço das redes de cooperação.

Tabela 55. Valor comercializado pelas redes, segundo os destinos, por UGT

UGT	Valor comercializado (R\$)					
	Município	Região	Estado	Outros estados	Outros países	Sem resposta
UGT 01	10.229.757,93	31.827.453,20	19.784.137,14	10.045,60	97.464,00	-
UGT 02	7.025.054,39	5.226.883,74	479.710,26	184.242,00	-	7.000,00
UGT 03	*	*	*	-	-	-
UGT 04	2.804.041,30	1.540.575,31	40.000,00	4.244.843,27	-	-
UGT 05	996.402,33	11.004.039,69	5.113.400,00	79.000,00	-	-
UGT 06	3.502.592,61	3.492.073,34	111.939,65	4.669.493,44	-	-
UGT 07	429.825,62	480.814,61	70.000,00	-	-	153.597,00
UGT 08	6.748.542,97	15.495.062,79	5.819.583,74	1.608.468,53	-	-
UGT 09	11.163.652,75	81.062.759,12	764.744,63	1.570.214,77	-	300.000,00
UGT 10	3.959.122,37	2.752.827,50	4.656.874,06	6.040.590,93	-	-
Total	*	*	*	18.406.898,54	97.464,00	460.597,00

(*)Em UGTs com menos de 3 redes, os números não são apresentados para preservar o sigilo das informações.

Outra dimensão investigada foi a de identificar quais canais de comercialização são utilizados pelas redes para o escoamento de sua produção agroalimentar. Entre os principais canais estão o da indústria, que processa as matérias-primas dos produtores associados com 102 milhões de reais (40%) e o mercado institucional (19%), sobretudo o PNAE (tabela 56). Já na UGT 9, evidencia-se a importância da indústria como escoamento da produção associada com cerca de 70 milhões de reais comercializados. Este volume, acrescido dos demais canais utilizados pelas redes da UGT 9, alcança 94 milhões de reais (37% do total das redes de Santa Catarina), posicionando a região na liderança dos valores comercializados no ano de 2016. Parte importante desta posição se deve à existência de distintas redes atuando na cadeia de leite (volumes maiores e diários), já que a região tem nessa atividade um dos esteios da agricultura familiar diversificada. Também relevantes são os quantitativos comercializados pelas redes na UGT 1, com cerca de 61 milhões de reais assumindo a segunda posição entre as UGTs. No outro extremo, temos redes que não comercializam com as indústrias, o que é o caso da UGTs 2, 3, 6, 7 e 10.

Tabela 56. Valor das vendas segundo tipo de cliente por UGT

UGT	Indústria	PNAE/PAA	Intermediários (atacadista, caminhoneiro)	Cooperativa	Direto ao consumidor	Supermer- cados	Peq.mercados, padarias, mercearias, lojas esp. restaurante	Outro
UGT 01	15.290.156,40	10.577.897,90	13.079.607,00	16.121.653,40	5.378.614,60	464.425,60	140.765,70	895.737,20
UGT 02		1.954.673,80	127.393,60		1.605.117,10	2.937.120,10	2.226.898,70	4.064.687,10
UGT 03		*						
UGT 04	170.321,00	1.922.337,50	4.804.238,90		93.262,50	221.800,00	440.000,00	977.500,00
UGT 05	8.071.640,00	4.334.903,50			233.121,90	573.288,80	485.080,00	3.494.386,70
UGT 06		4.832.191,90	4.685.288,00	125.480,00	5.647,00	387.156,10	511.372,20	1.228.963,90
UGT 07		477.520,20	180.000,00			115.000,00	25.000,00	183.120,00
UGT 08	9.047.032,60	13.410.426,70	370.886,40		2.610.237,20	1.646.529,20	1.732.607,20	853.938,80
UGT 09	70.088.773,40	4.051.378,20	10.316.105,10		3.413.790,60	1.856.618,70	4.049.280,10	603.320,80
UGT 10		6.133.701,90	3.401.181,90	1.836.045,50	101.740,00	630.162,10	513.414,00	4.623.826,30
Total	102.667.923,40	*	36.964.700,90	18.083.178,90	13.441.530,90	8.832.100,60	10.124.417,90	16.925.480,80

(¹)Em UGTs com menos de 3 redes, os números não são apresentados para preservar o sigilo das informações.

Destaca-se ainda a importância do mercado institucional como canal de escoamento dos produtos da agricultura familiar. São cerca de 48 milhões de reais em valores comercializados por esse canal, que é utilizado por 107 redes de cooperação. Destaque para a rede da UGT 3, que comercializa a totalidade de seus produtos para o mercado institucional. Para a continuidade desse mercado no futuro é importante que as redes e as instituições públicas de apoio definam ações estratégicas para o fortalecimento e a sustentabilidade da agricultura familiar catarinense.

Referências

ALTMANN, R.; MIOR, L. C.; ZOLDAN, P. **Perspectivas para o sistema agroalimentar e o espaço rural de Santa Catarina em 2015**. Florianópolis: Epagri, 2008. 133 p.

DORIGON, C. **Mercados de produtos coloniais da Região Oeste de Santa Catarina: em construção**. 2008. 437f. Tese (Doutorado em Ciências de Engenharia de Produção) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

ESTEVAM, D. O.; MIOR, L. C. (Org). **Inovações na agricultura familiar: as cooperativas descentralizadas em Santa Catarina**. Florianópolis: Editora Insular, 2014. 295 p.

FERRARI, D. L. **Cadeias agroalimentares curtas: a construção social de mercados de qualidade pelos agricultores familiares em Santa Catarina**. 2011. 345f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2011.

FERRARI, D. L.; MIOR, L. C.; MARCONDES, T.; MONDARDO, M. Agroindústrias familiares: estratégias e desafios da inserção mercantil em Santa Catarina. In: ESTEVAM, D. O.; MIOR, L. C. (Ed). **Inovações na agricultura familiar: descentralizadas em Santa Catarina**. Florianópolis, Editora Insular, 2014. p. 101-128.

IBGE. **Censo Agropecuário 1995-1996**. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-agropecuario/censo-agropecuario-1995-1996>>. Acesso em: 15 out. 2018.

IBGE. **Censo Agropecuário 2006**. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-agropecuario/censo-agropecuario-2006/segunda-apuracao>>. Acesso em: 22 out. 2018.

IBGE. **Censo Agropecuário 2017: resultados preliminares**. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-agropecuario/censo-agropecuario-2017>>. Acesso em: 15 out. 2018.

IBGE. **Censo Demográfico 2000**. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-demografico/censo-demografico-2000>>. Acesso em: 15 out. 2018.

IBGE. **Censo Demográfico 2010**. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-demografico/censo-demografico-2010>>. Acesso em: 15 out. 2018.

IBGE. **Resultados preliminares do Censo Agropecuário 2017**. Disponível em: <<http://censos.ibge.gov.br/agro/2017/resultados-censo-agro-2017.html>>. Acesso em: 23 out. 2017.

MARCONDES, T.; MIOR, L. C.; REITER, J. M. W.; MONDARDO, M. **Os empreendimentos de agregação de valor e as redes de cooperação da agricultura familiar de Santa Catarina.** Florianópolis: Epagri, 2012. 37p. Disponível em: <http://docweb.epagri.sc.gov.br/website_cepapublicacoes/Agregacao_valor.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2018.

MIOR, L. C. **Agricultores familiares, agroindústrias e redes de desenvolvimento rural.** Chapecó: Ed. Argos, 2005. 318 p.

MIOR, L. C.; FERRARI, D. L.; MARCONDES, T.; REITER, J. M. W.; ARAUJO, L. A. Inovações organizacionais da agricultura familiar no Sul Catarinense. In: ESTEVAM, D. O.; MIOR, L. C. (Ed). **Inovações na agricultura familiar: as cooperativas descentralizadas em Santa Catarina.** Florianópolis: Editora Insular, 2014. p. 21-53.

REITER, J. M. W.; MONDARDO, M.; MARCONDES, T. **Avaliação de impacto dos empreendimentos de agregação de valor: Programa Santa Catarina Rural.** Florianópolis: Epagri, 2016. Disponível em: <http://www.scrural.sc.gov.br/wp-content/uploads/2017/03/Relat%C3%B3rio_final_avaliao%C3%A7%C3%A3o_SC_Rural.pdf>. Acesso em: 10 out. 2018.

SILVESTRO, M. L.; ABRAMOVAY, R.; MELLO, M. A. **Os impasses sociais da sucessão hereditária na agricultura familiar.** Florianópolis: Epagri; Brasília: NEAD/Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2001. 102 p.

WILKINSON, J.; MIOR, L. C. Setor informal, produção familiar e pequena agroindústria: interfaces. **Estudos Sociedade e Agricultura**, n. 13, p. 29-45, 1999.



-  www.epagri.sc.gov.br
-  www.youtube.com/epagritv
-  www.facebook.com/epagri
-  www.twitter.com/epagrioficial
-  www.instagram.com/epagri
-  <http://publicacoes.epagri.sc.gov.br>


FAPESC
FUNDAÇÃO DE AMPARO À
PESQUISA E INOVAÇÃO DO
ESTADO DE SANTA CATARINA

