

# # COOPERATIVAS E ASSOCIAÇÕES DE PEQUENOS AGRICULTORES FAMILIARES NO RIO DE JANEIRO: UM ESTUDO DE CASO #

**Fagner Moura da Costa<sup>1</sup> (ITCP/COPPE/UFRJ) –  
Telefone: 9689-8252 / E-mail: fageco@ig.com.br**

**Joana Tereza Vaz de Moura<sup>2</sup> (ITCP/COPPE/UFRJ) –  
Telefone: 3873-6925 / E-mail: joanateresa@bol.com.br**

## # Resumo

*O artigo possui um duplo objetivo: o primeiro, é avaliar a evolução de um mercado (Pavilhão 30) localizado na CEASA/IRAJA/RJ; mercado esse específico para a comercialização de produtos de cooperativas e/ou associações de pequenos agricultores rurais. O segundo, não menos importante, é mostrar alguns aspectos do associativismo rural de algumas das cooperativas e/ou associações que comercializam nesse mercado.*

*Construído em 1989, o Pavilhão 30 foi uma das formas de viabilizar economicamente e socialmente uma quantidade significativa de pequenos agricultores familiares que se encontravam marginalizados e fragilizados no processo de produção e comercialização de produtos agrícolas.*

*O artigo terá como base uma pesquisa realizada pelo grupo de economia agrícola do(IE) da UFRJ, com o Pavilhão 30 e com as cooperativas e/ou associações engajadas na comercialização no pavilhão.*

**Palavras-Chave:** associativismo rural, comercialização no atacado, Pavilhão 30 da CEASA/RJ.

## # Introdução

Existe um debate recente e controverso, que apresenta as formas associativas (cooperativas e associações) como alternativas ao cenário de exclusão econômica e social. Sem dúvida, essas representam, hoje, uma das formas de uma quantidade significativa de pessoas terem

---

<sup>1</sup> Economista pela UFRJ / Pesquisador-Economista da Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCP) da COPPE-UFRJ / Mestrando em Desenvolvimento Econômico e Social - CPDA-UFRRJ.

<sup>2</sup> Administradora/ Pesquisadora da Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCP) da COPPE-UFRJ / Mestranda em Desenvolvimento Econômico e Social - CPDA-UFRRJ..

espaço, por exemplo, no ambiente macro de produção e comercialização de produtos ou serviços. A importância dessas formas associativas fica ainda mais evidente quando tratamos ou ressaltamos as dificuldades enfrentadas por pequenos agricultores familiares – em especial no Rio de Janeiro. Isso porque boa parte da pequena agricultura familiar do estado se encontra fragilizada no âmbito da produção de produtos agrícolas e escoamento/comercialização de seus produtos.

O Rio de Janeiro tem hoje na pequena produção familiar uma das principais formas de abastecimento alimentar da região metropolitana. Essa situação de importância relativa e de dificuldades (fragilidades) dos produtores do estado parece paradoxal. Ao mesmo tempo em que os pequenos produtores familiares enfrentam hoje fortes obstáculos de produzirem e comercializarem seus produtos, estes abastecem, pelo menos em tese, boa parte da população urbana do Rio de Janeiro – principalmente com raízes e folhagens em geral.

O associativismo de pequenos produtores familiares do Rio de Janeiro começou a ganhar maior visibilidade na década de 1980 impulsionada, sobretudo, pela demanda por organização e viabilização da comercialização dos produtos da agricultura familiar.

Na realidade, o momento que impulsionou a visibilidade das formas associativas no Rio de Janeiro é bastante particular. Esse coincidiu com o surgimento do projeto das centrais de abastecimento em todo o país e, em especial, no Rio de Janeiro. Essas centrais ganharam importância no cenário de comercialização de produtos agrícolas por dois lados: i) primeiro, pelo lado da demanda (compradores) que tinha no sistema CEASA um mercado que centralizava num mesmo espaço físico uma quantidade enorme de produtos a preços mais compensadores economicamente, e ii) pelo lado da oferta (em especial, pequenos produtores familiares) que tinham no sistema CEASA um espaço de referência para a comercialização de seus produtos.

Inicialmente, a central atacadista IRAJÁ/RJ possuía apenas dois espaços destinados ao comércio de produtos agrícolas. O primeiro era destinado ao comércio atacadistas de cereais e frutas em geral – chamados de boxes lojas. O segundo, o mercado destinado à comercialização de produtos dos produtores familiares de todo o estado (Pavilhão 21).

Segundo Costa (2003) esses espaços de comercialização na CEASA-IRAJÁ foram importantes no cenário de comercialização no atacado, porém insuficientes para abarcar e viabilizar boa parte dos produtores e, em especial, os pequenos produtores familiares do estado. Isso porque o mercado destinado para a comercialização da produção familiar era povoado por segmentos da agricultura familiar em condições de comercialização ou capitalizados economicamente, ou seja, que possuíam qualidade e escala de produtos. Segundo o autor o mercado de produtores (Pavilhão 21) restringiu o acesso de alguns segmentos da agricultura familiar do estado Rio de Janeiro.

Segundo o IDACO (1993) existia, no final dos anos 1980, uma demanda por parte dos agricultores familiares por condições de produção e um local para a comercialização de seus produtos.

É nesse contexto, também, que as formas associativas de pequenos agricultores familiares no Rio de Janeiro passam ter visibilidade e ser uma das alternativas dos produtores atomizados terem acesso ao mercado atacadista á distancia.

Para comportar e atender, em parte, a demanda dos pequenos produtores familiares foi construído em 1989 o pavilhão das cooperativas e associações de pequenos produtores familiares da CEASA/IRAJÁ/RJ – o Pavilhão 30.

O pavilhão 30 da CEASA/RJ possui, hoje, 14 anos de funcionamento e se firmou como mercado atacadista junto com os outros dois espaços de comercialização (Pavilhão 21 e lojistas) existentes na CEASA.

Em 2003 o grupo de economia agrícola do (IE - UFRJ) realizou uma pesquisa no Pavilhão 30 para avaliar como este vem evoluindo no que se refere à ampliação do numero de cooperativas na comercialização no atacado<sup>2</sup> e também investigar os aspectos associativos dessas cooperativas e/ou associações engajadas na comercialização no atacado.

Além dessa introdução e das considerações finais o artigo está organizado, por simplicidade, em duas partes. Na primeira são contextualizados os fatores que impulsionaram a construção do Pavilhão 30. Na segundo parte apresentamos os principais resultados do estudo realizado com as cooperativas e/ou associações.

## **PARTE I**

---

### 1.1 – O projeto Pavilhão 30 da CEASA/RJ: objetivos gerais

Construído em (1989), com recursos destinados pelo BNDES, O Pavilhão 30 da CEASA/RJ possuía um duplo objetivo: (1) o de viabilizar economicamente pequenos produtores familiares, através de cooperativas e/ou associações locais e (2) agregar cooperativas e/ou associações das mais diversas localidades do estado do Rio de Janeiro. Foram beneficiadas com o projeto, inicialmente, cerca de 25 cooperativas e/ou associações que passariam a ter o direito ao local para comercialização (pedra) e outros benefícios ligados à organização associativa e a produção agrícola.

No que se refere à viabilidade econômica, o projeto se apoiava em dois pilares: a comercialização associativa na CEASA/IRAJÁ/RJ, vista como uma das alternativas de integrar o pequeno produtor nos circuitos de comercialização, e a obtenção de preços mais compensadores, tendo em vista que muitos produtores vendiam seus produtos fora da margem de preço.

---

<sup>2</sup> Essa pesquisa foi coordenada pelo professor René Louis de Carvalho do Instituto de Economia da UFRJ.

## 1.2 - Os primeiros anos de funcionamento do Pavilhão 30

Vimos que o projeto beneficiou, inicialmente, 25 cooperativas e/ou associações de diversas localidades do Rio de Janeiro. Mas, esse benefício merece uma melhor especificação. Das cooperativas e/ou associações beneficiadas, nem todas receberam caminhão e assistência técnica (por falta de recursos financeiros), o que torna claro as dificuldades do projeto. Inicialmente o projeto possui um montante de recursos suficientes para a viabilização do Pavilhão 30 como política pública, porém a política restritiva econômica do governo Collor inviabilizou parte desses recursos financeiros.

Alem da política restritiva que inviabilizou os recursos financeiros, as dificuldades do projeto podem ser analisadas sob duas óticas: (i) a primeira tendo como base o circuito de comercialização constitui um conjunto sistêmico e caso alguma parte seja comprometida à comercialização fica prejudicada e (ii) pela baixa participação das cooperativas e/ou associações inicialmente na comercialização no Pavilhão 30.

Não é difícil compreender que o tipo de comercialização proposto pelo projeto Pavilhão 30 tinha como pressuposto mercadorias em escala e de boa qualidade (dentro dos padrões atacadistas) e que sem o fomento para a integração do produtor familiar nos padrões de produção (assistência técnica e recursos financeiros) é quase impossível direcioná-los para a comercialização no atacado e a distancia.

## 1.3 – A Criação da União das Cooperativas e Associações do Pavilhão 30 (UNACOOOP) e a entrada de outros atores econômicos no Pavilhão 30.

Nos primeiros anos de funcionamento o Pavilhão 30 foi administrado por uma comissão, representada pelos diretores de algumas das 25 cooperativas e/ou associações beneficiadas com o projeto. Essa comissão tentou garantir os interesses (negociações) das cooperativas e/ou associações junto à diretoria da CEASA. Uma das tentativas para solucionar o problema enfrentado pelo pavilhão 30 (poucas cooperativas e/ou associações comercializando no pavilhão), proposto pela comissão junto a CEASA/RJ, foi a de permitir que terceiros, ou melhor, produtores individuais (“laranjeiros”) comercializassem seus produtos no Pavilhão 30. Mas essa proposta não foi aceita devido a pouca força política dessa comissão.

Numa tentativa de centralizar os interesses e constituir uma pessoa jurídica para administrar o pavilhão, foi criado em dezembro de 1992 a União das Cooperativas e Associações do Pavilhão 30 (UNACOOOP). Varias iniciativas que foram tomadas pela comissão, dentre elas a comercialização de terceiros, passaram a se intensificar com a criação de UNACOOOP.

Após as primeiras negociações com a diretoria da CEASA/RJ, a UNACOOOP<sup>3</sup> conseguiu que novos atores econômicos (“laranjeiros”) e não apenas cooperativas e/ou associações comercializassem seus produtos. A entrada dos laranjeiros na comercialização era vista pela UNACOOOP como uma forma de divulgar a produção do pavilhão, tendo em vista a atração de demandantes, garantida pela diversidade e qualidade da produção destes. A entrada dos laranjeiros no pavilhão foi uma das saídas encontrada pela UNACOOOP não só para compensar a ausência das cooperativas e/ou associações e a dificuldade enfrentada pelos produtores na produção, mas, sobretudo, uma forma de amenizar a falta de comercialização imposta pela própria sazonalidade das cooperativas e associações.

Diante de tudo que já foi esclarecido, ou seja, o objetivo do projeto Pavilhão 30 e suas dificuldades iniciais, a pesquisa realizada procurou resposta para as seguintes questões:

- a) Qual a situação atual do Pavilhão 30 e do número de cooperativas e/ou associações que comercializam no pavilhão? Os produtores individuais “laranjeiros” continuam comercializando seus produtos no pavilhão?
- b) Quais são as características do associativismo rural das cooperativas e/ou associações engajadas na comercialização no Pavilhão 30?

São, pois, essas questões que tentaremos responder com a pesquisa realizada no Pavilhão 30.

## PARTE II

---

A pesquisa de campo realizada no Pavilhão 30 foi dividida em dois momentos: i) entrevistas com sua diretoria e ii) entrevistas com as cooperativas e/ou associações. Foram entrevistadas 14 cooperativas e/ou associações onde se procurou levantar várias questões, com destaque para os aspectos associativos (VER ANEXO 1). Como instrumento de pesquisa foi aplicado um questionário e posteriormente foram realizadas entrevistas qualitativas.

### PRINCIPAIS RESULTADOS DA PESQUISA

#### Aspectos gerais levantados

- a) qual a situação atual do Pavilhão 30? Os laranjeiros continuam no pavilhão?

O pavilhão 30 continua existindo como experiência única em todo o país. Mas, este ainda não se consolidou como canal alternativo. Vejamos as causas que colaboraram para esse diagnóstico:

---

<sup>3</sup> A decisão foi objeto de discussão no Conselho da UNACOOOP, pois contrariava a opinião de algumas associações. O acordo foi aprovado desde que os terceiros não comercializassem produtos que as cooperativas e/ou associações comercializassem.

(1<sup>a</sup>) ocorreu pequena ampliação ou renovação no número de cooperativas e/ou associações. O número de cooperativas e/ou associações ativas na comercialização se manteve em torno de 25 a 30 durante esse tempo.

(2<sup>a</sup>) continua existindo capacidade ociosa, ou seja, existem poucas cooperativas e/ou associações ativas na comercialização no Pavilhão 30. A frequência na comercialização é de no máximo 3 vezes por semana e são comercializados, em média, 250 volumes por semana por cooperativas e/ou associação. Isso equivale apenas  $\frac{3}{4}$  de ocupação do pavilhão.

(3<sup>a</sup>) os laranjeiros continuam comercializando no pavilhão 30 e permanecem sendo indispensáveis para a atração de compradores.

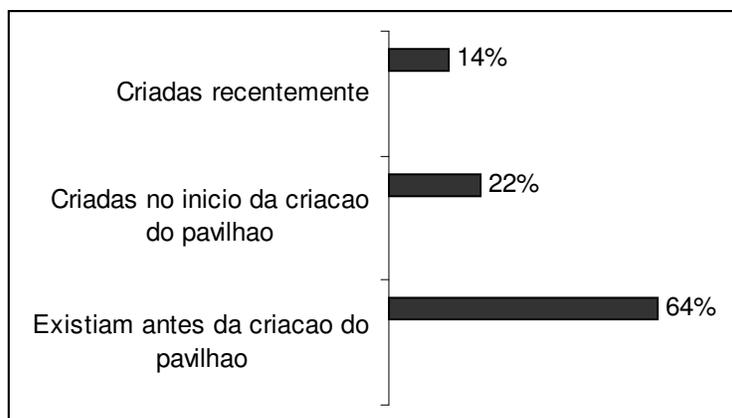
(4<sup>a</sup>) o Pavilhão 30 não chega a ser, hoje, economicamente saudável. O recurso financeiro originado dos laranjeiros constitui uma variável de ajuste para as finanças do pavilhão. Isso porque as cooperativas e/ou associações além de serem sazonais na comercialização no pavilhão estas comercializam nesse mercado produtos que possuem menor valor unitário que os comercializados pelos laranjeiros. As cooperativas e/ou associações comercializam, sobretudo, folhagens e poucas raízes. No caso dos laranjeiros a comercialização tem nas frutas (com maior valor unitário) e em fartas caixarias de raízes a forma de obtenção de lucro econômico.

#### Aspectos do associativismo das cooperativas e/ou associações entrevistadas

##### a) Perfil associativo das cooperativas e/ou associações entrevistadas

A maior parte das questões do questionário das cooperativas e/ou associações procurou levantar um histórico de suas formações. Nesse aspecto os dados foram bastante reveladores. Vejamos o gráfico:

#### Tempo de criação das cooperativas e/ou associações



Fonte: Costa, 2003

A pesquisa revelou que a maior parte das cooperativas e/ associações existia antes da construção do Pavilhão 30. Isso nos remete a uma primeira conclusão: **estas não foram criadas com o objetivo de comercialização no atacado e a distancia.**

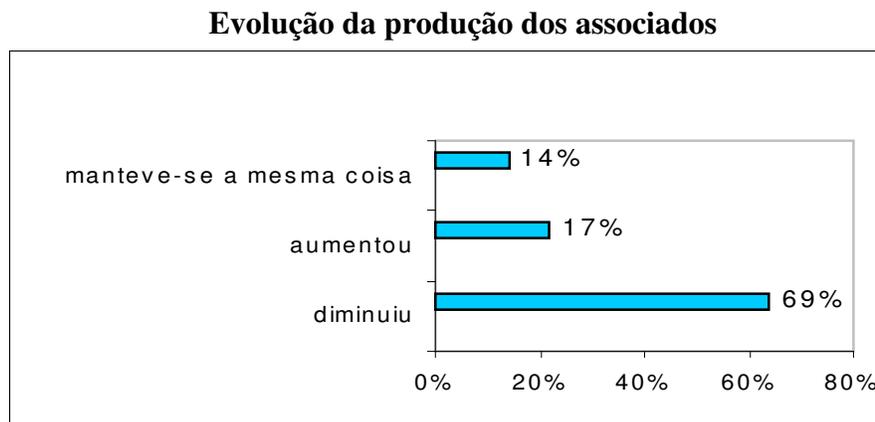
As cooperativas e/ou associações que foram formadas recentemente são as mais assíduas, ou seja, comercializam mais dias na semana no pavilhão. Na verdade, essas cooperativas e/ou associações foram formadas com o objetivo de comercialização no atacado e a distancia. No entanto, são as que possuem mais fragilidades nos aspectos associativos. Essas foram formadas, como já dito, com o objetivo único de comercialização no atacado. Possuem reduzido número de associados (onde existem conflitos entre eles), não fazem assembleia; não possuem representantes (presidentes); não procuram prospectar novos produtos para serem comercializados no pavilhão e não estão, assim, engajados com qualquer aspecto do associativismo. Apesar de termos colocado que os conflitos entre os associados constituem fatores que impactam negativamente no ambiente associativo, alguns estudiosos de processos psicossociais no meio rural afirmam que estes conflitos podem ser resolvidos e até servir de fortalecimento das relações no inter-grupo. Segundo Albuquerque (1999) esses conflitos podem ser resolvidos através de cooperação, estabelecendo-se negociações para descobrir soluções. Neste caso, as relações dentro da cooperativa seriam até mais fortalecidas, devido à cumplicidade gerada por estas negociações. Os conflitos também poderiam ser solucionados através de um processo de competição, adotando-se soluções que beneficiassem unicamente uma das partes. Embora seja este o pior método, comumente é o mais utilizado, o que afeta o relacionamento entre os sócios prejudicando os trabalhos coletivos e/ou a participação no processo decisório da cooperativa.

As cooperativas e/ou associações que existiam antes da criação do pavilhão e a maior parte das que foram criadas após a fundação do pavilhão é mais organizada internamente, porém menos assíduas na comercialização no pavilhão – menos dias por semana de comercialização. Possuem numero expressivo de associados (onde os conflitos entre ele são menores), possuem representantes (presidentes), fazem assembleias e reuniões periódicas com seus associados; parte dos associados está com suas mensalidades em dia; participam da comercialização dos produtos no pavilhão e possuem assim, de um modo geral, um maior comprometimento com os aspectos associativos.

Através de uma pesquisa qualitativa procuramos investigar com mais profundidade as razões das cooperativas/ou associações antigas possuírem maior organização e princípios associativos. **Todas as cooperativas e/ou associações formadas antes da criação do pavilhão tiveram origem de assentamentos de reforma agrária e possuem uma forte diferenciação social entre seus membros.** Essas foram criadas com o apoio governamental e com relativa assistência técnica e financeira. As cooperativas e/ou associações criadas recentemente foram formadas pela *cisão* de alguns membros (mais capitalizados economicamente) das cooperativas e/ou associações que existiam antes da criação do pavilhão e criadas após a construção desse.

b) O paradoxo da comercialização: fragilidades associativas e presença assídua na comercialização no pavilhão.

Vimos, acima, que as cooperativas que possuem mais aspectos do associativismo são as que menos participam da comercialização no pavilhão. Essa situação nos parece paradoxal, na medida em que a organização associativa e o empenho dos associados são recompensados com uma maior assiduidade no pavilhão, ou seja, uma maior venda de produtos. Os dados revelaram que grande parte das cooperativas e/ou associações que foram criadas antes do pavilhão apresentavam fragilidades nos aspectos produtivos – cultivavam folhagens produtos mais perecíveis que as raízes (por exemplo) e de menor valor econômico. Os dados revelaram, também, que existe uma forte diferenciação econômica entre os membros associados. Na realidade, existia uma mescla de produtores capitalizados economicamente e de produtores que plantavam para sua subsistência e que vendiam excedentes. Vejamos o gráfico:



Fonte: Costa, 2003.

Os dados nos mostram que a produção dos associados vem evoluindo negativamente. Dos 69% dos que afirmaram que diminuiu 90% são de cooperativas e/ou associações criadas antes da construção do pavilhão.

Pelo lado das cooperativas e/ou associações que foram criadas recentemente no Pavilhão 30, o aspecto da comercialização é bastante diferente. Segundo Costa (2002) os agricultores das cooperativas e/ou associações criadas recentemente são “comerciantes profissionais” – isso porque não necessariamente estes são produtores. Segundo o mesmo autor, esses agricultores se especializaram na comercialização a distância e no atacado. Por serem mais capitalizados economicamente esses conseguem uma maior gestão do patrimônio associativo – o caminhão para comercialização, por exemplo. Esse aspecto dos meios para comercialização (caminhão) é bastante importante. Muitas das cooperativas e/ou

associações formadas antes da criação do pavilhão, e que possuem caminhão, enfrentam dificuldades na gestão do caminhão e com isso o escoamento dos seus produtos.

### # Considerações finais do estudo

O maior valor do estudo realizado no Pavilhão 30 está no fato de adiantar algumas soluções e alguns problemas para possíveis experiências de comercialização associativa no atacado em todo o Brasil.

O Projeto Pavilhão 30 da CEASA/RJ constituiu e constitui uma experiência singular em todo o país. Sua iniciativa de viabilizar economicamente pequenos produtores familiares através de associações e/ou cooperativas, somente é válida se esta se inserir em um movimento amplo, onde as cooperativas e associações seja a “peça” central de fomento de desenvolvimento e aprendizagem associativa e não apenas um elemento participante do grande circuito de comercialização no atacado. Vimos que a evolução do Pavilhão 30 pode ser refletida na evolução das cooperativas e associações que comercialização neste.

As cooperativas que foram formadas antes da criação do pavilhão e parte das criadas após, possuem aspectos associativos mais delimitados. Isso porque estas foram criadas com apoio governamental e com assistência técnica e financeira. **Alem disso, existiu uma mobilização por parte desses produtores na formação dessas cooperativas e/ou associações.**

O formato das cooperativas e/ou associações criadas recentemente não chega a ser uma nova tendência de formação de cooperativas e/ou associações, já que não constituem verdadeiras cooperativas e/ou associações. Existe uma iniciativa por parte da diretoria do Pavilhão 30 (UNACOOOP) em limitar (tolher) a participação dessas falsas cooperativas e/ou associações na comercialização no pavilhão.

Podemos concluir que, apesar das cooperativas e/ou associações criadas antes da criação do pavilhão e parte das que foram criadas após a construção do pavilhão possuem aspectos associativos bem delimitados, essas encontram dificuldades na comercialização no atacado e a distancia. Pensamos que isso apesar de ser um grave problema esse pode ser contornado com políticas publicas efetivas e direcionadas ao segmento da agricultura familiar mais fragilizada (o PRONAF – por exemplo). O importante é, no contexto do Pavilhão 30, é o associativismo autêntico que permita os agricultores familiares terem força no cenário de exclusão econômica e social.

## # Bibliografia citada

ALBUQUERQUE, F.J.B.; Barreto, R.C. & e Cirino, C.S. (1999). **Uma análise comparativa entre três cooperativas rurais: Condicionantes psicossociais de influência no seu êxito ou fracasso**. Disponível em: <http://www.anpepp.com.br>.

COSTA, Fagner. **O Pavilhão 30 da CEASA/RJ e a comercialização da produção de pequenos produtores familiares do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2002. 30p. (Relatório de Iniciação Científica, 2002).

\_\_\_\_\_. **Uma avaliação da experiência associativa no Pavilhão 30 da CEASA/RJ**. Monografia de final de curso. Instituto de Economia da UFRJ, 2003.

IDACO/RJ. **Dados técnicos sobre o Pavilhão 30**. Rio de Janeiro, 1993, 45p.

## ANEXO 1

Rol das Cooperativas e/ou Associações entrevistadas no Pavilhão 30														
<i>Fazenda Alpina</i>	<i>Almepa</i>	<i>Maria Mendonça</i>	<i>Vala Preta</i>	<i>Guarani</i>	<i>Unidos</i>	<i>Venceremos</i>	<i>Tapinuan</i>	<i>APPRUPA</i>	<i>Santa Rita</i>	<i>Buena</i>	<i>São Domingos</i>	<i>Colônia</i>	<i>Faraó</i>	<i>Apromoca</i>
<p>Questões levantadas junto as cooperativas e/ou associações do Pavilhão 30</p> <p><i>1 ) Número de associados e funcionamento associativo:</i>            Pretendia-se com esse primeiro grupo de questões, um primeiro contato com as cooperativas e/ou associações, com o intuito de ter uma visão geral de seus funcionamentos.</p> <p><i>2 ) Comercialização associativa, produtos comercializados, volumes comercializados, evolução das vendas:</i>            Pretendia-se com esse grupo de questões esboçar uma primeira tentativa de evolução das associações e/ou cooperativas. Verificando se estas diversificaram seus produtos ao longo do tempo de comercialização no pavilhão.</p> <p><i>4 ) Atividades desenvolvidas pelas cooperativas e/ou associações:</i>            Pretendia-se investigar quais atividades são desenvolvidas pelas cooperativas e/ ou associações, assim como , avaliar os impactos destas atividades em relação aos associados.</p> <p><i>5 ) Produção e evolução das Cooperativas e Associações:</i>            Nesse grupo foram levantados dados referentes aos produtos produzidos, existência ou não de apoio governamental, assistência técnica e alguns entraves que dificultam a evolução da maior parte das cooperativas e associações segundo os entrevistados.</p>														