

## DIFERENTES DINÂMICAS DE MERCADO PARA O FORTALECIMENTO DA AGRICULTURA FAMILIAR EM GUARANIAÇU (PR): O CASO DO CELEIRO DO AGRICULTOR E DA EMPRESA FAMILIAR DE PRODUTOS COLONIAIS

DIFFERENT MARKET DYNAMICS FOR STRENGTHENING FAMILY FARMING IN GUARANIAÇU (PR): THE CASE OF THE FARMER'S CELLAR AND THE FAMILY-STYLE COLONIAL PRODUCTS BUSINESS

DIFERENTES DINÂMICAS DE MERCADO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA AGRICULTURA FAMILIAR EN GUARANIAÇU (PR): EL CASO DE LA BODEGA DEL CAMPESINO Y LA EMPRESA FAMILIAR DE PRODUCTOS COLONIALES

Maristela Pietrobom<sup>1</sup>  
Dirceu Basso<sup>2</sup>

**RESUMO:** A agricultura familiar é muito importante para a sociedade, pois produz parte importante dos alimentos consumidos diariamente pela população. No entanto, a fim de potencializar a venda e a comercialização de produtos, os agricultores familiares precisam buscar estratégias e inserir-se em dinâmicas de mercados, como a associação em cooperativas, vendas em feiras e supermercados e utilizar parcerias com entidades de economia solidária. Na cidade de Guaraniaçu, estado do Paraná, existem duas organizações que utilizam dinâmicas de mercados distintas e estimulam a agricultura familiar, sendo estes: Celeiro do Agricultor, coordenado pela cooperativa COOFASG, e a Empresa Familiar de Produtos Coloniais, cuja gestão é familiar. O objetivo deste artigo foi analisar, por meio de um estudo de caso, as dinâmicas de mercados das duas organizações e como elas auxiliam na comercialização de produtos dos agricultores na região, além demonstrar a importância do cooperativismo e da economia solidária no âmbito dos mercados da agricultura familiar. Os resultados indicam que as organizações apresentaram modelos distintos de comercialização, sendo o Celeiro estruturado a partir da organização coletiva e do acesso a políticas públicas, enquanto a empresa familiar se destacou pelo empreendedorismo rural e pela agregação de valor aos produtos.

**Palavras-chave:** Cooperativismo. Economia Solidária. Agricultura Familiar. Guaraniaçu.

**ABSTRACT:** Family farming is very important to society, as it produces a significant portion of the food consumed daily by the population. However, to enhance the sale and marketing of products, family farmers need to seek strategies and integrate themselves into market dynamics, such as joining cooperatives, selling at fairs and supermarkets, and using partnerships with solidarity economy entities. In the city of Guaraniaçu, Paraná state, there are two organizations that use distinct market dynamics and stimulate family farming: Celeiro do Agricultor, coordinated by the COOFASG cooperative, and Empresa Familiar de Produtos Coloniais, whose management is family-run. The objective of this article was to analyze, through a case study, the market dynamics of the two organizations and how they assist in the marketing of farmers' products in the region, as well as to demonstrate the importance of cooperativism and the solidarity economy within the markets of family farming. The results indicate that the organizations presented distinct marketing models, with Celeiro structured based on collective organization and access to public policies, while the family business stood out for its rural entrepreneurship and the addition of value to its products.

**Keywords:** Cooperativism. Solidarity Economy. Family Farming. Guaraniaçu.

<sup>1</sup>Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural Sustentável da Universidade Estadual do Oeste do Paraná.

<sup>2</sup>Doutor em Desenvolvimento Rural. Docente da Universidade Federal da Integração Latino-Americana (Unila) e do Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural Sustentável da Universidade Estadual do Oeste do Paraná.

**RESUMEN:** La agricultura familiar es fundamental para la sociedad, ya que produce una parte significativa de los alimentos que consume diariamente la población. Sin embargo, para potenciar la venta y comercialización de sus productos, los agricultores familiares necesitan buscar estrategias e integrarse en las dinámicas del mercado, como unirse a cooperativas, vender en ferias y supermercados, y establecer alianzas con entidades de la economía solidaria. En la ciudad de Guaraniaçu, estado de Paraná, existen dos organizaciones que utilizan dinámicas de mercado distintas y fomentan la agricultura familiar: Celeiro do Agricultor, coordinada por la cooperativa COOFASG, y la Empresa Familiar de Produtos Coloniais, cuya gestión es familiar. El objetivo de este artículo fue analizar, mediante un estudio de caso, la dinámica de mercado de ambas organizaciones y cómo contribuyen a la comercialización de los productos agrícolas de la región, así como demostrar la importancia del cooperativismo y la economía solidaria en los mercados de la agricultura familiar. Los resultados indican que las organizaciones presentaron modelos de comercialización diferenciados, siendo Celeiro estructurado con base en la organización colectiva y el acceso a políticas públicas, mientras que la empresa familiar se destacó por su emprendimiento rural y la agregación de valor a sus productos.

**Palabras clave:** Cooperativismo. Economía Solidaria. Agricultura Familiar. Guaraniaçu.

## INTRODUÇÃO

A agricultura familiar desempenha papel fundamental na produção de alimentos e no desenvolvimento socioeconômico do meio rural brasileiro, sendo responsável por parcela significativa do abastecimento alimentar da população (Oliveira *et al.*, 2023; Schneider, 2009). Além de sua relevância produtiva, esse segmento contribui para a manutenção das famílias no campo, para a preservação das tradições culturais e para a dinamização das economias locais. Entretanto, apesar de sua importância, os agricultores familiares enfrentam desafios relacionados à inserção e permanência nos mercados, especialmente diante das exigências de padronização, escala de produção, logística de distribuição e competitividade com a agricultura empresarial (Abramovay, 1997; Silva; Nunes, 2023).

Nesse contexto, a organização coletiva por meio do cooperativismo e as iniciativas vinculadas à economia solidária têm se apresentado como estratégias capazes de fortalecer a agricultura familiar, ampliando o acesso a canais de comercialização e promovendo melhores condições de geração de renda (Freitas *et al.*, 2009; Mariosa; Pereira, 2022). Tais formas organizacionais possibilitam a valorização da produção local, o compartilhamento de recursos e conhecimentos e a construção de redes de cooperação entre agricultores e empreendedores rurais (Oliveira *et al.*, 2023; Queiroz Neto; Medeiros, 2019). Além disso, contribuem para a diversificação das formas de comercialização, incluindo mercados de proximidade, feiras, compras institucionais e estabelecimentos comerciais voltados à venda de produtos coloniais e agro industrializados (Carvalho; Grossi, 2019; Guareski *et al.*, 2019).

No município de Guaraniaçu, localizado na região oeste do Paraná, a agricultura familiar representa importante atividade econômica e social, destacando-se pela diversificação produtiva e pela comercialização de alimentos *in natura* e processados. Nesse cenário, destacam-se duas iniciativas que atuam no fortalecimento da agricultura familiar local, porém com diferentes dinâmicas de mercado: o Celeiro do Agricultor, vinculado à Cooperativa da Agricultura Familiar Solidária de Guaraniaçu (COOFASG), e a Empresa Familiar de Produtos Coloniais, caracterizada pelo empreendedorismo rural e pela comercialização de produtos coloniais.

Diante desse contexto, o presente estudo tem como objetivo analisar as dinâmicas de mercado dessas duas organizações e compreender de que forma elas contribuem para a comercialização e valorização dos produtos da agricultura familiar no município de Guaraniaçu (PR). Também, pretende-se evidenciar a importância do cooperativismo e da economia solidária como estratégias de fortalecimento econômico e social dos agricultores familiares, contribuindo para o desenvolvimento rural sustentável.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### Cooperativismo, economia solidária e agricultura familiar

O cooperativismo surgiu em meados de 1844 na cidade de Rochdale-Manchester, na Inglaterra, quando um grupo de 28 trabalhadores (27 homens e 1 mulher) decidiram unir forças para superar os desafios de compra e venda do mercado local. No Brasil, o cooperativismo iniciou no ano de 1889, em Minas Gerais, com a fundação da Cooperativa Econômica dos Funcionários Públicos de Ouro Preto, cujo foco era o consumo de produtos agrícolas (OCB- Organização das Cooperativas Brasileiras; Silva e Nunes, 2023).

O Cooperativismo, de acordo com Erik Boettcher (1974, p. 22) pode ser definido como “uma atuação consciente de um grupo de indivíduos ou de unidades econômicas (pessoas naturais ou jurídicas) em direção a um fim comum, pela qual as atividades dos participantes são coordenadas por meio de negociações e acordos”. Para Frantz (2001), o cooperativismo é uma ação consciente e combinada entre indivíduos em busca de um bem comum ou de um determinado objetivo.

No Brasil, as primeiras cooperativas agrícolas surgiram em meados do Século XX, principalmente nas regiões Sul e Sudeste, formadas por grupos de colonos e lavradores que visavam potencializar e melhorar a sua pequena produção agrícola. Porém, a partir do ano de 1960, o estado brasileiro consolidou o cooperativismo como uma ferramenta de modernização

agrícola, surgindo grandes cooperativas no ramo, como a Cocamar e a Coopersucar (Christoffoli, 2019; Silva e Nunes, 2023). Atualmente, no Brasil, o cooperativismo está distribuído em diversos ramos, como: crédito, agropecuária, consumo, infraestrutura, saúde, de trabalho, bens e serviços e transporte.

A agricultura familiar, de acordo com Silva e Nunes (2023), é um segmento social que ainda apresenta pouca adesão ao cooperativismo por parte dos produtores rurais, pois conforme o Censo Agropecuário de 2017, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), apenas 11,4% dos agricultores familiares possuem associação em alguma cooperativa. Para Spanevello e Lago (2003), as cooperativas agropecuárias deveriam ter influência direta sobre a vida econômica e nas propriedades rurais na agricultura familiar, pois as interações entre cooperativa e agricultor deveria ir muito além de aspectos econômicos e produtivos, uma vez que as cooperativas podem potencializar e garantir maiores fontes de renda, acesso ao crédito e melhores condições de trabalho dos agricultores.

Um dos principais desafios atualmente das organizações de produtores rurais é a sucessão geracional dos filhos dos agricultores, pois os jovens saíram do campo para buscar melhores condições de vida na cidade, e de acordo com Spavanello *et al.* (2011, p.11) “a saída cada vez mais acentuada dos jovens, fica a perspectiva de como se dará a renovação das gerações de agricultores no campo e do corpo de associados das cooperativas”.

4

Para Freitas *et al.* (2009), na agricultura familiar, o cooperativismo é utilizado como meio facilitador de organização social e econômica, porém os agricultores familiares enfrentam diversos obstáculos para manter a sua subsistência, tais como: dificuldade na obtenção de crédito para as suas atividades, defasagem tecnológica em suas propriedades, a falta de capital de giro próprio, a falta de mão de obra familiar e as exigências na comercialização de seus produtos (Tauile, 2002).

De acordo com a lei 11.326 de 2006, o agricultor familiar é definido como aqueles que realizam atividades em meio rural e que possuam até quatro módulos fiscais de terra. Para Abramovay (1997, p. 03) “a agricultura familiar é aquela em que a gestão, a propriedade e a maior parte do trabalho vêm de indivíduos que mantêm entre si laços de sangue ou de parentesco”.

Para Oliveira *et al.* (2023) a agricultura familiar é responsável pela maioria dos alimentos consumidos pela população e está presente em grande parte das propriedades rurais do Brasil. No entanto, a agricultura familiar enfrenta muitos desafios de sobrevivência ou de garantia de manutenção de subsistência perante o sistema capitalista implantado no Brasil.

Conforme dados do Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA) e o Ministério do Desenvolvimento Agrário e Agricultura Familiar (MDA), no Plano Safra 2025/2026 foram destinados R\$ 516,2 bilhões para a agricultura, no entanto, desde valor apenas R\$89 bilhões foram para a agricultura familiar e o restante para a agricultura empresarial, destinada a produção de grãos denominados *commodities*, como a soja, o milho e o trigo (MAPA, MDA, 2025/2026). Portanto, os agricultores familiares precisam ter outras fontes de renda, além da agricultura de subsistência, pois a agricultura familiar não precisa acumular capital, mas precisa buscar estratégias de subsistência frente ao sistema capitalista (Garcia Jr,1990).

Diante dos principais desafios da agricultura familiar para inserir-se nos mercados, podem ser destacados: o preço justo do produto, cumprir com a sazonalidade de entrega, a padronização de produto tendo em vista a qualidade e exigência do consumidor, embalagens de alguns produtos para aumentar o período de conservação, a distância entre a propriedade e locais de comercialização e as técnicas apuradas para desenvolver a produção conforme as normas do mercado comercial (legislação, selos de qualidade e de informações nutricionais) (Campos e Borges, 2015; Guareski *et al.* 2019).

Uma das alternativas dos agricultores familiares fomentar seus produtos é a comercialização em diversos mercados, como: em supermercados, restaurantes, açougues, padarias e as feiras livres do produtor familiar nos chamados mercados de proximidade; ainda, em vendas do mercado institucional através de programas, entre eles, o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), Programa Nacional de Alimentação Familiar (PNAE). No entanto, os alimentos e produtos da agricultura familiar são vendidos, na maioria das vezes, *in natura*, ou seja, são considerados produtos perecíveis, logo precisam de distribuição e comercialização rápida (Freitas, 2009; Carvalho, 2019).

Uma das formas de potencializar e garantir melhores condições de renda, trabalho e subsistência aos agricultores familiares é por meio da associação em cooperativas, pois de acordo com a OCB, a função das cooperativas é representar, defender e desenvolver o cooperativismo, promovendo a sua competitividade e impacto positivo na sociedade, neste caso, na agricultura familiar. Para Carmo e Freitas (2024), as cooperativas são importantes modelos econômicos que potencializam os sistemas da agricultura familiar.

Para Guareski *et al.* (2019) as cooperativas, em sua governança, visam atuar de acordo com os “Princípios dos Pioneiros de Rochdale”, sendo estes: adesão livre, gestão democrática, juros baixos ao capital, retorno proporcional às operações, transações e dinheiro, neutralidade política, religiosa e ética e desenvolvimento do ensino. As cooperativas atuam como mediadoras

do processo de compra e venda, e no caso da agricultura familiar aumentam o quantitativo de alimentos saudáveis, o potencial de venda, o alcance ao mercado, a procura por melhores preços dos produtos e a busca de incentivos públicos (Freitas, 2009; Guareski *et al.* 2019; Oliveira *et al.* 2023).

A agricultura familiar também pode ser fortalecida por meio de ações de parcerias com as organizações da economia solidária. Estas parcerias promovem formas coletivas de produção, comercialização e gestão baseadas na cooperação e na valorização local enquanto estratégia de desenvolvimento. Esse modelo econômico contribui para a geração de renda e a inclusão social dos agricultores familiares, ao reduzir a dependência de intermediários e ampliar o acesso a mercados (Queiroz; Medeiros, 2019; Mariosa; Pereira, 2022).

Ainda, pode-se observar que a economia solidária favorece a permanência das famílias no campo, estimula o desenvolvimento territorial sustentável e fortalece os vínculos comunitários, integrando dimensões econômicas, sociais e ambientais essenciais para a construção de sistemas agroalimentares mais justos e resilientes. Também, promove a integração e a cooperação entre agricultores vizinhos, potencializando a agricultura familiar, diminuindo o custo de mão de obra das propriedades rurais e fomentando a comercialização dos produtos (Mariosa; Pereira, 2022; Queiroz; Medeiros, 2019).

6

Na cidade de Guaraniaçu, localizada na região oeste do Paraná, os agricultores familiares encontraram no cooperativismo, por meio da cooperativa COOFASG (Cooperativa da Agricultura Familiar Solidaria de Guaraniaçu) representada pelo “Celeiro do Agricultor”, e na relação ganha-ganha, por meio do empreendedorismo da família de produtores rurais na abertura da empresa familiar de produtos coloniais, uma alternativa de potencializar a agricultura familiar no município.

## O contexto do local do estudo

O município de Guaraniaçu, situado na região oeste do estado do Paraná, possui 66 anos de emancipação e, conforme o censo do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) realizado em 2022, a população do município é de 13.735 habitantes, sendo 54 % representado pela população urbana e 46% pela rural (IBGE, 2022).

Em Guaraniaçu a maioria da população rural é classificada com agricultores familiares, sendo estes definidos pela Lei nº 11.326, de 2006, por possuírem propriedades rurais com até quatro módulos fiscais. De acordo com a Secretaria de Agricultura, Meio Ambiente e Recursos Hídricos de Guaraniaçu, a maioria das propriedades rurais, mesmo sendo constituídas por

agricultores familiares, há predominância das produções de soja, milho e trigo. Contudo, há outros produtos cultivados pela agricultura familiar, geralmente são destinados ao autoconsumo (da família e da unidade de produção) e outros para obter uma complementação da renda familiar.

Entre os principais produtos comercializados pela agricultura familiar nos mercados de proximidade em Guaraniaçu destacam-se: higiene e limpeza, ervas medicinais e aromáticas dessecadas, carnes, peixes, derivados de leite, derivados de cana de açúcar, diversificados tipos de massas e panificados, hortaliças comercializadas *in natura* e em conservas e processadas, frutas (*in natura*, secas, cristalizadas, compotas), geleias e doces, polpa, sucos, licores e vinho (Campos e Borges, 2015).

As principais formas comercialização e distribuição dos alimentos produzidos pela agricultura familiar em Guaraniaçu são: a participação dos agricultores em programas de compra para merenda escolar, PAA (Programa de Aquisição de Alimentos) e PNAE (Programa Nacional de Alimentação Escolar) por meio da cooperativa COOFASG; vendas diretas por meio do Celeiro do agricultor e da Empresa Familiar de Produtos Coloniais e vendas informais diretamente com os produtores (Campos e Borges, 2015; Secretaria de Agricultura, Meio Ambiente e Recursos Hídricos-Guaraniaçu, 2025). O Celeiro do Agricultor e os a Empresa Familiar de Produtos Coloniais são os dois casos sujeitos deste estudo.

## METODOLOGIA

Esta pesquisa, de abordagem qualitativa e caráter exploratório, foi um estudo de caso realizado em Guaraniaçu (PR), entre maio e junho de 2025. A escolha do local de estudo justifica-se pela relevância das organizações analisadas, as quais desempenham papel significativo na dinamização e no fortalecimento da agricultura familiar local, por meio de distintas dinâmicas de inserção e comercialização nos mercados.

Para a coleta de dados, foi aplicado um questionário junto à administração da Cooperativa da Agricultura Familiar Solidária de Guaraniaçu (COOFASG), responsável pela gestão do Celeiro do Agricultor. O instrumento contemplou aspectos relacionados ao histórico da organização, às dinâmicas de mercado adotadas, às estratégias de divulgação e às principais dificuldades enfrentadas pela instituição, com o objetivo de obter informações relevantes para a análise do estudo. No caso da Empresa Familiar de Produtos Coloniais, o levantamento de dados foi realizado por meio de entrevista por meio do aplicativo WhatsApp, no qual os

proprietários responderam aos questionamentos propostos, apresentaram os produtos comercializados e disponibilizaram registros fotográficos para subsidiar a pesquisa.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

### **Celeiro do Agricultor e Produtos Coloniais Brandalise - Uma perspectiva histórica**

Em meados da década de 1990, os agricultores familiares do município de Guaraniáçu passaram a se organizar coletivamente para a comercialização de seus produtos, impulsionados pelo apoio da Prefeitura Municipal, da Igreja Católica e do Instituto de Desenvolvimento Rural (IDR), à época denominado EMATER. Essas instituições atuaram como agentes fomentadores de iniciativas baseadas nos princípios da economia solidária, incentivando a cooperação entre os produtores, a valorização da produção local e a criação de alternativas coletivas de geração de renda.

Até então, a comercialização dos produtos ocorria de forma informal, sendo realizada principalmente entre vizinhos, amigos e conhecidos, sem a existência de um espaço estruturado para as vendas. Com o incentivo institucional, foram organizadas feiras para a comercialização dos produtos da agricultura familiar, que inicialmente aconteciam de forma quinzenal e, posteriormente, passaram a ocorrer semanalmente.

Com o passar dos anos, houve a implementação de compras governamentais dos alimentos para a merenda escolar por meio do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), que se consolidam como importantes políticas públicas de incentivo à agricultura familiar. Esses programas ampliam os canais de comercialização, garantem mercado para os produtores, promovem a geração de renda no meio rural e contribuem para o fortalecimento dos sistemas alimentares locais, ao mesmo tempo em que asseguram o acesso a alimentos de qualidade para a população.

Com o aumento das vendas nas feiras, os agricultores familiares precisaram se readequar e buscarem um espaço físico fixo para a venda de seus produtos. Porém, entre os agricultores havia a percepção de que eles precisavam estar em suas propriedades para produzir os alimentos e não poderiam estar disponíveis o dia todo com seu tempo no espaço de comercialização. No ano 2000, a prefeitura municipal cedeu um espaço em comodato para a comercialização de produtos e cerca de 20 agricultores familiares fundaram o “Celeiro do Agricultor” e a AAFAMIG- Associação dos Agricultores Familiares do Município de Guaraniáçu.

Com a criação de uma loja física para o celeiro do agricultor, houve a necessidade de contratação de uma funcionária para atendimento dos consumidores. Inicialmente o celeiro era pequeno e contava com a colaboração da Secretária Municipal de Agricultura e Abastecimento, que cedia alguns equipamentos ao local. Ao longo dos anos, o empreendimento cresceu e precisou evoluir. Em 2010, para atender as exigências comerciais, financeiras e fiscais, houve a necessidade da criação da cooperativa COOFASG – Cooperativa da Agricultura Familiar Solidária de Guaraniaçu que atualmente, em parceria com a AAFAMIG, são responsáveis pelo gerenciamento do Celeiro do Agricultor.

Ao longo do tempo, o Celeiro do Agricultor passou por reformas para atender ao crescimento das vendas, cumprir a legislação e ampliar a variedade de produtos oferecidos pelos agricultores. Atualmente, no ano de 2026, o espaço é amplo e diversificado e conta com cinco funcionários registrados pela instituição e dois funcionários cedidos pela prefeitura municipal de Guaraniaçu. Em relação às despesas geradas pelo Celeiro do Agricultor, a prefeitura municipal auxilia com as contas de água e luz, o restante é mantido e pago pela administração da cooperativa COOFASG.

O celeiro do agricultor não revende apenas produtos dos associados. Em determinadas épocas do ano, em que não há cultivo de alguns produtos e ou os produtores não entregam a demanda necessária para atender a escala de vendas, uma vez que também destinam seus produtos ao mercado institucional, a cooperativa COOFASG compra alimentos de organizações de agricultores de municípios vizinhos e da região do Paraná e, até de estados vizinhos. Alguns destes produtos são: frutas não produzidas em larga escala na região, como a uva; vinhos, vinagres, embutidos, derivados do milho, em especial a farinha de milho, entre outros.

Outra organização que contribui para o fortalecimento da agricultura familiar em Guaraniaçu é a Empresa Familiar de Produtos Coloniais, situada na BR 277, KM 530, Mato Queimado. Em 2014, diante do baixo valor do leite no mercado e das dificuldades para manter a propriedade, a proprietária optou por iniciar a produção de queijos coloniais com o objetivo de agregar valor à comercialização do produto e ampliar a renda da família. Com o aumento na demanda pelos queijos e devido à localização estratégica da residência da família às margens da BR 277, foi aberta uma loja para comercializar não apenas os queijos, mas também outros produtos familiares, como manteiga, doce de leite e ricota.

No entanto, devido ao aumento nas escalas de vendas dos produtos, os proprietários da Empresa Familiar de Produtos Coloniais decidiram comprar outros produtos alimentícios

produzidos por micro indústrias de Guaraniaçu e região para revender em sua loja. Por estar localizada as margens da BR 277, os clientes começaram a sugerir que a família oferecesse serviços de refeições. A partir dessa possibilidade, os proprietários investiram e oferecem, atualmente, além da venda de produtos oriundos das microindústrias, serviços de café colonial, almoços e lanches.

A Empresa Familiar de Produtos Coloniais não comercializa produtos na área de horticultura, massas e panificação. A gestão, atendimento ao público e comercialização dos produtos é gerida pelos membros da família, logo não há funcionários contratados. Empresa Familiar de Produtos Coloniais estabelece relações com agricultores que possuem microunidades de processamento de alimentos, numa relação de ganha-ganha, ou seja, por meio de acordos entre as partes, a partir de regras e convenções construídas entre si, todos passam a obter por meio desta cooperação uma renda a partir de um arranjo econômico que valoriza as vendas nos canais de mercado de proximidades.

### Dinâmica dos canais de comercialização do estudo

Para comercializar produtos no Celeiro, o agricultor familiar deve ser associado à cooperativa COOFASG. Para isso, é preciso realizar um cadastro e apresentar documentos pessoais, CAD/PRO, CAF, documentos da propriedade e, se vender alimentos processados, a documentação da agroindústria. Após análise dos documentos pela administração do Celeiro, caso todos os requisitos sejam cumpridos, o agricultor participa de uma capacitação sobre o regimento interno e as regras de funcionamento. Em seguida, o cadastro do produtor e de seus produtos é realizado no sistema, sendo gerados códigos de barras para cada item destinado à venda.

O Celeiro do Agricultor tem, aproximadamente, 100 agricultores familiares associados por meio da cooperativa COOFASG. Os produtos comercializados podem ser *in natura*, processados pelo agricultor ou congelados, destacando: hortifrutis, massas, embutidos (salames, linguiças), derivados do leite, carnes, grãos, derivados da cana de açúcar, derivados do milho, filé de tilápia, alimentos produzidos por microindústrias da cidade ou região, fermentados (vinhos, destilados e cachaças) e temperos.

O sistema de vendas dos produtos é “consignado” (assim denominado pela administração da cooperativa), no qual o agricultor dispõe o seu produto ao celeiro para a comercialização. Cada agricultor, possui um código de barras cadastrado no sistema, que é inserido no seu produto ao adentrar no celeiro. Ao passar pelo caixa, o código de barras é

registrado, e no último dia útil do mês é gerado um extrato de todos os produtos que foram vendidos por aquele agricultor, naquele mês.

Outrossim, o pagamento ao agricultor é feito apenas após a geração do extrato, ou seja, o agricultor deixa seu produto durante todo o mês, e no final do período recebe por todo seu produto que foi comercializado. O Celeiro e a cooperativa COOFASG não se responsabilizam pela perda de alimentos (estragos, apodrecimento e perda de qualidade) sendo os prejuízos referente a determinado alimento ao seu produtor associado responsável. Ao receber o pagamento pelo seu produto, é descontado 20% do valor, sendo este destinado a cooperativa COOFASG que faz a gestão dos recursos financeiros.

O agricultor é livre para a organização dos preços dos seus produtos comercializados e a demanda de entrega deve ser condizente com a venda. Os produtos processados devem seguir as legislações vigentes, apresentar rotulagem/embalagem e alvará da Vigilância Sanitária ou do Serviço de Inspeção (produtos de origem animal), além do selo de inspeção municipal.

Os associados da cooperativa COOFASG são orientados a entregar os alimentos no Celeiro do Agricultor para serem comercializados neste ambiente, porém caso o agricultor possuir alimentos excedentes ou disponíveis para a venda, a cooperativa participa de editais de vendas governamentais como PNAE, Programa Nacional da Alimentação Escolar Municipal, e Compra Direta PR, potencializando a agricultura familiar na região e a venda dos produtos.

11

A Empresa Familiar de Produtos Coloniais, utiliza uma dinâmica de venda diferente do Celeiro do Agricultor. Enquanto o Celeiro vende os produtos em forma de consignado, a Empresa Familiar de Produtos Coloniais compra os produtos e realiza o pagamento no momento da compra, fazendo a venda posterior. A empresa é responsável pela organização dos preços repassados aos consumidores, enquanto no Celeiro, os agricultores são livres para decidirem sobre seus preços. Para vender produtos para essa empresa, os agricultores devem possuir o selo de inspeção municipal.

Nesta empresa, os proprietários optam por comprar produtos industrializados ou que não se deteriore com facilidade, como salames, destilados, vinhos, derivados do milho e derivados da cana de açúcar. A empresa também revende artefatos em madeira rústica e facas artesanais, além dos produtos coloniais produzidos pela família, sendo estes: queijos tradicionais e especiais (vinho, ervas finas, vinagrete, frescal, curado, ralado, coalho), manteiga, ricota e doce de leite.

Na Empresa Familiar de Produtos Coloniais, a gestão é feita pelos membros da família, sendo estes agricultores empreendedores, e os produtos são comprados da agricultura familiar e

das microindústrias conforme demanda de venda, logo o produtor não entrega quantidades fixas semanalmente. A divulgação dos produtos e serviços é feita por meio de redes sociais e pelo rádio.

Ambas as empresas são importantes para o desenvolvimento da economia da cidade de Guaraniaçu e por potencializar a agricultura familiar, garantindo a venda e rotatividade dos alimentos, além de aumentar a fonte de renda dos agricultores. Porém, é importante ressaltar a importância da cooperativa COOFASG, pois possibilita maior acesso a diferentes tipos de mercado, e conseqüentemente, maior diversificação da renda dos agricultores familiares, pois a partir da cooperativa é possível entregar os produtos oriundos da agricultura familiar no Celeiro do Agricultor e aos programas destinados a aquisição de merenda escolar do município. Também há maior rotatividade nos produtos, por haver maiores canais de comercialização, e a cooperativa aceita maior variabilidade de alimentos, como aqueles voltados a produção de hortifrutos e oriundos da panificação.

A Empresa Familiar de Produtos Coloniais incentiva a venda de produtos da agricultura familiar e microindústrias em Guaraniaçu, revendendo-os em sua loja. Essa cooperação beneficia tanto a empresa quanto os agricultores, aumentando suas rendas e facilitando a comercialização dos alimentos.

O Celeiro do Agricultor e a Empresa Familiar de Produtos Coloniais configuram duas estratégias distintas, porém complementares, de fortalecimento da agricultura familiar no município de Guaraniaçu. O Celeiro do Agricultor possui origem coletiva e institucional, resultante da mobilização de agricultores familiares com o apoio do poder público municipal.

Durante sua trajetória, o Celeiro do Agricultor por meio de políticas públicas de comercialização, como as compras governamentais para a merenda escolar, precisou atender às demandas de formalização organizacional, a fim de suprir as necessidades inerentes às legislações locais e nacionais de compra e venda de alimentos. Esse modelo possibilitou a ampliação da escala de comercialização, a diversificação de produtos e a geração de empregos formais, além de garantir maior estabilidade econômica aos agricultores familiares associados.

A Empresa Familiar de Produtos Coloniais apresenta uma trajetória de caráter familiar e empreendedor, que surgiu como estratégia de diversificação produtiva diante da crise no setor leiteiro. Diferentemente do Celeiro do Agricultor, sua estrutura não é cooperativa, sendo a gestão, produção e comercialização concentradas nos membros da família, sem contratação de funcionários. Embora não comercialize produtos hortícolas, massas ou panificados, a empresa atua como importante canal de escoamento para microindústrias locais e regionais, fortalecendo

redes produtivas da agricultura familiar de forma descentralizada e com menor dependência direta de políticas públicas.

Assim, enquanto o Celeiro do Agricultor se consolida como uma iniciativa coletiva vinculada à organização cooperativa e às políticas institucionais de apoio à agricultura familiar, a Empresa Familiar de Produtos Coloniais representa uma alternativa de base familiar, marcada pelo empreendedorismo rural, pela agregação de valor e pela diversificação de atividades.

Outro aspecto relevante, refere-se à autonomia econômica dos agricultores familiares nos diferentes canais de comercialização analisados. No modelo adotado pelo Celeiro do Agricultor, observou-se maior liberdade na definição dos preços pelos próprios produtores, o que pode contribuir para o fortalecimento do protagonismo dos agricultores no processo de comercialização e para o desenvolvimento de estratégias produtivas alinhadas às suas realidades econômicas. Por outro lado, na dinâmica adotada pela Empresa Familiar de Produtos Coloniais, a definição dos preços é centralizada na empresa compradora, o que pode proporcionar maior previsibilidade de venda e redução dos riscos de comercialização para o agricultor, porém com menor participação na formação do valor final dos produtos.

Apesar dos pontos positivos observados pelos dois modelos de comercialização analisados, é importante reconhecer algumas limitações que podem influenciar sua sustentabilidade e a margem de lucro do agricultor. No caso do Celeiro do Agricultor, o sistema de vendas consignado, embora amplie as possibilidades de comercialização, transfere ao produtor os riscos relacionados às perdas de produtos perecíveis, podendo gerar prejuízos econômicos, especialmente para agricultores com menor capacidade produtiva e logística. No que se refere à Empresa Familiar de Produtos Coloniais, embora o modelo apresente maior flexibilidade e rapidez nas negociações comerciais, a empresa concentra suas atividades em determinados tipos de produtos, especialmente aqueles com maior durabilidade, o que reduz a abrangência produtiva e limita a inserção de agricultores que produzem alimentos altamente perecíveis.

13

Analisando os dois modelos evidenciou-se que a comercialização da agricultura familiar não se sustenta em uma única estratégia, mas na coexistência e complementaridade de diferentes arranjos organizacionais e mercadológicos, pois de acordo com Garcia Jr (1990), os agricultores familiares precisam buscar estratégias de sobrevivência no meio rural.

Portanto, o estudo de diferentes dinâmicas de mercados na agricultura familiar indicou que a diversificação dos mercados fortalece a resiliência econômica dos agricultores familiares, reduzindo vulnerabilidades e ampliando oportunidades de inserção produtiva. Assim, os dois

modelos analisados evidenciaram que o fortalecimento da agricultura familiar depende da construção de redes plurais de comercialização, capazes de integrar iniciativas coletivas e empreendimentos familiares, além de contribuir com: o desenvolvimento econômico local, a dinamização econômica, a valorização dos produtos locais e a permanência das famílias no meio rural em Guaraniaçu.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo permitiu analisar as dinâmicas de mercado adotadas pelo Celeiro do Agricultor e pela Empresa Familiar de Produtos Coloniais, evidenciando que ambas as iniciativas desempenham papel relevante no fortalecimento da agricultura familiar no município de Guaraniaçu (PR). Observou-se que, mesmo apresentando formas distintas de organização, gestão e comercialização, os dois empreendimentos contribuem para ampliar os canais de escoamento da produção, promover a valorização dos produtos locais e garantir alternativas de geração de renda para os agricultores familiares. Nesse sentido, os resultados demonstraram que a diversificação dos mercados constitui estratégia fundamental para a permanência das famílias no meio rural e para o desenvolvimento econômico local.

O Celeiro do Agricultor destacou-se como uma experiência consolidada de organização coletiva, estruturada a partir dos princípios do cooperativismo e da economia solidária, possibilitando maior inserção dos agricultores em mercados institucionais e de proximidade. A atuação da cooperativa COOFASG favorece a ampliação da escala de comercialização, a diversificação produtiva e o acesso a políticas públicas, como o PAA e o PNAE, fortalecendo a segurança econômica dos produtores associados. Por outro lado, a Empresa Familiar de Produtos Coloniais evidencia a importância do empreendedorismo rural e da agregação de valor aos produtos da agricultura familiar, demonstrando que iniciativas familiares também podem contribuir significativamente para a dinamização econômica regional, especialmente ao estabelecer redes de comercialização com microindústrias e produtores locais.

Dessa forma, concluiu-se que as duas experiências analisadas são complementares e reforçam a importância de múltiplas estratégias de inserção nos mercados para o fortalecimento da agricultura familiar. Além disso, evidenciaram o papel fundamental das parcerias institucionais, das políticas públicas e das iniciativas empreendedoras na promoção do desenvolvimento rural sustentável.

## REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, Ricardo. De volta para o futuro: mudanças recentes na agricultura familiar. Seminário Nacional do Programa de Pesquisa em Agricultura Familiar. Brasília: Embrapa, 1997.
- BOETTCHER, Erik. Cooperativismo: teoria e prática. São Paulo: Pioneira, 1974.
- BRASIL. Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006. Estabelece as diretrizes para formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 25 jul. 2006. Seção 1.
- BRASIL. Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA). Plano Safra 2025/2026. Brasília: MAPA, 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura>. Acesso em: 4 julho de 2025.
- BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário e Agricultura Familiar (MDA). Plano Safra da Agricultura Familiar 2025/2026. Brasília: MDA, 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/mda>. Acesso em: 4 julho de 2025.
- CAMPOS, Ana Paula; BORGES, Gustavo Henrique. Agricultura familiar e desenvolvimento local: desafios e perspectivas no município de Guaraniaçu (PR). Revista Desenvolvimento Regional em Debate, [s. l.], v. 5, n. 2, p. 45-62, 2015.
- CARMO, Graziela; FREITAS, Alair Ferreira. Panorama das cooperativas da agricultura familiar no Norte do Brasil. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Economia) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2024.
- CARVALHO, Francislene de Fátima; GROSSI, Selma de Fátima. A importância das feiras livres e seus impactos na agricultura familiar. Revista Interface Tecnológica, Taquaritinga, v. 16, n. 2, p. 226-234, dez. 2019. DOI: 10.31510/inf.v16i2.665.
- CHRISTOFFOLI, Pedro Ivan. Cooperativismo e desenvolvimento rural no Brasil. Chapecó: Argos, 2019.
- FREITAS, Alair Ferreira et al. O cooperativismo popular como forma de organização da agricultura familiar. Extensio: Revista Eletrônica de Extensão, Florianópolis, v. 6, n. 8, p. 110-119, dez. 2009. DOI: 10.5007/1807-0221.2009v6n8p110.
- FRANTZ, Walter. O cooperativismo e a prática cooperativa. Ijuí: Editora Unijuí, 2001.
- GARCIA JR., Afrânio Raul. O Sul: caminho do roçado – estratégias de reprodução camponesa e transformação social. São Paulo: Marco Zero; Brasília: UnB/CNPq, 1990.
- GUARESKI, Andreia Helena Pasini et al. Fatores que influenciam na continuidade de uma ação coletiva: o caso da Cooperativa da Agricultura Familiar COOAFASG de Guaraniaçu – PR. Revista Orbis Latina, Foz do Iguaçu, v. 9, n. 1, p. 57-75, jan./jun. 2019.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Censo Agropecuário 2017: resultados definitivos. Rio de Janeiro: IBGE, 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Censo Demográfico 2022. Rio de Janeiro: IBGE, 2023.

MARIOS, P. H.; PEREIRA, H. dos S. Systematic review of the literature on family farming and the social and solidarity economy in Brazil and Latin America. *Global Journal of Human-Social Science*, v. 22, n. E4, p. 1-14, 2022.

OLIVEIRA, Divino José; PEIXINHO, Dimas Moraes; ALVES, Washington Silva. Agricultura familiar e cooperativismo: uma possibilidade de enfrentamento aos desafios oriundos do capitalismo. *Revista Sapiência: Sociedade, Saberes e Práticas Educacionais*, Bauru, v. 12, n. 1, p. 216-238, jan./jun. 2023.

ORGANIZAÇÃO DAS COOPERATIVAS BRASILEIRAS (OCB). O que é cooperativismo. Brasília: OCB, 2025. Disponível em: <https://www.ocb.org.br>. Acesso em: 4 jul. 2025.

QUEIROZ NETO, E.; MEDEIROS, J. V. F. G. Economia solidária como política pública: um olhar para ampliação e consolidação da agricultura familiar. *Revista do Desenvolvimento Regional*, Taquara, v. 16, n. 2, p. 154-170, 2019.

SCHNEIDER, Sérgio. A diversidade da agricultura familiar. 2. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

SILVA, Roberto Marinho Alves; NUNES, Emanuel Márcio. Agricultura familiar e cooperativismo no Brasil: uma caracterização a partir do Censo Agropecuário de 2017. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, Brasília, v. 61, n. 2, p. 1-22, 2023. DOI: 10.22004/ag.econ.340918.

16

SPANEVELLO, Rosani Mariza; LAGO, Adriano. Cooperativismo agropecuário e agricultura familiar: limites e possibilidades. *Revista Extensão Rural*, Santa Maria, v. 10, n. 1, p. 87-104, 2003.

SPANEVELLO, Rosani Mariza; DREBES, Laila Maiara; LAGO, Adriano. A influência das ações cooperativistas sobre a reprodução social da agricultura familiar e seus reflexos sobre o desenvolvimento rural. Brasília: Ipea, 2011.

TAUILE, José Ricardo. Do socialismo de mercado à economia solidária. Seminário Internacional das Teorias de Desenvolvimento no Novo Século. São Paulo, 2002.