

Universidade Federal Rural de Pernambuco
Departamento de Educação
Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento
Local – POSMEX

Manuella Carolina Costa de Oliveira

CENTRAIS DE COOPERATIVAS AGRÍCOLAS E
DESENVOLVIMENTO LOCAL: a experiência da Central de
Cooperativas Apícolas do Semiárido Brasileiro – Casa APIS

Recife

2014

Manuella Carolina Costa de Oliveira

**CENTRAIS DE COOPERATIVAS AGRÍCOLAS E
DESENVOLVIMENTO LOCAL: a experiência da Central de
Cooperativas Apícolas do Semiárido Brasileiro – Casa APIS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (POSMEEX) da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), com requisito parcial ao título de mestre em Extensão Rural e Desenvolvimento Local, sob a orientação da professora Dr^a. Maria Luiza Lins e Silva Pires.

Recife

2014

MANUELLA CAROLINA COSTA DE OLIVEIRA

**CENTRAIS DE COOPERATIVAS AGRÍCOLAS E
DESENVOLVIMENTO LOCAL: a experiência da Central de
Cooperativas Apícolas do Semiárido Brasileiro – Casa APIS**

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra. Maria Luiza Lins e Silva Pires
(Presidenta/Orientadora)

Prof. Dr. Jimmy Peixe Mc Intyre
(Examinador Externo)

Prof. Dr. Paulo Afonso Barbosa de Brito
(Examinador Externo)

Prof. Dra. Conceição Maria Dias Lima
(Examinadora Externa)

Recife, 26/02/2014

A meus pais, Graciete e Manoel, pelo apoio e estímulo aos estudos. Ao meu noivo, Felipe Pessoa pela paciência e companhia.

AGRADECIMENTOS

“Aqueles que passam por nós, não vão sós, não nos deixam sós. Deixam um pouco de si, levam um pouco de nós”. (Antoine de Saint-Exupéry)

Primeiramente, agradeço infinitamente aos meus pais, Manoel e Graciete, e minhas irmãs, Claudia e Karla por todo apoio e incentivo concedido desde a minha inserção no mestrado. A felicidade e satisfação encontrada em seus olhos na minha conclusão são gratificantes. E aos meus sobrinhos Gabriel, Anita, Laura e Maria Carolina onde busco sempre ser um referencial para o estudo e de pessoa.

À Felipe Pessoa, companheiro e noivo, que esteve ao meu lado durante esses dois anos, incluindo finais de semana, e não mediu esforços para me ajudar, sempre com uma solução simples para os meus problemas que pareciam ser gigantes. Meu amor por você é incondicional. Obrigada por ter feito do meu sonho, um sonho possível!

A minha orientadora Maria Luiza Lins e Silva Pires, por acreditar que eu era capaz e pela orientação. Nesses últimos 5 anos de parceria e companheirismo acadêmico e pessoal, só tenho a agradecer aos seus ensinamentos, palavras de incentivo, paciência e dedicação. Você é uma profissional ímpar, onde busco inspirações para me tornar melhor em tudo faço, e irei fazer daqui para frente. Tenho orgulho em dizer que um dia fui sua orientanda.

A Kátia Pessoa, minha sogra, a João Mendes, meu sogro, que vibraram comigo, desde a aprovação no mestrado. Que cederem o espaço da sua casa nos finais de semana para os meus momentos de escrita. Obrigada pela força, carinho e amor que me dedicam ao longo desses últimos 8 anos!

À Pedro Arthur, que tornou-se mais que um companheiro de pesquisa e colega de turma. Meu amigo, nestes últimos 6 anos de amizade, dentre viagens de pesquisa, saídas nos finais de semana, a convivência no PAPE, na academia foram compartilhados por risadas, desesperos, força, companheirismo. Hoje, nos encontramos concluindo mais um ciclo da nossa vida, ao mesmo tempo, ponto de partida para sua nova escolha profissional. Desejo a você toda sorte do mundo, e na certeza do profissional que já representas nesta nova área da ciência. Sucesso sempre!

Aos meus amigos e amigas de sempre, em especial à Cristiane Andrade, Cleanne Silva, Maria Medeiros, Angela Medeiros (Anginha), Filipe Xavier, Luciano Cipriano, Paula Adri, Rodrigo Vieira, Pedro Ivo Genú, Marco Aurélio II, que acreditaram em meu potencial de uma forma a que eu não acreditava ser capaz de corresponder. Sempre disponíveis e dispostos a ajudar, a colaborar na construção do meu trabalho, assim como me fazendo rir e espalhar. Vocês foram e são referências para meu crescimento. Obrigada por estarem ao meu lado e acreditarem tanto em mim!

A meus amigos do mestrado, obrigada por dividirem comigo as angústias, alegrias e ouvirem minhas bobagens. Foi bom poder contar com vocês!

Aos professores do Programa de Pós Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local – POSMEX, por contribuírem para o meu crescimento profissional e por representarem também exemplos a serem seguidos. Um agradecimento especial, à minha banca examinadora, a professora Conceição Lima, e aos professores Jimmy Peixe e Paulo Afonso, pela disponibilidade de participar e pelas contribuições acerca da minha pesquisa. Fico lisonjeada de ter profissionais tão capacitados avaliando meu trabalho

Aos funcionários do Departamento de Educação da UFRPE, à Adaci, funcionária do Programa de Associativismo, para Pesquisa, Ensino e Extensão (PAPE) por regar minhas tardes com sua alegria, e maravilhosas canecas de café. À Márcia, secretária do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local por sua atenção e bate papos; ao bibliotecário Acionildo, por compartilhar sua sabedoria adquirida com a convivência com os livros, e se mostrar sempre disposto a emprestarlos.

À toda direção da Casa APIS, que na pessoa de Antonio Leopoldino, sempre esteve disponível para os devidos esclarecimentos, e que proporcionaram a acessibilidade aos documentos. A todos os representantes das instituições entrevistadas que me recebeu com atenção.

Dedico um agradecimento formal a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES, pelo financiamento, através da bolsa, proporcionando a realização da pesquisa de iniciação científica. A Universidade Federal Rural de Pernambuco pela estrutura e financiamentos.

*“Não existe uma melhor prova do progresso de uma civilização que a do progresso da
cooperação”.*

John Stuart Mill.

RESUMO

Constitui como principal objetivo desta pesquisa analisar a contribuição de uma central de cooperativa de mel para a organização dos produtores, a comercialização da produção, e o fortalecimento do tecido associativo no espaço rural. Também constitui como fonte de interesse situar o processo de criação e a estrutura organizacional desta central, avaliando as estratégias comerciais adotadas para sua inserção nos mercados, identificando os seus impactos socioeconômicos sobre os produtores familiares e sobre o território. Questiona-se, nesse sentido: quais as estratégias organizacionais e comerciais adotadas pela central? Quais os seus impactos socioeconômicos para o território em que está inserida? Tais questões foram analisadas tendo como referência a Central de Cooperativas Apícolas do Semiárido Brasileiro – a Casa APIS – situada na cidade de Picos, no Estado do Piauí. A Casa APIS, fundada em 2005, possui um corpo social formado por oito cooperativas singulares, atuando em 52 municípios dos estados do Piauí e do Ceará, além de abranger 960 apicultores dentro da cadeia produtiva do mel. Tendo como foco organizar os produtores de mel na cidade de Picos, a central torna-se um instrumento importante de organização econômica da região de Picos, ao fomentar projetos de reorganização produtiva, como também estabelecer parcerias comerciais no âmbito nacional e internacional. A abordagem metodológica qualitativa foi amparada por técnicas combinadas de coleta de dados, por meio de entrevistas semiestruturadas, realizadas a partir de um roteiro, além da observação de campo, pesquisa bibliográfica, análise documental e alguns recursos técnicos. A central de cooperativas estudada nos permitiu observar sua contribuição para a sedimentação do Arranjo Produtivo Local (APL), em torno da produção e comercialização do mel na região de Picos. Tal arranjo contempla a participação de cooperativas singulares produtoras de mel, de órgãos públicos e de entidades privadas, permitindo uma dinâmica particular no território. O estudo evidenciou ainda a importância da Casa APIS na organização dos apicultores, na estabilidade do preço do mel no mercado local, na ampliação do volume de produção e na ampliação dos mercados de comercialização do mel, trazendo impactos sobre a criação de empregos e a ampliação de renda, contribuindo para o dinamismo e a economia local.

Palavras-chave: cooperativismo agrícola, território, mercados, arranjo produtivo local e desenvolvimento local.

ABSTRACT

The main objective of this essay was to analyze the contribution of a central cooperative organization for honey producers, production commercialization and strengthening of the associative tendency in rural areas. It also includes as a point of interest; to situate the breeding process and organizational structure of this central, evaluating business strategies adopted for market integration, identifying their socioeconomic impacts on family farms and throughout the territory. Hence, it is asked which organizational and commercial strategies were adopted by the central cooperative? What were their socioeconomic impacts on the territory in which it operates? Such issues have been analyzed with reference to the Brazilian Central Cooperative Apicultural Semiarid - House APIS - located in the city of Picos, State of Piauí. The APIS House, founded in 2005, has a social body made up of eight credit unions, operating in 52 municipalities of the states of Piauí and Ceará, covering 960 beekeepers in the productive chain of honey. Focusing on the organization of honey producers in the city of Picos, the center becomes an important economic organization of the region of Picos, an instrument fostering productive reorganization projects and establishing commercial partnerships at the national and international levels. A qualitative approach was supported by combined techniques of data collection via semi-structured interviews, conducted from a script, field observation, literature review, document analysis and some technical resources. The central cooperative studied allowed us to observe, their contribution to the consolidation of the Local Productive Arrangement (APL), around the production and marketing of honey in the region of Picos. Such an arrangement contemplates the participation of cooperatives of natural honey producers, public agencies and private entities, allowing a particular dynamic in the territory. The study also highlighted the importance of the House APIS in the organization of beekeepers, in the stability of the price of honey in the local market, the expansion of production volume and, expansion of commercialization of honey markets, bringing impacts to job creation and expansion income as well as contributing to the dynamism and local economy.

Keywords: agricultural cooperatives, territory, markets, local productive arrangement and local productive arrangement.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACI - Aliança Cooperativa Internacional

ADRS - Agentes de Desenvolvimento Regional Sustentável

APL - Arranjo Produtivo Local

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

CAMPIL - Cooperativa Apícola da Microrregião de Picos

Casa APIS - Central de Cooperativas Apícolas do Semiárido Brasileiro

CEFAS – Centro Educacional São Francisco de Assis

CENTAPI – Central de Comercialização do Piauí

CEPA-PI - Comissão Estadual de Planejamento Agrícola

COCAJUPI - Central de Cooperativas de Cajucultores do Estado do Piauí

CODEVASF - Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e Parnaíba

COOAPI - Cooperativa Apícola da Grande Picos

COOMAJ - Cooperativa Mista Agroindustrial De Jaicós

EMATER - Instituto de Assistência Técnica e Extensão Rural

EU – União Europeia

FBB - Fundação Banco do Brasil

FEAPI – Federação das Entidades Apícolas do Estado do Piauí

FIDA - Fundo Internacional de Desenvolvimento Agrícola

FLO - *Labelling Organizations International*

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ICCO - Organização Intereclesiástica de Cooperação para o Desenvolvimento

IES – Instituições do Ensino Superior

MDA – Ministério do Desenvolvimento Agrário

OCB - Organização das Cooperativas Brasileiras

ONU - Organização das Nações Unidas

PMA - Programa Mundial de Alimentos

PPM - Pesquisa Pecuária Municipal

PRONAF - Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar

SEBRAE - Agência de Apoio ao Empreendedor e Pequeno Empresário

SUDENE - Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste

UniSol - Universidade Solidária

UNAMEL - União Nordestina de Apicultura e Meliponicultura

LISTA DE FOTOGRAFIAS

Fotografia 1: Fachada da Central de Cooperativas.....	124
Fotografia 2: Produtos da Casa APIS.....	124
Fotografia 3: Apiário.....	125
Fotografia 4 : Colheita do Mel.....	125
Fotografia 5: Casa do Mel.....	126
Fotografia 6: Extração do Mel.....	126
Fotografia 7: Processamento do mel.....	127
Fotografia 8: Análise do Mel.....	127
Fotografia 9: Treinamento prático dos Agentes de Desenvolvimento Rural Sustentável – ADRS, com a equipe do SEBRAE.....	128
Fotografia 10: Comunidade exibindo o certificado do curso de capacitação.....	128
Fotografia 11: Lançamento do “Clube do Produtor” em uma das lojas da rede Hiper Bompreço.....	129
Fotografia 12: Promoção de venda – Degustação na loja da rede Hiper Bompreço....	129
Fotografia 13: Bisnagas de 340g e 470g na gôndola - Supermercado Hiper Bompreço – Recife.....	130
Fotografia 14: Indicação dos preços - Supermercado Hiper Bompreço – Recife.....	130
Fotografia 15: Tonéis prontos para serem exportados.....	131
Fotografia 16: Identificações contidas na parte externa do tonel para exportação.....	131

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Mapa 1	– Localização do município de Picos – Piauí.....	67
Gráfico 1-	Produção de mel a nível nacional e regional.....	72

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Estrutura básica de um Sistema de Cooperativas.....	52
Figura 2: Sistema Cooperativo da Casa APIS e sua área de abrangência.....	83
Figura 3: Estrutura Organizacional da Casa APIS.....	87
Figura 4: Fluxograma do Processo Produtivo do Mel da Casa APIS.....	90
Figura 5: Selos de qualidade.....	92

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Números do cooperativismo por ramo de atividade, em 31 de dezembro de 2010.....	41
Tabela 2 – Informações gerais sobre a apicultura no Brasil/Nordeste.....	74

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Decretos a partir da legislação brasileira para o cooperativismo (1932 – 1966).....	41
---	----

LISTA DE APÊNDICE

APÊNDICE 1 – Roteiro de Entrevista Direcionado aos Dirigentes da Casa APIS.....117

APÊNDICE 2 – Roteiro de Entrevista Direcionado aos Dirigentes Da CAMPIL.....119

LISTA DE ANEXO

ANEXO A – Lista dos produtos comercializados pela Casa APIS.....	121
ANEXO B – Mapa 2: Localização das cooperativas filiadas da Casa APIS.....	122
ANEXO C – Lista dos produtos comercializados pela Casa APIS.....	123
ANEXO D – Fotografias.....	124

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	20
ASPECTOS METODOLÓGICOS: o processo de investigação.....	27
CAPITULO I.....	34
COOPERATIVISMO E COOPERATIVISMO AGRÍCOLA BRASILEIRO: DA GÊNESE AOS DESAFIOS ATUAIS	34
1.1. O Cooperativismo na sua origem	34
1.2. O cooperativismo brasileiro e as cooperativas agrícolas: histórico e panorama atual	38
1.3. O Cooperativismo Agrícola no Nordeste Brasileiro	45
1.4. Cooperativismo agrícola e agricultura familiar	47
CAPÍTULO II	50
COOPERATIVISMO AGRÍCOLA COMO REORGANIZAÇÃO PRODUTIVA DO TERRITÓRIO	50
2.1. Estruturação e organização das cooperativas.....	50
2.2. A cooperativa agrícola e sua articulação com os mercados Alternativos, Qualidade: Valorização de recursos e conhecimentos tradicionais como reinserção econômica da produção.	53
2.3. Território e Desenvolvimento Local: uma perspectiva a partir do cooperativismo agrícola	61
CAPITULO III.....	66
ATIVIDADE APÍCOLA E A DINÂMICA DE MERCADOS NA REGIÃO DE PICOS – PIAUÍ	66
3.1. Nordeste e Piauí: a diversidade produtiva e a atividade apícola	66
3.2. O Histórico da produção de mel em Picos – PI.....	68
3.3. A produção do mel no Brasil e Nordeste Brasileiro.....	71
CAPITULO IV.....	81
A CENTRAL DE COOPERATIVAS APÍCOLAS DO SEMIÁRIDO BRASILEIRO – A CASA APIS	81
4.1. A Central de Cooperativa e suas filiadas.....	81

4.2. A estrutura organizacional	84
4.3. Crescimento e desenvolvimento: as estratégias produtivas e comerciais da Casa APIS .	88
4.4. A marca Casa APIS e os Mercados interno e externo.....	93
4.4.1. Mercado Interno	93
4.4.2. Mercado Externo	97
4.5 Projetos e sustentabilidade	100
4.6. Momentos de crise	101
CONCLUSÃO	104
REFERÊNCIAS	108
APÊNDICE 1 – ROTEIRO DE ENTREVISTA DIRECIONADO AOS DIRIGENTES DA CASA APIS.	118
APÊNDICE 2 – ROTEIRO DE ENTREVISTA DIRECIONADO AOS DIRIGENTES DA CAMPIL.....	120
ANEXOS.....	121

INTRODUÇÃO

Com a dimensão planetária dos negócios, do comércio e do fluxo de informações, vivida a partir dos anos 1990, e dentro do que se discute como processo de globalização da economia, é posto em cena um processo “localizador” e de fixação no espaço (BAUMAN, 1999), permitindo que os efeitos da globalização nos tornem, segundo Bauman, amplamente globais, assim como locais.

De acordo com Herrera et al. (2006), a relação entre o local e o global é definida pela disputa do território, permitindo uma perspectiva de uma rede de relações de composição e alianças entre diversos atores sociais. A organização dessas alianças é materializada na vida associativa e no sentimento de pertencimento a uma comunidade, permitindo várias dinâmicas específicas entre os atores locais (HERRERA et al., 2006).

No âmbito do debate em torno da globalização e localidade, é interesse situar a organização cooperativa como uma atividade econômica e espaço de sociabilidade de produtores locais, em torno de objetivos comuns. O caso da Central de Cooperativas Apícolas do Semiárido Brasileiro – a Casa APIS, uma cooperativa de segundo grau, é emblemática nesse sentido, pelo fato de ter sua fundação apoiada numa tradição local, em torno da produção do mel, produto este que, junto com a castanha de caju, constitui-se como atividade principal da região de Picos.

Como bolsista PIBIC, estive vinculada ao Programa de Associativismo para Pesquisa, Ensino e Extensão (PAPE - UFRPE), um Programa de ampla tradição com os estudos em cooperativismo, no âmbito do projeto “Cooperativismo Agrícola, inovação produtiva e dinâmicas territoriais”, sob a coordenação da Professora Maria Luiza Lins e Silva Pires. A partir das experiências vivenciadas neste projeto, desenvolvi o meu trabalho de conclusão do Curso de Ciências Sociais com o tema Casa APIS e reestruturação produtiva em Picos. A necessidade de um aprofundamento dessa temática, me levou a dar prosseguimento às investigações na ocasião do mestrado. A tradição em estudos sobre cooperativismo também se faz presente no Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local – POSMEX, da Universidade Federal Rural de Pernambuco - UFRPE, especialmente alicerçada na linha de pesquisa – Extensão Rural para o Desenvolvimento Local. O que também contribuiu para o aprofundamento da temática sobre organizações cooperativas na sua relação com o desenvolvimento local.

Com efeito, as discussões em torno destes temas acena para as possibilidades que este tipo de organização oferece aos atores locais, na perspectiva de gestão, ampliação de produção dos agricultores cooperados, agregação de valor ao seu produto, bem como suas implicações nas dinâmicas territoriais. Tal importância fez com que a assembleia geral da Organização das Nações Unidas (ONU), em parceria com o Fundo Internacional de Desenvolvimento Agrícola (FIDA) e o Programa Mundial de Alimentos (PMA), no ano de 2012, declarasse o “Ano Internacional das Cooperativas”. Tendo seu reconhecimento por parte da sociedade civil, essas cooperativas, além de serem um importante mecanismo de garantia de segurança alimentar e redução da pobreza, beneficiam diretamente o pequeno produtor, ao aumentar seu poder de negociação e a capacidade de compartilhar recursos.

Neste contexto, a Casa APIS define-se como central ou cooperativa de segundo grau, por ter o seu quadro social formado por cooperativas singulares, ou seja, de 1º grau, integrando-se verticalmente, no qual produtores rurais, cooperativas singulares e central de cooperativas fazem parte de um único sistema, mediante o qual a produção dos associados (oferta) sofre processos de agregação de valor que lhes permitem atender a demanda e obter maiores benefícios econômicos. Trata-se, assim, de sistemas de coordenação entre dois ou mais estágios sucessivos de produção, tecnologicamente separáveis (MACEDO et al, 2013). A Casa APIS está situada na cidade de Picos, precisamente na região semiárida do Centro/Sul do Estado do Piauí. Esta cidade abrange uma área aproximada de 803 km e uma população de 71.020 habitantes, e está cercada por montes e picos, fato, aliás, que motivou a definição do seu nome, e dista 320 km da capital Teresina¹.

A Casa APIS, fundada em 2005, possui um corpo social formado por oito cooperativas singulares, atuando em 52 municípios dos estados do Piauí e do Ceará, abrangendo 960 apicultores dentro da cadeia produtiva do mel. Tendo como foco organizar os produtores de mel na cidade de Picos, a central torna-se um instrumento importante de organização econômica, ao fomentar projetos de reorganização produtiva, como também estabelecer parcerias comerciais no âmbito nacional e internacional. Por

¹ Conforme informação disponível na página eletrônica do IBGE. Disponível em <http://www.picos.pi.gov.br/conhecaticos.asp#mapa>. Acessado em 20 de julho de 2011.

esses motivos, a Casa APIS é identificada nos discursos dos seus dirigentes como um importante vetor do desenvolvimento da macrorregião de Picos.

A década de 1990 constitui um marco importante em relação aos investimentos na apicultura na região de Picos. Por meio de uma iniciativa do Banco do Nordeste, foi possível o estímulo à criação e consolidação de associações e cooperativas apícolas na região, contribuindo assim para a formação da cadeia produtiva do mel existente na atualidade. Vale registrar que, já desde o ano de 1986, existia a Cooperativa Apícola da Microrregião de Picos – CAMPIL, especializada na comercialização de mel. Os estímulos financeiros sob a responsabilidade do Banco do Nordeste permitiram que, em meados de 1993, algumas lideranças locais passassem a refletir sobre a criação de uma cooperativa de segundo grau, isto é, uma central de mel, como uma forma de ampliar o volume de mel da região, assegurando, assim, uma comercialização mais efetiva desse produto nos diversos mercados. Nesse período, a Fundação do Banco do Brasil, juntamente com a Agência de Apoio ao Empreendedor e Pequeno Empresário (SEBRAE) e o programa UniSol (Universidade Solidária), articulados com algumas Instituições de Ensino Superior (IES), organizações públicas e privadas, iniciaram o projeto de criação da Central. Surgia, então, a Central Casa APIS como uma estratégia para solucionar as dificuldades da comercialização do mel, garantindo, ao mesmo tempo, a sua valorização nos mercados. A sua criação representava, assim, a possibilidade de fomentar o arranjo produtivo do mel na região de Picos, sedimentando uma vocação local.

Via de regra, os incentivos voltados para o setor apícola vêm apresentando resultados importantes no espaço do mercado nacional, desde a crise de 2002/2003, fazendo com que a apicultura seja identificada como a atividade principal e rentável para as famílias produtoras (MDA, 2012). Segundo o IBGE - Pesquisa Pecuária Municipal (PPM) - a produção nacional de mel resulta em 38.017 toneladas, 1,93% menor que a produção total de 2009 (38.765 toneladas), mantendo o Paraná como o 2º produtor nacional de mel. Segundo estes números do IBGE (PPM-2010), a produção paranaense de mel foi de 5.468 t, consolidando o estado no segundo lugar no ranking nacional, antecedido pelo estado do Rio Grande do Sul, em 1º lugar (7.098 t), vindo em 3º Santa Catarina (3.966 t), em 4º o Piauí (3.262 t), em 5º Minas Gerais (3.076 t) e em 6º o Estado do Ceará (2.760 t). Nesse sentido, o Brasil é o 11º maior produtor mundial

de mel e 9º maior exportador. Através do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário - MDA, o agricultor tem acesso à linha microcrédito rural, do qual também é contemplado por projetos associados à apicultura, (MDA, 2012). Assim como as políticas públicas permitem ao agricultor investir na modernização e aquisição de novos equipamentos, ressalta-se a importância da organização produtiva para o mel, ou seja, o produtor que está ligado a cooperativas se sobressai porque a infraestrutura de extração e beneficiamento do mel é economicamente mais viável por meio dessas organizações.

Nos últimos anos, houve um crescimento do debate sobre o papel da territorialidade e do desenvolvimento local, como um espaço de criação de novas dinâmicas sociais e econômicas (FLORES, 2002). O território é considerado um espaço no qual se desenvolve uma complexidade de relações sociais, tanto no campo das sociabilidades como no campo da produção. Nesses espaços, acabam por existir estratégias de apropriação e uso dos recursos naturais e sociais, condicionando redes sociais que envolvem uma combinação de ação local e ação à distância, e que se inserem em uma economia regional, segundo especificidades e contextos globais (CAVALCANTI, 2004). A dimensão territorial, de acordo com Abramovay (2009), vem alimentando o interesse de cientistas sociais, com a ideia de que o território é mais do que um espaço físico para as relações entre indivíduos e empresas, possui um “tecido social, uma organização complexa feita por laços [...], representa uma trama de vínculos com raízes históricas, configurações políticas e identidades que desempenham um papel ainda pouco conhecido no próprio desempenho econômico” (ABRAMOVAY, 2009:47). Neste sentido, recupera-se a noção de território, que deixa de ser apenas um produto reflexo da sociedade e passa a ser o local onde acontece a reprodução social, que constitui a realidade social e a dimensão material e imaterial das relações sociais (MORAES & SCHNEIDER, 2010).

As discussões em torno do território se associam à ideia de desenvolvimento local, esta configurada como um processo de crescimento durável das condições sociais, políticas, econômicas e educacionais de um dado território, fundamentando-se em sistema de valores comuns, implicando em formas produtivas ou não, visando à melhoria de qualidade de vida. Reconhece-se, também, dentro da perspectiva de desenvolvimento local, um processo que envolve não somente as atividades econômicas

e os atores locais de um território, mas que, de igual modo, está ligado às tradições locais, culinária, artesanato, construindo, dessa forma, uma marca identitária (OLIVEIRA, 2006 ; VEIGA, 2002 ; PIRES, 2005).

Os investimentos permitidos pela existência da central têm favorecido a modernização do processo produtivo do mel, provocando impactos positivos no mercado apícola da macrorregião de Picos. Tudo isso contribuiu para que o Estado do Piauí tenha se tornado o maior produtor de mel do Nordeste (34,5%) e o segundo do País, com um volume de 4,5 mil toneladas em 2005, passando do patamar do 27º para o 4º produtor de mel do mundo (MDIC, 2007). Com efeito, a criação da casa APIS se encaixa na importância atribuída na literatura no que se refere à importância da criação de cooperativas como um canal importante de produção, organização de produtores, de agregação de valor e de comercialização da produção (PIRES, 2003). O cooperativismo agrícola é também identificado pela possibilidade de barganhar melhores preços dos produtos ofertados, de diversificar a produção, de obter melhores condições de crédito e de eliminar os intermediários (RECH, 2000). Esses motivos têm permitido a geração de uma renda e melhoria de qualidade de vida dos agricultores/produtores rurais, servindo, ao mesmo tempo, como instrumento de desenvolvimento local (PIRES, 2004; SANTOS & RODRIGUEZ, 2002).

É, portanto, dentro desse cenário teórico-metodológico que emergem as questões que norteiam esta pesquisa: Como foi definido o processo de criação da Central? Quais as estratégias organizacionais e comerciais adotadas pela Central? Quais os impactos socioeconômicos da Casa APIS para o território no qual está inserida? Assim, a partir destes questionamentos, constitui como objetivo geral desse trabalho: analisar a contribuição de uma organização cooperativa de segundo grau para a organização dos produtores, a comercialização da produção, identificando os seus impactos sobre a dinâmica territorial em torno da cadeia produtiva do mel. Para isto tomou-se como referência a Central de Cooperativas Apícolas do Semiárido Brasileiro – a Casa APIS.

Os objetivos específicos são:

- a) Situar o processo de criação e a estrutura organizacional da Casa APIS;
- b) Avaliar as estratégias comerciais adotadas pela central cooperativa para a sua inserção nos mercados;

c) Identificar os impactos socioeconômicos da central cooperativa selecionada sobre o território.

Esta dissertação é composta por quatro capítulos. O primeiro situa historicamente o movimento cooperativo no mundo, dando particular destaque ao cooperativismo do nordeste do Brasil. Este capítulo apresenta alguns dados para destacar a importância e desempenho do cooperativismo agrícola e da agricultura familiar na atualidade.

O segundo capítulo discorre sobre mercado, território e desenvolvimento local, situando, nesse contexto, a estruturação do cooperativismo agrícola, mais especificamente de cooperativa de segundo grau, sua cultura organizacional, sublinhando o seu papel junto às cooperativas de primeiro grau, e a sua importância no âmbito da construção do arranjo produtivo local e na configuração dos territórios rurais.

O terceiro centraliza sua atenção na geografia e no histórico da formação socioeconômica da microrregião de Picos, para a compreensão do desenvolvimento da atividade apícola no Brasil, no Nordeste Brasileiro, atuando o desenvolvimento ao longo do tempo das atividades produtivas com relevância no mercado.

O quarto capítulo apresenta o estudo de caso selecionado, a Central de Cooperativas Apícolas do Semiárido Brasileiro – a Casa APIS, o seu modelo de gestão, a estrutura organizacional, seu desempenho nos espaços de mercados internos e externos, pontuando suas estratégias e desafios.

Por fim, nas considerações finais, são destacadas as principais contribuições do estudo, dos resultados e conclusões a partir dos questionamentos propostos. Chama-se atenção para as questões relacionadas ao papel regulador da cooperativa no mercado local, assim como o desenvolvimento das atividades produtivas estabelecidas por uma cooperativa agrícola de segundo grau para a consolidação de um arranjo produtivo local do mel e a sedimentação da vocação econômica da região. Interessa-nos, ainda, destacar o caráter do cooperativismo e as dinâmicas produtivas na perspectiva do desenvolvimento local, respeitando os limites do estudo.

ASPECTOS METODOLÓGICOS: o processo de investigação

As discussões sobre cooperação e organizações associativas, seus pressupostos de estrutura, funcionamento, vantagens e dificuldades revelam, cada vez mais, a sua proximidade com conceitos como agricultura familiar e território. Essa relação é facilmente percebida em Picos, onde a atividade apícola é desenvolvida por agricultores familiares, por meio de associações e cooperativas, permitindo a criação de um expressivo tecido associativo naquela região. Isso nos leva à constatação de que as estratégias estabelecidas pelas sociedades cooperativas agrícolas assumem, além de um caráter econômico, uma dimensão social, envolvendo a defesa de interesses comuns entre os produtores de mel do rural picoense.

A partir desta perspectiva, o quadro teórico que norteou este trabalho transitou em torno do conceito sobre cooperativismo agrícola na sua relação com as dinâmicas sociais e produtivas dos territórios.

Os aportes teóricos de Gilvando Sá Leitão Rios (2007) foram particularmente importantes para situar o cooperativismo enquanto uma forma particular de organização social. Esse autor faz um apanhado histórico do cooperativismo no Brasil, e especificadamente no nordeste brasileiro, chamando a atenção para o caráter desigual atrelado ao modelo implementado no contexto brasileiro dos anos 1920. Igualmente, esse autor chama a atenção para a ênfase dada ao cooperativismo enquanto estímulo para o desenvolvimento, na ótica da modernização conservadora, o que teria lhe rendido, especialmente no caso do nordeste brasileiro, a acusação de ter sido um instrumento de controle social das oligarquias, com todas as implicações aí presentes. Essas implicações teriam como base, em sua opinião, a desigualdade econômica, social e dominação política e a exploração dos pobres pelas classes dominantes. Discorrendo sobre o histórico das cooperativas, Daniel Rech (2012) ressalta que o cooperativismo brasileiro, mesmo influenciado fortemente pelas ideias do cooperativismo conservador europeu, apresentava uma ideia de se constituir como um movimento de organização dos trabalhadores e pequenos produtores agrícolas, sem apresentar foco político e social, e sim a formação da sua autonomia.

Com efeito, a partir dos anos de 1930, inicia-se um período importante para o cooperativismo brasileiro, com o surgimento de muitas cooperativas que atenderam,

principalmente, as necessidades de produção e comercialização da pequena produção agrícola familiar (RECH, 2012).

Sem abandonar as preocupações já citadas por Rios e Rech, as discussões contemporâneas sobre cooperativismo e mais especificamente sobre o cooperativismo agrícola serão embasadas nas contribuições de Maria Luiza Lins e Silva Pires (2004) e Sigismundo Neto Bialoskorski (2002), que situam o cooperativismo enquanto uma organização socioeconômica capaz de ampliar o volume da produção e comercialização, de agregar valor e barganhar melhores preços, permitindo o escoamento da produção para os mercados nacionais e internacionais.

Ao lado disso, Bialoskorski (2002:10) afirma que esse modelo organizacional é visto como capaz de atuar em mercados, ao inserir os pequenos produtores rurais, permitindo vantagens de fornecer melhor a origem da produção, certificar a qualidade e processos tanto ambientais e sociais. Deste mesmo modo, Pires (2004) destaca a importância do cooperativismo agrícola enquanto instrumento de organização e fortalecimento social e econômico dos agricultores familiares, relacionando-o às dinâmicas produtivas, o que tende a aproximá-la das contribuições de Eric Sabourin (2009a), Reinaldo Dias (2008), John Wilkinson (2008) e Conceição Lima (2012). Esses autores tendem a destacar a relação entre cooperativismo agrícola e mercados solidários.

As cooperativas, nesse contexto, podem ser identificadas como um projeto coletivo e econômico que atua no mercado, além de possuir uma racionalidade diferente das agroindústrias privadas pela sua própria natureza de privilegiar o trabalho e não o capital, influenciando, inclusive, as orientações tecnológicas adotadas. Segundo estes autores, a cooperativa procura desenvolver e atingir a eficiência e eficácia do seu desempenho, pautados sobremaneira na reciprocidade e manejo de bens comuns. No âmbito desse debate, Sabourin (2009) aponta o manejo de bens comuns e ação coletiva como resultado da formulação e implementação de regras comuns, chamando a atenção para o fato de que essas “ações em comum” surgem a partir de representações naturais, que são construídas pela socialização, tendo como base um dado território. Esse território, de acordo com Cazella (et al. 2009), resulta de interações e dinâmicas no espaço e no tempo, das repercussões econômica, social, política e ambiental das ações dos atores e das relações (conflitos e alianças) entre eles. A discussão sobre território também contará com as contribuições de José Eli da Veiga (2002) e Sérgio Luiz de Oliveira Vilela (2000). O primeiro situa o território enquanto meio de reprodução das

relações sociais e um campo de energia para a dinâmica local. O segundo, por sua vez, chama a atenção para uma análise sobre as potencialidades do Nordeste, e particularmente do Piauí, no caso da apicultura, apresentando um estudo empírico para a importância das novas atividades agrícolas no contexto atual, realçando a diversidade dos recursos naturais, a reconversão produtiva do Nordeste, no Piauí, e particularmente de Picos, e os atores sociais envolvidos na prática da agricultura, repensando a inserção da atividade agrícola nos mercados.

Neste trabalho, privilegiou-se uma abordagem qualitativa, a qual, segundo Antônio Carlos Gil (2008), envolve pesquisa descritiva e exploratória, revisão de literatura e entrevistas com as pessoas envolvidas com a problemática. Uma pesquisa descritiva deverá apresentar a forma como um fenômeno ocorre, identificando também as relações que estabelece. A pesquisa exploratória busca as informações relacionadas ao fenômeno estudado, apresentando seu panorama atual (GIL, 2008). A pesquisa qualitativa, de acordo com Minayo (2012), compreende e responde a questões muito particulares, especialmente nas Ciências Sociais, por se ocupar com o universo dos significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes. Estes fenômenos humanos são abarcados como parte da realidade social, pois o indivíduo se distingue não só por agir, mas por pensar sobre o que faz e por interpretar suas ações dentro e a partir da realidade vivida e partilhada com seus semelhantes (MINAYO, 2012).

No âmbito da pesquisa qualitativa, o estudo de caso ganha particular relevância por permitir o aprofundamento de aspectos particulares de um dado fenômeno e também, como observa Ventura (2007), por permitir uma forma de delimitar o universo que será estudado, tornando-se necessário, assim, dentro de um processo de investigação. Esse autor aponta também, dentre as suas vantagens, a possibilidade de estimular novas descobertas, em função da flexibilidade do seu planejamento; de enfatizar a multiplicidade de dimensões de um problema, focalizando-o como um todo, além de permitir uma análise em profundidade dos processos e das relações entre eles por meio de procedimentos simplificados.

Neste sentido, tem-se constituído neste trabalho sua importância, a qual permite uma aproximação do pesquisador da realidade sobre o qual formulou sua problemática de pesquisa, assim como estabelecer uma interação com os atores que conformam a realidade, construindo dessa forma um conhecimento empírico de grande valia (MINAYO, 2012).

Neste sentido, as inquietações enquanto pesquisadora foi surgindo, condicionando a buscar compreender a experiência da Casa APIS. Portanto, para efeito das nossas análises, foi selecionada como estudo de caso a Central de Cooperativas Apícolas do Semiárido Brasileiro – a Casa APIS – situada na cidade de Picos, no Estado do Piauí. A presente pesquisa representa uma relevante contribuição na minha área de atuação, na medida em que meu objetivo científico é compreender a relação entre cooperativismo agrícola, agricultura familiar e desenvolvimento local, centrando sua atenção nas estratégias utilizadas pelos agricultores familiares para a valorização dos seus produtos nos mercados alternativos. Reconhecendo a importância da compreensão do sistema cooperativo e sua estrutura, principalmente no contexto nordestino brasileiro, a Casa APIS, representa uma relevante discussão sobre a noção do rural, na modernidade, atrelada aos novos valores sociais e econômicos e novas funções ligadas à agricultura familiar e seu âmbito. Porém, para uma maior compreensão da estruturação desta central e da dinâmica local fortemente baseada em torno da relação entre associativismo, apicultura e cajucultura, foram também visitadas diversas outras entidades.

Neste contexto, o levantamento de dados realizado nos permitiu o reconhecimento do território de Picos na sua relação com o associativismo no âmbito da produção do mel e do caju. Para isso, procurou-se conhecer as centrais de cooperativas e algumas das cooperativas singulares vinculadas a essas Centrais, além de uma cooperativa singular não vinculada às Centrais, mas de reconhecida importância no local e de instituições governamentais e não governamentais presentes em Picos. Procurou-se, por meio de observação, de entrevistas, compreender a efervescência do cooperativismo agrícola naquela região. Este reconhecimento inicial nos permitiu uma maior compreensão da cadeia produtiva do mel e do caju, trazendo elementos importantes para subsidiar um estudo mais detalhado sobre a Central de Cooperativas, a Casa APIS. Interessávamos, mais particularmente, em verificar as estratégias de produção e comerciais na cadeia produtiva do mel na região e, principalmente, os arranjos organizacionais que ligavam a Central às cooperativas singulares.

Neste contexto, o levantamento de dados compreende informações de duas visitas ao município de Picos, totalizando 12 entrevistas. As primeiras visitas ocorreram em maio de 2010, em três cooperativas singulares: Cooperativa Mista Agroindustrial De Jaicós (COOMAJ), Cooperativa Apícola da Microrregião de Picos (CAMPIL), e

Cooperativa Apícola da Grande Picos (COOAPI). Nestas três cooperativas agrícolas entrevistaram-se seus respectivos presidentes e gerentes financeiros, onde se buscou verificar os dados históricos da formação das cooperativas, seu desempenho da cooperativa correspondente, quanto ao seu desenvolvimento comercial, investimentos tecnológicos e sua relação com os mercados. Na mesma oportunidade visitamos mais duas centrais de cooperativas: a Central de Cooperativas de Cajucultores do Estado do Piauí (COCAJUPI) onde foram entrevistados gerente, diretor comercial e presidente obtendo informações também quanto a sua formação, desempenho comercial, produtivo, e a relação com as cooperativas singulares filiadas. Foi oportuno entrevistar o consultor da Fundação Banco do Brasil (FBB) que estava presente na COCAJUPI, e buscou-se saber da relação que a fundação tinha com as centrais e singulares da região de Picos e Jaicós dos Magos. Na Central de Cooperativas Apícolas do Semiárido Brasileiro (Casa APIS) por meio das entrevistas com o diretor comercial e o diretor geral, buscamos verificar como se configura a estrutura organizacional da Central, dentro do modelo sistêmico do cooperativismo, assim como sua dinâmica de integração mercantil nos mercados nacional e internacional, o desempenho produtivo e investimentos tecnológicos e sua relação com as cooperativas singulares filiadas.

O retorno ao município se deu em setembro de 2012. As informações obtidas nesse período contribuíram para realizar contatos diretos, entrevistas com os presidentes e gerentes das cooperativas em questão, a fim de atualizar os dados da central, rever outros, permitindo também melhor situar os problemas e desafios encontrados pela Central. O roteiro das entrevistas se pautou em questões relacionadas à estrutura organizacional, produtiva e comercial, assim como sobre as novas parcerias de mercados e projetos. Durante as duas visitas realizadas à Central, foi possível constatar um permanente esforço da gestão no sentido de implantar novos maquinários e atingir novos mercados. Foram entrevistados o presidente e a gerente financeira da cooperativa, ocasião esta que oportunizou rever dados colhidos na visita de 2010, a situação da atual gestão, o problema da seca e o porquê do fechamento temporário das atividades da cooperativa.

Nessas ocasiões foram realizadas entrevistas semiestruturadas, por sua possibilidade de combinar perguntas fechadas e abertas, em que o entrevistado tem a liberdade de discorrer sobre o tema, sem se prender à pergunta (MINAYO, 2012). As entrevistas, amparadas por um roteiro, foram realizadas com os dirigentes e técnicos

dessas entidades em busca de informações acerca da relação que estas instituições mantêm com a cooperativa de 2º grau. Neste contexto, a importância da entrevista está em permitir que se construam informações pertinentes para a compreensão de objeto de pesquisa (MINAYO, 2012).

A partir dessas visitas, por meio do roteiro de entrevista, foi possível realizar uma análise para o estudo da Central com base nos seguintes itens: seu histórico, modelo de gestão da cooperativa, por meio da estrutura organizacional, das inovações tecnológicas, parcerias, capacitações, inserção nos mercados nacionais e internacionais, volume de vendas, flexibilidade e sua relação com as cooperativas filiadas.

Para tanto, os dados primários e secundários foram coletados utilizando-se diversos instrumentos disponíveis: (i) entrevistas semiestruturadas, realizadas a partir de um roteiro, como forma de se obter a orientação do estudo e aquisição de dados para análise, pertinentes à problemática que está sendo investigada e para balizar o presente estudo; (ii) a observação no campo de pesquisa, da maneira que este foi se compondo, com as descrições das situações observadas através de visitas na sede da cooperativa para observar a organização; (iii) análise documental, ou seja, levantamentos de dados em acervos das organizações cooperativas e instituições observadas, como Estatuto Social da Casa APIS, folhetos, cartilhas, projetos, além de referências disponibilizadas em diversos meios e também alguns recursos técnicos, como o gravador, a máquina fotográfica e câmera filmadora, para registro de situações que pareceram significativas para a pesquisa.

Outra importância desta pesquisa pauta-se na possibilidade de visualizar, através do caso observado, a necessidade de conhecer além deste contexto, mas que, em função do tempo, foi privilegiada a Casa APIS, os recursos envolvidos como as entidades – Fundação Banco do Brasil (FBB), Organização Intereclesiástica de Cooperação para o Desenvolvimento (ICCO), Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e Parnaíba (CODEVASF) e o Governo do Estado do Piauí, pela importância atribuída em termos de impactos sobre o território e de parceria com a Central de Cooperativas. Por meio dessas redes, vínculos sociais são produzidos e atualizados, muitas vezes por meio de relações que envolvem a articulação do princípio da reciprocidade com o da

troca, que motiva uma parte importante da produção, da sua transmissão, mas também do manejo dos recursos comuns (SABOURIN, 2009).

A escolha Casa APIS tem particular relevância na compreensão em torno da contribuição das organizações de segundo grau para o fortalecimento das cooperativas singulares e sedimentação do modelo cooperativo no espaço rural. A importância do estudo de caso está em possibilitar uma maior compreensão, abrangência da cooperativa enquanto organização social e econômica, não se referindo apenas aos indivíduos que a compõem, mas também admitindo a importância desse instrumento na revelação e nos detalhes de situações do cotidiano, ao possibilitar o acesso a muitas informações (QUEIROZ, 1992). Para melhor situar todas estas questões, retomaremos os conceitos de cooperativismo, cooperativas na atualidade, mercados, território e desenvolvimento local, conforme veremos nos capítulos seguintes.

CAPITULO I

COOPERATIVISMO E COOPERATIVISMO AGRÍCOLA BRASILEIRO: DA GÊNESE AOS DESAFIOS ATUAIS

Este capítulo situa historicamente o movimento cooperativo no mundo, dando particular destaque ao cooperativismo do Nordeste brasileiro. Aborda o desempenho do cooperativismo agrícola na atualidade, sua relação com a agricultura familiar, seus benefícios e entraves, mostrando a sua importância para o dinamismo dos territórios.

1.1. O Cooperativismo na sua origem

“O objetivo primordial e necessário de toda a existência deve ser a felicidade, mas a felicidade não pode ser obtida individualmente, escreveu Owen”. (HOBSBAWN, Eric.J. *A era das Revoluções (1789-1948)*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1981.

A literatura aponta que as primeiras cooperativas, estas forjadas nas utopias do século XIX, surgiram associadas ao desenvolvimento do capitalismo industrial na Europa expressando as primeiras críticas a este sistema. O movimento cooperativo tramitava por um conjunto de filósofos e economistas, a partir de reflexões acerca dos processos de organização social, contrapondo-se ao modelo vigente (SILVA, 2008). Estes intelectuais enxergavam na cooperativa um ponto de partida para uma nova sociedade, em que todas as pessoas poderiam trabalhar conjuntamente, suprimindo as necessidades coletivas. A cooperativa era depositária de um ideal socialista, capaz de resolver os problemas dos trabalhadores explorados (SILVA, 2008).

Assim, movidos por uma base ideológica socialista, esses intelectuais, chamados socialistas utópicos, viam no cooperativismo a expressão do movimento operário, reagindo contra a economia liberal e a exploração que ocorria entre crianças e adultos do modelo econômico vigente (NAY, 2007). A insatisfação da classe trabalhadora aliava-se ao pensamento doutrinário de intelectuais, a exemplo de Robert Owen (1771-1858) e William King (1780-1865), na Inglaterra, e na França, Saint-Simon (1760-

1825), Charles Fourier (1772-1837), Philippe Buchez (1796-1865) e Louis Blanc (1812-1882).

Durante os anos de 1830-1840, na Inglaterra e na França, a indústria já mostrava os seus primeiros efeitos sobre a sociedade: grande concentração de operários nas grandes cidades, precariedade econômica e muitos acidentes de trabalho, dentre outros problemas. A princípio, as cooperativas tornaram-se clandestinas e, portanto, secretas. Somente a partir de 1826, na Inglaterra, o direito a associação é reconhecido, tendo o de greve sido reconhecido apenas em 1875; na França esse direito irá ocorrer apenas em 1884 (RIOS, 2007). Essas razões levam Rech (2012) a afirmar que o cooperativismo europeu surge como uma reação proletária ao liberalismo do capitalismo competitivo, como uma estratégia de sobrevivência e como um projeto político.

O cooperativismo passava, então, a surgir como uma possibilidade de substituir o liberalismo econômico, por meio de soluções comunitárias respaldadas na associação voluntária dos trabalhadores e na instalação de uma organização da produção mais coletiva e cooperativa. Buscava-se, com a prática da solidariedade econômica, “temperar o individualismo excessivo da nova sociedade”, fazendo com que recaísse sobre as utopias socialistas a possibilidade de pôr fim às injustiças na sociedade industrial (NAY, 2007).

Neste sentido, os primeiros projetos de reorganização da economia industrial aconteceram na Inglaterra, onde havia maior concentração de massas operárias. As novas ideias, veiculadas pela doutrina de Robert Owen, ganhavam grande sucesso popular, na medida em que estavam associadas à criação de projetos utópicos de sociedades cooperativas.

A influência de Robert Owen, um filho de artesãos que vem a se tornar um industrial têxtil na Inglaterra, é destacada na construção da doutrina socialista, na estrutura sindical inglesa e na formação do projeto de cooperação “aldeias cooperativas”, como solução para os problemas sociais. Inicialmente, Owen desejava entregar suas fábricas aos trabalhadores e, com esta postura, enxergava, no assistencialismo, a fórmula para resolver os problemas dos desempregados, tentando ainda convencer outros industriais a aderirem a mesma proposta (SILVA, 2007). Owen enxergava nas questões morais um elemento de coesão social das aldeias cooperativas, nas quais deveriam prevalecer normas de produção e consumo em comum, propriedade coletiva dos bens e igualdade entre os componentes (SILVA, 2007). Com base nessas

ideias, ele fundou as comunidades cooperativas, as quais deveriam estar baseadas em “bases cooperativistas”, especializadas no campo agrícola ou industrial, permitindo e estabelecendo a troca entre regiões (PIRES, 2004). Robert Owen estava envolvido com o movimento sindical inglês, participando efetivamente do movimento *Trade-Unions*, experiência que pretendia transformar em “agrupamentos produtivos e auto administrativos” (PIRES, 2004:81; RECH, 2012).

Na França, os primeiros projetos que defendem a formação de organizações coletivas de trabalho são feitos de forma isolada por intelectuais, da qual a influência foi fraca para a mobilização operária (NAY, 2007). Contudo, a França foi também o palco de fundação para as cooperativas, com os operários lutando contra as desumanas condições de trabalho, promovendo a criação de fábricas administradas pelos trabalhadores. Charles Fourier será o grande mentor na estruturação nas formas de trabalho associativo em colônias autônomas. Seguindo a mesma linha socialista de Owen, Fourier cria suas unidades de produção e consumo, as falanges, as quais faziam parte de uma estrutura maior, os *falanstérios* (RECH, 2012).

Para Rech (2012), estas formas associativas eram baseadas em uma forma de cooperativismo integral e autônomas, dando total liberdade às pessoas para trabalharem no que quisessem. O trabalho deveria ser desenvolvido como algo prazeroso no cotidiano, e a divisão desse ocorreria de forma voluntária e por afinidades, no qual eleitas diferentes tarefas de acordo com o interesse de cada um. Do mesmo modo, as escolhas dos dirigentes deveriam ser feitas de forma democrática, tornando o associado, assim, “proprietário do capital e trabalhador associado da empresa”, como forma de evitar conflitos (SILVA, 2008:51).

Em suma, a doutrina cooperativista inicialmente foi alavancada principalmente por estes dois intelectuais, a partir de modelos através dos quais a sociedade poderia alcançar uma situação ideal, pautada em lógicas mais solidárias e amistosas, diferentes daquelas prevalecentes na sociedade da época. Neste sentido, Silva (2008:52) admite:

“A visão, de evolução e progresso, através das colônias cooperativas de owenistas ou fourienistas, representaria o caminho à sociedade perfeita, sem mazelas, o que, entretanto não veio a se concretizar em diversas experiências realizadas, inclusive em países não industrializados.”

Assim sendo, o pensamento cooperativo desenvolvido por estes “socialistas utópicos” tinha em comum o projeto do trabalho associativo, tendo sido considerados

utópicos exatamente por promulgarem uma nova ordem distante do capitalismo selvagem e das grandes desigualdades sociais prevalentes em seu tempo histórico (FERREIRA, 2010:91). Mesmo assim, os ideais veiculados por Owen e Fourier motivaram a formação de várias experiências na Europa.

As primeiras cooperativas vão surgir na Inglaterra no ano de 1826, com a revolta de camponeses e pequenos produtores de fábricas pioneiras do capitalismo industrial. É na Inglaterra onde o modelo de cooperativa se tornou a principal referência deste movimento: a cooperativa de consumidores de Rochdale (1844). A fundação da *Rochdale Society of Equitable Pioneers* ou Sociedade dos Probos de Rochdale se deu em 21 de dezembro de 1844, no bairro de Rochdale, em Manchester, por 27 tecelões e uma tecelã, e tinha como finalidade encontrar meios alternativos de sobrevivência, diante da realidade subalterna e dos efeitos que a Revolução Industrial vinha causando à classe operária (RECH, 2012). A constituição da pequena cooperativa de consumo, no chamado “Beco do Sapo” (“Toad Lane”), surgiu como uma forma de resistência às misérias causadas pelos baixos salários e pelas precárias condições de trabalho, e na busca de melhores oportunidades de comércio para os trabalhadores (SANTOS, 2002). O modelo incorporado pelo “Armazém de Rochdale” passou a ser a base para os debates em torno da formação da Aliança Cooperativa Internacional (ACI).

Em meio ao contexto inglês às mudanças em relação ao movimento cooperativista, em 1895, na cidade de Londres, é criada a Aliança Cooperativa Internacional – ACI. Sediada atualmente em Genebra, na Suíça, representa uma associação formada pelos órgãos de representação do sistema cooperativista de cada país membro da ACI, com 75 países filiados. Desde então “[...] a Aliança Cooperativa Internacional, munida de subsídios históricos e inspirada na experiência cooperativa em vários países, passou a assumir formal e explicitamente o legado de Rochdale” (SCHNEIDER, 1999:56). Esse órgão máximo de representação do cooperativismo enquadrado o conjunto das cooperativas dentro dos princípios e valores originalmente concebidos pelos Pioneiros de Rochdale, embora com algumas modificações². Esses

² Desde suas origens, o movimento cooperativista estabeleceu uma série de princípios (linhas que regem a conduta) e valores (amplos à sociedade; ética social), em torno dos quais deveria organizar seu funcionamento. São considerados indispensáveis para a defesa dos seus direitos, como a participação democrática na tomada de decisões, a livre associação e educação cooperativa. Devendo guiar seus membros, estes princípios são mantidos há mais de cem anos. Proclamados pela Aliança Cooperativa Internacional (ACI), com poucas alterações e adequados ao contexto atual, mantêm sempre sua essência. Eles são: Associação voluntária e livre; Controle democrático dos seus membros; Participação

princípios, inclusive, estão presentes na Lei nº 5.764/71 que rege o cooperativismo brasileiro, sem, contudo, conservar a natureza transformadora contida em tal proposta. (RECH, 2012:22).

Além de organizar e sistematizar o movimento cooperativista da época, os Pioneiros de Rochdale tinham alguns objetivos: I) Abrir um armazém para a venda de gêneros alimentícios, vestuário, etc.; II) Comprar ou construir casas para os membros que desejam ajudar-se mutuamente, a fim de melhorar as condições de sua vida doméstica e social; III) Empreender a fabricação de artigos que a sociedade julgar conveniente para proporcionar trabalho aos membros que não tiverem ocupação ou cujos salários sejam insuficientes; IV) Logo que seja possível, a Sociedade procederá à organização da produção, da distribuição e da educação no seu próprio meio e com seus próprios recursos ou, em outros termos, organizará uma colônia autônoma em que todos os interesses serão unidos e comuns; V) A sociedade auxiliará as demais sociedades cooperativas que desejarem fundar colônias semelhantes. VI) Com o fim de propagar a abstinência, a Sociedade abrirá, em um dos seus locais, um estabelecimento de temperança (FERREIRA, 2010).

As experiências aqui relatadas esboçam as primeiras iniciativas cooperativas e associativas, formadas num contexto em profunda transformação, inaugurando um modelo alternativo e mais justo de organização social dos trabalhadores, permeado por valores e princípios, além de propor um viés econômico e de mudança social. Para este último, de acordo com Daniel Rech (2012:26), além das suas funções econômicas desenvolvidas na perspectiva produtiva, as cooperativas desempenhavam “o papel de sociedade beneficente, de sindicato e até de universidade popular, muitas vezes ampliando sua intervenção e, mesmo, conseguindo atuar em múltiplos setores da sociedade”.

1.2. O cooperativismo brasileiro e as cooperativas agrícolas: histórico e panorama atual

No Brasil, as cooperativas agrícolas, na metade do século XX, se mostraram como as mais importantes em termos de volume de negócio, como também

econômica; autonomia e independência organizacional; educação, entretenimento e informação; cooperação entre as cooperativas; compromisso com a comunidade; cultura ecológica (SOLÍS & VALENCIA, 2005).

foram as principais responsáveis pela difusão do ideário cooperativista do Brasil (PIRES et al., 2004:50).

No Brasil, o cooperativismo chega através dos imigrantes europeus em meados do século XX, com a chegada em especial de alemães, poloneses e italianos. Com a forte influência do liberalismo, importado dos filhos dos fazendeiros que iam estudar na Europa, os ideais cooperativistas forma-se sem preocupações com as questões sociais (RECH, 2012).

O surgimento dos ideais cooperativistas no Brasil esteve ligado principalmente às experiências e às ideias de Charles Fourier, por meio do francês Louis Leger Vaultier, em Pernambuco (1840), além do Benoit-Jules Mure, em Santa Catarina (1842), que funda uma colônia societária, conhecida como Colônia Industrial Francesa. Em 1847, no Paraná, o médico Francês Jean Maurice Faivre funda a colônia agrícola Tereza Cristina (DE PAULA e FENATI, 2006).

Ademais, no contexto brasileiro, o cooperativismo não tem suas raízes na militância e na contestação, como aconteceu na Europa, assumindo uma postura conservadora das elites, sobretudo no meio rural (RIOS, 2007). De acordo com Rios (2007a), o caráter reformista do movimento acaba com as propostas de modernização agrícola. Contudo, nos anos de 1980 e 1990, são incorporadas, a partir dos movimentos sociais e organizações sindicais, as cooperativas vinculadas à agricultura familiar no meio rural.

A cooperativa no Brasil surge como um instrumento de organização econômica da agricultura exportadora e capitalizada, direcionada para uma agricultura de abastecimento interno (RIOS, 2007). De fato, como observado por Pires (2004), o cooperativismo brasileiro estava associado às políticas e projetos de modernização executado por um Estado autoritário.

No que se refere à criação de cooperativas rurais, foco desse estudo, estas foram impulsionadas pelos emigrantes europeus, fomentando a criação de cooperativas agrícolas, como forma de eliminar o intermediário, além da participação da Igreja Católica, apoiando a formação de cooperativas de créditos, além dos governos federais e estaduais, no fomento do estímulo financeiro (DE PAULA e FENATI, 2006). De acordo com Pires et al. (2004), o final do século XIX, entre 1891 e 1894, respectivamente, é sedimentado pela criação da Associação Cooperativa dos Empregados, na cidade de Limeira, São Paulo, e da Cooperativa de Consumo de

Camaragibe, Pernambuco; a partir do século XX, surgem as primeiras cooperativas agropecuárias em Minas Gerais. Contudo, será a partir dos anos de 1930 que as cooperativas serão normatizadas e tornam-se “parceiras” do Estado brasileiro, contribuindo para o desenvolvimento econômico do País. Isto se deu principalmente pelo estímulo do poder público ao cooperativismo, identificando-o como um instrumento de reestruturação das atividades agrícolas, assim como meio de promulgação da lei de base do cooperativismo brasileiro, de 1932, definindo melhor os objetivos do movimento (PIRES, 2004). É importante observar como os anos 1930 foi um grande marco para o desenvolvimento do cooperativismo no contexto brasileiro, visto que o mesmo era visto com caráter conservador e sem cunho social, em que ao longo do tempo e com as conquistas da normatização da sua prática alcançou um tom mais autônomo e menos dependente do Estado.

O início do século XX será marcado fortemente pela constituição das primeiras cooperativas, mesmo de cunho informal, elas formarão forte laço com os movimentos sindicais e de ajuda mútua, entre trabalhadores do setor público e operariado, tendo como principal objetivo “substituir os intermediários e reduzir os preços dos produtos alimentícios básicos, visto que, estes escasseavam e ao mesmo tempo encareciam com o crescimento da industrialização dos grandes centros urbanos” (FERREIRA, 2010:100). Nesse sentido, surgiram como reação dos trabalhadores dos centros urbanos em relação aos atravessadores, os quais eram responsáveis pela crescente alta de preços e má qualidade dos alimentos vindos da produção agrícola. Esse mesmo autor afirma que neste período dos anos 30 alguns técnicos de agências governamentais passaram a estimular a criação de cooperativas, uma vez que enxergavam nestes projetos, formas de superar as desigualdades sociais existentes no meio rural, impostas pelos efeitos dos latifúndios e dos atravessadores (FERREIRA, 2010:100). Com efeito, o cooperativismo brasileiro passa a ser um instrumento assistencialista dos desequilíbrios encontrados na prática agrícola, assim como do êxodo rural, exaltando-o como parte da construção da identidade do agricultor familiar.

Entretanto, o tempo áureo dos anos 30 é marcado por uma crise interna ligada ao modelo agroexportador, baseado na monocultura do café, ao mesmo tempo em que mantém uma agricultura de subsistência (MENDONÇA, 2002; MARTINS, 1986 apud FERREIRA, 2010). Não obstante, diante das demandas, devido ao crescimento populacional, a escassez de alimentos básicos, faz com que o Estado passe a fomentar a

criação de cooperativas como forma de garantir estes alimentos mais baratos para a população (MENDONÇA, 2002). Visto como uma solução para o equilíbrio do problema econômico interno, e social, os princípios doutrinários do movimento cooperativista passa a ser um instrumento político econômico estatal, pois todas as intervenções poderiam ser feitas em nome das classes populares e consolidadas por meio da legislação específica do cooperativismo.

Em termos de legislação, segundo Rech (2012), os anos de 1930, marcados também pelo governo de Getúlio Vargas, apresentarão a primeira lei específica do cooperativismo brasileiro que, mesmo voltado para o setor de trabalho, condiz com os princípios ditados pela experiência de Rochdale, e acaba estabelecendo o controle estatal sobre as cooperativas.

No quadro 1, encontram-se os decretos estabelecidos, respeitando a ordem dos anos e os contextos, compreendendo os anos de 1932 a 1971. Este último ano representaria uma maior autonomia por parte das cooperativas. Ao analisar o quadro, é possível observar que a política intensiva de intervenção e controle por parte do Estado sempre esteve presente no movimento cooperativo. Regulando a vida dessas organizações, a postura estatal tirava-lhes a autonomia, instaurando seu controle de forma perversa e velada, inviabilizando a apropriação dos recursos econômicos por parte da classe trabalhadora.

Quadro 1 - Decretos a partir da legislação brasileira para o cooperativismo (1932 – 1966).

Ano	Contexto	Decreto/Lei	Objetivo
1932	Momento de crise no modelo agroexportador e a busca de alternativas para enfrentar os grandes intermediários e os varejistas.	22.239	Facilitar e simplificar a criação de cooperativas, isentando-lhes de impostos, diferenciando-as de outras formas associativas, mas atrelando o seu controle sob a tutela do Estado.
1942	Em 1937 a constituição	5.154	Intervenção do Estado nas cooperativas

1943	garante legalmente a liberdade de associação profissional e atribui ao Estado o poder de legislar sobre as cooperativas.	5.893	As cooperativas passaram a ser condicionadas pela fiscalização, controle e registro por dois órgãos do Ministério da Agricultura: o Serviço de Economia Rural (SER) e da Caixa de Crédito Cooperativo (CCC).
1966	Repressão aos movimentos populares.	59/66	Forte intervenção negativa do Estado no funcionamento das cooperativas.

Fonte: Ferreira (2010). Adaptação: o autor, 2013.

Somente em dezembro de 1971 as cooperativas no Brasil são representadas em nível nacional pela Organização das Cooperativas Brasileiras, a OCB, e no âmbito estadual (Unidade Federativa) pela Organização Estadual de Cooperativas, a OCE, oferecendo liberdade às cooperativas, eliminando barreiras, mas ainda subjugada pelo poder estatal (PIRES, 2004). Até a Constituição de 1988, o movimento cooperativo não tinha autonomia em relação ao Estado, ficando aquele sob responsabilidade do Ministério da Agricultura, sendo esse considerado pelo movimento cooperativista um grande avanço no que diz respeito a legislação específica do movimento (PIRES, 2004).

As sociedades cooperativas passaram a operar em quase todos os setores da economia brasileira, e as causas se dão por questões sociais e/ou econômicas (CRÚZIO, 2003). A partir de 1994, houve um crescimento acentuado das cooperativas no Brasil, em torno de 40%, segundo Bialoskoski (2002), devido à estabilização da economia e ao plano real. Em 2002, a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB) registrava um total de 7.549 cooperativas e mais de cinco milhões de associados, e em 2005 houve uma aparente baixa de 7.518 cooperativas, passando a existir mais cooperados com o número de 6,5 milhões de associados (RIOS, 2007). Neste sentido, é interessante observar na tabela 2 o crescimento de cooperativas em diversos setores, no ano de 2010.

Tabela 1 – Números do cooperativismo por ramo de atividade, em 31 de dezembro de 2010.

Ramo de Atividade	Cooperativas	Associados
Agropecuário	1.548	943.054
Consumo	123	2.297.218

Crédito	1.064	4.019.528
Educacional	302	57.547
Habitacional	242	101.071
Produção	235	11.454
Totais	904.612	7.429.872

Fonte: Organizações estaduais e OCB. **Adaptação:** OCB/Gemerc

Nota-se no quadro acima que no ano de 2010, comparado aos dados do ano de 2007³, houve um acentuado crescimento no número de cooperativas, visto que este chega a 6.652 cooperativas e 9.016.527 cooperados em diversos setores, destacando-se agropecuário, crédito, educacional, habitacional e produção, entre outros.

A partir disto, podemos refletir acerca do movimento cooperativo rural que vai predominar no Brasil, voltado para a modernização da agricultura e do agronegócio, recebendo forte apoio do Estado brasileiro, atendendo aos interesses do empresariado, ao mesmo tempo que a uma minoria (FERREIRA, 2010). A partir dos anos de 1940, o ramo do cooperativismo agropecuário constitui-se o principal representante do cooperativismo brasileiro. Participando ativamente nas exportações e, ao mesmo tempo, abastecendo o mercado interno de produtos alimentícios, o cooperativismo agrícola presta muito serviços, desde assistência técnica, armazenamento, industrialização e comercialização dos produtos, até a assistência social e educacional aos cooperados (OCB, 2013).

As cooperativas agropecuárias formam, hoje, o segmento economicamente mais forte do cooperativismo brasileiro. É um dos ramos com maior número de cooperativas e cooperados no Brasil (OCB, 2013). Neste sentido, é importante frisar a participação das cooperativas agrícolas no que se refere ao contingente de trabalhadores, ou seja, empregavam 108.273 trabalhadores no ano de 2001, o que representava 61,2% do total de postos de trabalho gerados por cooperativas brasileiras (PIRES et al., 2004). Contudo, deve-se levar em consideração que esses números são gerados principalmente pelas cooperativas do sul e do sudeste (PIRES et al., 2004). A partir dos anos de 1990, o crescimento de cooperativas no âmbito agrícola aparece de forma tímida, registrando apenas 13,3%, ocorrendo uma queda na participação deste ramo no cooperativismo brasileiro. Nos anos 2000, de acordo com a tabela 2 (acima), o tímido crescimento

³ Foram registradas no total 7.672, com 7,69 milhões de cooperados (FERREIRA, 2010).

permanecia, ao comparar com os dados de 2007, que explanavam 1.544, e os de 2010, com 1.548 cooperativas, totalizando o aumento de apenas quatro cooperativas no ramo.

Contudo, pode-se salientar que o cooperativismo agrícola continua a ser um importante canal de comércio, volume de negócios e empregos gerados. Posteriormente, verificaremos como este desempenho se dá especificadamente na região Nordeste, especificadamente no nosso estudo de caso, a Casa APIS, que vem demonstrando ser um importante empreendimento para a economia local. Como sublinha Pires (2005:162), “as cooperativas agrícolas são exemplos de empresas que precisam adequar sua capacidade produtiva, comercial e financeira para enfrentar a concorrência das grandes firmas”. Ainda segundo essa autora, as cooperativas, através das experiências da atividade produtiva, vêm conhecendo cada vez mais as complexidades dos modelos de organização e de gestão e, dessa forma, acabam por enfrentar as competitividades de mercado (PIRES, 2004). Rios (2007) traz à tona o papel das cooperativas agrícolas e ressalta a importância de diferenciar as cooperativas de serviços de setor agropecuário de cooperativas de produção agrícola, afirmando que o que realmente caracteriza uma cooperativa de produção agrícola é a sua produção em comum de produtos agrícolas. Assim, na comercialização, “a cooperativa será apenas uma decorrência lógica e necessária de uma integração já existente na base” (RIOS, 2007:37).

Em suma, pode-se situar a cooperativa, também, como uma instituição que congrega princípios e como uma empresa que atua no mercado em nome dos seus membros, passando a ser identificada como um importante instrumento revitalizador e de contribuição para o desenvolvimento de formas de comportamentos democráticos que reforcem o interesse pela coletividade. (PIRES & MARTÍNEZ, 2002).

O Congresso Nacional decretou e sancionou, em 16 de dezembro de 1971, a Lei nº 5.764 o sistema Cooperativo Brasileiro, que delibera no art. 3º:

“Celebram contrato de sociedade cooperativa as pessoas que reciprocamente se obrigam a contribuir com bens ou serviços para o exercício de uma atividade econômica, de proveito comum, sem objetivo de lucro” (Lei nº 5.764, 16 de dezembro de 1971: 1346).

Nas cooperativas não se visa e nem é extraído o lucro dos associados, como seria em uma empresa capitalista. Neste sentido, segundo Rios (2007), a cooperativa tende exclusivamente a fornecer serviços a seus associados a preço de custo e as diferenças entre o custo real desses serviços e os ganhos conseguidos pela cooperativa na

comercialização retornam para cada associado. E esse “retorno” é proporcional ao “volume de negócios” que cada associado realiza. Assim, a Aliança Cooperativa Internacional (ACI) define a cooperativa como sendo:

“Uma associação autônoma de pessoas que se unem, voluntariamente, para satisfazer aspirações e necessidades econômicas, sociais e culturais comuns, por meio de uma empresa de propriedade coletiva e democraticamente gerida (aprovado em assembleia geral da ACI, em 23-9-1995);” (PIRES, 2004:37).

Seguindo esta linha de pensamento, Pires (2005) afirma que a criação de associações e, especialmente de cooperativas, é um importante fator para a produção, organização de produção, de agregar valor ao produto e da comercialização. Dessa forma, o cooperativismo pode ser identificado como um grande instrumento para o desenvolvimento local (MARTÍNEZ & PIRES, 2002). Concernente à tal afirmação, pode-se afirmar que o cooperativismo continua a ser um importante fator para o desenvolvimento das raízes locais, do pertencimento, de participação coletiva, autonomia e de solidariedade, contribuindo para a potencialização dos territórios (PIRES, 2005).

1.3. O Cooperativismo Agrícola no Nordeste Brasileiro

Para uma melhor compreensão do cooperativismo nordestino, faz-se necessário ressaltar algumas especificidades dessa região. O Nordeste é a região brasileira mais complexa e heterogênea, não somente em termos de clima, vegetação, cultura, mas, sobretudo, por apresentar problemas sociais e ecológicos (ANDRADE, 2005; PIRES et al., 2004). Num contexto marcado por fortes contrastes sociais e econômicos, o cooperativismo nordestino esteve, historicamente, relacionado a uma forma de poder local, sob a influência de uma classe dominante, em detrimento dos interesses da ampla maioria dos cooperados, que passavam a se submeter a acatar as determinações dos grupos no poder. (PIRES et al.,2004). Com isso, o cooperativismo agrícola no Nordeste esteve organizado a partir de uma estrutura de classe (PIRES et al.,2004).

Posteriormente, de acordo com Rios (2009), nos anos 20, em meio a crise do capitalismo mundial, e nos anos 30, com os reflexos políticos no Brasil, ocasionado pela ditadura do Estado Novo de Getúlio Vargas, a questão do cooperativismo será estimulada como um grande fator para o desenvolvimento da modernização, além de

fato ser um instrumento de controle social pelas oligarquias até então vigentes, trazendo implicações para o Nordeste Brasileiro. No que se refere a essa região, o historiador Manuel Correia de Andrade (1966) destaca, para o caso pernambucano, o papel do interventor federal Agamenon Magalhães, na implantação massiva de cooperativas rurais (ANDRADE, 1966 apud RIOS, 2009). De acordo com Rios (2009), o cooperativismo no Nordeste teve como base a desigualdade econômica, social e a dominação política, que se difundiram pela exploração dos pobres pelos mais ricos. Essa situação foi destacada por Pires (2004), em que o cooperativismo nordestino reproduzia um modelo de prática coronelista e elitista com objetivo de controle social e político, desvinculando-se das necessidades de seus membros. Mediante a esse contexto, as primeiras cooperativas de produtores criadas no Sertão reuniram grandes e médios proprietários, como no caso dos produtores de algodão no Ceará e na Paraíba, dos produtores de leite do Agreste da Bahia, Pernambuco e Sergipe (SABOURIN, 1999). Normalmente associadas a interesses políticos ou clientelistas, os agricultores familiares afirmavam “que cada cooperativa tem dono”, tendo que lidar com sistemas de gestão os quais propiciavam desvio de fundos, cujo controle escapava dos pequenos produtores, a exemplo da Cooperativa Leiteira de Tauá (CE), financiada em 1987 pelo Ministro da Irrigação (nascido no município), que constantemente se encontrava fechada por falta de leite (SABOURIN, 1999).

Ainda segundo Pires (2004), as dificuldades encontradas pelas cooperativas no Nordeste, na metade do século XX, era a falta de planejamento a curto e médio prazo, ligado a baixos investimentos de capital e à utilização de mão de obra sem qualificação, decisões centralizadas e baixa participação dos associados. Como observado, o cooperativismo nordestino, sedimenta-se no setor de consumo e situa-se entre os anos de 1892 a 1895, com a cooperativa de Consumo dos Operários da Fábrica de Tecidos de Camaragibe, Pernambuco, por iniciativa de Carlos Alberto Menezes, então gerente da fábrica (PIRES et al., 2004).

No que diz respeito à distribuição de cooperativas agrícolas no Brasil, a região Nordeste apresenta a segunda maior concentração neste ramo em números isso representa 30,9% de cooperativas existentes (PIRES et al., 2004).

Atualmente, verifica-se que, tanto no âmbito brasileiro como no Nordeste, as estratégias usadas por muitas cooperativas agrícolas começam sinalizando opções para várias e boas performances econômico-produtivas na economia globalizada (PIRES,

2004). Como se observa, a Casa APIS, assim como outras experiências, se destaca demonstrando-se competitiva e dinâmica, totalmente inserida no mercado internacional e nacional, graças à introdução de novas tecnologias, ampliação de oferta do produto no mercado e adequação às exigências ditadas por clientes internacionais, via aprimoramento nos processos de qualidade e sanidade dos produtos, assim como a partir do estímulo por parte de entidades representativas do cooperativismo (PIRES, 2004; PIRES, et al. 2004).

1.4. Cooperativismo agrícola e agricultura familiar

O movimento cooperativo insere-se em uma forma de relação social e econômica diferente, na qual permeiam as ações dos movimentos sociais contemporâneos perante as desigualdades que marcam a sociedade global.

No âmbito de uma economia globalizada, novas formas de projetos coletivos ressurgem pautadas em reciprocidade e manejo de bens comuns. Uma estratégia diferente é proposta por organizações como associações e cooperativas agrícolas, que consistem em investir na ocupação de nichos de mercados por meio da qualificação de produtos típicos da agricultura familiar (SABOURIN, 2009). Segundo esse mesmo autor, essas práticas surgem cada vez mais pela defesa de interesses profissionais, no caso das cooperativas, através do abastecimento em insumos e da comercialização dos produtos e das associações, acesso aos financiamentos, do manejo dos investimentos e equipamentos coletivos (SABOURIN, 2009). Nessa perspectiva, as empresas cooperativas vêm se mostrando como um instrumento dinâmico de integração de pequenos e médios agricultores no processo de modernização da agricultura, internalizando o progresso técnico às propriedades de seus associados (GONÇALVES, 1994). Dentro do processo de acumulação capitalista, as cooperativas constituem um poder de mercado capaz de garantir aos agricultores uma capacidade de enfrentar os oligopólios que dominam a cadeia produção/consumo, além de assinalar a mesma como uma extensão do negócio do agricultor, distinguindo a empresa cooperativa das demais formas de organização empresarial (GONÇALVES, 1987).

Perante esse contexto, a literatura aponta como a relação entre cooperativismo e agricultura familiar torna-se importante em um mundo marcado pela forte competitividade, que caracteriza a globalização da economia. A crise do atual modelo de desenvolvimento, que vem suscitando a busca por outros valores além do acúmulo e

consumo de produtos industrializados e qualidade de vida, estabelece as formas de redes socioeconômicas que podem a constituir (SABOURIN, 2009a). Já sinalizada por Chayanov, (1974 apud WANDERLEY, 2009), no contexto russo, a agricultura, na sua análise, já reconhecia no produtor familiar um agente social do progresso, legitimando-o do ponto de vista social e político as possíveis formas do futuro desenvolvimento da unidade econômica camponesa. Com este intuito, de acordo com Wanderley (2009), a produção familiar precisava ser transformada, potencializada, preservando as forças sociais que lhe servem de base. Nessa perspectiva, o sistema de unidades econômicas camponesas que formaram cooperativas para alguns setores da sua economia transforma-se em um “sistema de economia cooperativa social, estabelecido pelo capital socializado, e a realização técnica de certos processos nas unidades individuais de seu membro acaba assumindo um caráter técnico” (KERBLAY, 1985:146 apud WANDERLEY, 2009). A união de forças via associativismo e cooperativismo vem constituindo um benefício para a sustentabilidade da unidade produtiva e do negócio (PIRES, 2003). Além disso, a agricultura familiar vem sendo reconhecida pelas múltiplas funções que cumpre na produção de alimentos, na geração de emprego, na produção de riquezas e na conservação de paisagens ambientais (SILVEIRA, 2010).

Coerente a esse enfoque pode-se observar que as atuais preocupações em torno da agricultura familiar trazem à tona outros elementos que extrapolam a dimensão econômica. Nesse aspecto, a reprodução socioeconômica das famílias rurais vincula-se à geração de trabalho e renda, que permitirá a permanência da família na localidade em condições dignas, desempenhando, assim, um papel central na reprodução econômica e social dessas famílias rurais (CAZELLA, BONNAL & MALUF, 2009). Compreende-se, desta forma, que a produção agrícola das famílias rurais, juntamente com a organização cooperativa, promove um caminho mais eficiente, um maior rendimento, divide o trabalho e suas operações a serem feitas, e torna o grupo mais integrado (LENGLES, 2007). Contudo, essas oportunidades e esses benefícios possibilitados pelo cooperativismo, diante do nosso contexto atual, muitas vezes, não se reflete na prática, visto que muitos fatores, como o individualismo e a falta de objetivo, a centralização de poder, a falta de comprometimento e comodismo, racionalizam o fracasso desse tipo de organização (LENGLES, 2007). Esses aspectos são um dos principais entraves para uma maior consolidação da cooperativa, porém, podem ser superados se o comprometimento e a participação forem efetivos (LENGLES, 2007). Contudo, o

cooperativismo torna-se um mecanismo propulsor para o enfrentamento das dificuldades recorrentes, bem como as formas e a importância da organização é capaz de gerar o desenvolvimento, almejando benefícios comuns.

Todavia, o acesso e a sustentabilidade nos mercados agrícolas, por parte das cooperativas agrícolas, constituem um constante desafio, uma vez que, na intenção de atingir estes objetivos, elas precisam de uma ampla e flexível parcerias com instituições governamentais, não governamentais e atores sociais (HERRERA et al., 2006). Simultaneamente, este tipo de organização passa a assumir um papel regulador dos mercados locais, desenvolvendo diversas atividades produtivas sociais e culturais ao promover o desenvolvimento local, além da sua capacidade para criar novos acordos de gestão e organização que permitam adequar-se às atuais exigências das globalizações dos mercados (BIALOSKOSKI, 1997 apud HERRERA et al., 2006), questões essas abordadas de forma mais aprofundada no capítulo seguinte.

CAPÍTULO II

COOPERATIVISMO AGRÍCOLA COMO REORGANIZAÇÃO PRODUTIVA DO TERRITÓRIO

Esse capítulo propõe-se a discutir sobre a estruturação do cooperativismo, mais especificamente da cooperativa de segundo grau, sua cultura organizacional, sublinhando o seu papel junto às cooperativas de primeiro grau, e a sua importância no âmbito da definição dos arranjos produtivos locais. Vale ressaltar que o cooperativismo será abordado tomando como referência a relação entre mercados e desenvolvimento local na configuração dos territórios rurais.

2.1. Estruturação e organização das cooperativas

Se antes a proposta original do cooperativismo concebia um modelo organizacional visando substituir intermediários e o subjugo estatal, ao longo do tempo o movimento cooperativo emerge como uma organização socioeconômica capaz de atrelar ideias de ajuda mútua e reciprocidade, ao mesmo tempo dotado de um perfil competitivo nos mercados globais.

As constantes transformações da economia e dos sistemas agroalimentares têm elevado o nível de competitividade entre os países produtores de alimentos, exigindo, no caso do Brasil, maior grau de investimentos por parte dos produtores brasileiros, fazendo com que os agricultores se organizem em cooperativas para que possam produzir e comercializar seus produtos em mercados competitivos (WILKINSON, 2000). Em decorrência disso, num contexto de produção agrícola voltado para os mercados globais, os quais exigem alto grau de especialização dos agricultores e altos investimentos tecnológicos para adequar-se às exigências, a criação de cooperativas vem se mostrando como uma alternativa para minimizar os elevados custos de produção e comercialização dos produtos, permitindo também a possibilidade de barganhar melhores preços e uma inserção mais competitiva nos mercados (PIRES & CAVALCANTI, 2010). A exemplo disto, a Casa APIS apresenta uma dinâmica

particular e preocupada com a qualidade do mel, investindo em equipamentos e qualificação dos seus produtores associados. Além do mais, as organizações cooperativas surgem como uma alternativa para o crescimento autossustentável, atuando decisivamente como instrumento de organização econômica da sociedade, nos seus diversos estágios de desenvolvimento capitalista. No entanto, deve-se levar em conta que não se pode atribuir à organização cooperativa a solução dos problemas evidenciados no atual sistema econômico (DA SILVA & RATZMANN HOLZ, 2008).

Nesta perspectiva, para atender a competitividade mercadológica e a organização dos produtores, as cooperativas agrícolas desenvolvem um processo de gestão e de tomada de decisões capazes de viabilizar o empreendimento no contexto local em que estão inseridas. Para tanto, projetos de organização de cooperativas de 2º grau, a Casa APIS, os princípios de gestão e convivência são necessários para as decisões estratégicas, que devem estar alinhadas aos objetivos do empreendimento, como ressalta Schulze (1987:51),

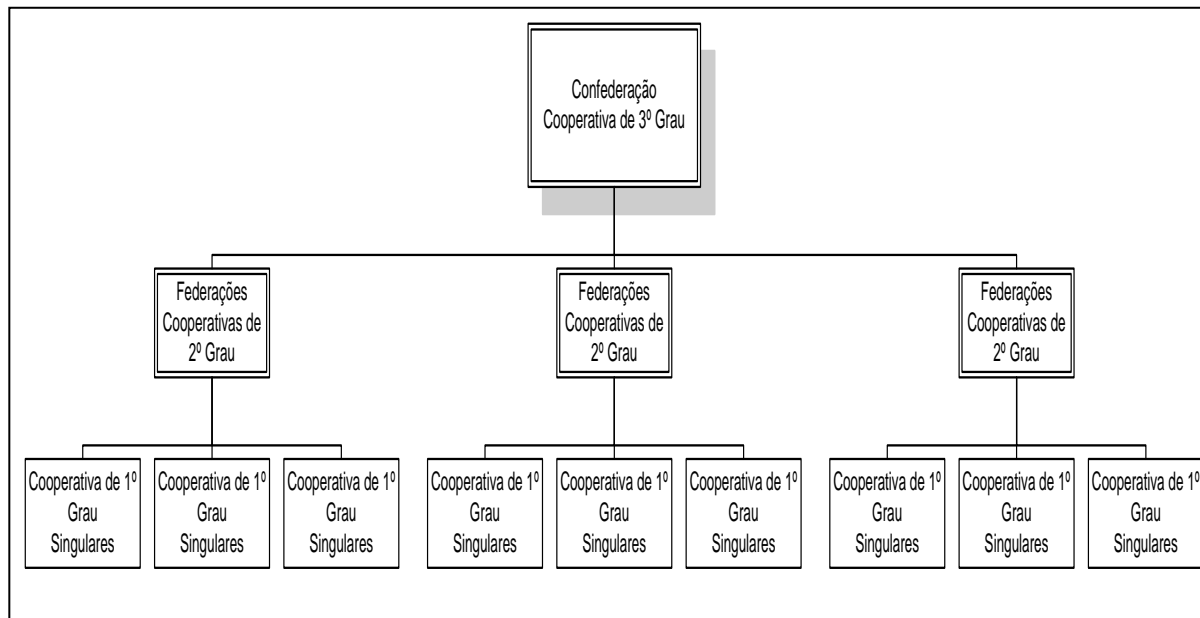
“o associado à cooperativa, como gestor do empreendimento, deve harmonizar a sua participação política - definição de objetivos e metas - com a sua participação econômica - capital e operações - e, a ambos, com a capacidade gerencial da empresa em efetivar suas relações com o mercado”.

Para tanto, a integração das cooperativas em sistemas faz-se necessária seja por questões de crises econômicas, fortalecimento da economia local ou mesmo integração social, formalizando associações de produtores em outras de grau superior, ao possibilitar a criação de um sistema no qual integram cooperativas singulares, centrais e confederações, buscando atuar de forma integrada e padronizada em torno de um produto comum (SCHNEIDER, 2006).

No sistema brasileiro, a integração vertical, em forma de pirâmide, das cooperativas está previsto pela Lei 5.764/71, no artº 6, o qual admite que a base do sistema seja composta por cooperativas de 1º grau ou singulares; em seguida as de 2º grau ou centrais/federações; e no topo as de 3º grau ou confederações. De acordo com Menutole (1997), para a expansão da estrutura da organização cooperativa, é necessário forte apoio entre as de 1º grau que, interligadas, constituem as de 2º grau e 3º grau, formando o complexo cooperativo. Ressalta-se o fato de que, apesar de as cooperativas de 2º e 3º grau comungarem das mesmas atribuições normativas, serviços de supervisão

e controle, isso não lhes garante poder hierárquico dentro do sistema (SCHNEIDER, 2006), como exemplificado na figura 1:

Figura 1: Estrutura básica de um Sistema de Cooperativas



Fonte: Menutole (1997). Adaptação: o autor, 2013.

Conceitualmente, é de grande importância que todas as cooperativas que formam o sistema sejam direcionadas em torno de uma mesma cultura organizacional, definida como conjunto de valores, metas e visão, proporcionando formas deliberadas de pensamento e comportamento, além de promover a integração entre os membros e guiando na tomada de decisões, em torno as quais interferem diretamente no desempenho não somente social, mas também econômico (SCHNEIDER, 2006; DIAS, 2008).

No Brasil, durante anos permaneceu a concentração e crescimento de cooperativas no âmbito das centrais ou de 2º grau, contudo, a partir do início dos anos 1980, surgem às primeiras associações de grupos de cooperativas com empresas não cooperativas e parcerias com instituições públicas e privadas, contribuindo com o aumento da concentração de cooperativas (PINHO, 1982). Com essa transformação estrutural, as cooperativas passaram a influenciar em grande medida a democracia, participação e autonomia cooperativa, visto que cooperativas singulares, administrativamente mais

simples, apresentam um estilo de democracia e autonomia diferentes das cooperativas de 2º ou 3º grau, administrativamente mais complexas (MENUTOLE, 1997).

No que diz respeito ao processo administrativo, a gestão nas cooperativas é formada por uma assembleia geral, órgão máximo que define quanto à locação e distribuição de recursos, às diretrizes e ao plano geral da organização, assim como elege membros para assumir a gerência e cumprir decisões, além de ser o meio pelo qual os cooperados podem participar do processo administrativo com igualdade no poder de decisão (DEBOÇÃ & HOCAYEN-DA-SILVA, 2009). Outro componente da estrutura administrativa é o Conselho Administrativo, que representa os associados no plano administrativo, dando suporte à diretoria, comumente eleita dentre os conselheiros (DEBOÇÃ & HOCAYEN-DA-SILVA, 2009:396). O Conselho Fiscal, também eleito na Assembleia Geral, exerce o papel de fiscalizar o Conselho Administrativo, e o cumprimento das deliberações da assembleia geral, bem como pela situação econômica e financeira da entidade (DEBOÇÃ & HOCAYEN-DA-SILVA, 2009). De tal modo, do ponto de vista decisório, a ordem de autoridade é invertida, levando em consideração que o poder de decisão encontra-se nos associados, e não na figura do presidente. No que tange à tomada de decisões, é de suma importância que o corpo administrativo tenha maior autonomia, para que a organização obtenha um desempenho positivo e competitivo frente a um mercado de rápidas mudanças, em que a velocidade das decisões é um dos fatores importantes e determinantes para a existência de uma cooperativa.

2.2. A cooperativa agrícola e sua articulação com os mercados Alternativos, Qualidade: Valorização de recursos e conhecimentos tradicionais como reinserção econômica da produção.

O saber-fazer está intimamente relacionado com a tradição, a continuidade das práticas, uma permanência do passado no presente (Lenclud, 1987).

Uma das consequências da globalização na agricultura foi o aumento na demanda de produtos típicos da agricultura familiar, tradicionais de uma região específica, orgânicos, pautada principalmente no “saber-fazer” local, a partir do uso de técnicas de

produções específicas, atribuindo esses conhecimentos que valorizam e agregam valor ao produto a uma “entrada” estratégica nos mercados (WILKINSON, 2000:59).

Santos (2004) afirma que há globalizações que expressam problemas específicos de relações sociais movidos por dinâmicas locais, revelando uma mutua influência que existe entre o global e o local, como duas instâncias e um único processo, que por sua vez, tende a desvelar os conflitos. Tomando em conta estes antecedentes, a globalização passa a ter uma peculiaridade quanto ao seu impacto em cada localidade, e este impacto dependerá diretamente de questões históricas e naturais do local, ou seja, os interesses não são homogêneos, e passam a ser revistos a partir da capacidade e das novas configurações territoriais e no modo de vida.

Segundo Cavalcanti (2004), o debate em torno destas transformações globais na agricultura, especialmente na América Latina, se dá a partir das formas de trabalho e de produção, das configurações territoriais, modos de vida, velhas e novas identidades dos atores locais, das novas ruralidades e da reestruturação produtiva da agricultura. De acordo com Wilkinson (2008), a prática agrícola caminha e inova as formas, padrões e identidades de acordo com as exigências do mercado. De tal modo, a agricultura inserida nesta conjuntura de transformações estruturais da economia, promovida pela inserção do capital industrial, se fundamenta na aplicação sistemática de tecnologia e de processos de gestão com elevado nível de especialização (WILKINSON, 2008:54). Com efeito, a tecnologia da informação vem colaborando para a construção de redes de empresas e instituições, na medida em que economia encontra-se organizada em redes globais de capital, gerenciamento e informação (CASTELLS, 1999:498). Neste contexto, torna-se importante a recuperação da noção de agricultura familiar, ou seja, substitui o conceito de pequena produção ou produtor de baixa renda, e passar a identificar este mesmo ator como estratégico, tanto para uma agricultura moderna, quanto para o modelo de desenvolvimento, apontando para os diversos mercados.

O surgimento de muitos novos mercados de nicho e, inclusive, de mercados de maior abrangência potencial (orgânicos), que em princípio, ofereceriam novas oportunidades de inserção na agricultura (WILKINSON, 2008: 14).

Para que a agricultura familiar mantenha-se nas grandes cadeias produtivas, de *commodities*, precisa alcançar novos níveis de qualidade e novas escalas de produção, exigindo inovações organizacionais de ação coletiva, além da incorporação de novas tecnologias e práticas agrícolas (WILKINSON, 2008:15). Deste modo, a estrutura

cooperativa da Casa APIS, portanto, uma posição estratégica, tendo uma dinâmica que a distingue da agroindústria privada na medida em que está enraizada nos recursos de uma região e sua “razão de ser” é a valorização da produção dos seus membros (WILKINSON, 2008). A preocupação com a qualidade do mel e o acesso aos mercados, possibilitam um melhor desempenho organizacional da Casa APIS. Como indica Cavalcanti (1995), “as mudanças relativas ao mercado e a agricultura resultaram numa profunda transformação no meio agrícola, especialmente no que se referem ao comércio, mercados e produção”. Por este viés, as cooperativas agrícolas têm condições de fornecer respostas às demandas dos mercados globais, pela sua capacidade de atuar nele, estimulando o crescimento econômico, diminuindo as desigualdades e fomentando uma democracia participativa. Deste ponto de vista, as formas associativas contribuem para a redescoberta do dinamismo local, além de ser uma estrutura de forte apoio à agricultura familiar e para o desenvolvimento local. Sobre isto, Santos & Rodríguez (2002) defendem que o cooperativismo torna-se um elemento ativo em um projeto de desenvolvimento local, integrando as atividades produtivas às sociais e políticas.

Na fase pós-moderna, a economia agrícola ocupará duas dimensões: a primeira com a globalização dos mercados e a segunda com a recriação dos mercados locais (CAVALCANTI, 1995). Neste sentido, o modelo organizacional das cooperativas é visto como capaz de atuar em mercados, inserindo os pequenos produtores rurais, permitindo vantagens de fornecer melhor a “originação” da produção, certificar a qualidade e processos tanto ambientais e sociais (BIALOSKORSKI, 2002:10). Com efeito, as cooperativas agrícolas vêm buscando o seu fortalecimento, além de estarem passando por importantes transformações que tendem a buscar postura e um maior grau de eficiência econômica e postura (BIALOSKORSKI, 2002). Assim, segundo Pires:

De todo modo, o sucesso ou insucesso das práticas cooperativas está permanentemente associado à sua capacidade de adequação permanente às transformações produtivas, o que requer agilidade nas respostas aos requisitos globais (PIRES, 2005:162).

No decorrer do século XIX, as regras econômicas eram ditadas e delimitadas pelas regras e costumes da organização social. Além disso, a vida econômica não se confundia com o mercado, “que se constituíam em um aspecto dependente da organização das trocas econômicas” (DIAS, 2008), trocas essas dominadas pela

combinação de sistemas de reciprocidade (famílias, grupos etc.) e redistribuição (entre o Estado e a sociedade), a depender do tipo de sociedade. Continuamente, no século XIX, surge, pela primeira vez, o fenômeno do “mercado autorregulador”, que liberava os três *inputs*⁴ essenciais – terra, trabalho e dinheiro – da intervenção social. Dessa forma, a sociedade viu-se posta à disposição do mercado (POLANYI, 2000).

No século XX, com o princípio da mecanização da era taylorista e a organização programada, a qualidade passa ser uma técnica aplicada, principalmente na inspeção e controle dos produtos (DIAS, 2005). Em meados de 1940, com o advento do fordismo⁵, através da normatização, as empresas passam a satisfazer as necessidades manifestadas por um consumo massificado. Contudo, com o modelo pós-fordista⁶, novos valores socioculturais da vida moderna vão progressivamente modificando o comportamento dos consumidores e, ao mesmo tempo, influenciando a relação oferta-procura, visto que a qualidade passa a ser vista como uma forma de pensar as próprias relações sociais (DIAS, 2005). Com este advento, já no final da década de 1960, o modelo de produção, caracterizado pelo consumo em massa e circulação de mercadorias padronizadas, entra em crise, passando a ser substituído “pela especificidade do cliente, ao fragmentar, e pela segmentação do mercado e, como tal, capaz de desenvolver um sistema de produção diferenciado, orientado para satisfazer um consumidor motivado pelo desejo de personalizar o seu consumo” (DIAS, 2005:23). Neste sentido, nos anos de 1970, os debates, antes focados na produção, passam a discutir as mudanças dos sistemas de produção e consumo alimentar nos países desenvolvidos. No contexto brasileiro, esta mudança no sistema agro-alimentar passou a ocorrer na década 1990, como consequência da liberalização do mercado, passando da oferta de produtos padronizados para produtos diferenciados por qualidade e origem (DIAS, 2005).

Segundo Gazolla (2009), atualmente, o mercado de qualidade na sociologia econômica apresenta-se não apenas como um processo social, e sim como local

⁴ Para atingir sua meta, elo de sustentação da relação social da organização, é necessário introduzir elementos denominados *inputs ou entrada*; isto é, a produção da organização representa para outro sistema uma entrada ou acréscimo (PARSONS, 1978).

⁵ A era *fordista*, caracterizada pelo critério de quantidade/preço, deu lugar à economia da qualidade, em que o critério predominante é o da qualidade como base da concorrência e das estratégias de marketing. Em outras palavras, o marketing ficou fortemente identificado com apelos à natureza, saúde e tradição (WILKINSON, 2000).

⁶ O modelo pós-fordista não representa o fim da produção em massa, mas a possível coexistência de diferentes modelos de produção.

personificado, em que os atores locais, os agricultores, realizam as suas transações mercantis – compra, venda, troca de mercadorias etc. Nesta perspectiva, ao longo da história, conceito de mercados assume vários significados, assim como ressalta Gazolla (2009:86): a “mercadorização” refere-se ao período histórico em que os agricultores não eram dependentes do mercado, estabelecendo vínculo apenas com os comerciantes e ou as “casas de comércio rural”. A mercantilização, por sua vez, caracteriza-se como processo social que afeta as esferas econômicas e produtivas da agricultura, assim como a cultura, baseada no conhecimento *folk*⁷, o saber fazer. No entanto, será na mercantilização que o agricultor passa a depender cada vez do mercado para realizar sua reprodução social (GAZOLLA, 2009). Essas questões são discutidas por Abramovay (1998) quando, em seus estudos sobre mercantilização, demonstra que a agricultura familiar compõe-se por meio da integração mercantil para garantir sua sobrevivência e reprodução. Este autor admite que a realidade da agricultura familiar venha construindo sua independência. Isto permite que a agricultura familiar não permaneça à margem e isolada do mercado, ao mesmo tempo em que a ela não se subordina e submete totalmente (ABRAMOVAY, 1998).

Com a inserção da agricultura familiar aliada ao crescimento dos mercados, o estímulo em busca da diversificação e diferenciação dos alimentos frescos, na análise de Bonnano (1999), indicam uma produção e a formação em rede desse tipo de alimento, para sua inserção e competição nos mercados não apenas por preços, mas primordialmente em critérios de qualidade. A tendência ao consumo de produtos frescos, saudáveis e tradicionais cria e recria nichos de mercado, nem sempre visados e explorados por grandes empresas, em centros urbanos, mas também por lojas de produtos naturais, onde comercializam produtos advindos da agricultura familiar, como queijos, mel, doces, pão integral (DIAS, 2005). Nesta perspectiva, os empreendimentos coletivos recorrem estrategicamente à tradição, desenvolvendo produtos artesanais e tradicionais por integrar princípios da modernidade, investindo em aspectos como higiene, apresentação e praticidade.

Essa realidade em construção expressa como a comercialização dos produtos advindos da agricultura familiar não podem se render tão somente às regras do mercado

⁷ “Processo pelo qual se adquire conhecimento ao longo da vida cotidiana e através dos relacionamentos comuns na família, entre amigos, no grupo de iguais etc. Para compreender de maneira adequada os saberes tradicionais, é então necessário entender a natureza da sabedoria local, que se baseia em uma complexa inter-relação entre os conhecimentos e práticas” (TOLEDO, 2010).

capitalista. Prova disto é a existência das cooperativas agrícolas, como organização representante de “mercados socialmente controlados” (SABOURIN, 2009). Além das cooperativas agrícolas, as feiras e os mercados locais proporcionam exemplos de mercados que produzem estes vínculos sociais e, por vezes, mantêm relações diretas entre os produtores e consumidores. Com isso, a cooperativa tem como papel estabelecer, criar vínculos com o mercado e com os indivíduos envolvidos em torno de objetivos comuns, a fim de fortalecer, beneficiar e agregar valor ao produto.

Reitera-se que as cooperativas agrícolas vêm desenvolvendo estratégias pautadas nos mercados alternativos e de qualidade, especificidade e raridade dos seus produtos com valor agregado. De acordo com Faria (1983), o valor agregado pauta-se no processo social de produção, estando vinculado ao seu lugar de origem, constituindo-se como um valor adicionado social. Visto isso, os mercados alternativos passam a ser analisados a partir da localidade e da relação pessoal entre compradores e vendedores, baseados na “lógica de cadeias curtas com capacidade de (re)socializar e (re)espacializar os alimentos - *local foods* e *folk foods*”, e do *slow food*⁸ (NIEDERLE, 2009). Ademais, estes mercados particularistas baseados em nichos ou especificidades são vistos como construções vinculadas em relações socioculturais particulares e que estão associadas com a localidade “tradição, origem, natureza ou modo de produção e seus maiores apelos comerciais” (NIEDERLE, 2009). Essas questões permeiam a qualidade que, segundo Wilkinson (2009), é de grande importância para uma análise institucional da vida econômica, sendo, ao mesmo tempo, o ponto central das atuais estratégias competitivas. Sobre essa ideia:

A qualificação de produtos, por sua vez, pressupõe a qualificação do trabalho e das organizações envolvidas em sua produção. (...) a qualidade do produto é interpretada à luz de uma avaliação dos produtores, organizações e pelo desenvolvimento de relacionamentos baseados em confiança, que subscrevem o produto (WILKINSON, 2009).

⁸“Criada em 1986, no Norte da Itália, a associação internacional sem fins lucrativos *Slow Food* visa contrapor e travar a homogeneização do *fast-food* e da *fast life*. Um movimento mundial tem emergido o *slow food*, com o objetivo de resgatar uma cadeia cultural envolvendo os alimentos, da produção ao consumo. O termo contrapõe-se ao *fast food*, pregando a calma ao comer, na busca pelo proveito da refeição, considerando o conteúdo nutricional, os aspectos artísticos, culturais e de prazer. Resgatam-se assim os produtos enogastronômicos, ameaçados pelos processos industriais, pelas regras da grande distribuição e pela degradação ambiental” (DIAS, 2005:39).

O crescimento desse mercado de qualidade se dá também pela “Orientação Cooperativa”. De acordo com Ritzman & Krajewski (2004), esta orientação é baseada no relacionamento com o fornecedor, no qual o comprador e vendedor são parceiros, fornecendo sempre o máximo de auxílio possível. Uma orientação cooperativa exprime compromisso e confiança, esforços conjuntos em relação à qualidade de um produto (RITZMAN & KRAJEWSKI, 2004). Igualmente, o processo de qualificação passa também a garantir a origem (cooperativa agrícola, produtor rural e/ou território), a especificidade, o processo e as normas de um produto, contribuindo para a redução da concorrência e, juntamente à qualificação, o uso do selo personalizado constitui outra chave para o desenvolvimento local⁹. Conforme podemos observar:

No entanto, enfrentar a grande indústria agro-alimentar implicou para os setores artesanais e para a pequena agroindústria o desenvolvimento de estratégias de resistência, fundadas em parte na defesa da qualidade dos produtos artesanais em relação aos produtos industriais. Assim, têm aparecido dispositivos de regulação que especificam as qualidades não obrigatórias (“especificação da qualidade” ou “qualidade relativa”) que caracterizam os produtos diferenciados. Esta orientação deu progressivamente lugar ao que é hoje apelidado de “selos de qualidade” (DIAS, 2005:10).

Portanto, para garantir a origem do produto, as certificações surgem como um critério de qualidade na produção, segundo especificações, e nas condições adequadas nas relações de trabalho. Outra questão de interesse dos mercados de qualidade está nos valores da “*appellations d’origine*” ou “apelação de origem”, que surge nos anos 1960 na França, como alternativa e estratégia para a agricultura familiar, pelo qual o modelo tinha o foco no nicho de produtos artesanais com grande demanda e apoio público (WILKINSON, 2009). A adoção de valores sociais como critérios de qualidade também se encontra regido com o movimento de *FairTrade*. A proposta do movimento *FairTrade*, que surge na metade dos anos 1960, é de apoiar pequenos produtores que estão vinculados ao comércio justo, com o objetivo de conseguir melhores condições comerciais “concebidas como justas” e, ao mesmo tempo, concretizar os mercados locais e expulsar a figura do atravessador pela compra direta a preços baixos¹⁰. John Wilkinson (2009) identifica no movimento do Comércio Justo uma estratégia de

⁹ “O valor intrínseco de um produto é potencialmente infinito, simbólico e prosaico. (...) Ninguém pode fazer concorrência com produção única” (TEMPLE, 2009).

¹⁰ Disponível em: <http://www.fairtrade.net>. Acessado em: 19 de agosto de 2012.

reprodução socioeconômica que vem ganhando espaço, sendo esse uma possibilidade de redistribuir valor à montante na cadeia produtiva para os produtores rurais, por meio do “Prêmio *FairTrade*”. Neste sentido, não se visa o status, mas a justiça determinada como “a remuneração para as atividades rurais de cadeia agro-alimentar¹¹, ao gerar renda suficiente para cobrir os custos de produção e permitir a reprodução em condições de cidadania” (WILKINSON, 2009:173). A partir desta dinâmica, são critérios do Comércio Justo:

1. **Membros são Pequenos Produtores:** são aqueles que não dependem de mão de obra contratada permanente, administrando sua terra, principalmente, com sua própria força de trabalho e a de sua família. A maioria dos membros da organização são pequenos produtores;
2. **Democracia, Participação e Transparência;**
3. **Não Discriminação;**
4. **O Comércio Justo proporciona Potencial de Desenvolvimento;**
5. **Capacidade de Exportação;**
6. **Fortalecimento Econômico da Organização;**
7. **Prêmio do Comercio Justo:** A organização administra e coordena o Prêmio de forma transparente e sua utilização é decidida pela Assembleia Geral e apropriadamente documentada;
8. **Proteção Ambiental:** Os produtores seguem a legislação nacional e internacional no que diz respeito ao uso e manejo de pesticidas, proteção dos cursos naturais de água, floresta “virgem”, erosão e gerenciamento de resíduos.

A venda dos produtos agrícolas não pode ser confundida apenas com o mercado de troca, mas deve ser avaliado como o momento em que o produtor rural estabelece relações de reciprocidade por meio de valores, como reputação e responsabilidade. São esses valores que irão garantir a legitimidade do produto, da sua certificação e qualidade

¹¹ Assim, particularmente no sistema agroalimentar, o sistema de produção orientado pela oferta tem-se deslocado para um sistema de produção orientado pela demanda.

(SABOURIN, 2009). Neste sentido, o Comércio Justo constitui a base desses valores humanos de equidade e remuneração privilegiada. Portanto, o enfrentamento das desigualdades geradas a partir do sistema de normas e regras das relações do comércio internacional tem nas redes de *FairTrade* um aliado que enriquece o debate e a prática rumo a outro modelo de desenvolvimento.

Verificou-se que a abertura de novas oportunidades de inserção nos novos mercados, pela qualidade, é fortemente associada à produção artesanal e à atividade da agricultura familiar. Produtos artesanais envolvem forte vínculo com os saberes tradicionais ou saber-fazer dos produtores, favorecendo a sedimentação e reinvenção da imagem tradicional do pequeno agricultor como estratégia de mercado, além da valorização do território, visto como um mecanismo que favorece o desenvolvimento local.

2.3. Território e Desenvolvimento Local: uma perspectiva a partir do cooperativismo agrícola

Como observado, a importância da associação cooperativa é identificada como uma forma de dinamizar a atividade de produtores num mundo globalizado e regido pela competitividade. A sua importância está também associada à possibilidade de agregar valor cultural ao produto, apoiando a preservação e conservação do meio ambiente (PIRES, 2004). Para esta discussão é relevante colocar em debate o fato de que, na atualidade, as relações sociais locais são acentuadas por atores que atuam no âmbito global e, respectivamente, as ações globais não teriam valor sem a expressão do local (BONANNO, 1999). Para tanto, o local e o global não formam mundos à parte, segundo sublinha Cavalcanti (1999:60); mesmo mantendo e formando diferentes formas de poder, o “local” revela articulações com o global, considerando que, assim, é no local que o global se materializa e, portanto, não existe um local sem o global (PIRES, 2005b).

As cooperativas podem ser um importante instrumento de integração regional para o desenvolvimento econômico no desempenho de medidas que permitam nivelamento de desequilíbrios entre oferta e procura no contexto de uma região ou país (BENECKE, 1980:191-192). Isso se justifica, conforme o autor, por três razões: a razão organizacional, pelo fato de que as cooperativas integram os indivíduos em nível local;

a razão ideológica, porque permite maior identidade entre organizações no plano das centrais ou das federações de cooperativas, por exemplo; e a razão funcional, a qual permite nivelar desequilíbrios entre oferta e procura de seus associados (BENECKE, 1980). É com este intuito que as cooperativas, empreendimentos inseridos em uma economia capitalista, elaboram e reproduzem aspectos de formação para buscar soluções coerentes à sua realidade e às peculiaridades da organização, de modo que por meio da eficiência gerencial alcancem seus objetivos econômicos e sociais (MC INTYRE et. al, 2006). Em grande medida as cooperativas agrícolas constituem novas formas de organização para assumir também as demandas da sua população local, aliadas ao desenvolvimento de uma agricultura familiar moderna e integrada ao mercado. Assim, o cooperativismo agrícola cria laços sociais que cimentam e influenciam o território, enquanto este, por sua vez, oferece sustentação a uma economia diversificada, de integração, constituindo-se como produto de uma ação coletiva (SCHNEIDER & TARTARUGA, 2004).

Com efeito,

(...) a interação entre cooperativismo e revitalização de territórios vem sendo reconhecida por diversos organismos internacionais, de onde se destaca a participação das cooperativas, sobretudo em áreas mais débeis, para a geração e manutenção do emprego, de infraestruturas socioeconômicas diversas e de atividades enquadradas no setor secundário e terciário, permitindo a reestruturação das áreas afetadas (PIRES, 2006:3).

Situado como estratégia de reunir forças dos diversos atores locais para os objetivos comuns, o desenvolvimento local permite que os dirigentes das cooperativas possam debater, de forma bem clara, em torno dos interesses do grupo, considerando o que se chama de “concertação social”, permitindo a participação de todos os atores sociais em um projeto comum (PIRES, 2005).

Na esteira deste debate em torno das organizações coletivas, as estratégias e dinâmicas socioeconômicas de desenvolvimento tentam responder aos efeitos da globalização de forma mais ativa, passando a fazer parte da reestruturação produtiva não somente global, mas também local, através de modificações, adaptações e da formação de novos arranjos produtivos locais (MORAES & SCHNEIDER, 2010). Sobre isso, historicamente, após a crise global dos anos 1970, originou-se um intenso processo de reestruturação produtiva, em vários setores da economia, surgindo novos padrões de consumo, caracterizados pela fragmentação dos mercados, diferenciação das

demandas de cada grupo consumidor (DIAS, 2008). O desaparecimento dessa mesma demanda, ao passar do tempo, começa a estimular, de forma rápida, a capacidade de introduzir novos produtos no mercado, sofrendo constantes modificações e, com menor ciclo de vida do produto, tornando-se um fator competitivo estratégico (DIAS, 2008).

Nos anos seguintes, 1980 e 1990, a perspectiva da reestruturação produtiva, aliada à abordagem de território passa por uma (re)significação em torno da noção de uma base territorial que cria interdependências particulares entre os atores sociais e instituições, o que culmina numa dinâmica específica (COURLET, 2012). O território passa, então, a assumir um novo papel, o de potência social e política, desenvolvendo novas instâncias como afirma Moraes & Schneider (2010:293):

Recupera-se a noção de território, onde passa a ser o local onde acontece a reprodução social, que constitui a realidade e a dimensão material das relações sociais.

Com efeito, as novas relações sociais são concebidas do resultado entre atores e agentes econômicos, fomentando a proximidade e as ligações estabelecidas entre as unidades produtivas ao caracterizar, de fato, uma integração do arranjo produtivo na sociedade local (COURLET, 2012). Deste modo, as organizações coletivas de uma mesma localidade, de acordo com Barquero (2001), estão condicionadas a cooperar entre si por meio da especialização adotada pelo sistema produtivo local, atingindo as economias para manter sua competitividade nos mercados. Igualmente, as estruturas familiares, tradições e a estrutura de valores sociais e culturais da população local favorecem um desempenho do modelo organizacional coletivo local. Com efeito, estas questões oportunizam as relações sociais, a troca de bens e serviços, fortalecendo o Arranjo Produtivo Local (APL) - entendido como aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais, com o foco em um conjunto específico de atividades econômicas. O APL passa a ser reconhecido como elemento estratégico para a competitividade dos territórios e como propiciador de um papel ativo no fortalecimento da identidade e de características que permitam a coletividade local (CASSIOLATO & LASTRES, 2003; BARQUERO, 2001). Ainda segundo esses autores, o Arranjo Produtivo Local (APL) proporciona sistemas produtivos e inovativos locais, como assinalam:

“Sistemas produtivos e inovativos locais são aqueles arranjos produtivos em que interdependência, articulação e vínculos consistentes resultam em

interação, cooperação e aprendizagem, com potencial de gerar o incremento da capacidade inovativa endógena, da competitividade e do desenvolvimento local. Assim, consideramos que a dimensão institucional e regional constitui elemento crucial do processo de capacitação produtiva e inovativa" (CASSIOLATO & LASTRES, 2003:5).

Observa-se que a importância do território está em manter uma unidade ativa de desenvolvimento que dispõe de recursos específicos e não transferíveis de um local para outro, como bem aborda Cazella (et al 2009:39):

Trata-se de recursos materiais ou não, a exemplo de um saber-fazer original, em geral ligado à história local. A consequência disso é que não pode valorizar esse tipo de recurso em outro lugar. O território não é, portanto, só uma realidade geográfica ou física, mas uma realidade humana, social, cultural e histórica.

Deste ponto de vista, verifica-se que o território é o resultado de uma construção social, aliado à capacidade de transformar demandas em novos projetos de desenvolvimento, em que os valores simbólicos passam a desempenhar um papel de recursos socioeconômicos, ou seja, a dinâmica de desenvolvimento local se dá principalmente na criação ou reforço de redes e formas de cooperação (CAZELLA et al 2009). O dinamismo gerado pelas cooperativas agrícolas sobre seus territórios pode ser explicado na ideia de aproximação dos atores locais com seu espaço, gerando ações coletivas e cooperadas, ampliando suas relações sociais, favorecendo, desta forma, oportunidades inovadoras de desenvolvimento rural (SCHENEIDER & TARTARUGA, 2004).

Com efeito, é importante ressaltar as mudanças em torno do desenvolvimento local no reflexo da própria reconfiguração do espaço agrícola. Esse pode ser entendido como um tecido econômico e social diversificado, capaz de criar uma identidade e uma noção de “pertencimento” materializados dessa forma, na relação do espaço, como o conjunto de símbolos (KAGEYAMA, 2008). A concepção de desenvolvimento local revela também, como apontam Tauk Santos e Callou (2005), um processo de construção de oportunidades e de melhores condições de vida para os atores locais, ao viabilizar capacidades e energias endógenas, introduzindo um bem-estar econômico, a preservação ambiental, uma igualdade social, uma identidade cultural e o atendimento das necessidades humanas básicas.

Ao focalizar a dinâmica local e do território, percebe-se os efeitos positivos que as práticas coletivas dos *agricultores territoriais*¹² vêm desenvolvendo. Entretanto, Milton Santos (1999) fala que o território habitado por pessoas comuns confronta-se com duas tendências atuais: a tendência de expansão e, conseqüentemente, imposição de políticas capitalistas de produção, a modernização da agricultura e, de outro, a homogeneização dos costumes e usos ao consumo individual. Ademais, Santos & Silveira (2004) afirmam que houve uma desvalorização das agriculturas alimentares básicas e de tradição nacional – como o arroz, feijão e mandioca.

Inversamente, Wilkinson (2009) apresenta a produção familiar como responsável por uma parte dos bens alimentares, apesar de reconhecer esse grande viés a favor da grande propriedade e capitalização, em todos os mecanismos de modernização. Este embate se dá de forma contraditória, pois, por um lado o local favorece os seus agentes, por outro o território se sujeita aos ordenamentos que vêm de fora.

De todo modo deseja-se destacar neste trabalho que as cooperativas agrícolas apresentam um vínculo um território, sendo este identificado tanto como um espaço geográfico, quanto desenvolvedor de relações socioeconômicas, como será observado nos próximos capítulos.

¹² De acordo com Wanderley (2009), trata-se de agricultores que estão intimamente enraizados nos territórios que habitam e dos quais retiram os elementos definidores de suas próprias identidades socioculturais.

CAPITULO III

ATIVIDADE APÍCOLA E A DINÂMICA DE MERCADOS NA REGIÃO DE PICOS – PIAUÍ.

Neste presente capítulo busca-se situar a geografia e o histórico da formação socioeconômica da microrregião de Picos, para a compreensão do desenvolvimento da atividade apícola no Brasil, no Nordeste Brasileiro, assim como na região selecionada. Pontua-se o desenvolvimento ao longo do tempo das atividades produtivas em busca da inserção nos mercados.

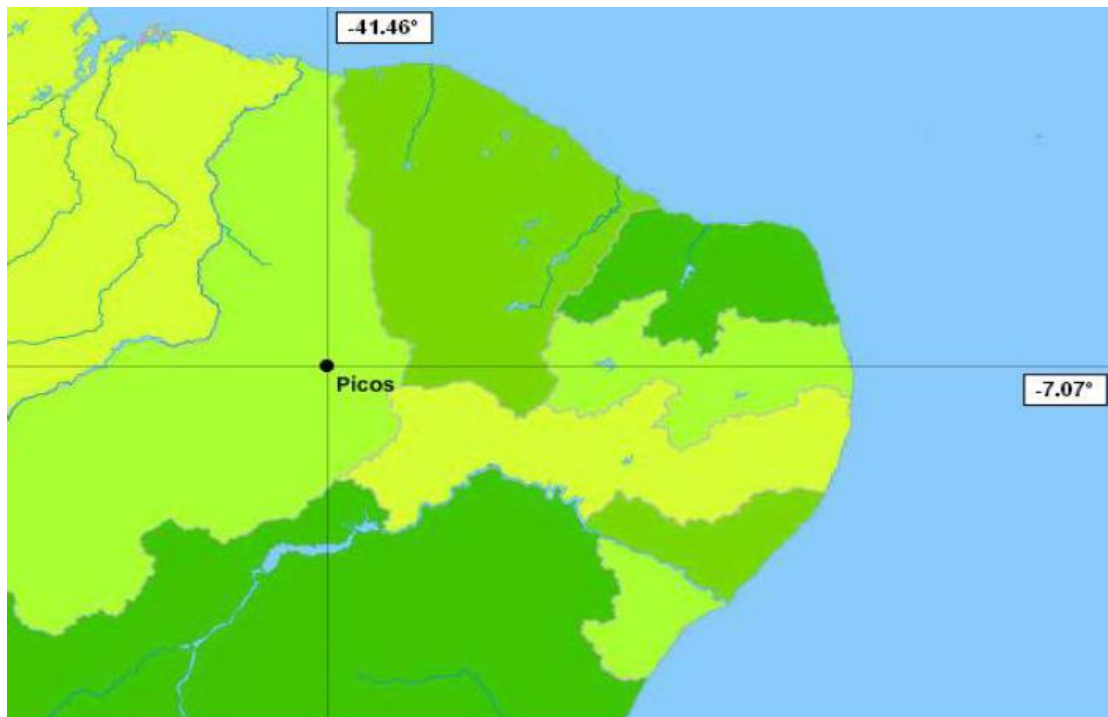
3.1. Nordeste e Piauí: a diversidade produtiva e a atividade apícola

Compreendido no meio-norte da região Nordeste, o Estado do Piauí possui, em sua formação geográfica, trechos secos, em que as caatingas se infiltram como verdadeiros bolsões, constituída por rios temporários como o Gurgueia, Piauí e Poti, transformando-se, no período da estação seca, em um vale seco com poços em alguns pontos do leito (ANDRADE, 2005). Segundo esse autor, desde o período colonial no Piauí, no âmbito do desenvolvimento da agricultura, dominada pela monocultura da soja, cacau, algodão e cana-de-açúcar, os agricultores, gaúchos em sua maioria, migraram pelas chapadas que os separavam da Bahia e seguiram pelas margens do Parnaíba para terras já ocupadas (ANDRADE, 2005).

O município de Picos, por sua vez, encontra-se na Mesorregião Sudeste do Estado do Piauí, num ponto estratégico, situado entre picos montanhosos e no entreposto de várias rodovias do Nordeste, cortado pelo trecho inicial da Transamazônica, ligando o Estado ao Maranhão, Ceará, Pernambuco e Bahia. Considerada uma cidade modelo numa relação de 50 municípios, Picos apresenta a segunda maior economia do Estado (MELLO, 2010). Para Mello (2010), Picos tem se notabilizado pelo crescimento, tanto na produção quanto na qualidade, do mel de abelha, assumindo uma posição privilegiada em todo o Nordeste. Segundo este autor, amparada por duas estruturas tecnológicas, um Centro Tecnológico da Apicultura do Piauí – CENTAPI e a uma cooperativa de segundo grau, a Casa APIS, a cidade de Picos tem demonstrado

vitalidade econômica no campo da apicultura. Essa questão ainda é facilitada com o apoio do SEBRAE. (MELLO, 2010).

Mapa 1 – Localização do município de Picos - Piauí



Fonte: IBGE, 2011.

Historicamente, a origem do município de Picos deu-se no atual município de Bocaina. Contudo, há registros que vinculam Picos à vinda do português Félix Borges Leal, no século XVIII, procedente da Bahia. Este personagem instala a Fazenda Curralinho, na considerada melhor região para agricultura e criação de gado, iniciando, assim, o núcleo populacional que deu origem a cidade de Picos, nome este atribuído em decorrência do aspecto montanhoso da localidade (IBGE 2013)¹³. As boas condições do solo atraíram compradores vindos de Pernambuco e da Bahia, com o propósito de realizar bons negócios, o que acabou por influenciar no crescimento populacional, pois muitos desses comerciantes passaram a fixar sua residência no local.

Em 1855, Picos passa do povoamento à categoria de freguesia, mas, com o aumento populacional devido ao crescimento do comércio, quatro anos depois, em 20 de dezembro de 1859 veio à elevação a categoria de vila, e Picos foi desmembrado da

¹³ O Município de Picos apresenta em seu relevo várias características, onde se destacam os inúmeros picos que se erguem nas proximidades ribeirinhas, fazendo surgir os denominados “baixões” agrícolas piauienses.

comarca de Oeiras, anexando-o a Comarca de Jaicós e assim permanecendo até o ano de 1889 (IBGE, 2013). Em 12 de dezembro de 1890, é elevada de vila à categoria de cidade. Desde a última, divisões administrativas em 1993 até os dias atuais, vários distritos foram desmembrados do município de Picos, vindo a se constituírem municípios como os de Bocaina, Francisco Santos, Santo Antônio de Lisboa, São José do Piauí, Monsenhor Hipólito e São João da Canabrava (IBGE, 2013).

Atualmente, Picos é uma cidade polo, com 80 mil habitantes, onde gravitam todos os municípios do Vale do Guaribas, formando uma população de 400 mil pessoas (MELLO, 2010).

3.2. O Histórico da produção de mel em Picos – PI

Atualmente, sobre a égide das discussões sobre globalização e território, uma nova configuração do espaço começa a esboçar uma tendência de se explorar produtos de vínculo local, assim como o surgimento de dinâmicas de desenvolvimento, a partir do associativismo e das parcerias instituídas entre atores locais (MALUF, et al. 2009; VEIGA, 2002),

No caso de Picos, é possível constatar que existe uma rede de instituições governamentais (programas governamentais) e não governamentais voltados para a implantação de projetos produtivos que imprimiram àquela região uma nova dinâmica, através do estímulo à organização dos agricultores e das agricultoras em associações e cooperativas. Estas organizações tendem a transformar a participação individual em participação grupal, constituindo um impulso, um instrumento que potencializa a capacidade produtiva e comercial de todos os associados, viabilizando suas atividades, além de oportunizar a melhor qualidade de vida e atividade social (LEGLER, 2007).

Nesse sentido, para uma melhor compreensão acerca do cooperativismo apícola, torna-se interessante apresentar como se deu a formação econômica do Nordeste e particularmente do município de Picos na atividade apícola, hoje produto “carro-chefe” da região. Observar o que há de “novo” no Nordeste viabiliza uma ampliação da visão de como este “novo” resulta de uma construção social, além da importância de apresentar as transformações socioeconômicas que estão ocorrendo nesta região, assim como em Picos, nosso caso particular de estudo. Visões tradicionais da região, que durante décadas a caracterizaram, recaem sobre o novo contexto com alternativas

econômicas apresentadas pela região. De acordo com Vilela (2000), na agropecuária, os dois espaços mais dinâmicos e de modernização agrícola são as áreas irrigadas no vale do rio São Francisco e as de cerrado das regiões sul/sudoeste do Piauí, com a produção de frutas, hortaliças e grãos predominantemente destinados a mercados externos da região. Ainda de acordo com este autor, a riqueza do Nordeste encontra-se na diversidade de alternativas de investimentos, diretamente ligada à diversidade dos recursos naturais; isso, juntamente com as possibilidades descobertas no Nordeste, incorporam empreendimentos com alcance social (VILELA, 2000).

“Isoladamente, o Piauí possui uma das maiores diversidades de ecossistemas em um mesmo Estado, o que gera uma amplitude de possibilidades a serem exploradas, a partir dessa diversidade de recursos naturais potencialmente geradores de produtos e processos econômicos e sociais, em grande sintonia com as novas características do mercado global, capazes de, por sua vez, favorecer reconversões, inserções e reinserções produtivas de diferentes grupos sociais locais” (VILELA, 2000:82).

Com efeito, a diversidade produtiva existente no Piauí vem possibilitando um crescente nível tecnológico na agricultura e na mão-de-obra, como verificado posteriormente em nosso estudo de caso. Para compreendermos como se deu historicamente este desenvolvimento, será apresentado como alguns produtos emergiram na pauta de exportação, não só no Piauí, mas especificamente a microrregião de Picos, região semiárida, que possui um conjugado de atividades de pecuária, extrativismo/agricultura e algodão.

Como visto, a base econômica histórica do Piauí foi a agropecuária, nos segmentos de criação de gado e cultura do algodão. A criação do gado bovino se deu em praticamente toda região do Piauí, já a cultura do algodão teve sua maior incidência em Picos, e caracterizou-se como uma atividade com predominância de pequenos produtores, assim como da cera de carnaúba (VILELA, 2000). Na década de 1950, por conta das matérias primas em abundância da cera de carnaúba, várias unidades processadoras se instalaram no sul do Estado do Piauí. A produção da cera de carnaúba, a qual era utilizada também para o artesanato, não era realizada por maquinário, exigindo que todo o processo fosse feito manualmente dentro da casa dos produtores. Com isso, a produção da cera da carnaúba chegou a 400 toneladas, gerando emprego para mais de 10 mil produtores (FUNDAÇÃO BANCO DO BRASIL, 2009). Atualmente, a grande quantidade de cera que ainda é extraída da carnaúba permanece

importante na pauta de exportação. Entretanto, a concorrência com as unidades agroindustriais de São Paulo tem provocado a diminuição do número de indústrias de processamento e transformação da carnaúba, pondo em xeque o futuro desta atividade.

Na década de 1970, a exemplo de outros municípios da região semiárida do Nordeste, Picos tornou-se um expressivo produtor de algodão (considerado na época como ouro branco), crescendo o número de produtores, bem como da demanda por força de trabalho na indústria têxtil. Essa produção encontrou o seu limite com a abertura comercial, criação da fibra sintética (fins dos anos 70) com o impulso da produção algodoeira em São Paulo e Paraná, e finalmente com a chegada da praga do bicudo (anos 80)¹⁴, fazendo com que os grandes produtores só conseguissem colher até 85% da sua produção, iniciando uma rápida e profunda crise nesta cultura (FUNDAÇÃO BANCO DO BRASIL, 2009).

Posteriormente, a cera de carnaúba e o algodão foram substituídos pelo alho, tornando o município conhecido nacionalmente com o título de produtor nacional de alho. Apesar disso, o alho foi pouco tempo depois retirado da lista de exportação por não mais conseguir um padrão de produto (tamanho da cabeça) exigido pelo mercado, ficando a produção restrita apenas para algumas comunidades e produtores isolados no município de Picos (FUNDAÇÃO BANCO DO BRASIL, 2009).

Mais recentemente algumas novas atividades agrícolas estão sendo desenvolvidas no município de Picos: a castanha de caju e o mel. Atualmente, estes produtos, em grande maioria, são dirigidos para nichos de mercados, nacional e internacional, de produtos com alto valor agregado, definindo uma nova cadeia produtiva na região.

Estas novas atividades se deram principalmente pela crise ocorrida com a produção do algodão - tendo em vista a proibição do seu cultivo nos anos seguintes (1985 -1990), em que os produtores buscaram a reconversão produtiva das suas atividades (VILELA, 2000). De acordo com este autor, a “saída” por meio da conversão é um processo complicado por ter que “começar do zero”. No caso de Picos não houve grandes dificuldades, porque as características particulares dos recursos naturais do Piauí possibilitaram uma gama de opções de reconversão, além da demanda e viabilidade comercial por produtos “limpos”, “verdes” e “naturais” (VILELA, 2000).

¹⁴ A versão científica do **Bicudo-do-algodoeiro** é o *Anthonomus grandis*.

No que diz respeito ao arranjo produtivo do mel, objeto particular do presente estudo, procurar-se-á situá-lo a partir do contexto da atividade apícola no Brasil.

3.3. A produção do mel no Brasil e Nordeste Brasileiro

A criação de abelhas se destaca na atividade agropecuária, desde a polinização das plantas, com o conseqüente aumento na produção de frutas e sementes, até a produção de alimentos para o sustento do homem no campo (LENGLER ET AL., 2007).

Para Gonçalves (2006), a apicultura brasileira passou por diversas fases, caracterizada entre dificuldades e conquistas. Este autor admite que o desenvolvimento da apicultura no Brasil, desde os anos de 1920, com as abelhas africanizadas¹⁵, permitiu alcançar posição de destaque em relação à potencialidade de produção de mel, dada a rica flora natural aqui existente, o fácil manejo (apicultura racional – anos 1970) e às condições favoráveis do mercado. Isso vem possibilitando a exploração da atividade apícola sem a presença de agrotóxicos, diferentemente do que acontece na agricultura convencional. De acordo com Pasin (2007), o aumento da produção brasileira de mel entre 1994 e 2005 foi da ordem de 92,69%, ficando a região Nordeste responsável por 512,23% desse volume total.

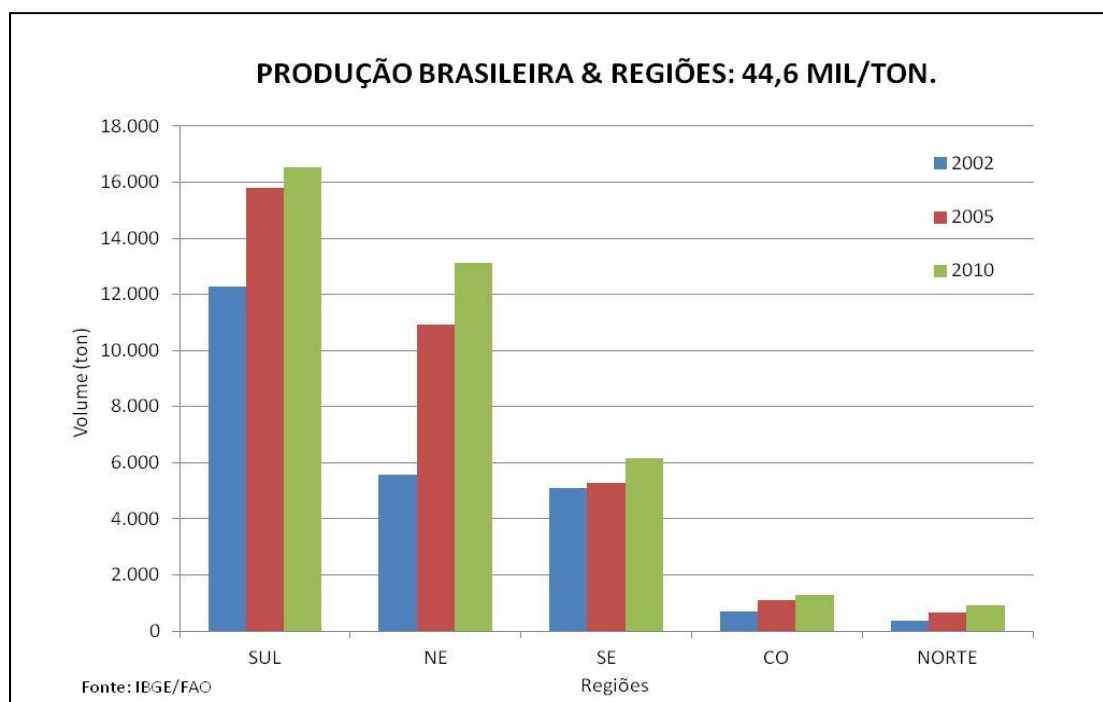
A esse respeito, este autor observa:

Este aumento expressivo na região Nordeste se deve aos incentivos financeiros, realizados nos anos 90, que proporcionaram uma capacidade de investimento considerável na atividade apícola desta região, bem como a própria inclusão do mel da região no programa da Agência de Promoção de Exportações – APEX, como produto com potencial para o mercado externo e a implantação de programas de fomento (PASIN, 2007:29).

Desde o ano de 2005 até o ano de 2010, houve um aumento gradativo da produção do mel no contexto brasileiro, no total de 44,6 mil/T, em todas as regiões, ficando o Nordeste em 2º lugar, com a média de produção de 12.500 T, perdendo o 1º lugar para a região Sul, com 16.000 T, como mostra o gráfico abaixo:

¹⁵ Em 1956, o professor Warnick Estevam Kerr, pesquisador da Universidade de São Paulo, em trabalho de revisão bibliográfica sobre apicultura, encontrou dados que mostravam que abelhas africanizadas *Apis Mellifera scutellata* são de alta produtividade. Com apoio do governo brasileiro para importação dessa raça de abelhas, uma vez que trabalha com abelhas europeias (mansa e baixa produtividade), o pesquisador foi para África, em busca de mais abelhas rainhas. As abelhas africanizadas são mestiças das africanas com as demais notadamente italianas. (GONÇALVES, 2006).

Gráfico 1 – Produção de mel Brasileira e Regiões



É importante observar que, juntamente com essas ações, o aumento da demanda do mel brasileiro no mercado internacional contribuiu substancialmente para acelerar a produção em regiões brasileiras, que até então não eram tradicionalmente conhecidas na produção do mel natural.

Contudo, os relatos evidenciam que houve momentos críticos para a apicultura vivenciados na região de Picos, especialmente no período de 2000 a 2002, repercutindo na grande instabilidade no negócio. Nesse sentido, como a extração do mel depende, em larga medida, de um bom nível de precipitação pluviométrica, a escassez de chuva na região torna-se um entrave à produção.

Mais recentemente, em 2012, a região de Picos tornou a vivenciar a gravidade relacionada ao problema da seca. A escassez de chuva devastou a vegetação, fazendo com que a falta de alimento para as abelhas provocasse na morte de muitos enxames. Isso afetou não somente a Casa APIS e suas filiadas, mas muitas outras associações de apicultores que fecharam seus negócios neste período. Outros apicultores, como forma de sobrevivência, precisaram migrar com as suas abelhas para o Maranhão, como fica claro no discurso de um dos nossos entrevistados :

[...] “Os produtores migraram para o Maranhão por conta própria. O dinheiro que eles ganham com o mel lá não deu nem pra cobrir as despesas, porque tiveram que migrar cedo. A passagem daqui para o Maranhão custa R\$120,00, somando a

outras despesas... A estiagem este ano (2012) castigou mesmo”. (Gerente Financeira da CAMPIL)

Pelo fato de as abelhas que habitam o município de Picos, do tipo africanizadas, alimentarem-se da florada do caju, em consequência da seca, a insuficiência do florescimento das espécies melíferas do caju no atendimento às necessidades das abelhas, fez com que essas procurassem o pseudofruto do cajueiro, que costuma produzir um mel escuro, de pouco valor comercial (VILELA, 2000) principalmente para exportação. Desse modo, com a baixa oferta de mel comercial quando comparada a demanda dos mercados, fica explícito o problema da comercialização, como ressaltado pelo Gerente Comercial da Casa APIS:

“Tem muito espaço pra colocar esse mel, mas nós não temos condições de atender porque não tem produção suficiente”.

No Piauí, a atividade apícola está relacionada ao início dos anos 1980, com a vinda de apicultores de outros estados, atraídos por uma região que já era conhecida pela produção extrativista dos “meleiros”¹⁶. Vários órgãos públicos, destacando-se a extinta Comissão Estadual de Planejamento Agrícola (CEPA-PI) e do Instituto de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado do Piauí (EMATER-PI), com o apoio de programas especiais coordenados pela SUDENE, passaram a apoiar a cadeia produtiva apícola e o beneficiamento do mel (MELLO, 2010).

As iniciativas de organizações não governamentais, como a Igreja Católica, em seu trabalho de assistência social, em que se destaca o trabalho do Centro Educacional São Francisco de Assis (CEFAS), e o SEBRAE-PI, com o fomento a projetos agroindustriais e ao associativismo, resultaram na primeira cooperativa de apicultores do Nordeste, a Cooperativa Apícola da Microrregião de Picos (CAMPIL), criada em 1985. No Brasil, entre os principais Estados produtores de mel, cinco pertencem à região do Nordeste (Ceará, Piauí, Bahia, Pernambuco e Rio Grande do Norte), sendo que o Piauí, no ano de 2005, superou a produção do Estado de Santa Catarina (este ocupa o 4º de maior produtor nacional) e alcançou o nível de produção do Estado do

¹⁶ A prática extrativista é realizada de maneira predatória, porque não adota nenhum tipo de manejo preservador das abelhas. Comumente, este tipo de produtor é chamado de “meleiro”, por adotar um procedimento que mata ou espanta abelhas, cuja colmeia é encontrada em troncos de árvores (VILELA, 2000).

Paraná, conquistando a 2ª (segunda) posição em relação ao volume de produção de mel (PASIN, 2007; SEBRAE-PE, 2011). Contudo, de acordo com a tabela 3, em 2009, o Estado do Paraná volta a alcançar a 2ª posição, e o Piauí ocupava a 5ª colocação com o município de Picos em sexto entre os municípios, produzindo em média 421/t de mel.

Tabela 2 – Informações gerais sobre a apicultura no Brasil/Nordeste

Posição 2009	Estado Produtor	Produção de Mel/Tonelada	Participação do Nordeste entre os 10 mais no Brasil
1°	Rio Grande do Sul	7.155	
2°	Paraná	4.831	
3°	Ceará	4.734	X
4°	Santa Catarina	4.514	
5°	Piauí	4.278	X
6°	Minas Gerais	2.605	
7°	São Paulo	2.103	
8°	Bahia	1.922	X
9°	Pernambuco	1.594	X
10°	Rio Grande do Norte	1.594	X

Fonte: IBGE, 2009; Elaboração: SEBRAE/PE 2011

A apicultura brasileira, com o domínio da técnica de manejo das abelhas africanizadas, proporcionou ao Brasil capacidade de explorar melhor o potencial da flora brasileira, fato este que a partir do ano de 2000, fez com que o mel brasileiro tenha se tornado conhecido no mercado internacional. A China, até então a maior produtora mundial deste produto, ocupando o 1° lugar, com 367.219/t de mel no ano de 2011, perdeu espaço na comercialização dos mercados globais no período entre 2000 e 2003. Isso foi resultado, em grande medida, do repúdio dos mercados globais à utilização de agrotóxicos utilizados por aquele país (PASIN, 2007).

Contudo, alguns fatores fizeram com que a exportação brasileira não permanecesse estável, o que acabou por derrubar o preço do mel, exigindo um novo ajuste na oferta e na demanda. Mediante esse contexto, a busca de uma maior produtividade e comercialização, a integração positiva entre as cooperativas e os demais

agentes participantes do processo produtivo viabilizaram a superação das dificuldades comuns e propiciaram condições para enfrentar a concorrência no mercado (PASIN, 2007).

Para Lorange (1996 apud PASIN, 2007), a realização de parcerias e cooperações promove benefícios como absorção de novos conhecimentos; inovação tecnológica, desenvolvimento gerencial, difusão de informações, criação de novos produtos e exploração de potencialidades específicas. De tal modo, produtores especializados ou em cooperação, poderiam incorporar mais um elo da cadeia produtiva, ampliando as atividades além da produção animal, no sentido da indústria, em micro e pequenos empreendimentos. O arranjo surgiu desses pequenos empreendimentos, normalmente informais, no contexto da "explosão doce", ocorrida nos anos 80. Em Picos, o trabalho e o exemplo dos apicultores especializados imigrantes e a atuação dos órgãos estaduais e das ONGs ampliaram vantagens comparativas da cidade, tais como a posição central em relação à região produtora do mel, naquela época ainda predominantemente extrativista, bem assim à função histórica de centro comercial regional, reforçada pela implantação de infraestrutura de transportes, energia e comunicações, a partir dos anos 70.

Nesse sentido, antes de analisar a Casa APIS, é fundamental reconstituir o processo histórico da formação do Arranjo Produtivo Local (APL), assim como da construção do cooperativismo em Picos.

De São Paulo vieram para o Piauí, na metade da década de 1970, os primeiros apicultores, iniciando a exploração do mel de forma racional. A chegada de duas famílias tradicionais, Wenzel e Bende na cidade Picos, ambas com seu *Know how*¹⁷, começaram a desenvolver a apicultura de forma empresarial, marcando o início desta atividade voltada para o mercado, em contraste com os pequenos comércios dos "meleiros" (VILELA, 2000). Cabe dizer que, ao longo do tempo, estas famílias "acumularam um *savoir-faire* técnico e sistema de relações próprias, consolidando formas culturais que geram economias e explicam a razão de sua perenidade" (VÁZQUEZ BARQUERO, 2001:41). Com efeito, em 1980, foi elaborada pela Fundação CEPA- PI, o Projeto Apicultura – PROAPI, visando aproveitar o potencial

¹⁷ Termo em inglês que significa "saber como". O *Know-how* é o conjunto de conhecimentos práticos (tecnologias, técnicas, procedimentos, etc.) adquiridos por uma empresa ou um profissional, que traz para si vantagens competitivas.

melífero do Estado, a fim de beneficiar 83 municípios, com a capacitação de mais de mil apicultores, em um período de cinco anos, de 1981 a 1985 (VILELA, 2000).

Entretanto, apesar da alta produção local, alguns problemas com a comercialização provocados ainda pelo baixo conhecimento em torno da atividade, pela falta de mercado para escoar a produção e baixo consumo interno, levaram os apicultores a fundar a primeira cooperativa de mel, a Cooperativa dos Apicultores da Microrregião de Picos - a CAMPIL, como expresso no depoimento do Gerente Financeiro da Casa APIS a seguir:

“Só que no primeiro momento já começou a ter problemas com a comercialização. Não tinha consumo interno, e não tinha conhecimento para vender fora do Piauí. E aquela dificuldade imensa levou os apicultores a pensarem em fazer a primeira cooperativa, a CAMPIL, isso lá em 1985”.

Verifica-se nesse sentido que a criação da CAMPIL, no começo dos anos de 1980, cria uma nova dimensão socioeconômica da atividade, crescendo significativamente o interesse de uma quantidade relativa de apicultores isolados e de “meleiros” em organizações associativas em Picos. Pelos anos seguintes, precisamente até o ano de 1995, ações referentes à atividade sofreram investimentos do Governo Federal, Estadual e Municipal, e de organizações não governamentais, principalmente aquelas vinculadas a Igreja Católica, como será visto posteriormente neste trabalho.

Contudo, mesmo com o desenvolvimento da apicultura no Estado do Piauí, a prática da atividade, a partir dos anos de 1990, provocou uma crise na agricultura tradicional, ao mesmo tempo em que promovia uma viabilidade econômica da atividade apícola (VILELA, 2000). Ainda nos anos 1990, a exportação da produção de mel no Estado do Piauí era praticamente desconhecida para a maioria dos apicultores. O mercado europeu, especialmente na França, Inglaterra e Alemanha, era, em grande medida, dominado por algumas empresas de importação e exportação de produtos apícolas (VILELA, 2000).

Vê-se, então, que esse contexto contribuiu para uma crescente busca pela atividade, aumentou o número de apicultores; antes da reconversão eram agricultores de produtos alimentícios tradicionais (milho, feijão, arroz) e também do algodão, ao enxergarem no mel a possibilidade de incremento na ocupação e na renda familiar, passaram a praticá-la mesmo sem informações, ou mesmo parâmetros exigidos pelas instituições responsáveis pelo processo de normatização e regulação (VILELA, 2000). O autor acrescenta que, com a conseqüente demanda pela atividade, a busca por cursos

de qualificação cresce, porém as instituições públicas estaduais não priorizavam a atividade, carecendo de assistência técnica, tendo em instituições não governamentais, como o Centro Educacional São Francisco de Assis – CEFAS, apoio para a realização de cursos na área (SEBRAE).

Na década de 1990, houve um aumento significativo de apicultores ativos na região de Picos, devido principalmente ao domínio que, aos poucos, os produtores passavam a adquirir na produção e comercialização do mel. Ainda na primeira metade da década de 1990, o Banco do Nordeste passou a investir na atividade em todo o Estado do Piauí, passando a sugerir ideias para a criação de cooperativas e associações apícolas, provocando um verdadeiro *boom* da apicultura.

De tal modo, a partir de uma experiência de organização de cooperativas em Minas Gerais, os apicultores locais compreenderam que os entraves formalizados entre as cooperativas da região de Picos não contribuiriam para o crescimento econômico das cooperativas e do território. Foi, portanto, a partir de 1993 que algumas lideranças locais passaram a refletir sobre a criação de uma cooperativa de segundo grau, isto é, uma central de mel, como uma forma de assegurar uma comercialização mais efetiva do mel da região nos diversos mercados.

A história da central de cooperativas amadureceu a partir uma demanda de clientes integrantes de uma associação em São Paulo interessados pela compra do mel de Picos. Tal iniciativa favoreceu a vinda da Federação das Cooperativas de mel, da capital Teresina a Picos, a Federação das Entidades Apícolas do Estado do Piauí – FEAPI - atualmente alicerçada pela União Nordestina de Apicultura e Meliponicultura – UNAMEL, entidade representativa da Apicultura do Nordeste, constituída pelas nove Federações Apícolas do Nordeste. Tal estratégia foi identificada como decisiva, segundo relatado, para que os apicultores tivessem conseguido trazer a Federação para Picos. A partir desse contexto, os apicultores perceberam a necessidade da união e da articulação das cooperativas como forma de fortalecimento da Federação. O primeiro passo foi o projeto de construção de uma central de comercialização, a CENTAPI. Todo este esforço de mudança fica claro no discurso de Vásquez Barquero (2001) quando afirma que as necessidades e demandas dos atores locais ganham forma e força através da participação ativa da comunidade envolvida, independente dos ganhos em termos da posição ocupada pelo sistema produtivo local, buscando também bem-estar econômico

(aspectos produtivos), social (qualidade de vida) e cultural (sedimentação de uma prática) da comunidade local.

Desse modo, a CENTAPI representava uma iniciativa dos produtores de mel em parceria com vistas à organização produtiva do mel da região. O desejo de instalação da Federação em Picos, juntamente com a CENTAPI, visava a uma possível solução para o problema da comercialização, expresso por um dos entrevistados:

“A gente estava querendo resolver esse negócio de comercialização. Com a Federação em Picos, a gente fortaleceu e queria uma coisa nossa, e queria instalar esse negocio aqui em Picos” (Gerente financeiro da Casa APIS).

Entretanto, o projeto só prosperou em 2004, com a proposta da Organização Intereclesiástica de Cooperação para o Desenvolvimento (ICCO). O objetivo da ICCO é proporcionar ajuda financeira e assessoria a organizações locais e a redes, em diversos pontos do mundo, a pessoas e organizações engajadas na conquista do acesso aos serviços sociais básicos, na construção de um desenvolvimento econômico justo e na promoção da democracia¹⁸. De acordo com o nosso informante, a ICCO teria apresentado uma proposta em 100 universidades com interesse em trabalhar no Nordeste, quando fora eleita a cidade de Picos, pelo seu perfil de grande produtora de mel. Em seguida, foram realizadas reuniões com as cooperativas apresentando propostas para a cadeia produtiva do mel. Depois de uma fase difícil de negociação e tendo a proposta aceita, a ICCO recrutou gerentes, agrônomos, administradores, entre outros profissionais, para a realização de um levantamento das necessidades existentes. Assim, chegou-se à conclusão da necessidade da presença de uma central de comercialização. Neste período, a Fundação do Banco do Brasil, juntamente com o Serviço Brasileiro de Apoio ao Empreendedor e Pequeno Empresário (SEBRAE) e o programa UniSol (Universidade Solidária), articularam e implementaram alguns projetos e ações sociais de Instituições de Ensino Superior (IES), em parceria com empresas públicas e privadas, organizações do Terceiro Setor e comunidades, fomentando, assim, o projeto da Central com a Federação. Finalmente, em 2005, foi fundada a Central de Cooperativas Apícolas do Semiárido Brasileiro – a Casa APIS.

¹⁸ Disponível em: < <http://www.icco.nl/pt/home>>. Acessado em: 15 de julho de 2011.

Após a fundação da Central, em 2005, foram realizadas várias assembleias com as cooperativas de mel da região e, em meados de 2006, foi dado início ao processo de construção da sede e a aprovação do recurso da CENTAPI. Desse projeto, surgiu a necessidade da construção de um espaço para o manejo do mel. Assim, por meio de uma ação conjunta entre a Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e Parnaíba (CODEVASF) e o Governo do Estado do Piauí, foi criado um centro tecnológico auxiliar no aumento da produção, manejo e exportação. Neste centro, o objetivo era a capacitação dos produtores, assistência técnica e incubação, como coloca o diretor Comercial da Central de cooperativas:

“Sentamos com a CODEVASF, com o Governo do Estado do Piauí para construir um centro tecnológico para ajudar no aumento da quantidade e como já existia um empreendimento de manejo e para exportar só dá em grande quantidade e como já existia outro empreendimento de comercialização a gente fez um centro tecnológico. Aí lá tem uma capacitação pros produtores e uma assistência técnica e a questão de incubadoras” (Gerente Comercial da Casa APIS).

Segundo o Gerente Comercial, a construção da Casa APIS foi resultado da participação de vários parceiros, a exemplo da Fundação Banco do Brasil (FBB), através do Programa Ação Brasil, financiando a estrutura física; do SEBRAE, que tem por orientação do governo alinhar suas políticas ao apoio de projetos voltados para o pequeno e grande empresário dentro de uma visão territorial, a partir de um conceito de APL, motivando os atores locais a aproveitarem as capacidades de sua localidade (AZEVEDO, 2012). A parceria com o SEBRAE consiste na capacitação, participação em feiras e em eventos e financiamento das viagens dos presidentes e consultores, e a UniSol¹⁹, que ficará responsável pelo fornecimento de um consultor de gestão, capaz de garantir uma gestão mais profissional e um maior controle de qualidade.

“Foi quando em 2004 chega uma proposta pra nós da ICCO de um trabalho que tem em 100 Universidades com a sede em São Paulo, que queriam trabalhar no Nordeste e que escolheram o Piauí e dentro do Piauí a Apicultura né, que tá mais organizado. Convidou as cooperativas para uma reunião, no mês de maio, nessa proposta do que podia fazer pela apicultura. Mas sem acreditar muito devido aos montes de problemas que vinha

¹⁹ A UNISOL é uma central localizada em São Paulo e fundada em 2003. Formada por sete empreendimentos, considerados falidos, foram comprados por trabalhadores que se tornaram autogestionáveis. Hoje o empreendimento possui mais de 500 empreendimentos filiados. Nesse sentido, foi criada a UNISOL Brasil em 27 estados.

acontecendo dentro da Federação nós demos um voto de confiança e começamos a trabalhar com eles. Aí eles contrataram gerentes, agrônomo administrador pra fazer um levantamento, conhecerem as cooperativas os apicultores, viu as necessidades que realmente existiam. Aí eles chegaram a conclusão, dentro deste projeto, que seria necessário uma central de comercialização. Nesse período entra a Fundação Banco do Brasil, o SEBRAE e a Unisol. Formou-se a Pró-mel que pegou o projeto da central com a federação e encaminhou a Fundação Banco do Brasil. Em 2005, a gente fundou a central que teve várias reuniões, assembleias com todas as cooperativas, em junho a gente fundou a central, a Casa APIS” (Gerente Comercial da Casa APIS).

Atualmente, na relação dos estabelecimentos existentes no Arranjo Produtivo Local (APL) de Picos, juntamente com a Casa APIS, constam seis organizações da categoria “Entrepasto de Mel e Cera de Abelhas” (CAMPIL, COOAPI, Casa APIS, Mel Wenzel, MELNOR WENZEL, NUTRITIVO MEL, Bom Mel, AAPI/COMAPI) e uma indústria especializada em máquinas e equipamentos para apicultura (APIAGRO). O APL de Picos é formado por micro e pequenas empresas que oferecem aproximadamente 150 postos de trabalho direto.

Em suma, a alternativa para um desenvolvimento local está em soluções endógenas, que promovam o desenvolvimento a partir de dentro das comunidades, estimulando e desenvolvendo processos de produção e valorização das culturas e saberes local (SACHS, 2009). Foi com este propósito, apontado pelo autor, que este empreendimento cooperativo foi viabilizado com investimentos de recursos financeiros, políticos e de gestão, entre várias instituições que participaram deste projeto, visando promover e fortalecer a cadeia produtiva do mel, junto aos produtores e produtoras de mel de Picos (SACHS, 2009).

CAPITULO IV

A CENTRAL DE COOPERATIVAS APÍCOLAS DO SEMIÁRIDO BRASILEIRO – A CASA APIS

O presente capítulo situa o estudo de caso selecionado, a Central de Cooperativas Apícolas do Semiárido Brasileiro – a Casa APIS, como se formou o seu modelo de gestão e a estrutura organizacional, que influenciaram no seu desempenho nos espaços de mercados internos e externos, pontuando suas estratégias e desafios. Aborda também, a estrutura e estratégias de produção e comercial da Central, por meio das certificações, bem como as parcerias instituídas, capacitações, assistência técnica e os projetos.

4.1. A Central de Cooperativa e suas filiadas

Como já sublinhado, a região de Picos vem firmando a sua importância no campo da produção de mel, mudando o cenário de uma região que, no passado, teve na produção de algodão o seu principal produto. E, nesse contexto, as cooperativas vêm exercendo um papel de destaque na organização dos produtores e no aumento da oferta de produtos, corroborando os estudos que identificam no cooperativismo agrícola um instrumento importante para a reorganização produtiva e dinamização dos territórios (MARTÍNEZ & PIRES, 2002).

A Casa APIS, enquanto empreendimento da economia solidária coordena, de acordo com seu estatuto, desenvolve cadeia produtiva do mel com um foco econômico, sócio educacional e ambiental.

Enquanto central de cooperativas, a Casa APIS se constitui como uma cooperativa de 2º grau, com a missão de integrar os apicultores por meio de uma cultura da cooperação, garantindo-lhes um retorno econômico justo (MDIC, 2007).

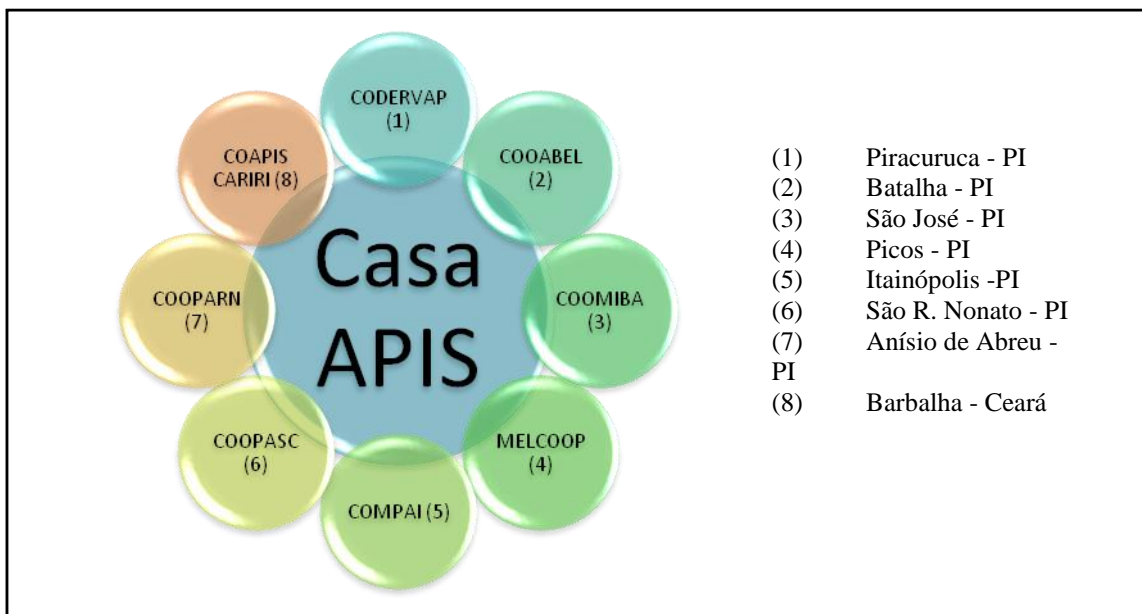
De acordo com a Lei 5764/71, que ampara as práticas cooperativas, uma Central ou cooperativa de 2º grau é constituída por no mínimo três cooperativas singulares ou de 1º grau que desenvolvam uma atividade comum. Como já observado, as cooperativas de 2º grau são agrupadas, por sua vez, em torno de uma cooperativa de 3º grau ou Confederação. Menutole (1997) chama a atenção para a importância da organização das cooperativas singulares ou de 1º grau para a sedimentação do movimento cooperativo.

Crúzio (2003), por sua vez, destaca que as centrais de cooperativas representam os interesses sociais, políticos e econômicos das cooperativas singulares em torno das Organizações das Cooperativas Estaduais (OCE's) e da Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB).

A Casa APIS, também de acordo com o seu estatuto, no artº. 15, propõe-se a organizar de forma qualitativa os produtores de mel no município de Picos, pertencentes a cooperativas singulares, visando à viabilização conjunta da produção e da comercialização. Além disso, está dentre os seus objetivos a certificação e o beneficiamento do produto, garantindo-lhes a qualidade necessária, para, ao mesmo tempo, competir com os mercados mais exigentes e fortalecer a economia local com uma produção de qualidade. Ao serem estimulados a agregar valor à matéria-prima, os produtores passariam, na perspectiva da Central, a ampliar significativamente as suas oportunidades de geração de trabalho e renda. Essa é a razão pela qual a Central se propõe a melhorar, cada vez mais, o manejo, a produção, e a comercialização do mel nos diversos mercados.

Apoiada num quadro social composto por 960 apicultores/cooperados e com uma área de atuação entre os estados do Piauí e Ceará, opera em 231 localidades de 58 municípios. Atualmente, estão a ela filiadas oito cooperativas em que, de acordo com o artº. 17 do seu estatuto, “a admissão de cooperativa efetiva-se mediante a aprovação da proposta de filiação pela Assembleia Geral, cumpridas as formalidades estatutárias e assinatura pelo representante legal, no Livro de Matrícula”. Destas oito filiadas, sete estão no estado do Piauí e uma no estado do Ceará, assim distribuídas: No Piauí, CODEVARP, COOABEL, COMPAI, MELCOOP (primeiro polo de produção de mel do Estado, representando metade da Casa APIS, em torno de 450 sócios), COOMIBA (segundo polo de produção de mel), a Cooperativa dos Apicultores de São Raimundo Nonato – COOPARN, a Cooperativa dos Agricultores e Apicultores da Serra da Capivara – COOPASC (terceiro polo de produção de mel) e a localizada no Ceará, a COAPIS CARIRI. Como parceira futura, a COOPIX, uma cooperativa formada por 25 apicultores, está em fase de filiação a Casa APIS, por meio do projeto ADRS - Agentes de Desenvolvimento Regional Sustentável. O Sistema Cooperativo da Casa APIS e sua área de abrangência das cooperativas singulares filiadas encontram-se representados na figura abaixo.

Figura 2: Sistema Cooperativo da Casa APIS e sua área de abrangência



Fonte: Casa APIS, 2012. Adaptação: o autor, 2013.

Dentre os onze direitos das filiadas descritos no Estatuto Social da Casa APIS (2013), artº. 17, julga-se importante destacar: Participar dos resultados das operações da Casa APIS, incluindo os juros sobre o capital integralizado, em conformidade com o disposto neste Estatuto, no Regimento Interno e nas demais decisões desta; Utilizar-se dos serviços prestados pela Casa APIS; Participar da Assembleia Geral, discutindo e votando os assuntos constantes da ordem do dia; Indicar candidatos para compor chapas às eleições da Diretoria Executiva e do Conselho Fiscal; Votar nas eleições dos órgãos da Casa APIS; Recorrer junto à Assembleia Geral quando as decisões da Diretoria Executiva da Casa APIS forem conflitantes com os dispositivos estatutários ou legais; Solicitar, por escrito, à Diretoria Executiva, com direito à resposta no prazo máximo de quinze dias, informação específica sobre os negócios da CASA APIS, que será divulgada também às demais filiadas; Receber repasse das verbas do Fundo de Assistência Técnica, Educacional e Social, a partir do ano seguinte ao da sua admissão obedecida as condições estatutárias e regulamentares, e receber regularmente as informações concernentes aos interesses mercadológicos e financeiros da CASA APIS e os relatórios sobre os negócios por ela realizados.

Assim como suas obrigações, de acordo com o Artº. 18, do Estatuto social da Casa APIS (2013), compreendem: Organizar, dentro de sua área de atuação, os núcleos de produtores; Assegurar o escoamento da produção até a unidade industrial pertencente

à Central; Viabilizar, naquilo que lhes couber, os financiamentos de seus sócios; Assegurar que sejam implementados o planejamento e as políticas de produção apícolas definidas pela Central; Envidar os esforços necessários para que se possa efetivar políticas adequadas nas áreas de desenvolvimento da cadeia produtiva da apicultura, pesquisa aplicada, capacitação e assistência técnica; Enviar toda sua produção apícola à central para fins de beneficiamento, comercialização ou para outras finalidades previamente acordadas.

A Casa APIS e suas filiadas estão concentradas em um mesmo espaço geográfico, formando e formalizando uma política central de valores e princípios que, de acordo com Azevedo (2012), privilegiam uma dinâmica comum, criando um ambiente favorável ao desenvolvimento local. Reagrupadas em rede, as cooperativas de primeiro grau podem estabelecer parcerias e/ou alianças para se fortalecerem em relação aos concorrentes externos, apresentando-se melhor equipadas para atender as demandas dos mercados internacionais, mais seletivos em termos de qualidade (AZEVEDO, 2012). Assim, ao focalizar a dinâmica do local e do território, a literatura chama a atenção para os enfoques de cadeia e relações horizontais e os seus efeitos positivos na acumulação de conhecimentos e práticas coletivas em um determinado local (WILKINSON, 2008).

4.2. A estrutura organizacional

A Casa APIS organiza suas tarefas em dois eixos principais: o primeiro, por meio da direção executiva, do conselho fiscal e do conselho consultivo, que se detém na gestão estratégica da Central, garantindo a ética dos negócios em conformidade com a sua missão social, política e econômica. Nessa perspectiva, a dimensão ética dos negócios pode ser identificada como “um conjunto de valores e crenças compartilhados que interage as pessoas, as estruturas da organização, os processos de tomada de decisões e os sistemas de controle de uma empresa para produzir normas de comportamento” (DIAS, 2008:203).

De acordo com o Artº. 29 do Estatuto Social da Casa APIS (2013), o mandato das diretorias duram quatro anos, ocorrendo a eleição no período de 1 de janeiro a 31 de março, possuindo cada chapa um membro de uma cooperativa singular. Nesse contexto, a Assembleia Ordinária, de acordo com o Artº 37, deve ser realizada anualmente até o último dia útil do mês de março para deliberar sobre os seguintes assuntos:

I. Prestação de contas da administração, consubstanciada pelo Relatório Anual da Administração, contendo:

- a) Relatório das atividades desenvolvidas no exercício;**
- b) Balanço Patrimonial;**
- c) Demonstração do Resultado do Exercício;**
- d) Demonstração de Sobras e Perdas Acumuladas;**
- e) Demonstrações das Mutações do Patrimônio Líquido;**
- f) Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos;**
- g) Parecer do Conselho Fiscal;**
- h) Parecer dos Auditores Independentes.**

II. Destinação da sobra apurada ou a forma de cobertura das perdas e prejuízos;

III. Eleição do Conselho Fiscal e, quando for o caso, da Diretoria Executiva;

IV. Planejamento Estratégico para o exercício seguinte;

Nesse contexto, a Diretoria Executiva é formada pelo conselho de representantes, que constituem a assembleia geral da Casa APIS²⁰. Cada cooperativa singular filiada elege por meio da sua assembleia geral seis representantes (têm direito de votar e serem votados), formando o Conselho de Administração da assembleia geral da Central. Assim sendo, de acordo com o Artº 29, parágrafo 6,º do Estatuto Social da Casa APIS (2013), com objetivos democrático e igualitário, propõe que as cooperativas singulares filiadas que possuem o número menor ou igual a 100 associados indiquem seis membros; aquelas que possuírem 50 cooperados a mais, ou seja, cada cooperativa singular que possuir 150 associados tem o direito de indicar um delegado, mais os seis membros; as que possuem 200 cooperados indicam dois delegados mais, seis membros. Por meio deste grupo constituído na assembleia geral da Casa APIS é eleita a direção geral. Pelo estatuto, a assembleia da cooperativa singular filiada indica como representante na assembleia geral da Central não somente o Presidente, como também qualquer membro.

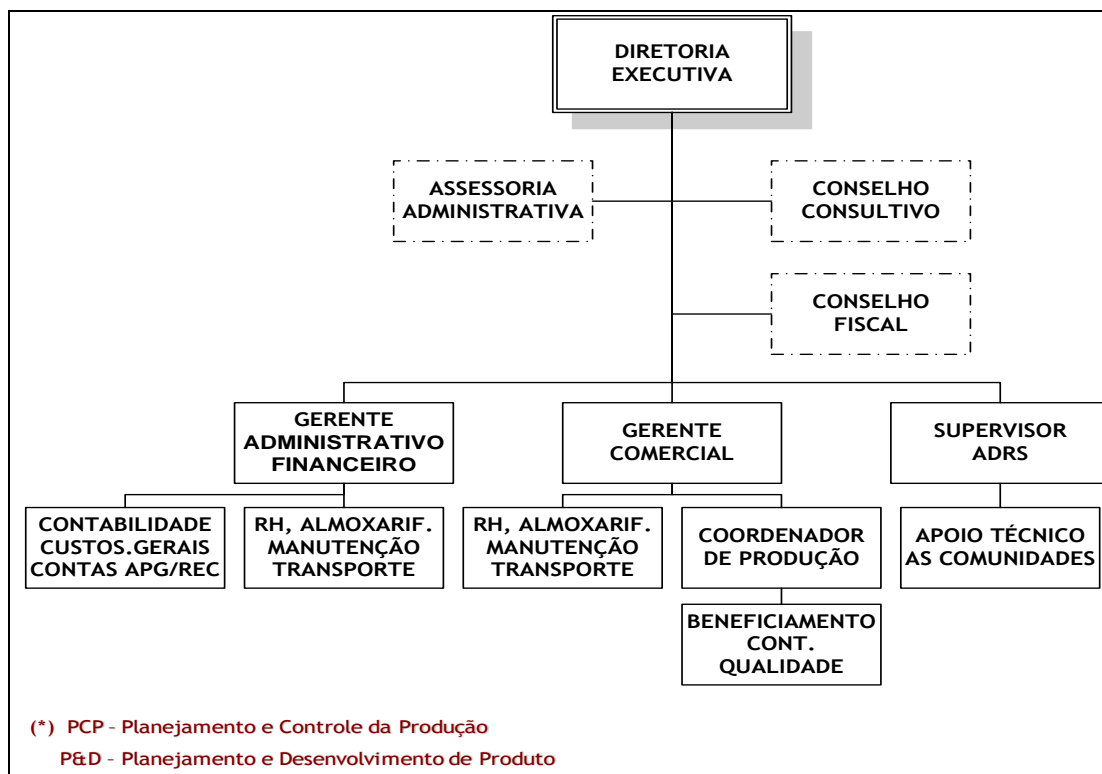
Por sua vez, a Direção Executiva é composta por um representante eleito de cada cooperativa singular filiada, que totalizam em nove membros: oito diretores de produção apícola e um diretor geral. Por conseguinte, os diretores de produção apícolaelegem entre eles o diretor administrativo financeiro, instituído com o papel de

²⁰Artº 29: A Assembleia Geral é o órgão máximo da CASA APIS, com poderes para definir metas, diretrizes, tomar decisões visando ao desenvolvimento e à defesa dos interesses da CASA APIS e julgar recursos contra atos de outros órgãos da CASA APIS, dentro dos limites legais e estatutários, cujas deliberações vinculam todas as filiadas, ainda que ausentes ou discordantes.

secretário e tesoureiro. O conselho consultivo da Casa APIS é composto até cinco representantes eleitos em assembleia geral de cada qual das filiadas, e até três representantes de cada qual dos parceiros (FBB, SEBRAE, CODEVASF etc.) dos projetos desenvolvidos pela CASA APIS, observado no Artº. 63 do Estatuto Social da Casa APIS (2013), o qual tem a função de apresentar propostas para o planejamento estratégico da Central.

O segundo eixo é responsável pela execução da gestão operacional de suas atividades, por meio da Gerência Comercial e Gerência Administrativa Financeira, e por meio da Supervisão dos Agentes de Desenvolvimento Regional Sustentável - ADRS. A gerência administrativa financeira responde pela função de contabilidade, logística e recursos humanos. A Gerência comercial tem como função realizar os negócios à medida que recebe os pedidos das demandas do mercado interno e externo, incluindo as estratégias e operações de comercialização do mel. Subordinados à gerência comercial está a Coordenação de Produção, responsável pela demanda da produção do mel, monitoramento e controle da matéria prima, estabelecendo comunicação com o gerente comercial, os Recursos Humanos e Almoxarifado. Composto o quadro das gerências encontra-se a Supervisão ADRS, um tipo de assistência técnica ou de transferências de tecnologias e desenvolvimento da base produtiva. Compõem a equipe 20 agentes, que são escolhidos pelas comunidades, que indicam 3 pessoas a serem capacitadas, em que um será escolhido como agente multiplicador. Aqueles atuam na região há 5 anos, passando o número de agentes de 20 para 47. As gerências, tanto quanto a supervisão ADRS, são responsáveis pela produção, e suas instâncias são também responsáveis para assessorar o Conselho de Administração nas tomadas de decisão. A estrutura organizacional da Casa APIS fica exemplificada na figura 3:

Figura 3: Estrutura Organizacional da Casa APIS



Fonte: Casa APIS, 2012. Adaptação: o autor, 2013.

Via de regra, a estratégia de gestão desenvolvida pela Central se baseia num processo de capacitação permanente dos agricultores no qual o *savoir fair* dos produtores passa a ser acrescido de capacitação e estímulo à inovação tecnológica. Nesse sentido, de acordo com Wilkinson (2008), os conhecimentos tácitos, que são inseparáveis das pessoas e do lugar, são de suma importância para o reconhecimento das tradições, que são redefinidas a partir de novos conhecimentos, valores, regulamentações e demanda noção a qual resulta na valorização do produto, “agregando valor”, pensado como um mecanismo tanto para aumentar rendas como retê-las na economia local.

Com efeito, este modelo de gestão adotado pela Central reflete uma tendência mundial na gestão de cooperativas, imposta por uma economia globalizada, contribuindo para uma maior independência na tomada de decisões (PIRES, 2004).

Os investimentos realizados na gestão cooperada e na modernização do processo produtivo do mel têm, de acordo com MDCI (2007), provocado impactos positivos no mercado apícola da macrorregião de Picos, chegando a transformar o Estado do Piauí no maior produtor de mel do Nordeste e o segundo do País, com um volume de 4,5 mil

toneladas em 2005. Isso fez com que o Piauí deixasse o 27º, alcançando o 4º lugar no ranking dos produtores internacionais de mel.

4.3. Crescimento e desenvolvimento: as estratégias produtivas e comerciais da Casa APIS

Atualmente, a Casa APIS comercializa 32 tipos de produtos²¹, aí incluídos os principais para o mercado nacional e regional: Sachê 100g, 200g e 1000g, Bisnaga Pet 270g, 340g e 470g; e destinados ao mercado externo: o Honey Tambor 280Kg e Honey Tambor 280Kg Orgânico. Tal diversidade de produtos permite uma capacidade de processamento de 2.000 Toneladas/ano de mel, amparada por um plantel (área) de 42.000 colmeias agrupadas em 39 casas de mel das suas cooperativas coligadas. Dentre essas casas de mel, uma se encontra habilitada para o mercado europeu e 36 para o mercado norte-americano. Por intermédio da Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e Parnaíba (CODEVASF), dentre as 36 casas de mel já construídas, 14 estão sendo reformadas para atender aos padrões de higiene e produção exigidos e, em fase de conclusão, há a construção de mais 2 casas de mel, somando no total 38. Os pré-requisitos para atender as exigências do mercado nacional e principalmente internacional são solicitados por meio do Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal, Coordenação Geral de Inspeção e Divisão de Inspeção de Leite, Derivados, Mel e Produtos Apícolas do Ministério de Agricultura e de Abastecimento, do Governo Federal Brasileiro. Estes órgãos determinam os detalhes das instalações das casas de mel no âmbito geral, os quais a Casa APIS deve seguir as exigências mínimas, a exemplo: as casas de mel serem edificadas em áreas pouco povoadas; em terreno com cobertura que evite formação de poeira e acúmulo de água; evitar estar anexa a residências; dispor de água potável e instalação de fossas sanitárias ou rede de esgotos; lâmpadas com proteção que evite a queda de estilhaços; portas e janelas teladas; piso resistente a impacto e que permita a devida higienização; paredes de cor clara, preferencialmente, com impermeabilização mínima de 2 metros; pia com torneira de acionamento não manual e barreira sanitária no local de entrada dos funcionários. Tais requisitos são para atender a demanda de um mercado exigente, que busca qualidade e segurança nos produtos que consomem.

²¹ Ver lista completa do mix de produtos na tabela nos anexos.

Ainda dentre os fatores que contribuem para a estrutura de produção e estratégia de mercado, a Casa APIS conta com o aparato tecnológico, que intercala entre a cultura do mel por parte dos apicultores, com a finalização dos seus produtos para o comércio. Portanto, no que se refere a equipamentos e tecnologias, a Central de Cooperativas conta com um maquinário em aço inox, constituído por tanques ou mesas para desoperculação, centrífugas; filtros ou peneiras; tanques de decantação e/ou homogeneização e o desumidificador (controle da umidade do mel). Tais aparatos tecnológicos e industriais contribuem na dinâmica produtiva, buscando com isso compor basicamente o gerenciamento das três fases do processo produtivo do mel da Casa APIS, são eles: produção, beneficiamento e a comercialização.

A produção fica sob a responsabilidade direta dos apicultores/associados que, em meio da Central, são capacitados e orientados através de qualificações ADRS para desenvolver potencialidades de manejo e produção do mel, todos organizados nas cooperativas de 1º grau filiadas a central. Tal atividade envolve o manejo, a alimentação e reprodução das abelhas, além da manutenção das colmeias. Cada uma dessas atividades envolve despesas com insumos, muitos dos quais são fornecidos pela central de cooperativas, a fundos não reembolsáveis - conseguidos em parceria com o Banco do Brasil, CODEVASF, Unisol, SEBRAE e algumas instituições internacionais. O beneficiamento é realizado na propriedade do apicultor e, em seguida, o mel puro é conduzido para a casa do mel. A partir de então, o produto passa por mais um processo de beneficiamento, por meio da centrifugação e decantação. Só depois de concluídos esses processos, o mel segue para a Casa APIS. Na Central de cooperativas, o mel é filtrado, homogeneizado, decantado, envasado e armazenado, sem, contudo, perder as características originais do produto. Todo processo é submetido a testes de qualidade exigidos pelo Ministério da Agricultura, sob pena de ser desclassificado no mercado. Uma vez concluído o processo de beneficiamento e embalagem dos produtos, o mel é comercializado nos mercados nacional e internacional, tendo o seu preço derivado dos trâmites comerciais previamente realizados pela Central. Entram na definição dos preços aspectos relacionados à cor do mel, transporte, procedimentos alfandegários para exportação e valores vigentes do produto nos ditos mercados. No que se refere à cor, cinco classificações de mel são comercializados pela Casa APIS: o mel Extra White (0 a

25 mm)²²; mel White ou mel branco (25 mm a 35 mm); o mel Light Âmbar (35 mm a 50 mm) ou mel L.A; o mel Âmbar claro (50 mm a 80 mm) e o Âmbar Escuro (80 mm a 114 mm).

Figura 4: Fluxograma do Processo Produtivo do Mel da Casa APIS



Fonte: Casa APIS, 2012. Adaptação: o autor, 2013.

Como visto, a cor do mel é um dos fatores responsáveis por determinar o preço nos mercados. Nesse sentido, os que possuem a coloração mais clara (Extra White e mel White) têm maior valor comercial no mercado nacional e o mais escuro (Âmbar Escuro), menor preço comercial. De tal modo, no que se refere ao mercado externo, o mel da Casa APIS é comercializado em atacado, em toneis com o volume de 200L, equivalente a 280 kg, com a média de valor à US\$8,30 o quilo. Nesse âmbito, no ano de 2012, o volume de 206.920,00kg, em 11 *containers*, totalizou R\$1.855.429,72. Em 2013, este desempenho aumentou para 285.600,00kg, em 15 *containers*, somando

²² A escala de densidade óptica do mel é estabelecida por um padrão internacional, instituída pela Comissão do *Codex Alimentarius*, criada pela *Food and Agriculture Organization of the United Nations* (FAO) e pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em 1963, onde desenvolve padrões alimentares internacionais, diretrizes e códigos de prática para proteger a saúde dos consumidores e assegurar práticas justas no comércio de alimentos.

R\$2.187.712,40. Ainda nessa perspectiva, de acordo com dados da Central de Cooperativas, no ano de 2012 foi destinado ao mercado interno o volume de 55.481,5kg de mel, totalizando R\$598.893,72. No ano de 2013, no período de janeiro a outubro, este volume diminuiu para 51.861,97kg, contudo, o aumento do seu preço no mercado externo colabora para o aumento do seu preço, totalizado em R\$713.427,81. Atualmente, a comercialização da Casa APIS é realizada por meio do varejo, em supermercados, com a média de valor a R\$15,00 o quilo. Para o Gerente Geral da Central, a venda do mel fracionado agrega mais valor ao produto, uma vez que o consumidor, estabelecendo um contato direto com o produto, torna-se um fator determinante para o aumento do seu preço. Como ressalta:

“A venda do mel fracionado agrega mais valor ao produto. Uma coisa é vender 1 tonelada de soja, outra é vender em um saquinho de 300g farinha de soja, e colocar na prateleira de um supermercado. A diferença de preço é exorbitante”.

Vale ressaltar que o aumento, a definição e estabilização dos preços, especialmente no mercado interno, sempre se constituem como um dos principais objetivos da Central. Associada a isso, estava a necessidade de evitar a presença dos intermediários nas transações comerciais, como ressalta o diretor executivo:

“Desde que a Casa APIS foi inaugurada, nós viemos trabalhando nisso. Hoje somos nós que regulamos o mercado. O atravessador já sabe que quem dita o preço somos nós, antes o atravessador pedia o que queria, hoje não”.

Assim, para os gestores, os apicultores da região enxergam na Casa APIS um canal efetivo e seguro de comercialização, que lhes permite a valorização do seu produto, excluindo, assim, a possibilidade de depreciação do preço.

Com efeito, a importância da Central na regulação e estabilização dos preços no mercado se dá também pela característica orgânica do mel de Picos. Nesse sentido, a venda do mel orgânico acarreta a inserção da Casa APIS nos Mercados Orgânico e Comércio Justo. Como verificado neste trabalho, este tipo de comércio, além de facilitar a comercialização, diversifica os mercados e garante preço ao produtor e qualidade para o consumidor, conferindo valor aos produtos, buscando uma melhor renda dos apicultores pagando-lhes o preço justo. Contudo, para atuarem nesses mercados, algumas certificações para o controle de qualidade são exigidos. Desse modo,

a inserção dos produtos nos mercados está cada vez mais dependente das certificações. No caso da Casa APIS, as seguintes certificações para o mercado interno são asseguradas: o S.I.F. do Ministério da Agricultura do Brasil (1) garante que os produtos relacionados com a alimentação animal podem ser comercializados sem risco para a saúde dos animais e a humana; O Programa Alimento Seguro (2), o PAS/MEL (Análise de Perigos (Riscos) e Pontos Críticos de Controle – APPCC, e Boas Práticas de Fabricação – (BPF), visa atender às exigências técnicas de mercado quanto à segurança e à qualidade do mel, padronizando-o de acordo com o que é indicado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e pelos países exportadores; a Certificação orgânica (IBD) é a maior certificadora da América Latina e a única certificadora brasileira de produtos orgânicos. Atende a todas as certificações orgânicas feitas pelo IBD (Certificações no mercado interno) e é usado em conjunto com o selo de produtos orgânicos do Brasil (3 e 4). E, para o mercado externo, o Comércio Justo, a *FairTrade Labelling Organizations International (FLO)*, o *FairTrade Mark* (5), certifica que as normas internacionais de Comércio Justo foram cumpridas e são projetados para combater a pobreza e capacitar produtores dos países mais pobres do mundo. As normas aplicam-se a produtores e comerciantes.

Figura 5: Selos de qualidade



Fonte: Acervo Casa APIS, 2012.

Diante do exposto, a certificação passa a ser um instrumento para implantação do sistema de qualidade, de classificação e embalagem, colocando na necessidade de atendimento uma série de exigências dos mercados, abrangendo todas as etapas do processo produtivo em todos os níveis considerando a qualidade, com respeito ao meio ambiente e produtores.

“A qualificação e o selo personalizado constituem também uma das chaves para o desenvolvimento endógeno ou autocentrado que, prioritariamente, atenda as necessidades das comunidades locais” (SABOURIN, 2009:270).

Nesta perspectiva, Cavalcanti (1996:115) afirma que “perseguir um padrão de qualidade significa coordenar e organizar eficientemente o tempo, conhecimento, tecnologia e recursos humanos”. Concluí que “os produtores devem estar preparados para as novas práticas de gestão e outros trabalhos especializados requeridos e as unidades de produção devem ser ágeis no treinamento e atualização dos conhecimentos dos seus trabalhadores” (CAVALCANTI, 1996:115).

4.4. A marca Casa APIS e os Mercados interno e externo

“O mercado interno agrega mais valor que o externo, porque você está deixando de ver commodities, para vender o produto pronto para o consumidor” (Gerente Geral da Casa APIS).

A Casa APIS comercializa os seus diversos tipos de mel nos mercados regional, nacional e internacional, tendo atualmente no mercado nacional o seu principal canal de comercialização.

Ao disponibilizar seus principais produtos, um dos grandes desafios para a Central de Cooperativas é sedimentar sua marca nos mercados nacional e internacional. Para isso, o gerente comercial admite que, mesmo com a concorrência das grandes marcas sente-se otimista quanto à disseminação da marca Casa APIS, “pois quando esta se faz presente na prateleira, o consumidor se familiariza com um produto orgânico, com o mel do apicultor/associado de Picos”. Para além da sedimentação da marca “Casa APIS”, a gestão reconhece que o êxito na comercialização deve-se, também, em grande medida, às parcerias institucionais já mencionadas, que tendem a garantir condições de lucratividade tanto para as cooperativas singulares como para a Central.

4.4.1. Mercado Interno

No que se referem ao mercado interno, os principais canais de comercialização da Central são voltados para as redes varejistas (supermercados), farmácias, padarias e lojas de produtos naturais.

No ano de 2011, 10% dos produtos da Casa APIS estavam destinados para o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), por meio da Companhia Nacional de

Abastecimento (CONAB), e no ano de 2012, no total de 20% de sua produção, para o mercado interno; além dos 30% do PAA, 70% foram destinados para o varejo. Nesse mesmo ano, as oito cooperativas filiadas forneceram à central o total de 700.250,30kg de mel e, em 2012, em função do grave problema enfrentado com a seca, a produção ficou restrita a 165.566,00kg de mel; não obstante no de 2013 a quantidade diminuiu para 399.020kg de mel. Contudo, a Casa APIS conseguiu expandir a sua rede de comercialização ao firmar contrato com Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) da Agricultura Familiar, na modalidade de Compra Direta com Doação Simultânea, operacionalizado pela Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB). Esta parceria formalizada pela Central de Cooperativas se deu pelo cadastro no site do PAA, por meio de um projeto no valor de R\$100.000,00, voltado para as instituições credenciadas a serem beneficiadas, como escolas, hospitais, creches etc. Nesse sentido, o canal se deu por meio da compra da Prefeitura de Teresina, mais 15 municípios da microrregião de Picos, permitindo-lhe, assim, formalizar a venda de 18.000 sachês de mel de 8g e 10g, no valor de R\$8,50 o quilo, para as escolas e creches. Em relação ao preço, de acordo com a gestão, encontra-se abaixo da média do mel vendido pela Central para o mercado interno, sendo este valor atual de R\$15,00 o quilo, como observado anteriormente. Porém, a gestão também observa aspectos positivos do programa, ao afirmar:

“Temos ponto positivo por meio deste comércio do PAA: a geração do consumo de mel. [...] O mel está deixando de ter uma característica comum, de ser um produto medicinal, para um alimento nutritivo”.

Sobre esse assunto, LENGLER et al. (2007) chama a atenção para a importância dessa alternativa de mercado como forma de proporcionar o desencadeamento de uma campanha de consumo interno do mel e de ideias para ampliar os projetos que colocam o mel na merenda escolar.

Em agosto de 2012, após dois anos de negociação, a Casa APIS concretizou uma importante parceria comercial com o Grupo WalMart Brasil, possibilitando a distribuição de mel orgânico do Piauí para todas as lojas do Nordeste, representadas pela Rede Hiper Bompreço. A partir desse contrato, os produtos passaram a ser comercializados em 120 lojas nos nove Estados da região, com a possibilidade de, num futuro próximo, passar a atender as regiões Sudeste e Sul. Essa parceria foi viabilizada

pelo Programa “Clube dos Produtores”²³ do grupo WalMart Brasil, que viabiliza a participação dos pequenos produtores ao promover o acesso dos seus produtos nos supermercados. Essa estratégia mercadológica de inserção dos produtos nas redes de supermercado insere-se na discussão trazida por Cavalcanti (2004 apud LIMA, 2012: 192) ao se referir acerca do “contexto da produção da agricultura voltado para o mercado, associando os atores aos espaços diversos, por meio do abastecimento, da distribuição e do consumo”.

No que se refere à negociação, o acordo com o grupo formalizou a compra do mel (White e âmbar) fracionado pelo preço de R\$15,00kg em três tipos de bisnagas distribuídas em lojas da rede Hiper Bompreço: Bisnaga Pet 270g, Bisnaga Pet 340g, Bisnaga Pet 470g, com os preços, respectivamente, de R\$7,71; R\$8,38; R\$11,89. Dentre esses, a Bisnaga Pet 270g foi o resultado do investimento na inovação tecnológica na fabricação de novas embalagens no modelo “bisnaga”, com o objetivo de diminuir os custos de fabricação, e atender a demanda do consumidor em torno de uma embalagem menor e, portanto, mais econômica. Sobre esse assunto, destaca o gerente geral:

“Estamos trabalhando nesta nova embalagem que agrega valor 100%, onde você gasta R\$100,00 e fatura R\$200,00. Dos 22 produtos no mercado, o WalMart está pedindo 2, com o detalhe que dentro do WalMart existem as farmácias que estão pedindo compostos de mel com própolis e com geleia real, dentre outros”.

Nesse intuito, o Grupo WalMart estabelece parceria para além da perspectiva comercial, como também no desenvolvimento de programas com finalidade social e sedimentação da marca Casa APIS, certificando sua qualidade de origem por meio dos selos e da relação direta do produto com o consumidor, como afirma o Gerente Geral da Central:

“Para eles (WalMart) é de grande importância socioeconômica terem na prateleira da sua rede de supermercados um produto de produtores da agricultura familiar, que estão organizadas, sedimentando o valor comercial do produto com qualidade de origem”.

²³ O Clube dos Produtores, há 10 anos, tem como objetivo fornecer acesso dos pequenos e médios fornecedores ao grande varejo e aos clientes a produtos de qualidade superior e produção mais sustentável. Presente em 12 Estados (entre as regiões do Nordeste, Sudeste e Sul), atualmente seis itens constituem o Clube dos Produtores: *Hortifruit*, com 480 produtos (47%); *Fiambreteria*, com 195 produtos (19%); *Mercearia*, com 144 produtos (15%); *Padaria*, com 99 produtos (8%); *Açougue*, com 74 produtos (7%); e *Peixaria*, 57 produtos (4%).

Atrelada a esta perspectiva de qualidade de origem, segundo o gerente geral, o perfil do produto da Casa APIS comercializado nos supermercados da rede Hiper Bompreço aponta uma relação direta entre o produto e o consumidor, permitindo agregar margem à venda. Afirma que a atuação direta no varejo foi uma estratégia comercial na busca não somente da venda, mas garantir valor à marca para ter uma rentabilidade justa pelo produto:

“Quando você vende o produto direto ao consumidor, agregamos mais valor ao produto”.

De acordo com Cavalcanti (1999), essa busca de produtos por parte dos consumidores permite que as mercadorias, respaldadas por um processo tecnológico inovador, fiquem ao gosto, aos hábitos e estilos de vida das populações. Os produtos da Central comercializados nos supermercados têm na certificação “Clube dos Produtores”, do grupo WalMart (certificação interna), e no selo orgânico da IBD Brasil, sua qualidade de origem. Dentro de uma lógica dos novos processos produtivos, no contexto pós-fordista, exigem produtos diferenciados, centrados em forte apelo pela qualidade e ligados a um rígido controle das etapas da produção (BONANNO, 1999).

Outra estratégia comercial estabelecida entre a Casa APIS e o grupo WalMart se define na disposição dos seus produtos nas gôndolas do supermercado da rede e do fornecimento de uma promotora de vendas (Fotografia 13). Nesse sentido, o mel da Central encontra-se no setor de *Hortifruit*, não ocupando as gôndolas normalmente destinadas às marcas concorrentes, possibilitando, dessa forma, um maior destaque, e induzindo o consumidor à compra da marca Casa APIS, conforme ressalta o Gerente Geral:

“O nosso produto está no setor dos Hortifruit, que segundo um especialista do WalMart, é o local que as donas de casa frequentam ao entrar no supermercado. Então o melhor local para colocar o mel é naquele lugar. Se você for observar as marcas dos nossos concorrentes, todas estão ocupando a gôndola destinadas a elas, não havendo destaque”.

Com efeito, a inserção nas grandes redes de supermercado tem contribuído para a consolidação das marcas dos produtos. Nesse sentido, Wilkinson (2002) admite que os produtos distribuídos em grandes gôndolas de supermercados contribuem para sedimentar as marcas.

De acordo com o gerente executivo, essa ampliação dos mercados permitiu um maior volume de venda e maior rentabilidade nos negócios da Central, permitindo, por conseguinte, uma remuneração mais satisfatória ao apicultor.

A inserção dos produtos orgânicos nas redes de supermercado, a exemplo do mel da Casa APIS no grupo WalMart, tem sido responsável por um crescimento expressivo da comercialização dos produtos silvestres e orgânicos. De acordo com a Associação Brasileira de Criadores e Comerciantes de Animais Silvestres e Exóticos (ABRASE)²⁴, o crescimento do produto orgânico no Brasil foi em 2011 e 2012 de 390%, percentual justificado com a saída deste tipo de produto das feiras locais para as gôndolas de supermercados de grandes redes.

4.4.2. Mercado Externo

A experiência da Casa APIS com o mercado externo se deu inicialmente no ano de 2008, por meio de uma *Trade Marketing*²⁵ exportadora, consolidando um consórcio com a empresa Canal *Export*, localizada na cidade de Salvador, no Estado da Bahia. A parceria com esta empresa permitiu que se desse a exportação do mel orgânico da Casa Apis para os EUA, cumprindo assim as exigências da *United States Agency for International Development* (USAID).

Em 2009, uma empresária do ramo de mel e castanha que residia nos Estados Unidos, ao tomar conhecimento da existência da Casa APIS, estabeleceu contato com os seus dirigentes, viabilizando, assim, a segunda experiência da Central com o mercado norte-americano; o que, de acordo com os dirigentes, teria proporcionado a abertura de canais de comercialização com certificação orgânica.

Ainda no ano de 2009, a Central de Cooperativas, já inserida no mercado orgânico, consegue obter o certificado *FairTrade*, através do Comércio Justo,

²⁴ Essa Associação é uma entidade sem fins lucrativos, fundada em 1999, voltada para o incentivo da criação comercial de animais da fauna silvestre e exótica, visando promover e disseminar práticas socialmente responsáveis, ajudando empresas e outros empreendimentos da área de fauna a alcançar um desenvolvimento social, econômico e ambientalmente sustentável no que concerne ao uso de recursos da fauna nacional e exótica. <http://www.abrase.com.br/>. Acessado em 15 de janeiro de 2014.

²⁵ Estabelece a necessidade de se adaptar a produtos, logística e estratégias de marketing, de modo a conquistar o consumidor nos pontos de venda, com um modelo de parceria entre os fabricantes e seus canais de vendas.

permitindo-lhe, assim, mais um canal de comercialização com o mercado externo²⁶. A conquista desse certificado contou com a colaboração do Governo do Estado do Piauí, que disponibilizou um consultor comercial do *FairTrade Labelling Organizations International (FLO)*²⁷, especializado na exportação de mel para os Estados Unidos e para a União Europeia. Com a aprovação do projeto, as normas passaram a ser implementadas por quatro cooperativas filiadas à Central: a MELCOOP, a COMPAI, a COOPASC e a COOPARN.

Pautando-se em valores de equidade e justiça, o comércio justo, por meio do certificado *FairTrade* exige que, anualmente, seja enviado um relatório contemplando vários itens relacionados a qualidade de vida dos produtores. Esses itens devem conter dados acerca do crescimento social obtido, a melhoria da qualidade de vida da família do produtor filiado, tanto em termos de aumento de renda e acesso a bens materiais, como em relação à acesso à educação e à saúde. Dessa forma, essa parceria não implica apenas uma transação comercial, mas revela também uma função social, estendendo à família e não apenas ao produtor as preocupações com o bem estar e com a possibilidade de ser contemplada com um prêmio, que será explicado mais adiante.

Atualmente, os Estados Unidos (EUA) e a União Europeia (EU) são os mercados atendidos para a exportação do mel da Casa APIS. Portanto, embora seja no mercado global que a Casa APIS encontra maior concorrência para a comercialização dos seus produtos, é também nesse mercado onde está concentrado o seu maior volume de vendas.

Em 2014, o preço da tonelada de mel comercializado pela Central no mercado Justo é de US\$3.800 em embalagens “Honey Tambor 280Kg” e “Honey Tambor 280Kg Orgânico”, o equivalente a 200L de mel, em contêineres de 66 tambores. Esse montante inclui um prêmio de US\$200,00, que é distribuído entre os produtores, representando uma fonte de satisfação dos produtores, como atesta o gerente:

²⁶ Como já apresentando nesse trabalho, o *FairTrade* é identificado como adoção de valores sociais como critérios de qualidade, que apoia pequenos produtores, com o objetivo de conseguir melhores condições comerciais para o seu produto.

²⁷ É uma organização guarda-chuva que foi criada em 1997 por 17 Associações do Comércio Justo da Europa. Hoje a FLO conta com 20 Associações na Europa, EUA, Japão, Austrália e Nova Zelândia, sendo que o Brasil será a número 21.

“O que difere o *Fairtrade* dos mercados convencionais é o prêmio. A Casa APIS em 2013 distribuiu R\$75.000,00 de prêmio aos produtores, mesmo em um ano de seca. Se não fosse o problema da seca este valor chegaria a R\$200.000,00. Os apicultores estão satisfeitos”.

À semelhança do mercado interno, a Casa APIS exporta suas cinco classificações de mel relacionadas a valores distintos, assim definidos: Extra White, US\$3,80; White, US\$3,60; Extra Light Âmbar (E.L.A) US\$3,30; Âmbar Claro, US\$3,10 e Âmbar escuro, US\$2,70. De acordo com o diretor executivo da Casa APIS, a certificação *FairTrade*, além de assegurar o valor do mel, controla as oscilações dos mercados externo, como ressalta:

“Quando tem uma crise internacional, ou uma super safra, algo que interfira no mercado, o comércio justo, por meio da certificação *FairTrade* assegura esse mercado”.

O ingresso no *FairTrade* ampliou consideravelmente o ritmo de exportação da Casa APIS. Registra-se, nesse sentido, que no ano de 2010 dos 18 *containers* enviados para o mercado externo apenas três eram com a certificação *FairTrade*. Nos anos de 2012 e 2013, todos os 18 *containers* já possuíam tal certificação, atingindo uma média de 350 Toneladas.

A comercialização com os mercados globais vem exigindo da Central uma preocupação crescente com cumprimento dos padrões de qualidade instituídos pelos órgãos responsáveis pela fiscalização da produção, a exemplo do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), que define padrões para a construção das casas de mel para os mercados da União Europeia e Estados Unidos, e regula a cor - o Hidroximetilfurfural (HMF)²⁸ - e a umidade. A Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – EMBRAPA fica responsável pela análise de sete testes físico-químicos, dos quais três se destacam: análise de açúcares, determinação de teor de umidade e a cor do mel, sob pena de desclassificar o produtor para o mercado externo. Até 2007, a casa de mel da Casa APIS não atendia às exigências referentes à exportação, o que motivou o embargo do mel pela União Europeia, com os prejuízos aí relacionados: razão pela qual a Central se obrigou a estar mais atenta às recomendações dos diversos órgãos que

²⁸ Sua medida é utilizada para avaliar a qualidade do mel, sendo o limite estabelecido pela legislação brasileira de 60mg Kg⁻¹.

definem as regras de exportação, especialmente no que diz respeito à análise residual do mel. Para isso, inclusive, solicitou o apoio do SEBRAE. Vale ressaltar que o custo dessas análises residuais do mel é tido como bastante elevado para a Central.

“O custo da análise do mel é muito cara. Elas são feitas na Alemanha, e para cada análise o valor é em torno de R\$700,00. Para pagar a análise e o transporte, temos que vender o contêiner completo para compensar os impostos”.

Assim, segundo os gestores, para compensar os custos com as análises do mel, o volume de vendas tem que ser bastante expressivo.

Referindo-se à importância da certificação *FairTrade*, a gestão da Central chama a atenção para o “status” que tal certificação confere à central, ao agregar valor ao produto e a abrir canais de comercialização dentro de uma perspectiva de preocupação com a qualidade de vida dos produtores. Tal perspectiva, como afirmado pela direção, aproxima-se também da preocupação da cooperativa com o bem estar e a melhoria da qualidade de vida dos seus associados.

4.5 Projetos e sustentabilidade

A Casa APIS, no que tange aos projetos futuros, estima a possibilidade de ampliar a assistência técnica e de aumentar o número de agentes ADRS, com vistas ao aumento da produtividade do apicultor. Outra expectativa está relacionada à possibilidade de investir na infraestrutura da casa do mel e colmeias, por meio do projeto do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e do Governo do Estado do Piauí, envolvendo um valor na ordem de R\$ 4.000.000,00. A gestão da Casa APIS também estima que a parceria instituída com o Centro Tecnológico, o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA), Fundação Banco do Brasil (FBB) e Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba (CODEVASF) contribua, por meio de projetos de incubação, para a construção de colmeias com madeiras²⁹ doadas pelos produtores. Ligada ao projeto das colmeias está a possibilidade de compra de triciclos. Segundo o Diretor executivo da Casa APIS, um produtor percorre de 2 a 3 km para levar as colmeias para o apiário e, com o triciclo, poderia transportar até 10 colmeias por vez. Segundo informado, os custos relativos à aquisição de um triciclo seria consideravelmente menor

²⁹ As mais utilizadas são o “louro canela” e eucalipto.

do que a aquisição de um caminhão, na ordem de R\$ 10.000,00 para R\$120.000,00, respectivamente, segundo dados relatados.

Outra proposta é a elaboração de um certificado de origem para os Estados do Piauí, Ceará e Pernambuco. A Central tem como proposta elaborar um selo de identidade do mel produzido naquela determinada região. Contudo, o projeto encontra-se em fase de planejamento.

Para além desses projetos, outro já se encontra em fase de execução. Até o ano de 2012, a construção de casas era um projeto da central. Hoje, ela já está participando, na condição de gestora do projeto, do Programa Nacional de Habitação Rural (PNHR), integrante do projeto federal “Minha casa, Minha vida” no espaço rural, que financia a aquisição de material de construção para a construção ou conclusão/reforma/ampliação de unidade habitacional em área rural, desde que estejam estabelecidos de forma coletiva, por uma entidade organizadora (CAIXA ECONOMICA, 2013)³⁰.

Enquanto entidade organizadora, a Casa APIS contratou um engenheiro e uma assistente social para assessorar a organização dos grupos e a elaborar os projetos de construção ou reforma com base no grupo ao qual pertencem os agricultores. Isso porque os apicultores estão divididos em três grupos pelo programa e tal divisão está relacionada a renda bruta anual, de acordo com os critérios estabelecidos pelo PRONAF, o que implica numa escala de valores que varia de R\$ 15.000 a R\$ 25.000,00 por categoria³¹.

4.6. Momentos de crise

A dinâmica vivenciada pela Central foi marcada por momentos de conquistas e de crescimento, mas também por momentos de dificuldades e crise. Algumas dessas dificuldades foram elencadas pela direção e, uma delas, diz respeito à contratação de pessoal especializado na gestão de cooperativas, especialmente quando o valor a ser pago precisaria estar compatível com a disponibilidade financeira da cooperativa. A

³⁰ Participantes do Programa: Ministério das Cidades (Gestor da Aplicação), Ministério das Fazendas (Repasso dos Recursos), Caixa Econômica Federal (Agente Financeiro e Gestor Operacional); e Federação de Agricultura dos Estados.

³¹ Para maiores informações, acessar o endereço http://www.caixa.gov.br/novo_habitacao/minha_casa/compra/mcmv/habitacao_rural/index.asp.

proposta da gestão era a de trabalhar com assalariados a um custo o mais baixo possível, sob a alegação de que a Central não tinha condições de manter altos salários.

Foi, portanto, com essa alegação, que a cooperativa passou a contratar os seus diversos profissionais. Segundo os gestores, tal episódio foi motivo de grande apreensão pelos cooperados das filiadas, que identificavam nessa estratégia uma crise no negócio e a concomitante possibilidade de serem desligados da Casa APIS.

De acordo com Vilela (2000), a gestão administrativa constitui uma das grandes dificuldades das cooperativas e associações, pois são raros os casos em que contam com pessoas especializadas para lidar com conflitos coletivos internos, sendo ao mesmo tempo capazes de criar condições sociopolíticas adequadas para um bom funcionamento.

Ainda sob o ponto de vista das dificuldades, foi possível constatar que a Casa APIS não congrega o conjunto das cooperativas de primeiro grau da região, deixando de fora cooperativas importantes no cenário de Picos, a exemplo da Cooperativa Apícola da Microrregião de Picos (CAMPIL). Como já sublinhado neste trabalho, a CAMPIL surge na metade dos anos de 1980, a fim de organizar a produção de mel dos apicultores de Picos. Essa cooperativa, de acordo com os seus gestores, foi responsável, junto com outras entidades, pela fundação da Casa APIS, com quem permaneceu durante cinco anos. Conhecida por ser uma das maiores produtores de mel na região, com 79 associados ativos, a CAMPIL tem uma produção média de 700 toneladas de mel.

Contudo, o problema da seca desde 2012 e a falta de recursos fizeram com que a produção e a venda do mel caíssem enormemente, ficando em torno de 200 toneladas, como ressaltado pela gerente financeira:

“Olha, nós demos uma enxugada boa no número de associados, hoje estamos com 79 ativos, querendo saber como a cooperativa “anda” [...] Hoje mesmo, estava falando com o presidente da cooperativa, e comentávamos de como esta difícil. Porque está muito difícil manter a cooperativa sem recursos, a venda do mel está muito pouca e nós não dispúnhamos de caixa para suprir uma queda de safra desse tamanho... mas estamos tentando nos manter e ver o que acontece. Esse ano (2012) esta com uma seca que nunca tinha se visto antes, estamos quase há um ano sem chuvas”.

Essa cooperativa, por muito tempo, foi presidida pelo atual diretor executivo da Casa APIS e, hoje, a gestão da CAMPIL acusa esse gestor pelo seu desligamento sob os mais diversos argumentos. O fato é que há de ambas as partes acusações das mais

diversas, expondo, assim, uma situação de conflito vivenciada no comércio de mel realizado pelo meio cooperativo.

É essencial a busca por informações sobre a venda, além de buscar fornecer mais assistência técnica, fomentar mais parcerias para as cooperativas e consolidar o mercado de mel nacionalmente. Assim:

“Foi o motivo da criação da Casa APIS. atender o mercado nacional. E na realidade nem atendeu ao mercado nacional e ainda dificultou a ornamentação das cooperativas filiadas. Ela virou uma rival das outras cooperativas. [...] Era pra ela fazer mais parcerias e dá mais assistência em cima da produção aí com isso como a gente não aceitava algumas imposições da central” (Gerente da CAMPIL).

“As duas cooperativas que foram as fundadoras da Casa APIS. E justamente os ex-presidentes da CAMPIL que era o “A. L.” e da COOAPI que era “E. N.” são hoje os dois diretores gerais da Casa APIS. E afastaram as cooperativas acho que porque as cooperativas CAMPIL tem gente esclarecida que vê as irregularidades e não aceita.” (Associada, CAMPIL).

“Ela era pra ser uma central de cooperativas, mas ela esta fazendo o contrario, ela ta sendo uma central de produtores” (Presidente da CAMPIL).

A Gerente financeira é bem categórica ao afirmar que o problema maior não é com o empreendimento, mas sim com a administração:

“O que nos afeta mais é a administração de lá, porque, se mudar a administração tudo volta ao normal”.

Compreende-se que, num ambiente conflituoso, as diversidades de interesses entre a Central e a CAMPIL acabam por influenciar na busca por resultados que conduzam à dinâmica produtiva local, associada à construção do trabalho coletivo, pautada nos valores cooperativos.

CONCLUSÃO

O objetivo principal desta dissertação foi de analisar a contribuição de uma organização cooperativa de segundo grau para a organização dos produtores, a comercialização da produção, e identificando os seus impactos sobre a dinâmica territorial em torno da cadeia produtiva do mel. Para isto tomou-se como referência a Central de Cooperativas Apícolas do Semiárido Brasileiro – a Casa APIS.

Também se pretendeu neste trabalho, apresentar um referencial teórico pautado no debate sobre cooperativismo agrícola, território e mercados como instâncias para a compreensão do desenvolvimento local. Particularizou-se, nesse sentido, a experiência do município de Picos, a Casa APIS, uma cooperativa de segundo grau, que vem contribuindo para a sedimentação do Arranjo Produtivo Local (APL), em torno da produção e comercialização do mel. Tal arranjo contempla a participação das cooperativas singulares, de órgãos públicos e de entidades privadas permitindo uma dinâmica particular no território.

A Casa APIS foi criada com o objetivo de aumentar a produtividade de mel e para diversificar a produção por meio de subprodutos, como pólen e própolis, por exemplo, intensificando, por meio de adoção de um aparato tecnológico, os processos de produção, beneficiamento e comercialização do mel da região de Picos.

A Casa APIS se insere numa estrutura de cooperativismo de segundo grau, estabelecendo um papel de gestora junto às cooperativas de primeiro grau a ela filiadas. Sua estrutura organizacional vem integrando e fortalecendo a economia local, sedimentando o arranjo produtivo local do mel, por meio da associação de produtores e de suas cooperativas. Verificou-se, neste sentido, a criação de um sistema no qual integram cooperativas singulares e centrais, buscando impulsionando o fomento e a busca de novos mercados com algumas parcerias, razão que contribui para uma (re)configuração no cenário econômico de Picos. Esta forma de estruturação entre Central e cooperativas singulares vem fortalecendo o movimento cooperativo em Picos, na medida em que retira do cenário a presença do intermediário e permite a valorização do mel nos mercados regionais, nacionais e globais. Tal perspectiva reafirma a ideia de Barquero (2001) quando afirma que as organizações coletivas de uma mesma localidade estão condicionadas a cooperar entre si por meio da especialização adotada pelo sistema produtivo local, atingindo as economias para manter sua competitividade nos mercados.

Nessa perspectiva, as empresas cooperativas vêm se mostrando como um instrumento dinâmico de integração de pequenos e médios agricultores no processo de modernização da agricultura, internalizando o progresso técnico às propriedades de seus associados (GONÇALVES, 1994).

Com efeito, os nove anos de atuação da Casa APIS revelam, segundo os discursos, uma preocupação permanente em torno da adoção de novas tecnologias, melhoria da qualidade do mel e da infraestrutura e da busca de novos mercados. Ainda dentre os fatores que contribuem para a logística de produção e de mercado, a Casa APIS monta uma estrutura que contempla desde a produção de mel dos apicultores nas cooperativas singulares até a sua inserção nos mercados regionais, nacionais e internacionais, cumprindo, assim, com o seu propósito de gerenciar as três fases do processo produtivo do mel da Casa APIS: a produção, o beneficiamento e a comercialização.

O dinamismo comercial da Casa APIS foi favorecido pela inserção do mel na União Europeia e nos Estados Unidos, por meio do mercado justo, via certificação *FairTrade*. A conquista deste novo mercado requer da Central, em função de seu alto nível de exigência, uma permanente vigilância em relação à qualidade. Por meio da certificação *FairTrade*, a Casa APIS vincula uma imagem social da empresa, da qual se depreende uma ideia de qualidade de vida e de uma melhoria de renda de seus associados.

No que tange ao mercado interno, a Casa APIS com a parceria instituída com o grupo WalMart Brasil, por meio do “Clube dos Produtores”, tornou-se, de acordo com o diretor da central, uma importante estratégia de mercado. Isso porque a Central passou a gozar de algumas vantagens, ao dispor seus produtos em gôndolas diferenciadas, com suas qualidades enaltecidas – de ser produzido de forma orgânica por pequenos agricultores, ligados a um dado território. Como já discutido nesse trabalho, a indicação do local de origem passa a ser um dado relevante ao reconhecer os laços entre produto, território e tradição. Com isso, a Central faz chegar o mel de Picos nas prateleiras dos supermercados, disputando espaço junto a outras empresas concorrentes, bem como sedimentando a marca *Casa APIS*. Para os gestores, a inserção da Central na rede de supermercado WalMart é identificada como forma de sedimentação da marca nos mercados regional e nacional.

O esforço para obtenção das diversas certificações empreendido pela Casa APIS revela a preocupação da central de cooperativas com a sua diversificação dos mercados. Além disso, como já assinalado neste trabalho, a preocupação em atender as exigências permanentes dos compradores internacionais vão além daquelas contidas nos protocolos de certificação, que dizem respeito à padronização das embalagens e às características sensoriais do produto que, em última instância, definem um produto como “tipo exportação” (PIRES e CAVALCANTI, 2009).

As parcerias e projetos elencados pela Central sinalizam a possibilidade de uma produção calcada em novas tecnologias, garantindo-lhe maiores níveis de qualidade com custos reduzidos. .

Enquanto cooperativa de segundo grau, a Casa APIS não se limita apenas à comercialização dos produtos, mas também tem a finalidade de administrar as oito cooperativas a ela filiadas, desenvolvendo atividades de serviços comuns às necessidades das filiadas, ao capacitar os seus gestores, fornecer assistência técnica e estimular a participação dos diversos atores aí envolvidos. Nesse contexto, ressalta-se o papel dos agentes do desenvolvimento rural sustentável como um dos principais articuladores desse processo. Conforme já analisado no decorrer dessa pesquisa, a estratégia de gestão desenvolvida pela Central se baseia num processo de capacitação permanente dos agricultores, no qual o *savoir faire* dos produtores passa a ser acrescido de capacitação e estímulo à inovação tecnológica. Para isso, como já visto nesse estudo, o aparato tecnológico e industrial da Casa APIS reflete um ambiente pautado na inovação, corroborando as análises de Azevedo (2012), que identifica em situações semelhantes um sistema local inovador. No caso em questão, a relação da Central com as cooperativas singulares tende a favorecer a retroalimentação de saberes relacionados a processos produtivos de mel, dentro de uma *expertise* já comum aquela região.

Neste estudo, foi também possível notar, com base no estatuto social da Central e a partir dos diversos discursos, que a gestão organizacional da Casa APIS está sedimentada numa estrutura que favorece as necessidades e demandas das cooperativas filiadas.

São, todas essas, razões que nos permitem identificar, na Casa APIS, um instrumento importante na organização dos apicultores, ao permitir a estabilidade do preço do produto no mercado local, a ampliação do volume de produção, a comercialização do mel e a criação de empregos, com repercussões sobre o dinamismo

e a economia local. Dentro da ideia de desenvolvimento local, foi possível constatar que os impactos e atribuições exercidos pela Central extrapolam seu desempenho econômico, cumprindo, com isso, seu papel social de cooperativa. Isso ficou particularmente evidenciado quando a Central participou, como gestora, do projeto “Minha casa, minha vida rural”, através do Programa Nacional de Habitação Rural (PNHR). Em relação a tal participação, foi destacada na fala da gestão uma preocupação com o bem estar dos seus associados. Constata-se, assim que, por meio dos projetos articulados com instituições governamentais e não governamentais, a Central de Cooperativas busca estabelecer com seus associados não somente um vínculo econômico, mas um compromisso de promoção da qualidade de vida dos seus associados e do desenvolvimento local.

O incremento da atividade do mel tem mudado a feição do município de Picos, uma região semiárida que, como já foi visto, teve um passado marcado pela dominação da monocultura da soja, cacau, algodão e cana-de-açúcar, além da produção do alho e da cera de carnaúba. A reconversão produtiva instituída em 1970 permitiu que o mel e o caju se tornassem os principais produtos da região e no ano de 2009 o mel de Picos representasse a sexta maior economia do Estado, colocando o estado do Piauí na 5ª colocação no ranking brasileiro. Essa reconversão produtiva se fez acompanhada da modernização tecnológica e da formação de parcerias estratégicas para a inserção dos produtos no mercado, como expresso nos discursos.

Com efeito, a importância dos investimentos relacionados à diversidade e a riqueza natural do Nordeste concorre para a introdução de novas culturas e para a transformação de produtos tidos como tradicionais, contribuindo para a reelaboração e (re) significação dos símbolos da agricultura nordestina (CAVALCANTI, 1999).

Como foi possível constatar, a gestão da Casa APIS, por meio de seus projetos estratégicos no âmbito da comercialização do mel, vem contribuindo para sedimentar a vocação de Picos enquanto um produtor de referência nos diversos mercados, permitindo, ao mesmo tempo, projetar a produção dos agricultores familiares no âmbito de uma economia globalizada, reafirmando, (re)significando os símbolos da agricultura nordestina.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, Ricardo. **Paradigma do Capitalismo agrário em questão**. Campinas, SP: Hucitec, 2. Ed., 2. 1998. Coleção Estudos Rurais.

ABRAMOVAY, Ricardo. **O Futuro das Regiões Rurais**. 2 ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

ANDRADE, Manuel Correia de, 1922. **A terra e o homem no Nordeste: contribuição ao estudo da questão agrária no Nordeste**. São Paulo: Cortez, 2005.

AZEVEDO, Beatriz. Território e Desenvolvimento Econômico na América Latina e no Brasil: *Clusters* e Arranjos Produtivos Locais. [Org] SAMPAIO, Yony; FILHO, Rodolfo Moraes de Araujo; VITAL, Tales. In: **Território e Desenvolvimento Econômico no Brasil: Arranjos Produtivos Locais em Pernambuco**. Recife: Ed. Universitária, 2012.

BAUMAN, Zygmunt, 1925. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BIALOSKORSKI NETO, Sigismundo. **Estratégias cooperativas agropecuárias: um ensaio analítico**. Seminário de Política Econômica em Cooperativismo e agronegócios da UFV, 2002.

BONNANO, Alessandro. **Globalização da economia e da sociedade: Fordismo e pós-Fordismo no setor agroalimentar**. In: CAVALCANTI, J. S. B. (Org.) Globalização, trabalho, meio ambiente: mudanças socioeconômicas em regiões frutícolas para exportação. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 1999. p.47-88.

CASSIOLATO, José Eduardo; LASTRES, Helena M. M. **O foco em arranjos produtivos e inovativos locais de micro e pequenas empresas**. H.M.M; Cassiolato, J.E.e Maciel, M.L. (orgs) Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local. Relume Dumará Editora, Rio de Janeiro, 2003.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CAVALCANTI, J. S. B. “**Globalização, urbanização, constituição e produção da força de trabalho: políticas, energéticas e irrigação no Vale do São Francisco**”. In: MAGALHÃES, S.B., BRITTO R.C., CASTRO, E.R.(Org).Energia na Amazônia. Belém: Museu Paraense Emílio Goeldi, v.1, 1996.

CAVALCANTI, J. S. B. **Globalização e Processos sociais na Fruticultura de exportação do Vale do São Francisco**. In: CAVALCANTI, J. S. B. (Org.) Globalização, trabalho, meio ambiente: mudanças socioeconômicas em regiões frutícolas para exportação. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 1999.

CAVALCANTI, Josefa Salete Barbosa. Globalização e Ruralidade. In: Wanderley, Maria de Nazareth Baudel (org). **Globalização e desenvolvimento sustentável: dinâmicas rurais no nordeste brasileiro**. São Paulo: Ceres – Centro de Estudos Rurais do IFCH – Unicamp, 2004.

CAZELLA, Ademir A.; BONNAL, Philippe.; MALUF, Renato S. Multifuncionalidade da Agricultura Familiar no Brasil e o Enfoque da Pesquisa. [Org] CAZELLA, Ademir A.; BONNAL, Philippe.; MALUF, Renato S. In: **Agricultura familiar: multifuncionalidade e desenvolvimento territorial no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

CESAR, A. M. R. V. C. **Método do Estudo de Caso ou Método do Caso? Uma análise dos dois métodos no Ensino e Pesquisa em Administração.** REMAC Revista Eletrônica Mackenzie de Casos, São Paulo - Brasil, v. 1, n.1, p. 1, 2005.

CHAYANOV, A.V. La organización de unidad económica campesina. Buenos Aires: Nueva Vision, 1974. In: **O mundo rural como um espaço de vida: reflexões sobre propriedade da terra, agricultura familiar e ruralidade.** WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

COURLET, Claude. A coordenação e a inovação territorial – Distritos industriais e sistemas produtivos localizados. [Org] SAMPAIO, Yony; FILHO, Rodolfo Moraes de Araujo; VITAL, Tales. In: **Território e Desenvolvimento Econômico no Brasil: Arranjos Produtivos Locais em Pernambuco.** Recife: Ed. Universitária, 2012.

CRÚZIO, Helnon de Oliveira. **Marketing social e ético nas cooperativas.** Rio de Janeiro.

DA SILVA, Leonardo Xavier & RATZMANN HOLZ, Viviane. **El cooperativismo y su comportamiento frente al capitalismo.** In. Revista COOPERATIVISMO & DESARROLLO . 93 . julio–diciembre, 2008.

DEBOÇÃ, Leonardo Pinheiro. HOCAYEN-DA-SILVA, Antônio João. **Aspectos de estruturação organizacional em cooperativas agropecuárias: um estudo de caso.** Revista de Economia e Administração, v.8, n.4, 391-408p, out./dez. 2009.

DE PAULA, Delsy G; FENNATI, Maria C. Utopia libertária: uma experiência anarquista no campo brasileiro. In: **Sentimento de reforma agrária, sentimento de república** (Orgs.) DE PAULA, D.G.; STARLING, H.M.M.; GUIMARÃES, J. R. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

DIAS, Joana Filipa Dias Vilão da Rocha. **A Construção institucional da qualidade em produtos tradicionais.** Dissertação apresentada para a obtenção do grau de Magister Scientiae em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade: UFRRJ: 2005.

DIAS, Reinaldo. **Sociologia das Organizações.** São Paulo: Atlas, 2008.

Estatuto Social da Central de Cooperativas Apícolas do Semiárido Brasileiro – Casa APIS: Março, 2013.

FARIA, Luiz Augusto Estrella. **Sobre o conceito do valor agregado: uma interpretação.** Ensaios FEE, Porto Alegre, 1983.

FERREIRA, Nildete Maria da Costa. **Cooperativismo sob a ótica da economia solidária e popular: algumas evidências no meio rural potiguar.** Natal: Rio Grande do Norte, 2010.

FLORES, Murilo. Assistência Técnica e Agricultura Familiar. In. LIMA, Dalmo M. de Albuquerque e Wilkinson, John [org.]. **Inovações nas Tradições da Agricultura Familiar**. Brasília: CNPq/ Paralelo 15, 2002.

FUNDAÇÃO BANCO DO BRASIL. **Ação Brasil: a transformação social no semiárido**. [Filme-vídeo]. Produção: TV Antares. Picos, 2009. Disco DVD 5/ NTSC, 30 min. color. son.

GONÇALVES, José S. **Capitalismo e cooperativismo na agricultura**. São Paulo, IEA, 1987. 4-7p. (Relatório de Pesquisa, 08/87).

_____. **Agricultura em São Paulo**, SP, 41 (2): 57-87, 1994.

GONÇALVES, L.S. Desenvolvimento e expansão da apicultura no Brasil com abelhas africanizadas. **Revista SEBRAE AGRONEGÓCIOS**, n.3, maio de 2006. 14-17p.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. SP: Atlas, 2008.

HERRERA, Juan José Rojas; GONZÁLEZ, Beatriz Díaz; PIRES, Maria Luisa. Alianzas y estrategias de las cooperativas para su acceso y sostenibilidad em los mercados internacionales. **Unircoop Americas**. vol. 4, n° 1, oct., 2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATISTICA. Disponível em <http://cidades.ibge.gov.br/painel/historico.php?lang=&codmun=220800&search=piauilpicos|infograficos:-historico>. Acessado em 20 de julho de 2013.

KAGEYAMA, Angela. **Desenvolvimento rural: conceitos e aplicação ao caso brasileiro**. Porto Alegre: Editora da UFRGS: Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, 2008.

KERBLAY, Basile. A.V. Cajanov: um Carrefour dans l'évolution de la pensée agraire em Russie de 1908 a 1930. In:____. Du mir aux agrovilles. Paris: Institut d'Etudes Slaves, 1985.p.103-152. OMUNDO RURAL COMO ESPAÇO DE VIDA

LEGLER, Letícia; LAGO, Adriano; CORONEL, Daniel Arruda. **A organização associativa no setor apícola: contribuições e potencialidades**. Organizações Rurais & Agroindustriais, Lavras, v. 9, n.2, 2007.

LIMA, Conceição Maria Dias de. **Cooperativa e desenvolvimento territorial: o caso da Cooperativa Pindorama – Alagoas**. Recife: Ed. Universitária da UFPE; Alagoas: UNEAL, 2012.

LORANGE, P. **Alianças Estratégicas: Formação Implementação e Evolução**. São Paulo: Editora Atlas, 1996.

MACEDO, Alex dos Santos; Sousa, Diego Neves; AMODEO, Nora Beatriz Presno. O papel da comunicação na articulação dos diferentes níveis de organização no modelo central-singular de cooperativas. In: **Bahia: análise & dados**. Salvador, vol. 23, n:1, jan-mar., 2013.

MARTÍNEZ, Inmaculada & PIRES, Ma. Luiza (2002). **Cooperativas e revitalização dos espaços rurais: Uma perspectiva empresarial e associativa**. Cadernos de Ciência e Tecnologia EMBRAPA, V.19, N 01, P.99-118, 2002.

MC INTYRE, J.P. SILVA, Emanuel Sampaio. SÁ, Ronice Franco de. **Modelo de formação continuada para pequenas organizações cooperativas agropecuárias**. In: Estratégias governamentais de comunicação para o associativismo e desenvolvimento local. SANTOS, Maria Salett Tauk, CALLOU, Ângelo Brás Fernandes. Associativismo e Desenvolvimento Local. Recife: Bagaço, 2006.

MELLO, Claiton José. **O “Oitavo Cipó” e o Desafio da Ação Cooperativas de Agricultores Familiares: um estudo de caso sobre empreendimentos e solidários das cadeias produtivas do mel e do caju, no Território do Vale do Guaribas, PI**. Brasília, 2010.

MENDONÇA, Sônia R. **A política de cooperativização agrícola do estado brasileiro: 1910-1945**. Niterói: UFF, 2002.

MENUTOLE, Cinthia. **A Cooperativa como Estrutura Organizacional no contexto da competitividade global**. Fundação Getúlio Vargas: Escola de Administração de Empresas de São Paulo, 1997.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

MINISTÉRIO DO TRABALHO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO. **Importação Brasileira, Picos – PI**, 2007. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/sitio/>. Acesso em: Setembro de 2011.

_____. **Secretária do Comércio Exterior, 2011**. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/sitio/>. Acesso em: Setembro de 2012.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. **Secretária de Desenvolvimento Territorial**, 2009. Disponível em: www.mda.gov.br. Acesso: Setembro de 2012.

MORAES, Jorge Amaral de.; SCHNEIDER, Sérgio. **Perspectiva territorial e abordagem dos sistemas produtivos localizados rurais: novas referências para o estudo do desenvolvimento rural.** G&DR, n° 2, São Paulo: Taubaté, mai-ago, 2010.

NAY, Olivier. **Histórias das ideias políticas.** Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2007.

NIEDERLE, Paulo André. **Demilitando as fronteiras entre mercados convencionais e alternativos para a agricultura familiar.** In. Revista Extensão Rural, DEAER/PPGExR – CCR – UFSM, Ano XVI, n° 18, Jul – Dez de 2009.

ORGANIZAÇÃO COOPERATIVAS BRASILEIRAS. Disponível em: http://www.ocb.org.br/site/brasil_cooperativo/index.asp. Acesso em: Agosto de 2013.

OLIVEIRA, Maria Marly de. **Associativismo e Cooperativismo no desenvolvimento local.** In. SANTOS, Maria Salett Tauk, CALLOU, Ângelo Brás Fernandes. Associativismo e Desenvolvimento Local. Recife: Bagaço, 2006. 256p. il. p.153 a 184.

PARSONS, Talcott. **Tratado Sociológico da Teoria de Organização.** ETZIONI, Amitai (Org.) – “Organizações Complexas: Um estudo das organizações em face dos problemas sociais”; Ed. Atlas, São Paulo, 1978, 43 – 57 p.

PASIN, Luiz Eugênio Veneziani. **Caracterização da organização da produção e da comercialização do produto mel no Vale do Paraíba – SP.** Campinas, SP: 2007.

PINHO, Diva Benevides. **O Pensamento Cooperativo e o Cooperativismo Brasileiro.** Volume I, CNPQ, 1982.

PIRES, Maria Luiza Lins e Silva. **A (re) significação da extensão rural a partir da ótica da inclusão: a via cooperativa em debate.** In: Jorge T. R. de Lima (org.). Extensão Rural e desenvolvimento sustentável. Recife, Bagaço, 2003, p. 45-69.

_____. **O Cooperativismo em questão: a trama das relações entre projeto e prática em cooperativas do Nordeste do Brasil e Leste (Quebec do Canadá).** Recife: Massangana, 2004.

_____; SILVA, Emmanuel Sampaio [et al.]. **Cenário e tendências do cooperativismo brasileiro.** Recife: Bagaço, 2004. 100p.

_____. **Estratégias coletivas locais e inserção nos mercados globais: A experiência Coopercaju.** Unircoop. Vol.3, n° 1, 2005a.

PIRES, Maria Luiza Lins e Silva. **A (re) significação de extensão rural a partir da ótica da Inclusão: a via cooperativa em debate.** In J. R. Tavares(org). Extensão Rural e Desenvolvimento Sustentável. Recife. Bagaço, 2005b. 2º Edição.

PIRES, Maria Luiza Lins e Silva. X Seminário Internacional de la Red Universitaria de las Americas em Estudios Cooperativos y Asociativismo”. **La Intercooperación Del Concepto a la Práctica: Cooperativas y Desarrollo Rural; Cooperativas e dinâmicas territoriais em “regiões desfavorecidas”.**Honduras, 2006.

POLANYI, K. **A grande transformação.** Rio de Janeiro: Campus, 2000.

RECH, Daniel. **Cooperativas: uma alternativa de organização popular.** Rio de Janeiro, DP&A, 2000.

_____. **Formação de Agentes de comercialização das bases de serviços: cooperativismo e associativismo,** Instituto Novas Fronteiras da Cooperação, 2012.

RIOS, Gilvando Sá Leitão. **O que é Cooperativismo.** São Paulo: Brasiliense, 2007.

_____. **Cooperação e tipos de cooperativismo no Brasil.** Revista Conceitos, vol. 8, nº 15 editada pela ADUFPB (Associação dos Docentes da Universidade Federal da Paraíba), João Pessoa, 2009.

_____. **Cooperativa: uma prática experimentada e vivida.** Revista Liberto. Instituto Pauline Reichstul, 2011.

RITZMAN, Larry P. & KRAJEWSKI, Lee J. **Administração da Produção e Operações.** São Paulo: Prentice Hall, 2004.

SABOURIN, Eric. **Ação coletiva e organização dos agricultores no Nordeste semiárido.** 37º Congresso da SOBER: Foz do Iguaçu, 1999.

SABOURIN, Eric. **Camponeses do Brasil: entre a troca mercantil e a reciprocidade.** Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

SACHS, Ignacy. **A terceira margem: em busca do ecodesenvolvimento.** São Paulo: companhia das letras, 2009.

SANTOS, Boaventura de Souza, [org.]. **“Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista”.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

SANTOS, Milton & SILVEIRA, María Laura. **O Brasil: Território e sociedade do século XXI.** Ed. 6. Rio de Janeiro; São Paulo: Record, 2004.

SANTOS, Milton & SILVEIRA, María Laura. **O Brasil: Território e sociedade do século XXI**. Ed. 6. Rio de Janeiro; São Paulo: Record, 2004.

SCHNEIDER, J. O. **Democracia, participação e autonomia cooperativa**. São Leopoldo: UNISINOS, 1999, 496 p.

_____. **Práticas Sociais, políticas públicas e valores humanos**. In. SCHNEIDER, Sergio (org). **A diversidade da Agricultura Familiar**. Ed: 2, Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

SILVA, Emanuel Sampaio. **Cooperativismo e dinâmicas territoriais: Um estudo sobre as cooperativas de crédito da microrregião do Pajeú-Pernambuco**. Recife, 2008.

SOLÍS, Oliva; VALENCIA, Fernando. La educación em algunas cooperativas de ahorro em Querétaro. In: **Reflexiones sobre cooperativismo**. 1 ed. Querétaro, México: Agosto, 2005.

SCHULZE, E. **Estrutura do poder em cooperativas**. *Perspectiva Econômica*, v. 22, n. 59, 1987. (Cooperativismo 22).

TEMPLE, D. El mercado de reciprocidad positiva. In: *Teoria de La reciprocidad*. Tomo II: La economia de reciprocidad. La Paz: PADEP – GTZ, 2003 apud Sabourin, 2009).

TOLEDO, Victor M. Toledo & BARRERA-BASSOLS, Narciso. **A Etnoecologia: uma ciência pós-normal que estuda as sabedorias tradicionais**. SILVA, Valdeline Atanazio (Orgs.) – “Etnobiologia e Etnoecologia; Pessoas & Natureza na América Latin”, Recife: Nupeea, 2010).

VEIGA, José Eli da. **Cidades Imaginárias: o Brasil é menos urbano do que se calcula**. Campinas: Autores Associados, 2002.

VENTURA, M. M. **O estudo de caso como modalidade de pesquisa**. *Revista SOCERJ*: Rio de Janeiro, 2007.

VILELA, Sérgio Luiz de Oliveira. **A importância das novas atividades agrícolas ante a globalização: a apicultura no Estado do Piauí**. Teresina: Embrapa Meio-Norte, 2000.

WILKINSON, John. **Os gigantes da indústria alimentar entre a grande distribuição e os novos clusters a montante**. *Estudos Sociedade e Agricultura*. Rio de Janeiro, n.18, 2002.

_____. **Mercados, Redes e Valores: o novo mundo da agricultura familiar**. Porto Alegre: Ed da UFRGS: Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, 2008.

APÊNDICES

APÊNDICE 1

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EXTENSÃO RURAL E
DESENVOLVIMENTO LOCAL/POSMEX

Profª Drª. Maria Luiza Lins e Silva Pires

Aluna: Manuella Carolina Costa de Oliveira

APÊNDICE 1 – ROTEIRO DE ENTREVISTA DIRECIONADO AOS DIRIGENTES DA CASA APIS.

Identificação do Entrevistado

- Nome: _____
- Sexo: _____
- Escolaridade: _____
- Cargo que assume: _____

Identificação da cooperativa:

- Nome: _____
- Ramo: _____
- Data de Fundação: _____
- Nome do Presidente: _____
- Vice- Presidente: _____

- Política de negócios (regras, diretrizes);
- Missão (razão da existência);
- Visão (o que querem se tornar);
- Objetivos;
- Autoconceito (identidade).

Gestão Social

- Repartição de poder e atividades (Quantos diretores, empregados e suas funções);
- Quantas cooperativas associadas a central?
- De que forma é eleito o presidente e o vice?
- Qual o período de mandato?
- Com que frequência é realizadas reuniões entre dirigentes e centrais com as cooperativas associadas?
- O que discutido (pauta)?
- Que critérios, formas, canal a cooperativa utiliza pra orientar os seus investimentos? (ex. pesquisa de mercado)
- Há capacitação para seu quadro de funcionários?
- Qual a relação atual com a CENTAPI, SEBRAE?

- Terceiriza alguma atividade?
- Principal tecnologia utilizada?
- Como visa à satisfação do mercado consumidor, da qualidade dos produtos e suas metas societárias?

Mercado e Comercialização

- Quais tipos de mel que a central trabalha?
- Mercado Interno/externo;
- Quanto exporta? E para onde?
- Há novas conquistas de mercados?
- Diversificação da produção? Novo tipo de mel? Beneficiamento?
- Investimento na infraestrutura? Logística?
- Investimento na qualidade de produção, comercialização?
- O Centro Tecnológico (nome) oferece auxílio na produção, manejo e exportação, capacitação, assistência técnica e incubação?
- Qual o atual preço do mel? E de cada tipo de mel?
- Qual a quantidade comercializada pela central?
- Quantas casas de mel existentes, e quantas funcionam? Estão habilitadas? Já possuem a certificação da qualidade (ER)?
- Parcerias: continua com o mercado justo, o *FairTrade*? Quantos capacitados para atuar neste mercado?
- Quais os principais concorrentes?
- E a relação com a CAMPIL?

APÊNDICE 2

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EXTENSÃO RURAL E
DESENVOLVIMENTO LOCAL/POSMEX

Profª Drª. Maria Luiza Lins e Silva Pires

Aluna: Manuella Carolina Costa de Oliveira

APÊNDICE 2 – ROTEIRO DE ENTREVISTA DIRECIONADO AOS DIRIGENTES DA CAMPIL.

Identificação do Entrevistado

- Nome: _____
- Sexo: _____
- Escolaridade: _____
- Cargo que assume: _____

Identificação da cooperativa:

- Nome: _____
- Ramo: _____
- Data de Fundação: _____
- Nome do Presidente: _____
- Vice- Presidente: _____

- Política de negócios (regras, diretrizes);
- Missão (razão da existência);
- Visão (o que querem se tornar);
- Objetivos;
- Autoconceito (identidade).

Gestão Social

- Repartição de poder e atividades (Quantos diretores, empregados e suas funções);
- Quantas cooperativas associadas a central?
- De que forma é eleito o presidente e o vice?
- Qual o período de mandato?
- Com que frequência é realizadas reuniões entre dirigentes e centrais com as cooperativas associadas?
- O que discutido (pauta)?
- Que critérios, formas, canal a cooperativa utiliza pra orientar os seus investimentos? (ex. pesquisa de mercado)
- Há capacitação para seu quadro de funcionários?
- Qual a relação atual o SEBRAE?

- Terceiriza alguma atividade?
- Principal tecnologia utilizada?
- Como visa à satisfação do mercado consumidor, da qualidade dos produtos e suas metas societárias?

Mercado e Comercialização

- Quais tipos de mel que a central trabalha?
- Mercado Interno/externo;
- Há novas conquistas de mercados?
- Diversificação da produção? Novo tipo de mel? Beneficiamento?
- Investimento na infraestrutura? Logística?
- Investimento na qualidade de produção, comercialização?
- O Centro Tecnológico (nome) oferece auxílio na produção, manejo e exportação, capacitação, assistência técnica e incubação?
- Qual o atual preço do mel?
- Qual a quantidade comercializada pela cooperativa?
- Quais os principais concorrentes?
- Como estão enfrentando o problema da seca?
- E a relação com a Casa APIS?

ANEXOS

ANEXO A: Lista dos produtos comercializados pela Casa APIS

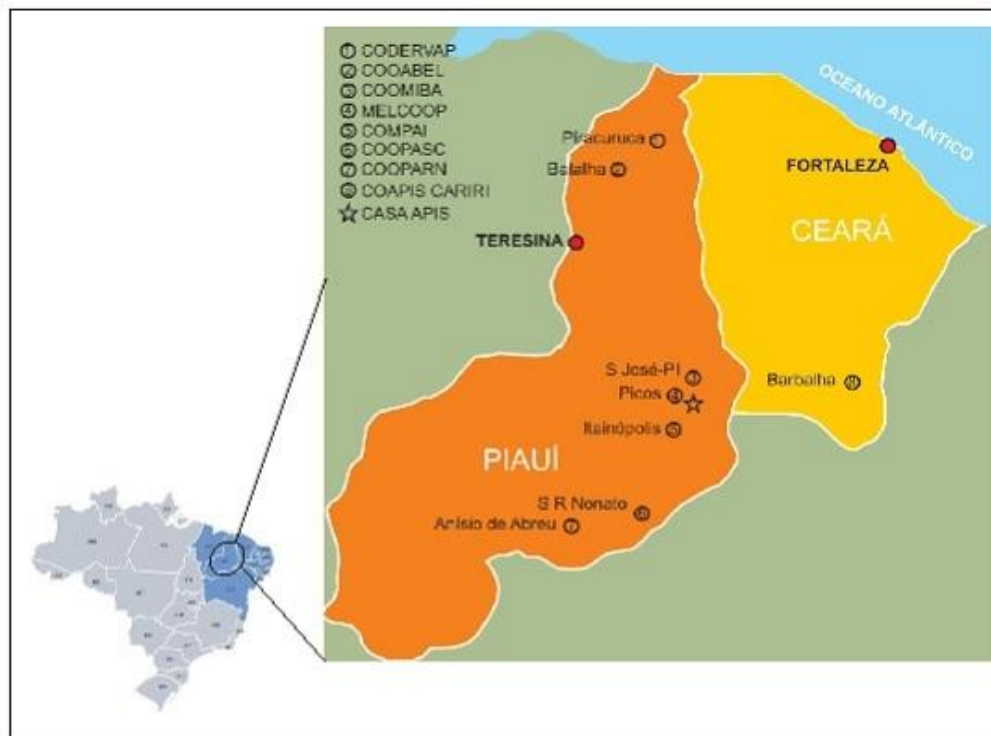
Cod. Prd.	Descrição do Produto	Código de Barra	Nº Reg. MAPA
CA01	Honey Tambor 280Kg (*Uso Autorizado)	789 8924683 33 0	01
CA02	Honey Tambor 280Kg Orgânico (*Uso Autorizado)	789 8924683 31 6	02

CA03	Sachê 100g	789 8924683 07 1	03
CA04	Sachê 200g	789 8924683 08 8	03
CA05	Sachê 1000g	789 8924683 30 9	03
CA06	Bisnaga Pet 270g	789 8924683 38 5	04
CA07	Bisnaga Pet 340g	789 8924683 20 0	04
CA08	Bisnaga Pet 470g	789 8924683 21 7	04
CA09	Litro Pet 1400g	789 8924683 36 1	04
CA10	Pote vidro 300g	789 8924683 23 1	05
CA11	Pote vidro 450g	789 8924683 24 8	05
CA12	Blister 15g		06
CA13	Mel com Própolis 300g	789 8924683 09 5	07
CA14	Mel com Própolis 150g	789 8924683 22 4	07
CA15	Mel com Geleia 300g	789 8924683 12 5	08
CA16	Mel com Geleia 150g	789 8924683 25 5	08
CA17	Mel com Própolis Limão... 300g	789 8924683 13 2	09
CA18	Mel com Própolis Limão... 150g	789 8924683 26 2	09
CA19	Mel com Própolis Eucalipto... 300g	789 8924683 14 9	10
CA20	Mel com Própolis Eucalipto... 150g	789 8924683 27 9	10
CA21	Mel com Própolis Guaco 300g	789 8924683 15 6	11
CA22	Mel com Própolis Guaco 150g	789 8924683 28 6	11
CA23	Mel com Própolis Romã 300g	789 8924683 16 3	12
CA24	Mel com Própolis Romã 150g	789 8924683 29 3	12
CA25	Spray de Mel c/ Própolis e Menta 30ml	789 8924683 17 0	13
CA26	Spray de Mel c/ Própolis e Romã 30ml	789 8924683 18 7	14
CA27	Spray de Mel c/ Própolis e Gengibre 30ml	789 8924683 19 4	15
CA28	Pólen Apícola Desidratado 80g	789 8924683 39	16
CA29	Extrato de Própolis 30ml	789 8924683 40	17
CA30	Mel Balde 25Kg Orgânico (Mercado Interno)	789 8924683 32 3	19
CA31	Mel Tambor 280Kg Orgânico (Mercado Interno)	789 8924683 34 7	20
CA32	Mel Balde 25Kg (Mercado Interno)		21
CA33	Mel Tambor 280Kg (Mercado Interno)	789 8924683 04 0	18

*Uso Autorizado = Mercado Externo

ANEXO B

Mapa 2: Localização das cooperativas filiadas da Casa APIS.



Fonte: Acervo da Casa APIS, 2013.

ANEXO C

Ilustração 2: Selo do Clube dos Produtores



Fonte: Site WalMart

Fotografia 1: Fachada da Central de Cooperativas



Fonte: Pesquisa de campo, 2010.

Fotografia 2: Produtos da Casa APIS



Fonte: Pesquisa de Campo, 2010.

Fotografia 3: Apiário



Fonte: Acervo da Casa APIS

Fotografia 4 : Colheita do Mel



Fonte: Acervo da Casa APIS

Fotografia 5: Casa do Mel



Fonte: Acervo da Casa APIS

Fotografia 6: Extração do Mel



Fonte: Acervo da Casa APIS

Fotografia 7: Processamento do mel na Casa APIS



Fonte: Acervo da Casa APIS

Fotografia 8: Análise do Mel no laboratório da Casa APIS



Fonte: Acervo da Casa APIS

Fotografia 9: Treinamento prático dos Agentes de Desenvolvimento Rural Sustentável – ADRS, com a equipe do SEBRAE



Fonte: Acervo da Casa APIS

Fotografia 10: Comunidade exibindo a certificação do curso de capacitação



Fonte: Acervo da Casa APIS

Fotografia 11: Lançamento do “Clube do Produtor” em uma das lojas da rede Hiper Bompreço



Fonte: Acervo da Casa APIS

Fotografia 12: Promoção de venda – Degustação na loja da rede Hiper Bompreço



Fonte: Acervo da Casa APIS

Fotografia 13: Bisnagas de 340g e 470g na gôndola - Supermercado Hiper Bompreço – Recife



Fonte: Pesquisa de Campo, 2013.

Fotografia 14: Indicação dos preços - Supermercado Hiper Bompreço - Recife



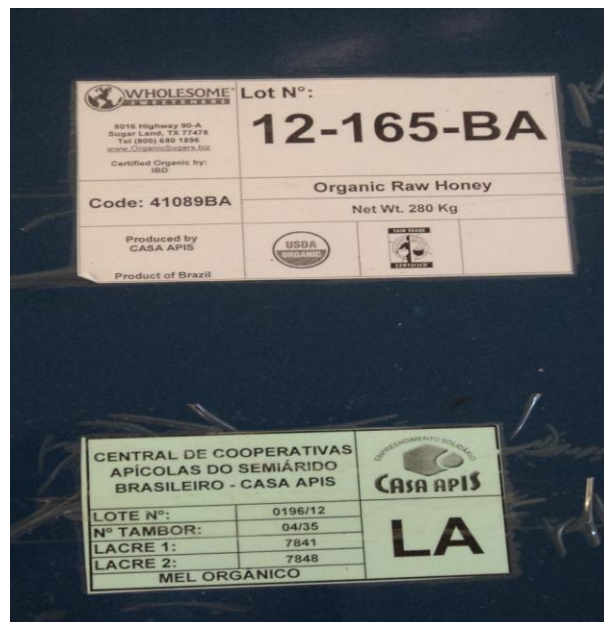
Fonte: Pesquisa de Campo, 2013

Fotografia 15: Toneis pronto para serem exportados



Fonte: Pesquisa de campo, 2012.

Fotografia 16: Identificações contidas na parte externa do tonel para exportação



Fonte: Pesquisa de Campo, 2012.