



FERNANDA MACIEL FERREIRA

**ESTRATÉGIA DE DIVULGAÇÃO E ACESSO A MERCADOS
PARA PRODUTOS AGROECOLÓGICOS DA COOPERATIVA
CAMPONESA DA REFORMA AGRÁRIA – COOPERCAMPRA**

**LAVRAS-MG
2025**

FERNANDA MACIEL FERREIRA

**ESTRATÉGIA DE DIVULGAÇÃO E ACESSO A MERCADOS PARA PRODUTOS
AGROECOLÓGICOS DA COOPERATIVA CAMPONESA DA REFORMA
AGRÁRIA – COOPERCAMPRA**

Projeto Técnico apresentado à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do programa de Pós-Graduação do Mestrado Profissional em Desenvolvimento Sustentável e Extensão, área de concentração em Desenvolvimento Sustentável e Extensão, para obtenção do título de mestre.

Orientadora
Dra. Viviane Santos Pereira

**LAVRAS-MG
2025**

**Ficha Catalográfica elaborada pelo Sistema de Geração
de Ficha Catalográfica da Biblioteca Universitária da UFLA, com
dados informados pelo(a) próprio(a) autor(a).**

Maciel Ferreira, Fernanda .

Estratégia de Divulgação e Acesso a Mercados para Produtos Agroecológicos da
Cooperativa Camponesa da Reforma Agrária – Coopercampra / Fernanda Maciel
Ferreira. - 2025.

86 p. : il.

Orientadora: Viviane Santos Pereira

Dissertação (Mestrado Profissional) - Universidade Federal de Lavras, 2025.
Bibliografia.

1. Desenvolvimento Rural Sustentável. 2. Agricultura Familiar. 3. Circuitos
Curtos de Comercialização. 4. Agroecologia. I. Santos Pereira, Viviane. II.
Universidade Federal de Lavras. III. Título.

FERNANDA MACIEL FERREIRA

**ESTRATÉGIA DE DIVULGAÇÃO E ACESSO A MERCADOS PARA PRODUTOS
AGROECOLÓGICOS DA COOPERATIVA CAMPONESA DA REFORMA
AGRÁRIA – COOPERCAMPRA**

**STRATEGY FOR DISCLOSURE AND MARKET ACCESS FOR
AGROECOLOGICAL PRODUCTS OF THE PEASANT COOPERATIVE FOR
AGRARIAN REFORM – COOPERCAMPRA**

Projeto Técnico apresentado à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do programa de Pós-Graduação do Mestrado Profissional em Desenvolvimento Sustentável e Extensão, área de concentração em Desenvolvimento Sustentável e Extensão, para obtenção do título de mestre.

APROVADA em 27 de maio de 2025.

Dra. Viviane Santos Pereira UFLA

Dr. Thiago Rodrigo de Paula Assis UFLA

Dra. Viviane Guimarães Pereira UNIFEI

Orientadora
Dra. Viviane Santos Pereira

**LAVRAS-MG
2025**

Dedico a todos os agricultores e agricultoras familiares, cuja luta e dedicação à agroecologia inspiram este trabalho e nos lembram da importância da conexão com a terra na produção de alimentos.

AGRADECIMENTOS

Expresso minha profunda gratidão, a Deus, por me fortalecer e sustentar em toda essa jornada.

Agradeço à minha filha, Taísa, pelo apoio incondicional e incentivo constante em cada etapa desse caminho. Sou imensamente grata por seu acolhimento.

Agradeço a minha orientadora Prof^ª Dra. Viviane Santos Pereira, pela dedicação, paciência e orientação impecável, que foram essenciais para o desenvolvimento deste trabalho.

Agradeço à Universidade Federal de Lavras – UFLA por me permitir expandir meus conhecimentos acadêmicos.

À Carol Borges que prontamente se dispôs a contribuir para a construção do catálogo de produtos, enriquecendo esse processo, trazendo suas ideias e expertise.

Agradeço ao Michel Gondim que confiou no meu trabalho de campo e contribuiu para o meu crescimento profissional.

Um agradecimento especial a Flaviana e Juarez, representantes da COOPERCAMPRA, pelo compromisso e apoio, e por acreditarem e abraçarem essa iniciativa.

Agradeço a todos os agricultores e agricultoras da COOPERCAMPRA que participaram desse processo e que produzem alimentos agroecológicos, contribuindo assim para um futuro mais sustentável e justo para todos.

Agradeço ao Projeto Rural Sustentável - Cerrado, realizado em parceria com a Universidade Federal de Lavras - UFLA, que viabilizou este curso de Mestrado Profissional. O Projeto Rural Sustentável – Cerrado é financiado pela Cooperação Técnica aprovada pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento - BID, com recursos do Financiamento Internacional do Clima do Governo do Reino Unido, tendo o Ministério da Agricultura e Pecuária - MAPA como beneficiário institucional. O Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade - IABS é o responsável pela execução e administração do projeto, e a Embrapa, responsável pela coordenação científica, com apoio da Rede ILPF.

RESUMO

Os Circuitos Curtos de Comercialização - CCC, como as feiras do agricultor, entrega de cestas, pequenas lojas de agricultores, entre outras formas, surgem como uma alternativa ao modelo predominante de produção e comercialização e são um tipo de mercado alternativo, com relações de proximidade, criando novas maneiras de fomentar trocas e promover negócios com maior responsabilidade e valores. Os mercados alternativos visam fomentar o desenvolvimento econômico de agricultores familiares e se estabelecem através dos circuitos curtos de comercialização, caracterizando-se pela venda direta de produtos. Este trabalho se desenvolve por meio da construção de um projeto técnico em interação com a Cooperativa Camponesa da Reforma Agrária - COOPERCAMPRA, que produz e comercializa produtos agroecológicos em Sistemas Agroflorestais - SAFs no município de Uberlândia/MG. O objetivo deste projeto técnico é contribuir para aumentar a visibilidade das ações da cooperativa, promovendo a valorização e a comercialização de produtos agroecológicos em Circuitos Curtos, contribuindo assim para a sustentabilidade e inclusão. Para tanto foi realizada uma pesquisa qualitativa por meio de análise documental visando alcançar os dois primeiros objetivos específicos de analisar os desafios e dificuldades dos cooperados para acessar novos mercados e de identificar as formas de divulgação e acesso aos mercados pelos cooperados. Após diagnóstico sobre esta realidade observou-se a demanda de se elaborar catálogos com produtos agroecológicos e divulgação da produção da agricultura familiar da cooperativa. Desta forma foi planejada, executada e avaliada a construção de dois catálogos de produtos *in natura* e processados visando alcançar o terceiro objetivo específico que está relacionado a construção de um catálogo de forma participativa com os cooperados(as). Espera-se que este projeto técnico possa contribuir para fortalecer a agroecologia e desenvolvimento sustentável no território, em especial entre agricultores camponeses da COOPERCAMPRA.

Palavras-chave: agricultura familiar; circuitos curtos; catálogo de produtos agroecológicos.

ABSTRACT

Short Marketing Circuits (SVCs), such as farmers' markets, basket deliveries, small farmers' shops, and other forms, emerge as an alternative to the prevailing production and marketing model. They are a type of alternative market, with close relationships, creating new ways to foster exchanges and promote business with greater responsibility and value. Alternative markets aim to foster the economic development of family farmers and are established through short marketing circuits, characterized by the direct sale of products. This work is developed through the development of a technical project in collaboration with the Peasant Cooperative of Agrarian Reform (COOPERCAMPRA), which produces and sells agroecological products in Agroforestry Systems (SAFs) in the municipality of Uberlândia, Minas Gerais. The objective of this technical project is to contribute to increasing the visibility of the cooperative's activities, promoting the appreciation and commercialization of agroecological products in Short Marketing Circuits, thus contributing to sustainability and inclusion. To this end, qualitative research was conducted through document analysis to achieve the first two specific objectives: analyzing the challenges and difficulties cooperative members face in accessing new markets and identifying ways for them to promote and access markets. After assessing this reality, a demand for catalogs of agroecological products and promotion of the cooperative's family farming production was identified. Thus, the development of two catalogs of fresh and processed products was planned, executed, and evaluated, aiming to achieve the third specific objective, which is the development of a catalog in a participatory manner with cooperative members. It is hoped that this technical project will contribute to strengthening agroecology and sustainable development in the region, especially among COOPERCAMPRA's peasant farmers.

Keywords: family farming; short circuits; catalog of agroecological products.

INDICADORES DE IMPACTO

O trabalho desenvolvido no âmbito do Mestrado Profissional em Desenvolvimento Sustentável e Extensão resultou em impactos sociais, econômicos e culturais relevantes junto aos agricultores familiares organizados na Cooperativa Camponesa da Reforma Agrária – COOPERCAMPRA, localizada em Uberlândia/MG. A principal contribuição foi o fortalecimento da identidade e da organização da cooperativa por meio da construção participativa de dois catálogos de produtos agroecológicos, elaborados com rodas de conversa presenciais e virtuais. O processo estimulou o protagonismo dos cooperados na definição de estratégias de comercialização, ampliando sua visibilidade em mercados institucionais e alternativos, como feiras, PNAE e pequenos comércios locais. A ação impactou diretamente 60 cooperados(as) de oito assentamentos da reforma agrária ligados ao MST, que produzem em Sistemas Agroflorestais - SAFs. O caráter extensionista do trabalho foi consolidado com a integração entre universidade e sociedade civil, por meio de parceria com o Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade - IABS no âmbito do Projeto Rural Sustentável – Cerrado. A iniciativa envolveu docentes, estudantes e técnicos, promovendo a troca de saberes e a valorização da produção agroecológica local. Os impactos observados se alinham a quatro áreas temáticas da Política Nacional de Extensão: Meio Ambiente, Trabalho, Educação e Tecnologia e Produção. Também contribuem diretamente para o alcance de diversos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS da ONU, como o ODS 1, ODS 2, ODS 8, ODS 12 e ODS 13, ao fortalecer práticas sustentáveis, gerar renda, estimular o consumo consciente e ampliar o acesso a mercados para a agricultura familiar. Por fim, o caráter replicável do trabalho confere a ele potencial de multiplicação em outras cooperativas, contribuindo para o fortalecimento dos circuitos curtos e da produção agroecológica no Brasil.

IMPACT INDICATORS

The work developed within the scope of the Professional Master's Program in Sustainable Development and Extension resulted in relevant social, economic, and cultural impacts on family farmers organized in the Peasant Cooperative for Agrarian Reform – COOPERCAMPRA, located in Uberlândia, Minas Gerais. The main contribution was the strengthening of the cooperative's identity and organizational structure through the participatory construction of two catalogs of agroecological products, developed through in-person and virtual dialogue circles. The process stimulated the protagonism of cooperative members in defining marketing strategies, increasing their visibility in institutional and alternative markets such as fairs, the National School Feeding Program - PNAE, and small local businesses. The initiative directly impacted 60 members from eight agrarian reform settlements linked to the MST, who work with agroecological production in agroforestry systems - SAFs. The extensionist character of the project was reinforced through the integration between the university and civil society, in partnership with the Brazilian Institute for Development and Sustainability - IABS, within the framework of the Sustainable Rural Project – Cerrado. The initiative involved professors, students, and technicians, promoting knowledge exchange and the appreciation of local agroecological production. The impacts align with four thematic areas of the National Extension Policy: Environment, Work, Education, and Technology and Production. The project also contributes directly to the achievement of several United Nations Sustainable Development Goals (SDGs), such as SDG 1, SDG 2, SDG 8, SDG 12, and SDG 13, by strengthening sustainable practices, generating income, encouraging conscious consumption, and expanding market access for family farming. Finally, the replicable nature of the initiative gives it the potential for multiplication in other cooperatives, contributing to the strengthening of short supply chains and agroecological production in Brazil.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Logomarca da COOPERCAMPRA	17
Figura 2 - Tipologia de circuitos curtos de comercialização de produtos ecológicos.....	29
Figura 3 – Características comuns observadas em circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos	31
Figura 4 - Comissão de agricultores da COOPERCAMPRA	39
Figura 5 - Roda de conversa entre os agricultores do Cooperativa COOPERCAM.....	40
Figura 6 - Protótipo do Catálogo (conteúdo)	41
Figura 7- Catálogo de Produtos - versão simplificada.....	53
Figura 8 – Catálogo de Produtos – versão ampliada.....	55

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Metodologias utilizadas.....	35
Quadro 2 – Acesso a mercados.....	46
Quadro 3 - Acesso a mercados da Cooperativa COOPERCAMPRA	51

LISTA DE SIGLAS

ACAMPRA – Associação Camponesa de Produção da Reforma Agrária do Município de Uberlândia

COOPERCAMPRA - Cooperativa Camponesa da Reforma Agrária

CCC - Circuitos Curtos de Comercialização

DRP - Diagnóstico Rural Participativo

DF – Distrito Federal

FBB - Fundação Banco do Brasil

SAF - Sistemas Agroflorestais

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IABS - Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade

ILPF – Integração Lavoura-Pecuária-Floresta

MG – Minas Gerais

MST - Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra

MMA – Ministério do Meio Ambiente e Mudanças Climáticas

MAPA - Ministério da Agricultura e Pecuária

PN - Plano de Negócio

PRS – Projeto Rural Sustentável

PAA - Programa de Aquisição de Alimentos

PNAE - Programa Nacional de Alimentação Escolar

PMAE - Programa Municipal de Alimentação Escolar

OSPs - Organizações Socioprodutivas

UFU - Universidade Federal de Uberlândia

UMs - Unidades Multiplicadoras

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
2. OBJETIVOS	20
2.1. Objetivo Geral	20
2.2. Objetivos Específicos	20
3. REFERENCIAL TEÓRICO	20
3.1. Agricultura Familiar: Diversidade Territorial e Base Estratégica para a Soberania Alimentar	20
3.2 Critérios Legais da Agricultura Familiar e sua Importância para o Acesso a Mercados pelos Empreendimentos Agroecológicos: o caso da Coopercampra	22
3.3 O potencial da agroecologia para o desenvolvimento sustentável e o fortalecimento de comunidades	24
3.4. Mercados Agroecológicos: o papel dos circuitos curtos e redes alimentares alternativas	26
4. METODOLOGIA	32
4.1. Diagnóstico da realidade local	37
4.2. Planejamento/Execução da produção técnica	38
4.3. Avaliação do produto técnico	41
5. RESULTADOS E DISCUSSÃO	43
5.1. Desafios, Estratégias de Visibilidade e Protagonismo na Construção Coletiva do Catálogo	43
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
7. INSERÇÃO SOCIAL DO PROJETO	59
REFERÊNCIAS	60
APÊNDICE A. CATÁLOGO DE PRODUTOS- VERSÃO SIMPLIFICADA	67
APÊNDICE B. CATÁLOGO DE PRODUTOS - VERSÃO AMPLIADA	68

1. INTRODUÇÃO

De acordo com Renting *et al.* (2012), os agricultores familiares vêm consolidando formas alternativas de inserção no mercado por meio de estratégias que articulam dimensões sociais, culturais, ambientais, territoriais e relacionadas à qualidade dos alimentos comercializados. Tais mercados alternativos caracterizam-se por dinâmicas de comercialização que se distanciam dos padrões convencionais, estabelecendo novas formas de conexão entre produtores e consumidores (Soglio Kubo, 2016).

Conforme apontam Niederle e Almeida (2013), os chamados mercados alternativos têm promovido a constituição de circuitos diferenciados de produção e consumo, valorizados tanto por populações rurais quanto urbanas, ao favorecerem relações mais próximas entre produtores e consumidores. Ploeg (2008) destaca que, mesmo diante das imposições do mercado convencional, persistem diversas formas de inserção mercantil na agricultura familiar, como feiras locais, organizações coletivas de produtores, comércio de pequena escala, práticas de autoconsumo e sistemas de trocas. O autor ainda ressalta que o êxito dessas novas formas de comercialização está relacionado, em parte, ao engajamento direto dos agricultores nos processos de gestão e produção, sendo fundamental o respaldo de políticas públicas que fortaleçam tais iniciativas.

Segundo Niederle e Almeida (2013), a agricultura familiar está associada a formas de produção que tendem a ser mais sustentáveis do ponto de vista socioambiental. Para viabilizar um modelo de consumo alimentar alinhado a princípios ecológicos, torna-se essencial fomentar a aquisição de alimentos oriundos da agroecologia e incentivar a aproximação entre produtores e consumidores. Essa interação favorece a transparência nos processos produtivos, facilitando o compartilhamento de informações e promovendo formas inovadoras de negociação (Darolt, 2013). Dessa forma, os agricultores conseguem responder às exigências de qualidade, ao passo que os consumidores ampliam seu entendimento sobre as práticas de cultivo e manejo (Perez-Cassarino, 2013).

Nessa perspectiva, tais formas de interação extrapolam a lógica da simples comercialização, configurando-se como espaços sociais de diálogo, construção coletiva de saberes e fortalecimento das relações interpessoais. Transparência, cooperação e repartição de benefícios emergem como pilares estruturantes dessas dinâmicas, contribuindo para o estabelecimento de relações comerciais mais equitativas e sustentáveis ao longo da cadeia produtiva (Meirelles, 2004; Perez-Cassarino, 2004; Ana, 2006; Schmitt; Tygel, 2009).

Os chamados Circuitos Curtos de Comercialização - CCC, nesse contexto, apresentam-se como alternativas mais sustentáveis, pois integram dimensões sociais, ambientais e econômicas. Além de reduzirem os impactos negativos, esses circuitos valorizam princípios como o cooperativismo, o associativismo, o consumo responsável e o comércio justo. Também desempenham um papel importante na valorização do trabalho dos agricultores, dos produtos comercializados e dos hábitos alimentares, ao mesmo tempo em que reconhecem e promovem os saberes tradicionais e a diversidade cultural dos modos de produção (Soglio Kubo, 2016).

As iniciativas da sociedade civil na consolidação de mercados alternativos evidenciam a possibilidade de resistência ao paradigma da modernização agrícola hegemônica. Tais iniciativas têm favorecido o reconhecimento da agricultura familiar tanto por parte do Estado quanto da sociedade em geral, ao mesmo tempo em que contribuem para a descentralização dos recursos financeiros destinados à agricultura e às cadeias agroalimentares no Brasil (Grisa; Schneider, 2015). Com o uso de tecnologias apropriadas ao contexto local, os agricultores familiares vêm demonstrando significativa capacidade de ampliação da produção, tanto em quantidade quanto em diversidade, além de conquistarem novas possibilidades de inserção mercantil (FBB, 2013). Conforme Wilkinson (1999), essas possibilidades se expressam na participação dos agricultores em mercados diferenciados, tanto nacionais quanto internacionais, bem como no fortalecimento dos circuitos curtos de comercialização.

Apesar desses avanços, a agricultura familiar camponesa ainda enfrenta obstáculos no processo de comercialização, mesmo quando seus produtos são reconhecidos por atributos diferenciados, promovem a conservação ambiental e geram impactos sociais relevantes, especialmente quando inseridos em canais de comercialização de curta distância (Cassol; Schneider, 2016). Nesse cenário, a sociedade civil tem desempenhado um papel central na criação e consolidação de canais alternativos de comercialização, por meio da formação de redes e conexões que contribuem para a construção de um modelo agrícola mais sustentável e integrado aos princípios da agroecologia e do desenvolvimento rural (Ribeiro, 2021).

Os circuitos curtos de comercialização - CCC estruturam-se com base na proximidade entre produtores e consumidores, criando vínculos diretos ou intermediados por poucas etapas, o que pode ocorrer por meio de organizações como feiras agroecológicas, sistemas de cestas, redes solidárias ou comunidades que sustentam a agricultura (Renting *et al.*, 2000; Lamine, 2008; Darolt *et al.*, 2015). Em assentamentos da reforma agrária, essas práticas têm sido potencializadas por meio da agroecologia, que se apresenta como um caminho para o

estabelecimento de canais de comercialização mais justos e voltados à promoção da soberania e segurança alimentar dos agricultores (Ribeiro, 2021).

Neste estudo, o sujeito da pesquisa é a Cooperativa Camponesa da Reforma Agrária – COOPERCAMPRA, localizada no município de Uberlândia/MG. A cooperativa é formada por agricultores familiares agroecológicos que trabalham com Sistemas Agroflorestais - SAFs, sendo uma referência na região pelo trabalho coletivo que desenvolvem na produção de alimentos orgânicos e agroecológicos, por serem assentados da reforma agrária e pela luta na construção de alternativas sustentáveis de geração de renda no campo.

Diante da necessidade de aprimorar a forma de comercialização de produtos agroecológicos e de ampliar o acesso a novos mercados, a Associação Camponesa de Produção da Reforma Agrária do Município de Uberlândia – ACAMPRA identificou a relevância da constituição de uma cooperativa para fortalecer a economia local, promover maior autonomia para as famílias agricultoras e facilitar o acesso a canais alternativos de comercialização, ampliando, assim, as oportunidades para o desenvolvimento rural sustentável.

Em 2022, foi fundada a Cooperativa Camponesa da Reforma Agrária – COOPERCAMPRA (Figura 1), com sede no Assentamento Emiliano Zapata, situado na MGC-455, Km 26 (sentido Uberlândia–Campo Florido), no município de Uberlândia/MG. A criação da COOPERCAMPRA representa um marco significativo na consolidação da maturidade organizacional da ACAMPRA, especialmente em termos de gestão de empreendimentos e expansão de estratégias voltadas à comercialização e à competitividade produtiva. A cooperativa passou a agregar agricultores vinculados às cadeias produtivas de maior relevância na região, promovendo, assim, a integração e o fortalecimento das ações coletivas.

Figura 1- Logomarca da Cooperativa Camponesa da Reforma Agrária – COOPERCAMPRA



Fonte: COOPERCAMPRA (2024)

Com um quadro atual de 60 cooperados e cooperadas, a COOPERCAMPRA integra membros dos Núcleos Agroecológicos dos Assentamentos Emiliano Zapata, Florestan Fernandes, Rio das Pedras, Canudos, Monte Alegre, Dom José Mauro, Eldorado dos Carajás e Maringá-Monte Castelo, todos vinculados ao Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra – MST. A formação da cooperativa constituiu um passo estratégico para ampliar a autonomia dos agricultores e consolidar sua atuação em mercados diferenciados.

A COOPERCAMPRA prioriza o acesso a mercados de circuitos curtos de comercialização, tais como feiras agroecológicas, venda direta e programas públicos de aquisição de alimentos. Dentre esses canais, destacam-se as Feiras Agroecológicas realizadas no Parque do Sabiá, no Mercado Municipal (Pachamama), na Universidade Federal de Uberlândia (Campus Santa Mônica) e as vendas organizadas pela iniciativa Cesta Semeando Agroecológica, com entregas no município de Uberlândia/MG. A cooperativa também fornece produtos ao Batalhão do Exército Brasileiro e participa ativamente dos mercados institucionais, como o Programa de Aquisição de Alimentos – PAA, o Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE, para escolas estaduais e municipais, e o Programa Municipal de Alimentação Escolar – PMAE, atendendo unidades da rede municipal de ensino.

Além dessas estratégias já consolidadas, a inclusão de novos pontos de comercialização, como restaurantes, sacolões e pequenos mercados em Uberlândia/MG, representa uma expansão relevante. Tais mercados oferecem novas possibilidades de diversificar o público consumidor e ampliar o volume de vendas. A inserção em programas de alimentação escolar,

além de assegurar uma demanda constante, contribui para a promoção de hábitos alimentares saudáveis entre estudantes, reforçando a função social da cooperativa. A parceria com o Armazém do Campo, em Brasília/DF, configura-se como uma ação estratégica para ampliar a visibilidade da COOPERCAMPRA em níveis regional e nacional, aproveitando o prestígio e a credibilidade associados à marca de produtos agroecológicos promovida pela cooperativa.

Dessa forma, o presente trabalho surge como uma resposta estratégica a essa demanda por ampliação dos mercados, buscando explorar novas oportunidades de comercialização, fortalecer a presença da COOPERCAMPRA em diferentes espaços, consolidar sua visibilidade e garantir sua sustentabilidade econômica. A definição do objeto de estudo fundamentou-se na experiência de campo realizada pela autora no contexto do edital de chamamento público promovido pelo Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade – IABS, no âmbito do Projeto Rural Sustentável – Cerrado (PRS-Cerrado). Esse edital visava à contratação de serviços especializados para conduzir e facilitar a construção técnico-participativa de Planos de Negócios, com enfoque na estruturação e no fortalecimento das Organizações Socioprodutivas – OSPs. As ações foram direcionadas às Unidades Multiplicadoras – UM e às representações locais, especialmente no que se refere à gestão organizacional e ao fortalecimento das relações com o mercado, contemplando as principais cadeias produtivas presentes nessas organizações (PRS-Cerrado, 2023, p. 20).

Apesar de os agricultores da COOPERCAMPRA atuarem ativamente na promoção de iniciativas junto a mercados em Uberlândia/MG, ainda enfrentam desafios quanto à superação de gargalos logísticos e de questões estruturais que impactam o beneficiamento dos produtos e a comercialização. Nesse contexto, os Circuitos Curtos de Comercialização – CCC apresentam-se como alternativas viáveis para que os agricultores possam escoar sua produção e enfrentar as limitações que dificultam seu trabalho. Ao valorizarem a conexão entre alimento, território e sociedade, esses circuitos contribuem para resgatar a identidade dos sistemas alimentares e estreitar as relações entre produtores e consumidores. Conhecer a origem dos alimentos, quem os produz e como são produzidos agrega valor a todos os elos da cadeia.

Assim, este trabalho busca colaborar com a COOPERCAMPRA por meio do desenvolvimento de materiais técnicos que fortaleçam a organização interna dos cooperados e ampliem sua inserção em mercados alternativos da região. A Associação Camponesa de Produção da Reforma Agrária de Uberlândia – ACAMPRA exerceu um papel estratégico na trajetória organizativa dos agricultores locais, ao fomentar a articulação coletiva e prestar apoio técnico e institucional na criação de uma nova estrutura de organização produtiva. Por meio da

ACAMPRA, foi possível estabelecer um espaço de cooperação no qual os agricultores compartilharam suas experiências, construindo, de forma coletiva, caminhos voltados ao fortalecimento da instituição e à sustentabilidade de seus sistemas produtivos.

Dessa base, emergiu a proposta de criação de uma cooperativa com o objetivo de apoiar os agricultores em um modelo coletivo de produção e comercialização. A constituição da cooperativa surgiu como resposta à necessidade de ampliar a eficiência organizacional, melhorar o acesso a mercados e impulsionar a economia local por meio da ação coletiva dos cooperados. Nesse contexto, foi fundada a Cooperativa Camponesa da Reforma Agrária – COOPERCAMPRA, que hoje é reconhecida como um exemplo de organização para a agricultura familiar e agroecológica na região, contribuindo para a produção de alimentos limpos.

A COOPERCAMPRA reúne agricultores e agricultoras familiares comprometidos com práticas sustentáveis de manejo da terra, com foco na produção agroecológica de alimentos. A cooperativa também se dedica à promoção da autonomia de seus membros, oferecendo capacitações e assistência técnica contínua, fomentando o intercâmbio de experiências e o fortalecimento das relações entre os cooperados, com a proposta de integrá-los aos processos decisórios da cooperativa. Um dos focos centrais da atuação da COOPERCAMPRA está no fortalecimento da economia local por meio do acesso a canais diferenciados de comercialização. A cooperativa atua como intermediária entre agricultores e consumidores, permitindo que os produtos agroecológicos cheguem a novos públicos, valorizando o trabalho camponês e a identidade territorial de seus membros.

No âmbito dessa trajetória, justifica-se o presente trabalho, que visa contribuir para o aprimoramento das estratégias de divulgação e acesso a mercados para os produtos da cooperativa, especialmente por meio da elaboração de um catálogo de produtos. Essa ação, prevista no Plano de Negócios – PN da COOPERCAMPRA, foi concebida como uma medida de curto prazo, mas estratégica para o alcance de novos nichos de comercialização. O catálogo tem como objetivo reunir e apresentar os produtos de agricultores agroecológicos de assentamentos parceiros da cooperativa, ao mesmo tempo em que fortalece a identidade e a presença da COOPERCAMPRA no mercado local. O presente trabalho foi desenvolvido no contexto do Mestrado Profissional em Desenvolvimento Sustentável e Extensão, no âmbito do Projeto Rural Sustentável – Cerrado (PRS-Cerrado), em parceria com a Universidade Federal de Lavras – UFLA. O PRS-Cerrado é uma iniciativa financiada com recursos do Financiamento Internacional do Clima do Governo do Reino Unido, por meio da Cooperação Técnica aprovada

pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID, tendo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA como beneficiário institucional. A execução e gestão do projeto são de responsabilidade do Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade – IABS, com coordenação científica da Embrapa e apoio da Rede de Integração Lavoura-Pecuária-Floresta – ILPF.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo Geral

Contribuir para aumentar a visibilidade das ações da Cooperativa Camponesa da Reforma Agrária – COOPERCAMPRA, promovendo a valorização e a comercialização de produtos agroecológicos em Circuitos Curtos, contribuindo assim para a sustentabilidade econômica e o fortalecimento da agricultura familiar camponesa.

2.2. Objetivos Específicos

- I. Apresentar os desafios e dificuldades dos cooperados para acessar novos mercados;
- II. Identificar as formas de divulgação e acesso aos mercados pelos cooperados;
- III. Construir produção técnica (catálogos) em diálogo com cooperados como ferramenta para incentivar a venda de produtos em mercados alternativos.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1. Agricultura Familiar: Diversidade Territorial e Base Estratégica para a Soberania Alimentar

Guanziroli e Cardim (2000) definem os agricultores familiares como aqueles cujas atividades agrícolas são geridas pelo próprio agricultor e sua família, sendo o trabalho familiar predominante em relação à mão de obra contratada. Além disso, a extensão da propriedade está

limitada conforme os parâmetros regionais estabelecidos para cada localidade do país. A agricultura familiar no Brasil é marcada por uma grande diversidade de contextos, com famílias que variam desde situações de extrema pobreza e acesso limitado à terra até aquelas com maior capacitação, organização e conhecimentos técnicos adequados, conforme apontado por Souza Filho *et al.* (2004). Nesse sentido, é fundamental reconhecer a heterogeneidade desse grupo, evitando reducionismos que os classifiquem exclusivamente pelo uso predominante de mão de obra familiar.

Bittencourt e Bianchini (1996) conceituam o agricultor familiar como aquele cuja principal fonte de sustento provém de atividades agrícolas realizadas com o trabalho de sua própria família, admitindo-se a contratação eventual de terceiros, quando necessário. A agricultura familiar corresponde à maior parte das unidades produtivas no Brasil e é responsável por uma parcela significativa dos empregos nos setores agropecuário, artesanal e agroindustrial, tanto em áreas urbanas quanto rurais (IBGE, 2006). Estima-se que aproximadamente 70% dos alimentos consumidos no país sejam provenientes da agricultura familiar, que, além de garantir a segurança alimentar, desempenha papel fundamental no fortalecimento das economias locais e no desenvolvimento territorial, promovendo também a cooperação entre famílias (Bittencourt, 2020).

Wanderley (2001) caracteriza a agricultura familiar como um sistema no qual a família, além de deter os meios de produção, assume diretamente o trabalho no estabelecimento. Essa estrutura produtiva integra família, produção e trabalho, influenciando de forma significativa as dinâmicas econômicas e sociais das unidades produtivas. A expectativa é de que os investimentos realizados pela geração atual sejam transferidos às futuras gerações, assegurando a continuidade da produção e a subsistência familiar a longo prazo.

Diegues (2007) observa que os agricultores familiares, em grande parte, residem no meio rural, onde a dependência dos recursos naturais e de seus ciclos é essencial para a sustentabilidade de seu modo de vida e produção. A unidade familiar desempenha um papel central em sua organização produtiva, com foco na produção tanto para o consumo próprio quanto para o mercado.

Silva (1999) destaca que a agricultura familiar ocupa uma variedade de espaços e atividades, configurando-se como um setor complexo e multifacetado. Veiga *et al.* (2010) ressaltam a importância dessa modalidade produtiva para o desenvolvimento rural brasileiro, evidenciando que sua capacidade de diversificação econômica é vital para a dinâmica futura das regiões rurais. Carmo (1999) define a agricultura familiar como um modelo organizacional

produtivo cujas decisões não se baseiam exclusivamente na rentabilidade econômica, mas também nas necessidades e objetivos da família.

Altafin (2007) aponta que, no Brasil, os camponeses sempre ocuparam os espaços deixados pela grande agricultura. Wanderley (2001) discute como o espaço camponês no país se formou sob condições estruturais precárias, que dificultam o pleno desenvolvimento das potencialidades dos sistemas de produção e da vida social. Martins (1983) observa que o camponês brasileiro é caracterizado por um perfil migrante e itinerante, resultado de um histórico de deslocamentos impulsionados pela expansão do capital sobre as terras. Wanderley (2001) corrobora essa visão de desenraizamento, mas ressalta que a ausência de vínculo com o território original permite a reconstituição do patrimônio familiar camponês em novos locais. Para o autor, uma das principais lutas dos camponeses é o estabelecimento de um território familiar que preserve a memória e a continuidade das gerações, mesmo diante da constante mobilidade.

Sachs (2001) argumenta que a agricultura familiar é a forma mais eficiente de utilização do território. Altafin (2007) complementa, afirmando que o desenvolvimento capitalista não levou ao desaparecimento dos camponeses, pequenos agricultores e outras formas de produção rural familiar. Pelo contrário, esses grupos persistiram, adaptando-se e adotando novas estratégias produtivas e organizacionais. A agricultura familiar se insere em diversos sistemas de produção e consumo, alguns dos quais seguem modelos produtivistas, originados nas décadas de modernização forçada e agora revigorados pela crescente demanda global por commodities agrícolas.

A produção voltada ao mercado tem se tornado cada vez mais relevante para os agricultores familiares. No entanto, isso não implica no abandono da produção para autoconsumo, que continua sendo essencial para sua subsistência. Apesar do aumento da mercantilização e das pressões econômicas, que enfraquecem a agricultura familiar, a produção de alimentos permanece vulnerável, como destacam Conterato *et al.* (2007).

3.2 Critérios Legais da Agricultura Familiar e sua Importância para o Acesso a Mercados pelos Empreendimentos Agroecológicos: o caso da Coopercampra

A agricultura familiar tem papel central no abastecimento alimentar do Brasil e na preservação de práticas produtivas sustentáveis e diversificadas, sobretudo quando articulada

aos princípios da agroecologia e da reforma agrária. Com o objetivo de reconhecer e fomentar a contribuição desse segmento, o Estado brasileiro instituiu um marco legal fundamental: a Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006, que define quem são os agricultores familiares e os empreendimentos da agricultura familiar, além de orientar políticas públicas específicas voltadas a esse público (Brasil, 2006).

Segundo o Art. 3º da referida lei, considera-se agricultor ou agricultora familiar aquele(a) que, simultaneamente: (i) não detenha, a qualquer título, área superior a quatro módulos fiscais; (ii) utilize predominantemente mão de obra da própria família nas atividades econômicas do estabelecimento ou empreendimento; (iii) tenha percentual mínimo da renda familiar originada de atividades econômicas do próprio estabelecimento; e (iv) dirija o estabelecimento ou empreendimento com sua família. Esses critérios jurídicos foram concebidos para valorizar o trabalho e a autonomia da unidade familiar, além de reconhecer sua contribuição para a segurança alimentar, a geração de renda no campo e o desenvolvimento local sustentável (Neves *et al.*, 2014).

A formalização como empreendimento da agricultura familiar permite que cooperativas participem de chamadas públicas do Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE, do Programa de Aquisição de Alimentos – PAA, de editais específicos para produtos agroecológicos e orgânicos, além de acessar linhas de crédito do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar – PRONAF (Grisa; Schneider, 2015). A política de compras públicas, por exemplo, tem se mostrado um mecanismo eficaz de indução ao desenvolvimento rural sustentável, ao assegurar mercado institucional e preços justos para alimentos saudáveis, produzidos localmente e com base na agricultura familiar (Souza; Borsatto, 2021).

Outro elemento fundamental no processo de acesso aos mercados é o reconhecimento formal dos(as) produtores(as) como integrantes da agricultura familiar. A Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP) está sendo gradualmente substituída pelo Cadastro Nacional da Agricultura Familiar (CAF), instituído pela Lei nº 14.277/2021 e regulamentado pelo Decreto nº 11.015/2022 (Brasil, 2022). O CAF tem como objetivo consolidar uma base nacional integrada de dados dos(as) agricultores(as) familiares, simplificando o acesso às políticas públicas e promovendo maior transparência, segurança jurídica e articulação entre diferentes programas e instituições (Conab, 2023).

A narrativa de pertencimento à agricultura familiar, somada à identidade camponesa e ao compromisso com práticas sustentáveis, agrega valor aos produtos e amplia sua aceitação

junto a nichos de mercado que valorizam alimentos livres de agrotóxicos, oriundos da reforma agrária e produzidos por coletivos comprometidos com a justiça social e a soberania alimentar (Altieri; Nicholls, 2012).

O cumprimento dos critérios legais permite o enquadramento dos produtos em certificações, como a certificação participativa agroecológica, cada vez mais exigida em feiras, lojas especializadas e redes de consumo consciente. Essas certificações atendem ao perfil de consumidores que valorizam identidade territorial, rastreabilidade social e compromisso ambiental (Costabeber; Schneider, 2017), além de fortalecer iniciativas que articulam políticas públicas e mercados locais a partir da agricultura familiar, como demonstra o Programa de Aquisição de Alimentos – PAA (Grisa; Schneider, 2015). Assim, os critérios legais da agricultura familiar, longe de serem meros instrumentos burocráticos, funcionam como pilares estruturantes das estratégias de organização da produção e comercialização dos empreendimentos agroecológicos (Grisa; Schneider, 2015; Neves *et al.*, 2014). Esses critérios fortalecem a legitimidade política e econômica das cooperativas, consolidam o acesso a políticas públicas e ampliam as possibilidades de inserção em mercados diferenciados, seja por meio das compras institucionais, seja pela venda direta ao consumidor final (Souza; Borsatto, 2021; Costabeber; Schneider, 2017). O conhecimento, a aplicação e o respeito aos marcos legais da agricultura familiar são fundamentais para os processos de construção de autonomia, soberania e viabilidade econômica dos projetos agroecológicos vinculados à reforma agrária (Altieri; Nicholls, 2012; Brasil, 2006). Em especial, contribuem para que cooperativas avancem em suas estratégias de divulgação e acesso a mercados, promovendo o fortalecimento da agricultura familiar camponesa e a transição para sistemas alimentares mais justos e sustentáveis (Schneider; Cassol, 2020).

3.3 O potencial da agroecologia para o desenvolvimento sustentável e o fortalecimento de comunidades

Perkins e Zimmerman (1995) descrevem o empoderamento como um desfecho que interliga as capacidades individuais, os sistemas de apoio naturais e as ações proativas com as políticas e transformações sociais. Esse processo visa à formação de comunidades e organizações responsáveis, nas quais os indivíduos conquistam autonomia sobre suas vidas, participam democraticamente das diversas estruturas coletivas e desenvolvem uma

compreensão crítica do seu ambiente. O empoderamento exige engajamento e disposição para lidar com os conflitos que frequentemente emergem nesse contexto.

Segundo Horochovski e Meireles (2007), o fortalecimento de pequenos grupos informais, de associações formalizadas de agricultores e de cooperativas que desempenham funções como a compra conjunta de insumos e a comercialização, exerce influência significativa nas dinâmicas de desenvolvimento e empoderamento dos grupos.

O desenvolvimento sustentável não deve se limitar apenas às questões ecológicas e à forma como a sociedade se organiza frente a elas. Deve também considerar as adequações econômicas, sociais e ambientais, redefinindo as relações entre sociedade e natureza (Jacobi, 1994). A busca por esse desenvolvimento tem como foco central a melhoria da qualidade de vida, o que demanda harmonia e racionalidade nas relações entre seres humanos e o meio ambiente (Assis, 2006). Costabeber e Caporal (2003) propõem dois caminhos para o desenvolvimento rural sustentável, sendo o primeiro baseado em uma perspectiva agroecológica que busca a superação do modelo convencional de desenvolvimento rural por meio de práticas agrícolas sustentáveis. A agroecologia apresenta-se, assim, como potencial promotora da transição para modos de agricultura mais sustentáveis, contribuindo para o estabelecimento de processos duradouros de desenvolvimento rural (Costabeber; Caporal, 2004).

Essa abordagem incorpora o potencial endógeno, ou seja, aquele presente no contexto local (Caporal *et al.*, 2009), reconhecendo e valorizando os saberes, conhecimentos e experiências dos agricultores(as), povos indígenas, comunidades tradicionais, pescadores(as), quilombolas e outros atores sociais envolvidos em processos de desenvolvimento rural.

Segundo Altieri (1998), a agroecologia tem se difundido na América Latina, em outros países e especialmente no Brasil, como um modelo técnico-agronômico capaz de orientar estratégias de desenvolvimento rural sustentável. Essa abordagem permite avaliar os sistemas agrícolas a partir de uma perspectiva integrada social, econômica e ecológica. Assis (2006) ressalta que a aplicação dos princípios agroecológicos assegura a preservação de variedades e cultivos locais, frequentemente eliminados pelas práticas agrícolas convencionais. Isso contribui para o aumento da agrobiodiversidade e a redução dos impactos negativos entre áreas de floresta nativa e áreas de produção, promovendo uma agricultura de menor impacto ambiental, que fomenta a inclusão social e oferece condições econômicas mais favoráveis aos agricultores familiares (Costabeber; Caporal, 2000).

Para Altieri e Toledo (2011), é fundamental compreender a produção agroecológica como um sistema integrado, que leva em conta os ciclos sazonais de cultivo, a diversidade biológica e as características sociais e culturais de cada localidade. Não se trata apenas da substituição de insumos convencionais ou do abandono dos agrotóxicos, como preconizado pela agricultura orgânica, mas sim da transformação de todo o modelo produtivo.

Conforme aponta Ilpe (2019), o conceito de agroecologia foi ampliado, passando a abranger não apenas os agroecossistemas, mas também o sistema alimentar em sua totalidade. Essa ampliação envolve temas como redes alimentares alternativas, as interações entre produtores e consumidores e os mercados diferenciados. Assim, a agroecologia deve ser compreendida como uma proposta ampla, que articula produção, comercialização e consumo a partir de valores como justiça social, soberania alimentar e sustentabilidade.

3.4. Mercados Agroecológicos: o papel dos circuitos curtos e redes alimentares alternativas

Darolt *et al.* (2015) descrevem as redes alimentares alternativas como estruturas que promovem a colaboração entre agricultores e consumidores, dinamizam mercados locais com identidade territorial, conectam produção e consumo sob princípios sustentáveis e valorizam a circulação de produtos de alta qualidade, como os de base ecológica. O termo “redes agroalimentares alternativas” refere-se a um sistema emergente, organizado em rede, que reúne agricultores, consumidores e outros atores em busca de alternativas ao modelo industrial e padronizado de fornecimento de alimentos (Murdoch *et al.*, 2000).

Wilkinson (2000) argumenta que essas redes possibilitaram a inclusão econômica de agricultores familiares anteriormente excluídos do processo de modernização agrícola. Brandenburg (2002) relata que esse movimento teve início na França, nos anos 1980, e no Brasil, na década de 1990, baseando-se em princípios de confiança, equidade e novas relações sociais entre agricultores e consumidores.

Um exemplo concreto e em expansão dessas redes são as Comunidades que Sustentam a Agricultura - CSA, compostas por grupos de consumidores que se comprometem economicamente com agricultores familiares por meio da compra antecipada da produção. Essa prática fortalece os circuitos curtos de comercialização ao estreitar o vínculo entre produtores e consumidores, alinhando-se aos princípios das redes agroalimentares alternativas (Darolt *et*

al., 2015; Murdoch *et al.*, 2000). A CSA também promove o compartilhamento de riscos e benefícios, incentiva a diversificação dos cultivos e o uso de técnicas agroecológicas, fundamentais para a sustentabilidade ambiental e social da agricultura familiar (Klosterhalfen, 2016; Gottschalk; Klosterhalfen, 2018).

Essas redes representam também um campo de estudo acadêmico que analisa modelos alternativos ao sistema agroalimentar industrializado (Goodman *et al.*, 2012). Elas têm incentivado a organização de consumidores em redes agroalimentares alternativas ou cidadãos (Renting *et al.*, 2012), que buscam valorizar e oferecer alimentos de alta qualidade por meio de formas inovadoras de abastecimento. A diversidade dessas redes é ampla, com foco em circuitos curtos de comercialização como feiras de agricultores, entrega de cestas, lojas especializadas, venda direta em propriedades rurais ligadas ao agroturismo e venda institucional para programas de alimentação escolar (Darolt *et al.*, 2015).

Nos últimos anos, observa-se crescente debate sobre o desenvolvimento de sistemas alimentares locais que promovem maior proximidade entre agricultores e consumidores (Gilbcke *et al.*, 2018). Embora as trocas diretas não sejam novidade, sua relevância aumenta diante da globalização das cadeias longas, que concentram poder nas grandes redes varejistas (Rover; Darolt, 2021). Nesse contexto, os circuitos curtos despontam como alternativas viáveis aos limites do sistema dominante. Darolt (2013) destaca que esses circuitos são promissores para agricultores familiares que adotam práticas ecológicas.

As cadeias agroalimentares curtas de abastecimento refletem a vontade dos participantes em estabelecer novas formas de interação entre produção e consumo, valorizando não apenas o preço, mas também aspectos como procedência, identidade dos produtos, valores sociais, princípios éticos e significados simbólicos, culturais e ambientais (Gazolla; Schneider, 2017).

Renting *et al.* (2012) definem os circuitos curtos como sistemas que promovem a interação direta entre os atores envolvidos na produção, transformação, distribuição e consumo de alimentos. Essa definição evidencia a importância das relações e da interdependência entre os participantes.

Marsden *et al.* (2000) afirmam que, nesses circuitos, o consumidor tem acesso a informações detalhadas sobre a origem do alimento, quem o produziu e as práticas de cultivo utilizadas, o que estreita a relação entre agricultores e consumidores e promove uma reflexão crítica sobre a produção local. Rover e Darolt (2002) complementam, ao destacar que os

circuitos curtos não se limitam à troca econômica, mas resgatam dimensões morais e éticas baseadas em valores humanos e ambientais, como justiça e sustentabilidade.

As Comunidades que Sustentam a Agricultura - CSA são destacadas como estratégias eficazes para fortalecer essas relações de confiança e solidariedade. O apoio antecipado dos consumidores proporciona maior segurança aos agricultores, permitindo o planejamento de uma produção diversificada e sustentável, em sintonia com as demandas locais. Essa dinâmica territorializa a produção agroecológica e contribui para a construção de sistemas alimentares mais justos, saudáveis e sustentáveis (Buainain *et al.*, 2006; Klosterhalfen, 2016).

Além disso, a CSA fomenta a organização coletiva e o empoderamento dos agricultores, ampliando as possibilidades de acesso a mercados diferenciados e superando as barreiras impostas pelas cadeias convencionais de abastecimento. Assim, esse movimento transcende a comercialização, tornando-se também uma prática social que promove a educação alimentar, a participação cidadã e o fortalecimento de comunidades rurais e urbanas (Mundler, 2008; Gottschalk; Klosterhalfen, 2018). A expansão das CSAs representa, portanto, uma alternativa estratégica para fortalecer a agricultura familiar de base agroecológica e desenvolver circuitos curtos que valorizem a diversidade produtiva e cultural, reforçando a soberania alimentar.

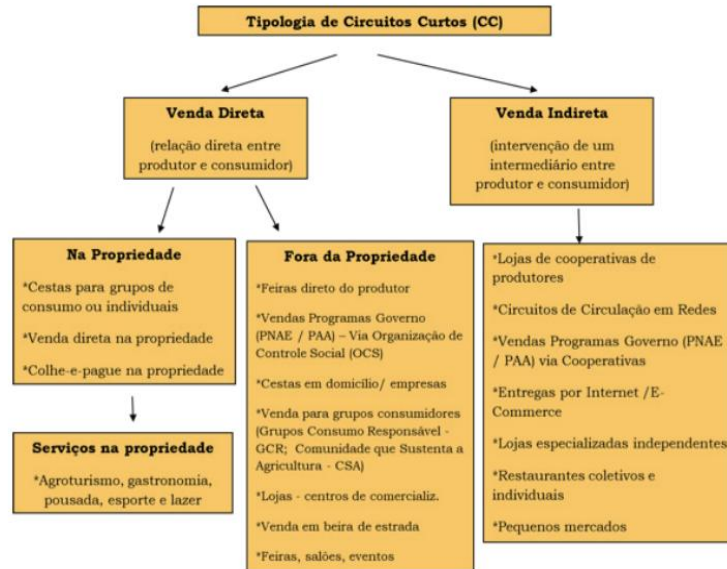
Ainda segundo Rover e Darolt (2002), os circuitos curtos promovem relações de amizade e proximidade entre os participantes, que frequentemente se estendem além das transações comerciais, por meio de visitas às propriedades rurais. Essa proximidade facilita a comercialização de produtos não encontrados nos sistemas convencionais, ampliando a diversidade agrícola e a autonomia dos agricultores (Darolt *et al.*, 2013). Tais circuitos podem abranger diferentes municípios e se fundamentam também em vínculos sociais e culturais (Perez-Cassarino, 2013).

Frente às exigências das grandes redes varejistas, que impõem preços muitas vezes incompatíveis com os custos de produção, os agricultores familiares enfrentam o desafio de organizar-se coletivamente para garantir melhores condições de venda e valorização de seus produtos agroecológicos (FBB, 2013). Segundo o mesmo autor, desenvolver estratégias coletivas e individuais para acesso a mercados e agregação de valor à produção primária é um dos principais desafios enfrentados por essas famílias.

Os circuitos curtos de comercialização abrangem tanto a venda direta (realizada entre agricultor e consumidor), quanto a venda indireta, com no máximo um intermediário. Dentro das vendas indiretas, destacam-se os circuitos espacialmente estendidos, nos quais a distância

entre produção e consumo é maior e a certificação se torna essencial para garantir a origem e autenticidade do produto (Marsden *et al.*, 2000).

Figura 2 - Tipologia de circuitos curtos de comercialização de produtos ecológicos



Fonte: Rover e Darolt, 2022, p. 28.

Darolt *et al.* (2015) argumentam que a agricultura familiar de base ecológica, quando articulada a circuitos curtos de comercialização, estabelece uma relação simbiótica que favorece o desenvolvimento sustentável, apresentando mais vantagens do que desvantagens no processo de escoamento da produção.

O fortalecimento da agricultura familiar pode ser impulsionado por meio do aprimoramento das estratégias de comercialização, as quais apresentam características singulares, tais como: um viés social evidente; a conexão com a territorialidade dos locais de produção; a singularidade dos sabores, resultado da natureza artesanal dos processos produtivos; e o potencial de promover justiça social, ao contribuir para o aumento da renda dos pequenos produtores (Buainain *et al.*, 2006).

Conforme observa Wilkinson (1999), o principal desafio das pequenas propriedades reside na construção de abordagens voltadas à agroindustrialização autônoma, à agregação de valor e à inserção dinâmica em mercados diferenciados.

Diversos estudos têm evidenciado a capacidade criativa da agricultura familiar camponesa na formulação de práticas de resistência e sustentabilidade. Essas práticas incluem

a adoção de lógicas de produção baseadas na coprodução e na otimização dos recursos já existentes nas unidades produtivas (Ploeg, 2016); o fortalecimento de práticas sociais de reciprocidade e a criação de circuitos não mercantis de trocas (Darolt *et al.*, 2015); bem como a formulação de estratégias diversas para construção e acesso a novos mercados alimentares (Niederle; Wesz Jr., 2018).

É fundamental compreender que o conceito de comercialização vai além da simples transação de compra e venda. Trata-se de um processo amplo e complexo, que envolve aspectos sociais, econômicos, culturais e territoriais. A diversidade de canais disponíveis permite aos agricultores definir as formas mais adequadas para comercializar sua produção de acordo com as condições momentâneas, minimizando os riscos de perdas por falta de demanda (FBB, 2013).

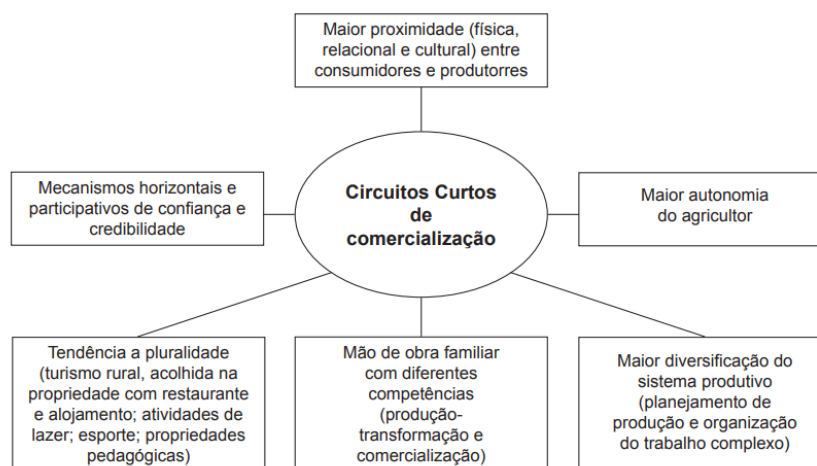
Schneider (2016) propõe uma tipologia dos mercados utilizados pelos agricultores familiares, considerando as diferentes formas de escoamento da produção, as características específicas de cada mercado, suas formas de regulação, a natureza das trocas estabelecidas e os canais de comercialização utilizados.

Nesse contexto, o fortalecimento da agricultura familiar requer o desenvolvimento e a implementação de novos instrumentos de gestão da propriedade, abrangendo tanto os aspectos produtivos quanto os comerciais. É essencial garantir vínculos, articulações e parcerias entre os agricultores, promovendo práticas como o cooperativismo, a economia solidária e outras iniciativas coletivas e territoriais (MMA, 2013). Darolt (2013) observa que as propriedades inseridas em circuitos curtos, que englobam atividades como agroturismo, gastronomia, lazer, ações pedagógicas e hospedagem, são majoritariamente empresas familiares com produção agrícola diversificada, e com forte compromisso social e ambiental.

Mundler (2008) destaca que a combinação entre agricultura ecológica e circuitos curtos gera impactos positivos expressivos, como a geração de empregos e renda, o fortalecimento do vínculo entre agricultores e consumidores, a valorização dos recursos naturais e a oferta de novas alternativas de consumo consciente.

A Figura 3 resume as características comuns das propriedades que comercializam por meio de circuitos curtos, evidenciando os elementos centrais que distinguem essa forma de organização produtiva e comercial do modelo convencional.

Figura 3 - Características comuns observadas em circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos.



Fonte: Rover e Darolt, 2022, p. 25.

Rover e Darolt (2021) destacam que os circuitos curtos oferecem oportunidades relevantes para estimular a transformação dos hábitos alimentares, a organização e a mobilização dos consumidores em formas inovadoras de apoio aos agricultores. Além disso, promovem campanhas para uma alimentação saudável e influenciam na formulação de novas políticas públicas. Contudo, os autores ressaltam que esse é um processo de longo prazo, que exige o empoderamento e a conscientização dos consumidores quanto a aspectos como a sazonalidade da produção, as dificuldades enfrentadas pelos agricultores e a necessidade de mudança de valores relacionados à regularidade, quantidade e diversidade dos alimentos. Esses atributos são atendidos com mais facilidade pela agricultura familiar, mas ainda estão em desenvolvimento na produção agroecológica.

Os mesmos autores também enfatizam que os circuitos curtos demandam dos agricultores e de suas organizações um esforço adicional e o desenvolvimento de múltiplas habilidades, não apenas na produção, mas também nas etapas de transformação, comercialização e marketing. Embora as ferramentas de marketing ofereçam reconhecidas vantagens para o setor rural, sua implementação ainda é limitada. Por isso, é fundamental incentivar a adoção de novas estratégias de mercado que impulsionem o desenvolvimento do setor (Santos, 2012). Nesse sentido, Messa (2022) argumenta que a adoção do marketing na

agricultura familiar, especialmente nas vendas online, estabelece uma nova dinâmica nas relações entre consumidores e agricultores. De acordo com o autor, as redes sociais facilitam a aproximação entre clientes e produtores, permitindo a identificação e o atendimento de suas necessidades e desejos, além de possibilitar a personalização dos produtos e serviços oferecidos.

Santos (2021) observa que muitos agricultores ainda não utilizam estratégias de marketing, principalmente pela falta de conhecimento sobre essas ferramentas. Diante disso, o grande desafio está em implementar e desenvolver estratégias de marketing nas comunidades rurais, promovendo um processo de gestão que envolva planejamento, organização, direção e controle.

Nesse contexto, torna-se necessário buscar ações que minimizem as dificuldades existentes, bem como adotar ferramentas que incentivem os consumidores a optarem por produtos agroecológicos. Para tanto, o marketing deve incorporar uma imagem que reflita a sensibilidade ambiental e apresente a trajetória de produção dos alimentos (Santos, 2014). As organizações estão cada vez mais conscientes da importância de construir relações de fidelidade com seus clientes, e o marketing digital surge como uma ferramenta inovadora para atrair e fidelizar consumidores. A internet oferece diversas possibilidades para divulgar produtos e serviços de forma atrativa, facilitando o alcance dos objetivos dos agricultores (Feliciano, 2018).

Nesse mesmo sentido, Araújo e Marjotta-Maistro (2017) defendem que as estratégias de marketing e os mercados de proximidade devem ser estruturados para estabelecer vínculos entre a produção e o consumo de alimentos, além de atrair novos consumidores para as redes sociais já existentes. A integração entre estratégias de marketing e comercialização na agricultura familiar contribui para a transformação das relações econômicas, tornando-as mais justas, uma vez que as escolhas dos consumidores se tornam determinantes para a consolidação dos sistemas alimentares agroecológicos.

4. METODOLOGIA

A metodologia utilizada na elaboração deste projeto técnico e alcance dos objetivos propostos seguirá as seguintes etapas: diagnóstico da realidade local, planejamento/execução e avaliação do produto técnico. Para facilitar a compreensão das diferentes técnicas de coleta de dados em relação aos objetivos propostos, apresenta-se as informações a seguir (Quadro 1).

Quadro 1 - Metodologias utilizadas

ETAPA	OBJETIVO ESPECÍFICO	METODOLOGIA	TÉCNICA DE COLETA DE DADOS
4.1. Diagnóstico da realidade local	I) Analisar os desafios e dificuldades dos cooperados para acessar novos mercados	Pesquisa qualitativa descritiva	Análise documental
	II) Identificar as formas de divulgação e acesso aos mercados pelos cooperados		
4.2. Planejamento e execução do produto técnico	III) Contribuir com a produção de catálogo de produtos agroecológicos para facilitar a divulgação da produção da agricultura familiar para comercialização	Metodologias participativas	Rodas de conversa presenciais
4.3. Avaliação do produto técnico			Rodas de conversa virtuais

Fonte: Da autora (2023).

Este projeto técnico adota uma metodologia participativa, com o objetivo de estabelecer um diálogo contínuo com a cooperativa ao longo das fases de Diagnóstico, Planejamento/Execução e Avaliação. O diagnóstico foi conduzido por meio de uma pesquisa qualitativa descritiva, com a coleta de dados baseada na análise do Diagnóstico Rural Participativo - DRP e do Plano de Negócio - PN, ambos disponibilizados com a devida autorização do Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade - IABS.

Durante essas fases, foram utilizadas análises documentais e metodologias participativas, com destaque para a realização de rodas de conversa presenciais e virtuais, fundamentais para a coleta de dados necessários à construção do Catálogo de Produtos da cooperativa.

De acordo com Vieira e Zouain (2005), a pesquisa qualitativa descritiva valoriza as contribuições dos atores sociais envolvidos, considerando os discursos, os sentidos e os significados que expressam. Essa abordagem metodológica privilegia uma descrição aprofundada e contextualizada dos elementos em estudo.

Godoy (2005) ressalta aspectos fundamentais para a credibilidade de uma pesquisa qualitativa, como a validade interna, que assegura a confiança nos resultados; a transferibilidade, viabilizada por descrições ricas e contextualizadas; a confiabilidade, que garante consistência nos processos de coleta e análise; além da clareza metodológica e da relevância das questões investigadas. Já Strauss e Corbin (2008) afirmam que metodologias qualitativas são essenciais para a compreensão da realidade no campo, possibilitando a identificação de fenômenos relevantes e a construção de conhecimento aplicado.

Com essa abordagem, o objetivo não é apenas descrever a realidade, mas compreendê-la em sua complexidade, especialmente os desafios e oportunidades enfrentados pelos(as) agricultores(as) no contexto da cooperativa e em suas estratégias de comercialização. A análise detalhada das falas dos participantes busca oferecer subsídios concretos para o desenvolvimento de estratégias mais adequadas às suas necessidades e realidades socioprodutivas.

Dessa forma, este trabalho propõe-se a apresentar a experiência metodológica adotada, descrevendo as etapas do trabalho de campo, a sistematização dos dados, os processos de interpretação e a forma de apresentação dos resultados construídos de forma colaborativa com os sujeitos envolvidos.

4.1. Diagnóstico da realidade local

O diagnóstico foi realizado entre os meses de junho e dezembro de 2023, com base em análise documental, utilizando a metodologia de pesquisa qualitativa descritiva. Essa abordagem permitiu investigar as percepções, experiências e subjetividades dos agricultores familiares em relação às atividades desenvolvidas no contexto da Cooperativa Camponesa da Reforma Agrária – COOPERCAMPRA, atendendo aos Objetivos Específicos I e II da pesquisa.

Para a coleta e análise dos dados, adotou-se a técnica de análise documental, aplicada ao longo das etapas de trabalho de campo, sistematização, interpretação e apresentação dos resultados, em consonância com os princípios da pesquisa qualitativa. A análise documental compreende a interpretação de informações extraídas de fontes indiretas, como documentos institucionais, legislações, registros estatísticos, fotografias, reportagens e outros materiais arquivados, geralmente gerados por agências públicas ou instituições formais. Esses documentos oferecem informações valiosas e muitas vezes insubstituíveis para a compreensão de contextos específicos (Gil, 2008).

Conforme Souza *et al.* (2011), a análise documental envolve a identificação, verificação e avaliação criteriosa dos documentos, com o objetivo de extrair informações relevantes para responder às questões da pesquisa. Neste estudo, essa técnica foi essencial para fundamentar a análise das estratégias de visibilidade adotadas pela COOPERCAMPRA, bem como para avaliar seu potencial de inserção em mercados alternativos.

Durante essa etapa, foram utilizados como principais fontes o Relatório Final do Diagnóstico Rural Participativo - DRP e o Plano de Negócio - PN, elaborados a partir da contratação de serviços técnicos especializados prestados pela pesquisadora, voltados à construção técnico-participativa de Planos de Negócio com foco no fortalecimento e estruturação das Organizações Socioprodutivas - OSPs no âmbito do projeto Agricultura de Baixo Carbono e Desmatamento Evitado para Reduzir a Pobreza no Brasil – Fase II: Desenvolvimento Rural Sustentável no Cerrado (ATN/LC-1708-BR), desenvolvido pelo Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade - IABS em 2023.

A partir das informações sistematizadas, foi possível delinear um cenário favorável à definição da melhor estratégia para o início da construção coletiva do Catálogo de Produtos, idealizado em duas versões: uma simplificada e outra ampliada. Esses catálogos foram concebidos como ferramentas estratégicas para impulsionar e fortalecer a comercialização de produtos agroecológicos em mercados alternativos, além de promover a valorização da

trajetória da cooperativa, dos modos de produção, das histórias de vida e da cultura dos(as) cooperados(as). Ao mesmo tempo, busca-se reforçar os vínculos entre quem produz e quem consome, fortalecendo a rede de apoio à agricultura familiar de base agroecológica.

4.2. Planejamento/Execução da produção técnica

O planejamento e a execução das duas versões do catálogo, alinhados ao Objetivo Específico III, foram conduzidos por meio de metodologia participativa, com a realização de rodas de conversa na sede da cooperativa entre fevereiro e maio de 2024. O principal propósito desses encontros foi coletar dados concretos sobre a quantidade de produtos, a demanda de vendas da cooperativa e o interesse dos agricultores em ampliar os canais de comercialização, buscando acessar mercados específicos, como restaurantes, sacolões e pequenos mercados de Uberlândia/MG, além de expandir a oferta de produtos para o Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE. Durante as rodas, foram levantadas informações detalhadas sobre os períodos de maior oferta dos produtos, com destaque para mandioca, ovos caipira, mel, folhosas e molho de tomate.

Essa atividade teve como foco a promoção da escuta ativa, o compartilhamento de saberes e o fortalecimento do diálogo coletivo, criando um ambiente propício para que os participantes trocassem experiências, conhecimentos e identificassem desafios comuns. Dessa forma, foi possível construir coletivamente estratégias voltadas para a comercialização dos produtos agroecológicos em circuitos curtos de comercialização - CCC. As rodas de conversa foram fundamentais para o engajamento direto dos agricultores, facilitando a identificação de suas necessidades e expectativas, bem como o mapeamento da diversidade de produtos disponíveis em cada assentamento. A partir desses diálogos, iniciou-se a construção coletiva do conteúdo dos catálogos.

Para garantir a realização das rodas de conversa e o planejamento das ações previstas, foi constituída uma comissão organizadora (Figura 4), composta por sete cooperados com perfis e experiências diversas dentro da cooperativa. A formação desse grupo teve como objetivo assegurar a representatividade e fortalecer o protagonismo dos próprios agricultores durante o processo de construção coletiva. As rodas de conversa ocorreram quinzenalmente na sede da cooperativa, totalizando oito encontros, os quais foram essenciais para compreender os dados coletados no DRP e PN, planejar de forma conjunta as estratégias de visibilidade e

comercialização, e consolidar os vínculos internos entre os cooperados para a elaboração do catálogo.

Figura 4 - Comissão de agricultores da COOPERCAMPRA



Fonte: Da autora (2023).

De acordo com Silva et al. (2017), as rodas de conversa configuram-se como espaços pedagógicos voltados ao compartilhamento de experiências e à construção coletiva do conhecimento, pautados em temas centrais que orientam a definição das ações. Embora apresentem semelhanças com as tradicionais reuniões em grupo, o diferencial reside na ênfase no diálogo democrático e na escuta ativa, possibilitando que o saber de cada participante contribua de forma significativa para o processo. Nesse sentido, Afonso e Abade (2008) ressaltam que essa abordagem favorece a livre expressão de ideias, opiniões e concepções, promovendo uma dinâmica interativa e horizontal entre os envolvidos.

O principal objetivo das rodas de conversa (Figura 5) foi facilitar a troca de experiências entre os cooperados, visando à construção coletiva de soluções para os desafios logísticos e estruturais que impactam diretamente o beneficiamento dos produtos e a comercialização. Organizados em círculo, os participantes puderam se ver e ouvir mutuamente, contribuindo de maneira equitativa para a elaboração do catálogo e para o planejamento das estratégias voltadas ao desenvolvimento da cooperativa. Esse formato fortaleceu o sentimento de pertencimento, estimulou o compartilhamento de experiências e favoreceu a tomada de decisões coletivas para a construção de soluções.

Figura 5 - Roda de conversa entre os agricultores do Cooperativa COOPERCAMPRA



Fonte: Da autora (2023).

Durante o encontro com os cooperados, foram discutidos temas essenciais para a estruturação estratégica do catálogo de produtos, com ênfase no fortalecimento dos circuitos curtos de comercialização e na valorização da produção agroecológica. Entre os principais tópicos abordados, destacou-se o papel do catálogo como ferramenta para valorizar a produção agroecológica, ampliar a visibilidade da cooperativa e seus produtos nos mercados já acessados e, especialmente, para alcançar mercados ainda não explorados.

Outro aspecto relevante foi o resgate da história da COOPERCAMPRA, incluindo a chegada dos primeiros agricultores ao território, as principais parcerias estabelecidas, as articulações com financiadores e órgãos de assistência técnica, bem como as histórias de luta e resistência, os modos de vida, os saberes tradicionais sobre a terra e as práticas produtivas adotadas que marcaram a construção coletiva do trabalho.

Esse processo foi fundamental para aproximar os agricultores, trazendo informações concretas que contribuíram para a elaboração do catálogo e para a definição da estratégia de acesso aos mercados alternativos. Além disso, foi realizado um mapeamento detalhado dos produtos disponíveis para comercialização, identificando suas características, sazonalidade e possíveis estratégias para inserção em mercados que valorizam a origem e a qualidade dos alimentos.

A partir desse levantamento, foram estabelecidos critérios para a seleção dos itens que fariam parte do catálogo, considerando aspectos como identidade gráfica, estética visual, representatividade e coerência com os valores e princípios da cooperativa.

4.3. Avaliação do produto técnico

Em parceria com a equipe da COOPERCAMPRA e com o apoio técnico de Carol Borges, responsável pelo design, foi desenvolvido um briefing inicial que norteou a criação de um formato alinhado à identidade visual da cooperativa, refletindo seus compromissos com os princípios agroecológicos e o trabalho coletivo dos agricultores. A partir desse ponto, ocorreram trocas constantes para ajustar elementos gráficos, cores e linguagem, assegurando um material claro, simples e funcional.

Para validar o desenho inicial do catálogo, elaborou-se um protótipo (Figura 6), no qual os produtos foram organizados por categorias e apresentados aos cooperados para aprovação.

Figura 6 - Protótipo do Catálogo (conteúdo)



Fonte: Da autora (2024).

O protótipo foi apresentado no último encontro presencial, quando os cooperados tiveram a oportunidade de analisar o material e sugerir ajustes. Esse momento destacou a importância da identidade visual do documento e o valor do trabalho em equipe, fortalecendo a confiança entre os membros da cooperativa e consolidando práticas organizacionais que poderão ser aplicadas em outros projetos.

Após os encontros presenciais, a comissão de agricultores seguiu atuando por meio de reuniões online, realizadas entre julho e dezembro de 2024, totalizando seis encontros virtuais. A transição do formato presencial para o digital foi necessária devido ao término do contrato

da pesquisadora do IABS. As rodas de conversa virtuais mostraram-se uma ferramenta poderosa, permitindo a continuidade do trabalho colaborativo, superando limitações geográficas e viabilizando discussões organizadas e flexíveis. O objetivo principal dessas reuniões foi desenvolver um material que atendesse às necessidades da COOPERCAMPRA e fortalecesse os circuitos curtos de comercialização.

As reuniões virtuais foram fundamentais para consolidar as contribuições já registradas, revisar conteúdos textuais e visuais, debater a identidade gráfica do catálogo e realizar ajustes conforme as observações dos cooperados. O propósito era criar um modelo que representasse a diversidade da produção, ao mesmo tempo em que fosse funcional, atrativo e acessível a diferentes públicos e mercados.

Ao final desse período, o material revisado foi apresentado novamente aos cooperados, proporcionando uma última rodada de observações, validações e consensos antes da finalização. Essa avaliação participativa foi essencial para garantir que o catálogo atendesse tanto às exigências dos mercados alternativos quanto às expectativas da cooperativa, funcionando como uma ferramenta de comunicação, valorização da identidade camponesa e fortalecimento das práticas de comercialização em circuitos curtos.

O resultado desse processo participativo e horizontal foi a elaboração de duas versões do catálogo de produtos: uma versão simplificada, focada na apresentação objetiva dos produtos em feiras e pontos de venda direta, e uma versão ampliada, que inclui informações institucionais da cooperativa, seu histórico de atuação no território, os princípios da produção agroecológica adotada, além de elementos gráficos que reforçam a identidade visual e os valores da COOPERCAMPRA.

Dessa forma, a metodologia combinada de encontros presenciais e virtuais revelou-se eficaz para atingir os objetivos do projeto e promover o fortalecimento organizacional da cooperativa. As duas versões do catálogo funcionam como instrumentos estratégicos para ampliar a visibilidade da cooperativa, integrando narrativas que valorizam os sujeitos envolvidos. Assim, o catálogo se consolida não apenas como uma ferramenta de marketing, mas também como um símbolo de organização comunitária e construção coletiva para a COOPERCAMPRA.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

As metodologias qualitativas descritiva e participativa não apenas alcançaram os objetivos neste projeto técnico, mas também possibilitou uma análise dos desafios enfrentados pelos cooperados da COOPERCAMPRA na busca por novos canais de comercialização.

5.1. Desafios, Estratégias de Visibilidade e Protagonismo na Construção Coletiva do Catálogo

A análise integrada do Diagnóstico Rural Participativo - DRP, do Plano de Negócios - PN e das observações detalhadas realizadas em campo evidenciou uma série de desafios complexos e multifacetados enfrentados pelos cooperados da COOPERCAMPRA. Entre as principais dificuldades, destaca-se a inserção dos produtos agroecológicos em mercados alternativos, como restaurantes, feiras de verdureões e outras redes locais de comercialização, que, embora representem espaços importantes para a valorização da produção familiar, ainda demandam esforços significativos para sua consolidação e expansão.

Além disso, foram identificadas necessidades urgentes relacionadas à melhoria da infraestrutura da agroindústria, incluindo a aquisição e modernização de equipamentos, fundamentais para ampliar a capacidade produtiva e a qualidade dos produtos finais. A demanda por uma logística mais eficiente também foi destacada, visando garantir o escoamento adequado da produção, minimizando perdas e ampliando o alcance dos mercados. A implementação de estratégias eficazes de comunicação e marketing revelou-se igualmente essencial para fortalecer a visibilidade da cooperativa na região, sensibilizar consumidores e parceiros institucionais, bem como consolidar a imagem dos produtos agroecológicos no mercado.

O Tabela 2 apresenta um panorama detalhado dos desafios, potencialidades e demandas coletivas identificadas durante o processo participativo. Entre os principais obstáculos enfrentados pelos produtores estão a baixa produtividade, que afeta diretamente a competitividade e sustentabilidade econômica; as dificuldades de comercialização e o acesso restrito a mercados mais valorizados; a necessidade de correção e recuperação do solo para assegurar a qualidade e sustentabilidade da produção; a escassez de mão de obra qualificada; e a limitação financeira, que restringe a adoção de inovações e investimentos necessários.

No âmbito ambiental e tecnológico, destacam-se a insuficiência de assistência técnica especializada, a carência de equipamentos e maquinário adequados, bem como o déficit de

conhecimento técnico para implantação de tecnologias de baixa emissão de carbono e práticas sustentáveis. A adoção de práticas conservacionistas, como implantação de curvas de nível, plantio de árvores nativas, construção de tanques para criação de peixes, cultivo de hortaliças e ampliação do plantio direto, foi indicada como fundamental para promover a sustentabilidade ambiental das propriedades.

Em contrapartida, o Quadro 2 também ressalta os pontos fortes e as potencialidades do grupo e da cooperativa, fundamentais para a construção de um negócio mais sustentável e resiliente ao longo do tempo. Entre eles destacam-se a realização de mutirões de plantio, que fortalecem a colaboração e solidariedade entre os cooperados; o fortalecimento das relações de boa vizinhança; a cooperação mútua; a implementação de uma logística mais eficiente; o planejamento voltado à recuperação do solo; além das estratégias de comunicação e marketing já em andamento. O incentivo ao plantio de mandioca, cultivo de grande relevância cultural e econômica, também se sobressai como ação estratégica para diversificar e fortalecer a produção local. Esses elementos são essenciais para consolidar a sustentabilidade social, econômica e ambiental da cooperativa e de seus membros.

Nesse contexto, foi ressaltada a importância da construção coletiva de uma ferramenta de comunicação eficaz, como o Catálogo de Produtos, que funcione como instrumento estratégico para facilitar o diálogo transparente e permanente com consumidores e parceiros institucionais. Essa ferramenta possui potencial para impulsionar a inserção da cooperativa em circuitos curtos de comercialização - CCC, ampliando o alcance e a valorização dos produtos locais. Essa recomendação foi construída a partir do levantamento participativo de demandas e desafios realizado pelos agricultores vinculados à COOPERCAMPRA durante o processo de elaboração do DRP, refletindo o engajamento e protagonismo dos próprios cooperados na busca por soluções coletivas.

Por fim, a ampliação do acesso a mercados agroecológicos, a valorização dos produtos orgânicos e derivados do leite, o aprimoramento da logística de escoamento, a inserção em novos mercados alternativos, como restaurantes, feiras e verdurões, e a melhoria da infraestrutura da agroindústria foram destacados como estratégias coletivas essenciais para fortalecer os negócios dos cooperados, aumentar sua competitividade e garantir a consolidação da cooperativa no cenário regional. Tais estratégias promovem não apenas o desenvolvimento econômico sustentável, mas também contribuem para a construção de um modelo de agricultura familiar mais justo, resiliente e alinhado às demandas socioambientais contemporâneas.

Quadro 2. Levantamento de demandas e desafios identificados pelos produtores(as) vinculados à COOPERCAMPRA

<p>1. Quais são os principais desafios hoje na sua propriedade e/ou no seu negócio?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Baixa produtividade - Dificuldade na venda e comercialização dos produtos - Correção do solo - Acesso limitado a mercados - Falta de mão de obra - Escassez de recursos financeiros - Controle de pragas - Beneficiamento dos produtos - Regularização ambiental
<p>2. Quais os principais desafios para implantar tecnologias de baixa emissão de carbono e práticas sustentáveis?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de mão de obra e assistência técnica - Escassez de recursos financeiros - Insuficiência de equipamentos e maquinário - Falta de conhecimento técnico - Necessidade de práticas conservacionistas: implantação de curvas de nível, plantio de árvores nativas, tanques de peixe, hortas e plantio direto
<p>3. O que destaca no seu grupo ou na cooperativa como ponto forte para um negócio mais sustentável ao longo do tempo?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Realização de mutirões de plantio - Fortalecimento da boa vizinhança - Cooperação entre agricultores - Logística mais eficiente

	<ul style="list-style-type: none"> - Planejamento para recuperação do solo - Estratégias de comunicação e marketing - Incentivo ao plantio de mandioca
4. O que poderia ser feito de forma coletiva para apoiar o seu negócio?	<ul style="list-style-type: none"> - Ampliação do acesso a mercados agroecológicos - Construção coletiva de um Catálogo de Produtos - Valorização de produtos orgânicos e derivados do leite - Aprimoramento da logística de escoamento - Inserção em mercados alternativos (restaurantes, feiras, verdurões) - Melhoria da infraestrutura da agroindústria

Fonte: PROJETO RURAL SUSTENTÁVEL – CERRADO. Relatório do Diagnóstico Rural Participativo – DRP – ACAMPRA. Entregue ao IABS. Brasília, 2023.

Um dos principais desafios enfrentados pela cooperativa está relacionado à logística, que impacta diretamente a eficiência das vendas e a possibilidade de expansão para novos mercados. A falta de transporte adequado, somada aos elevados custos de frete, compromete a coleta eficiente da produção nas comunidades. Essa dificuldade se agrava pelo fato de que muitos agricultores cooperados estão localizados em áreas distantes, chegando a até 70 km da sede da cooperativa, em regiões de difícil acesso, especialmente durante o período chuvoso. Essa situação torna o escoamento dos produtos um desafio constante, elevando os custos com transporte e reduzindo a regularidade da entrega da matéria-prima para processamento.

Como solução estratégica para essa questão, propõe-se a criação de pontos de apoio logístico em áreas-chave dentro das comunidades, a fim de otimizar a coleta e o transporte da produção.

Embora a cooperativa possua uma agroindústria em funcionamento e estrutura mínima para o processamento dos produtos, ainda enfrenta limitações significativas em sua capacidade de beneficiamento, armazenamento e padronização das embalagens. O Plano de Negócios (PN) indicou a necessidade de ampliar o número de equipamentos disponíveis para superar esses entraves, conforme detalhado no trecho a seguir.

“Com a melhoria nas instalações da agroindústria e o fortalecimento e estruturação dessas unidades familiares produtivas com a compra de equipamentos adquiridos pelo Plano de Negócio - PN, existe a possibilidade de uma maior capacidade de oferta de produtos não só pelo mercado institucional, como novas parcerias para venda de produtos no mercado local (restaurantes, mercados e verdurões), além de pontos de feiras livres. A comunicação e marketing também é um gargalo. A elaboração de modelos e ferramentas de gestão de pessoas; a aplicação de ferramentas de *marketing*, aproveitando o apelo sustentável da produção agrícola familiar, desenvolvendo canais de divulgação e comercialização; a utilização de técnicas de administração financeira para análise da viabilidade econômica de projetos; dentre outras possibilidades de atuação” (Projeto Rural Sustentável – Cerrado. Relatório do Diagnóstico Rural Participativo – DRP – Acampra. Entregue ao IABS. Brasília, 2023).

Essas demandas e potencialidades foram identificadas no Diagnóstico Rural Participativo - DRP e incorporadas ao Plano de Negócios – PN, que orienta as ações estruturantes para o fortalecimento das unidades produtivas e a ampliação dos canais de comercialização.

O diagnóstico não apenas apontou a necessidade de ampliar a visibilidade da cooperativa e a divulgação dos produtos em diferentes mercados, mas também evidenciou dois gargalos importantes relacionados ao beneficiamento e à logística de escoamento dos produtos.

As dificuldades estruturais, como a falta de maquinário e equipamentos para aumentar o volume de produção, tanto in natura quanto processados, e os problemas logísticos, impactam diretamente o desenvolvimento da cooperativa e limitam seu acesso a mercados alternativos.

Para superar essas barreiras, o DRP e o PN indicaram a necessidade de investimentos em infraestrutura, tanto na sede da cooperativa quanto na agroindústria, além do fortalecimento da visibilidade dos produtos e da ampliação do acesso a novos mercados. Dessa forma, direcionar recursos para ampliar a estrutura de beneficiamento, modernizar equipamentos e aprimorar as condições de armazenamento e embalagem é essencial para fortalecer a produção agroecológica, agregar valor aos produtos e abrir caminhos para inserção em mercados mais lucrativos e estáveis, favorecendo diretamente a melhoria da renda das famílias agricultoras.

Um dos principais obstáculos nesse cenário é a baixa visibilidade dos produtos, já que muitos mercados ainda não reconhecem seu valor agregado, desconhecem seus benefícios e acabam priorizando alimentos mais baratos e produzidos em larga escala, sem considerar os aspectos sociais, ambientais e culturais inerentes à agricultura familiar. Os canais convencionais tendem a favorecer cadeias produtivas consolidadas, com alto volume e regularidade, o que dificulta a inserção em circuitos curtos que promovem a agroecologia.

A falta de visibilidade dos produtos da cooperativa resulta, portanto, de uma combinação de fatores internos e externos. De um lado, há desafios relacionados à comunicação pouco estruturada e à ausência de materiais padronizados de divulgação; de outro, pesa a baixa inserção dos produtos agroecológicos em mercados formais. Como solução, o desenvolvimento de um catálogo de produtos agroecológicos da COOPERCAMPRA se apresenta como uma estratégia viável, funcionando como uma ferramenta institucional e comercial que padroniza a apresentação dos produtos e destaca seus diferenciais socioambientais. Esse catálogo contribui para valorizar a identidade da cooperativa e pode ser utilizado em workshops, encontros da agricultura familiar, rodadas de negócios, feiras e negociações com parceiros.

As estratégias atuais utilizadas pelos cooperados para divulgação e inserção no mercado apresentam limitações. Predominam iniciativas baseadas em relações interpessoais, uso informal de redes sociais, aplicativos de mensagens e comunicação oral. Embora essas práticas auxiliem momentaneamente a comercialização, carecem de estruturação e planejamento sistemático.

Apesar das dificuldades, os dados indicam que a COOPERCAMPRA possui um potencial significativo ainda pouco explorado. Os mercados atualmente acessados, aliados à experiência acumulada pelos agricultores e ao compromisso com práticas agroecológicas e

preservação ambiental, indicam que a cooperativa pode avançar para novos patamares de organização, visibilidade e sustentabilidade econômica.

A cooperativa vem construindo um legado sólido ao longo dos anos, estabelecendo bases de conhecimento, engajamento dos agricultores e adoção de sistemas produtivos sustentáveis que fortalecem a identidade local e territorial. Todo o trabalho realizado, aliado às melhorias apontadas pelo DRP e PN, evidencia um grande potencial de crescimento. A diversidade dos produtos oferecidos (Quadro 3), somada aos saberes tradicionais e ao engajamento com a agroecologia, configura um diferencial competitivo relevante para o posicionamento da cooperativa no mercado.

Quadro 3 - Acesso a mercados da Cooperativa COOPERCAMPRA

	ESPAÇOS DE COMERCIALIZAÇÃO	PRODUTOS COMERCIALIZADOS
Mercado atual	Cesta Semeando Agroecológica (Uberlândia/MG)	Produtos <i>in natura</i> : Mandioca, abóbora, chuchu, couve, milho, pimentão, tomate e frutas
	Feiras Agroecológicas (Uberlândia/MG) - Parque do Sabiá e Mercado Municipal (Pachamama) e Universidade Federal de Uberlândia - UFU/Campos Santa Mônica	Produtos <i>in natura</i> : acelga, berinjela, brócolis, cheiro-verde, couve, limão, abobrinha, almeirão, melancia, mandioca, alface, rúcula, repolho, beterraba, cenoura, banana, limão, laranja e mexerica
		Produtos processados: ovos e molho de tomate
	Batalhão do Exército Brasileiro	Produtos <i>in natura</i> : acelga, berinjela, brócolis, cheiro-verde, couve, limão, abobrinha, almeirão, melancia, mandioca, alface, rúcula, repolho, beterraba, cenoura, banana, limão, laranja e mexerica
	Programa de Aquisição de Alimentos – PAA (escolas municipais e estaduais)	Produtos <i>in natura</i> : acelga, berinjela, brócolis, cheiro-verde, couve, limão, abobrinha, almeirão, melancia, mandioca, alface, rúcula, repolho, beterraba, cenoura, banana, limão, laranja e mexerica
		Produtos processados: mandioca e ovos
	Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE (escolas municipais e estaduais)	Produtos <i>in natura</i> : acelga, berinjela, brócolis, cheiro-verde, couve, limão, abobrinha, almeirão, melancia, mandioca, alface, rúcula, repolho, beterraba, cenoura, banana, limão, laranja e mexerica
		Produtos processados: mandioca e ovos

	Programa Municipal de Alimentação Escolar – PMAE (escolas municipais)	Produtos processados: ovos
	Armazém do Campo (Brasília/DF)	Produtos processados: ovos e molho de tomate
Mercados pretendidos	Acessar restaurantes, sacolões e pequenos mercados de Uberlândia/MG	Produtos <i>in natura</i> : acelga, berinjela, brócolis, cheiro-verde, couve, limão, abobrinha, almeirão, melancia, mandioca, alface, rúcula, repolho, beterraba, cenoura, banana, limão, laranja e mexerica
		Produtos processados: mandioca, ovos caipira, mel, folhosas e molho de tomate
	Ampliar produtos comercializados para o Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE	Produtos processados: mandioca, ovos caipira, mel, folhosas

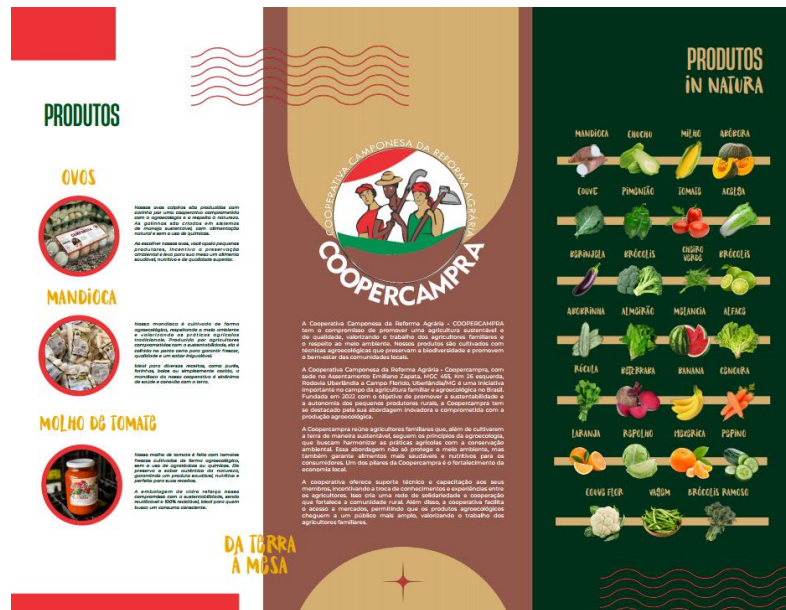
Fonte: Da autora (2023).

A formação de uma comissão responsável pelo acompanhamento e validação do conteúdo do catálogo foi uma decisão estratégica, voltada à garantia da representatividade e da fidelidade do material final em relação às práticas produtivas e às formas de organização do trabalho na cooperativa. Esse grupo atuou como elo entre os cooperados e a equipe técnica, contribuindo ativamente para que o processo fosse conduzido de maneira participativa e alinhada aos princípios da agroecologia.

A elaboração do Catálogo de Produtos Agroecológicos, em suas versões simplificada e ampliada (Apêndices A – Catálogo de Produtos: Versão Simplificada; e B – Catálogo de Produtos: Versão Ampliada), representa um importante avanço nas estratégias de comercialização da COOPERCAMPRA. A versão simplificada (Figura 7), com informações objetivas e linguagem acessível, foi especialmente desenvolvida para utilização em feiras, mercados locais e demais espaços de comercialização direta com o consumidor final, facilitando a comunicação e promovendo o reconhecimento dos produtos e da identidade da cooperativa.

Figura 7– Catálogo de Produtos - versão simplificada

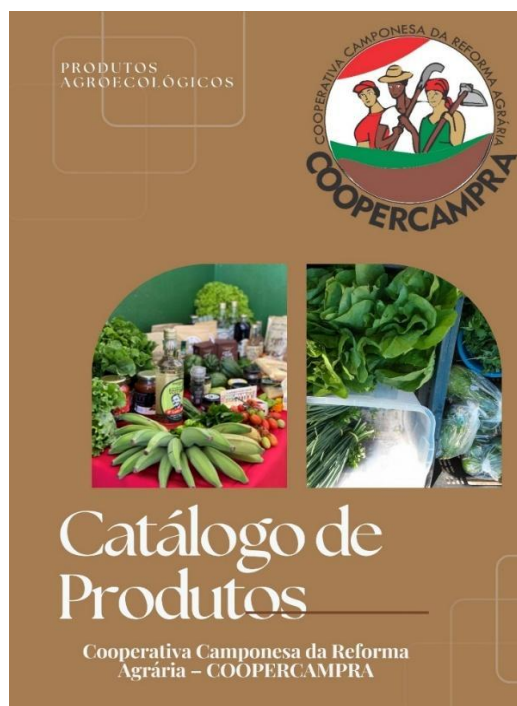




Fonte: Da autora (2024).

A versão ampliada (Figura 8), com dados técnicos, descrição detalhada dos produtos e informações sobre os sistemas de produção e certificação, foi produzida para atender demandas de redes de comercialização, programas de compras institucionais, parceiros e potenciais financiadores. O catálogo se tornou um marco no processo de fortalecimento organizacional da COOPERCAMPRA e é fruto de uma construção coletiva e materializa a trajetória de luta, resistência e organização de agricultores e agricultoras comprometidos com um modelo de agricultura que respeita a vida, o território e os saberes do campo.

Figura 8 – Catálogo de Produtos – versão ampliada



Fonte: Da autora (2024).

Apesar de o catálogo ter sido recentemente concluído e entregue aos cooperados, ele já vem sendo utilizado e começa a gerar resultados concretos. A versão simplificada está sendo empregada nas ações de comercialização já consolidadas pela COOPERCAMPRA, como feiras agroecológicas e mercados locais. Seu formato direto, com linguagem acessível e apelo visual, facilita a comunicação com os consumidores e se mostra ideal também para divulgação nas redes sociais. Já a versão ampliada tem se revelado uma ferramenta estratégica nas rodadas de negócios organizadas pela equipe do Projeto PRS Cerrado, contribuindo para a valorização dos alimentos locais, despertando o interesse de novos parceiros comerciais e consumidores.

Além disso, o material tem auxiliado a cooperativa a apresentar de forma mais estruturada seus produtos, fortalecendo a confiança em seu trabalho e ampliando sua inserção em mercados diferenciados. A experiência com o catálogo demonstra, na prática, como materiais de divulgação bem elaborados e construídos de forma colaborativa com os cooperados ampliam o potencial de acesso a novos mercados e se tornam aliados importantes na organização da produção, no fortalecimento da identidade coletiva e na abertura de canais de comercialização para a agricultura familiar agroecológica.

A construção das estratégias para o fortalecimento da COOPERCAMPRA emergiu de um processo participativo e integrado, pautado pela análise detalhada dos desafios,

potencialidades e demandas identificadas durante a realização do Diagnóstico Rural Participativo - DRP e do Plano de Negócios - PN. Esse processo permitiu não apenas mapear os obstáculos que limitam a inserção dos produtos agroecológicos em mercados diversificados, mas também identificar oportunidades e recursos internos que podem ser potencializados para garantir a sustentabilidade econômica, social e ambiental do empreendimento coletivo.

Entre as estratégias prioritárias, destaca-se a criação do Catálogo de Produtos, concebido de forma colaborativa e pensado para atender a diferentes públicos — desde consumidores finais até parceiros institucionais e mercados governamentais. Essa ferramenta representa um avanço significativo na comunicação e visibilidade dos produtos, promovendo o reconhecimento dos valores socioambientais da produção familiar e facilitando o acesso a circuitos curtos de comercialização – CCC fundamentais para a valorização da agricultura familiar agroecológica.

Paralelamente, a estratégia logística, com a proposta de implantação de pontos de apoio em áreas estratégicas, visa superar limitações geográficas e estruturais que dificultam o escoamento da produção, garantindo maior regularidade e eficiência no abastecimento dos mercados. A modernização e ampliação da infraestrutura da agroindústria também se configuram como pilares fundamentais para o aumento da capacidade produtiva, da qualidade dos produtos e da inserção em novos nichos de mercado.

O fortalecimento das redes de cooperação, a valorização das práticas agroecológicas tradicionais e a promoção de mutirões e ações coletivas consolidam a base social necessária para a resiliência do grupo. Ao mesmo tempo, o aprimoramento das estratégias de comunicação e marketing amplia o alcance e a sustentabilidade dos negócios.

Em síntese, as estratégias construídas refletem uma visão sistêmica e integrada, que alia o desenvolvimento técnico e estrutural ao fortalecimento organizacional e à valorização da identidade territorial. Esse conjunto de ações posiciona a COOPERCAMPRA para enfrentar os desafios contemporâneos da agricultura familiar, ampliando suas oportunidades de mercado e consolidando-se como referência em produção agroecológica e comercialização sustentável.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho técnico evidenciou os desafios e as potencialidades enfrentadas pela COOPERCAMPRA no processo de inserção em novos mercados, destacando a relevância da organização social como eixo estratégico para o fortalecimento da agricultura familiar e da

agroecologia. A partir de uma abordagem participativa, fundamentada em pesquisa descritiva e análise documental, foram identificadas diversas barreiras que dificultam o acesso dos cooperados a circuitos alternativos de comercialização. Entre os principais entraves estão a baixa visibilidade dos produtos, a escassez de materiais promocionais e as dificuldades de articulação com redes de comércio solidário.

Por outro lado, o estudo também revelou a urgência de estruturar estratégias mais eficazes de comercialização, com vistas à ampliação da renda, à valorização dos produtos agroecológicos e ao incremento da autonomia dos agricultores. As rodas de conversa presenciais e virtuais foram fundamentais não apenas para a construção coletiva do catálogo de produtos, mas também para o estabelecimento de planos e metas de gestão para os próximos anos, fortalecendo o protagonismo dos cooperados na definição de estratégias sustentáveis de comercialização e expansão de mercado.

A formulação das estratégias de fortalecimento da comercialização da COOPERCAMPRA resultou de um processo colaborativo que envolveu agricultores, técnicos e parceiros institucionais. Essa abordagem integrada permitiu diagnosticar barreiras e identificar oportunidades, culminando em um planejamento sensível às especificidades territoriais e às potencialidades locais. Dentre as ações desenvolvidas, destaca-se a elaboração coletiva do Catálogo de Produtos Agroecológicos, concebido como instrumento de comunicação, organização e promoção dos alimentos produzidos pela cooperativa.

Adicionalmente, foram planejadas ações para o aprimoramento da infraestrutura da agroindústria, a otimização da logística de escoamento e o fortalecimento de canais de comercialização junto a feiras locais, restaurantes e programas institucionais, como o PNAE. As rodas de conversa e oficinas facilitaram a definição de metas claras, responsabilidades compartilhadas e fortaleceram o sentimento de pertencimento ao processo. Também foram estabelecidas parcerias estratégicas com outras cooperativas, redes solidárias e instituições públicas, ampliando o acesso a apoio técnico, recursos financeiros e novos mercados.

O monitoramento participativo das ações permite ajustes contínuos às estratégias, assegurando maior resiliência diante das mudanças de contexto. Esse processo consolidou um modelo de comercialização comprometido com a justiça social, a valorização da agroecologia e o desenvolvimento sustentável do território.

O material produzido não apenas representa a diversidade produtiva da cooperativa, mas também comunica os valores socioculturais dos agricultores envolvidos, fortalecendo a identidade camponesa e o vínculo com os consumidores. A sistematização do processo coletivo

e o fortalecimento da identidade territorial foram aspectos centrais dessa construção. A experiência demonstrou ainda o potencial da COOPERCAMPRA para gerar impactos sociais e econômicos positivos no território, ao promover práticas sustentáveis e contribuir para a permanência das famílias no campo.

Outro fator decisivo para o avanço das ações foi a consolidação de parcerias entre cooperativas, organizações da sociedade civil e instituições públicas. Essas articulações são fundamentais para a formação de redes territoriais comprometidas com a valorização dos saberes locais, a preservação dos recursos naturais e a promoção da agroecologia. Ressalta-se ainda a necessidade de aprofundar pesquisas sobre os impactos socioeconômicos e ambientais dessas iniciativas, por meio da construção de indicadores participativos e mecanismos de avaliação contínua.

Num cenário marcado pela crescente competição de mercado, os produtos agroecológicos despontam como diferencial estratégico, atraindo consumidores conscientes, dispostos a valorizar e remunerar práticas sustentáveis. Ao fortalecer suas estratégias de comercialização e ampliar sua presença em mercados diferenciados, a COOPERCAMPRA contribui não apenas para a geração de renda e o fortalecimento do trabalho coletivo, mas também para a preservação dos modos de vida tradicionais, frequentemente ameaçados pelas dinâmicas do agronegócio.

Dessa forma, a cooperativa amplia as possibilidades de inclusão produtiva dos agricultores familiares e reforça os laços entre produtores e consumidores, promovendo um ciclo virtuoso de solidariedade e desenvolvimento territorial. Com isso, consolida-se como referência em boas práticas, inspirando outras experiências organizadas de base comunitária e agroecológica.

Como desdobramento desta experiência, recomenda-se a realização de estudos comparativos entre cooperativas de base agroecológica, a fim de mapear boas práticas, identificar desafios comuns e fomentar soluções colaborativas. Nesse contexto, o Catálogo de Produtos da COOPERCAMPRA, em suas versões simplificada e ampliada (Apêndices A e B), representa uma ferramenta estratégica essencial para ampliar a visibilidade da produção camponesa, promover a identidade agroecológica da cooperativa e fortalecer os vínculos com consumidores, feiras, redes de comercialização solidária e políticas públicas de compras institucionais.

Ao reunir informações sobre a diversidade dos produtos ofertados, o catálogo facilita o planejamento logístico, o alinhamento entre oferta e demanda e a organização da produção.

Mais do que um material de divulgação, consolida-se como uma ponte entre quem produz e quem consome, fortalecendo os Circuitos Curtos de Comercialização - CCC e ampliando as oportunidades para a agricultura familiar de base agroecológica.

7. INSERÇÃO SOCIAL DO PROJETO

Este trabalho visa estimular o debate sobre agroecologia e desenvolvimento sustentável no território, com ênfase nos agricultores camponeses, buscando promover seu protagonismo nas ações relacionadas à melhoria das práticas produtivas. O objetivo é reconhecer esses agricultores como agentes ativos de mudança, capazes de proporcionar resiliência econômica às suas famílias e fortalecer a economia solidária. Espera-se que o projeto contribua para aumentar a visibilidade dos produtos agroecológicos da COOPERCAMPRA, ampliando o reconhecimento de seus produtos no mercado local, aproximando consumidores e incentivando práticas colaborativas e o engajamento comunitário, assegurando, assim, a permanência das famílias no campo.

A agroecologia proporciona maior autonomia e segurança aos territórios das famílias da agricultura familiar camponesa, permitindo a preservação de seus modos de vida e suas práticas sustentáveis. Este trabalho tem o potencial de servir como modelo de boas práticas para outras cooperativas e associações interessadas em adotar métodos semelhantes de produção, além de contribuir para a formulação de políticas públicas voltadas ao incentivo da agroecologia e à promoção da agricultura sustentável. Ademais, pode ajudar na construção e fortalecimento de redes de colaboração entre cooperativas, organizações não governamentais, consumidores e mercados alternativos, além de inspirar novas abordagens para marketing e vendas de produtos agroecológicos.

Espera-se que este projeto técnico tenha contribuído para a divulgação das ações da COOPERCAMPRA, gerando maior interesse e apoio de diversos públicos e facilitando o estabelecimento de parcerias com outras entidades. Ao integrar ações conjuntas em prol da agroecologia, o projeto destaca a importância de mostrar o trabalho desenvolvido pela cooperativa, assim como a luta constante pela produção de alimentos, a construção de mercados alternativos e a inclusão social das famílias.

REFERÊNCIAS

- AFONSO, J. M.; ABADE, M. C. Metodologias participativas: reflexões sobre rodas de conversa e grupos focais. **Revista Brasileira de Educação**, v. 13, n. 39, p. 89-104, 2008.
- ALTAFIN, A. Agricultura familiar e desenvolvimento rural: uma análise crítica., v. 2, n. 1, p. 40-55, 2007.
- ALTIERE, J. B. **Agroecologia: A ciência da sustentabilidade**. 1. ed. Porto Alegre: Artmed, 1998.
- ALTIERI, M. A.; NICHOLLS, C. I. **Agroecologia: princípios e estratégias para uma agricultura sustentável**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2012.
- ALTIERI, M. A.; TOLEDO, V. M. **The agroecological revolution in Latin America: rescuing nature, ensuring food sovereignty and empowering peasants**. *Journal of Peasant Studies*, v. 38, n. 3, p. 587-612, 2011.
- ANA – ARTICULAÇÃO NACIONAL DE AGROECOLOGIA. **Documento de Referência da Articulação Nacional de Agroecologia (ANA)**. Rio de Janeiro: ANA, 2006. Disponível em: <https://www.agroecologia.org.br>. Acesso em: 03 jul. 2025.
- ARAÚJO, C. A. S.; MARJOTTA-MAISTRO, M. C. Marketing e comercialização de alimentos agroecológicos: a construção de mercados de proximidade. **Revista Extensão Rural**, v. 24, n. 2, p. 45-62, 2017.
- ASSIS, L. D. O desenvolvimento sustentável e a agricultura familiar: conceitos e desafios. **Revista Brasileira de Política Ambiental**, v. 12, n. 2, p. 45-57, 2006.
- ASSIS, M. M. **Agroecologia e agricultura familiar: fundamentos e perspectivas**. In: COSTABEBER, J. A.; CAPORAL, F. R. (Orgs.). *Agroecologia e agricultura familiar: diálogos para o desenvolvimento rural sustentável*. Brasília, DF: Embrapa, 2006. p. 15-34.
- BITTENCOURT, G. A. **Agricultura familiar no Brasil: evolução e perspectivas à luz do Censo Agropecuário 2017**. Brasília, DF: IPEA, 2020.
- BITTENCOURT, R.; BIANCHINI, R. A agricultura familiar no Brasil: características e desafios. **Revista de Economia Rural**, v. 3, n. 2, p. 78-93, 1996.
- BRANDENBURG, M. Redes de produção e consumo: uma análise da experiência francesa e brasileira. **Revista Brasileira de Economia Solidária**, v. 1, n. 2, p. 45-60, 2002.
- BRASIL. Presidência da República. Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 25 jul. 2006.
- BRASIL. Decreto nº 11.015, de 26 de janeiro de 2022. Regulamenta a Lei nº 14.277, de 13 de janeiro de 2021, que institui o Cadastro Nacional da Agricultura Familiar (CAF). **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 27 jan. 2022.

BUAINAIN, A. M.; GIONGO, A.; SAES, M. S. Agricultura familiar: entre desafios e potencialidades. **Revista de Política Agrícola**, v. 15, n. 2, p. 5-20, 2006.

CAPORAL, F. R.; COSTABEBER, J. A.; SCHNEIDER, S. **Agricultura familiar e desenvolvimento rural sustentável**. In: COSTA, M. A.; COSTA, J. M. (Orgs.). *Agricultura familiar: políticas públicas, desenvolvimento rural e agroecologia*. Brasília, DF: Embrapa, 2009. p. 25-50.

CARMO, L. M. do. **Agricultura familiar: uma releitura**. In: GUANZIROLI, C. E. et al. (Orgs.). *A nova cara da agricultura familiar no Brasil: mudanças institucionais, impactos e perspectivas do PRONAF*. Brasília, DF: NEAD, 1999. p. 71-90.

CASSOL, A.; SCHNEIDER, S. A comercialização da agricultura familiar e seus desafios. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v. 6, p. 45-58, 2016.

CONAB – COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO. **Relatório anual da agricultura familiar**. Brasília, DF: CONAB, 2023.

CONTERATO, M. A.; WANDERER, F.; RAYSAK, C. **Agricultura familiar e mercados: condicionantes e estratégias de inserção**. In: WANDERLEY, M. de N. B. (Org.). *Desenvolvimento rural no Brasil: os desafios da construção de um novo modelo*. Rio de Janeiro: FGV, 2007. p. 105-130.

COOPERCAMPRA. **Logomarca institucional**. Instagram, 12 out. 2024. Disponível em: https://www.instagram.com/acampra_coopercampra/. Acesso em: 03 fev. 2025.

COSTABEBER, J. A.; CAPORAL, F. R. Agricultura sustentável e agroecologia: uma abordagem inovadora para o desenvolvimento rural. **Revista de Desenvolvimento Rural**, v. 7, n. 1, p. 34-47, 2004.

COSTABEBER, J. A.; CAPORAL, F. R. **Princípios da agroecologia aplicada à agricultura familiar**. Brasília, DF: Embrapa, 2000.

COSTABEBER, J. A.; CAPORAL, F. R. **Desenvolvimento sustentável e agroecologia: desafios para a agricultura familiar**. *Cadernos de Agroecologia*, v. 4, p. 40-55, 2003.

COSTABEBER, J. A.; SCHNEIDER, S. **Inserção da agricultura familiar em mercados diferenciados: desafios e perspectivas**. *Cadernos de Agroecologia*, v. 12, n. 3, p. 120-137, 2017.

COSTABEBER, J. A.; SCHNEIDER, S. Certificação participativa e redes agroalimentares alternativas: a construção da confiança na comercialização de alimentos agroecológicos. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v. 12, n. 3, p. 57-67, 2017.

DAROLT, M. R.; LARROSA, A.; SALGADO, J. Estratégias de comercialização da agricultura familiar. **Revista de Sociologia e Política**, v. 20, p. 75-91, 2015.

DAROLT, M. R. **A construção de mercados agroecológicos: desafios e perspectivas para a agricultura familiar.** In: ABRAMOVAY, R. (Org.). *Temas estratégicos para o desenvolvimento sustentável: estudos de caso Brasil-Alemanha.* Brasília: IPEA; GIZ, 2013. p. 219-244.

DAROLT, M. R.; MEDEIROS, F. L.; FERRAZ, J. C. Circuitos curtos de comercialização e desenvolvimento local: análise das feiras de agricultores familiares. **Revista de Desenvolvimento Regional**, v. 22, n. 2, p. 85-101, 2015.

DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; ABREU, L. S.; BRANDENBURG, A.; ALMEIDA, G. F. **Sistemas agroalimentares alternativos: uma análise dos circuitos curtos de comercialização e de iniciativas de abastecimento local de alimentos.** *Estudos Sociedade e Agricultura*, v. 21, n. 1, p. 74-106, 2013.

DIEGUES, A. C. **O meio rural e a agricultura familiar: impactos da modernização e alternativas para o desenvolvimento.** *Estudos Rurais*, v. 11, p. 110-122, 2007.

FBB – FUNDAÇÃO BANCO DO BRASIL. **A agricultura familiar e a geração de novos mercados.** Fundação Banco do Brasil, p. 25-29, 2013.

FELICIANO, A. F. Marketing digital aplicado à agricultura familiar: fidelização e relacionamento com o consumidor. **Revista de Marketing e Agronegócio**, v. 6, n. 1, p. 77-92, 2018.

GAZOLLA, R. C.; SCHNEIDER, S. Redes de comercialização no Brasil: desafios e oportunidades. **Revista de Sociologia Rural**, v. 55, n. 1, p. 99-121, 2017.

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GILBCKE, J.; VON DER WEID, R.; SCHNITZER, T. Sistemas alimentares locais: uma resposta à globalização. **Revista Brasileira de Desenvolvimento Sustentável**, v. 3, n. 1, p. 89-104, 2018.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 2, p. 57-63, 2005.

GOODMAN, D.; MAYWALD, B.; MURDOCH, J. **Redes alimentares alternativas: conhecimento, prática e política.** *Environment and Planning A*, v. 44, n. 9, p. 1811-1836, 2012.

GOTTSCHALK, L.; KLOSTERHALFEN, A. Agricultura familiar e redes sociais: perspectivas para a sustentabilidade. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v. 13, n. 1, p. 45-58, 2018.

GRISA, C.; SCHNEIDER, S. **Agricultura familiar e políticas públicas no Brasil.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2015.

GUANZIROLI, C. E.; CARDIM, S. E. R. **A nova cara da agricultura familiar: o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF).** Brasília, DF: FAO; INCRA, 2000.

HLPE – PAINEL DE ESPECIALISTAS DE ALTO NÍVEL SOBRE SEGURANÇA ALIMENTAR E NUTRIÇÃO. **Agroecologia para segurança alimentar e nutrição**. Roma: FAO, 2019.

HOROCHOVSKI, J.; MEIRELES, J. C. **A força das cooperativas na agricultura familiar**. *Revista de Cooperativismo e Agricultura Familiar*, v. 9, p. 98-112, 2007.

IBGE. **Censo agropecuário 2006: agricultura familiar: primeiros resultados**. Rio de Janeiro: IBGE, 2009.

JACOBI, P. R. Desenvolvimento sustentável e a reorganização das relações sociedade-natureza. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 8, n. 15, p. 85-102, 1994.

KLOSTERHALFEN, A. **Agricultura sustentável e agroecologia: práticas e desafios**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016.

LAMINE, C. A agricultura alternativa e seu impacto social. **Revista Internacional de Agroecologia**, v. 9, p. 233-247, 2008.

MARSDEN, T.; BANKS, J.; BRISTOW, G. **Food supply chain approaches: exploring their role in rural development**. *Sociologia Ruralis*, v. 40, n. 4, p. 424-438, 2000.

MARSDEN, T.; KAY, R.; MURDOCH, J. **Sistemas alimentares locais e a reconfiguração dos mercados agroalimentares**. *Environment and Planning A*, v. 32, n. 4, p. 417-432, 2000.

MARTINS, J. F. O camponês brasileiro: migração, desenraizamento e luta pela terra. **Revista Brasileira de Sociologia Rural**, v. 5, p. 12-25, 1983.

MEIRELLES, A. O papel da cooperação nos mercados alternativos. **Revista Brasileira de Desenvolvimento Rural**, v. 15, p. 12-30, 2004.

MMA – MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. Políticas públicas para a agricultura familiar e sustentável. **Revista Ambiental e Desenvolvimento Sustentável**, v. 23, n. 1, p. 12-29, 2013.

MUNDLER, M. Redes de comercialização e circuitos curtos: impactos da agricultura ecológica. **Revista de Agricultura Ecológica**, v. 10, n. 4, p. 24-38, 2008.

MUNDLER, P. Comunidades que sustentam a agricultura: práticas e desafios. **Revista de Sociologia Rural**, v. 48, n. 2, p. 123-139, 2008.

MURDOCH, J.; PENDERGAST, D.; MURDOCH, J. **A geografia dos alimentos alternativos: repensando a geografia dos alimentos**. *Progress in Human Geography*, v. 24, n. 3, p. 314-336, 2000.

MESSA, A. Marketing digital e agricultura familiar: estratégias de comercialização em plataformas online. **Revista Extensão Rural**, v. 29, n. 2, p. 112-129, 2022.

NEVES, M. C. S. *et al.* **Agricultura familiar: políticas públicas e sustentabilidade.** Brasília: MDA/FAO, 2014.

NEVES, M. O.; FERREIRA, M. A.; SILVA, A. C. Agricultura familiar e políticas públicas: análises e desafios. **Revista de Desenvolvimento Rural Sustentável**, v. 10, n. 1, p. 15-33, 2014.

NIEDERLE, P.; ALMEIDA, A. L. Circuitos curtos de comercialização e a agricultura familiar no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 51, p. 221-237, 2013.

NIEDERLE, P.; WESZ JR., V. A agricultura familiar e seus desafios: resistência e sustentabilidade. **Revista de Estudos Sociológicos**, v. 5, n. 1, p. 42-56, 2018.

PEREKINS, D. D.; ZIMMERMAN, M. A. **Teoria, pesquisa e aplicação do empoderamento.** *American Psychologist*, v. 50, n. 5, p. 272-282, 1995.

PEREZ-CASSARINO, J. **Circuitos curtos de comercialização e a aproximação entre produção e consumo de alimentos: a experiência da Rede Agroecológica Metropolitana (RAMA – RS).** 2013. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

PEREZ-CASSARINO, J. **Comercialização da produção agroecológica: desafios para o desenvolvimento rural sustentável.** 2004. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

PLOEG, J. D. A agricultura familiar e as novas formas de consumo. **Revista de Agricultura e Mercado**, v. 10, p. 134-147, 2008.

PLOEG, J. D. Da agricultura tradicional à agricultura agroecológica. **Revista de Agricultura e Agricultura Sustentável**, v. 6, n. 3, p. 28-34, 2016.

PROJETO RURAL SUSTENTÁVEL - CERRADO (PRS - Cerrado). **Relatório técnico Diagnóstico Rural Participativo – DRP - ACAMPRA.** Brasília, 2023. 56 p.

RENTING, H.; SCHERMER, M.; ROSSI, A. **Building Food Democracy: Exploring Civic Food Networks and Newly Emerging Forms of Food Citizenship.** *Agriculture and Human Values*, v. 29, n. 1, p. 65–73, 2012.

RENTING, H.; VAN DER PLOEG, J. D.; WILKINSON, J. **O desenvolvimento das redes alimentares alternativas.** *European Journal of Rural Development*, v. 33, p. 24-35, 2000.

RIBEIRO, G. A. Agricultura familiar e os circuitos curtos de comercialização: uma nova abordagem. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v. 18, p. 60-70, 2021.

ROVER, D. F.; DAROLT, M. T. Comercialização e circuitos curtos de alimentos: potencialidades e desafios para a agricultura familiar. **Revista de Agricultura e Sustentabilidade**, v. 12, n. 3, p. 112-127, 2021.

ROVER, M. M.; DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização: aspectos econômicos e sociais. **Revista de Desenvolvimento Regional**, v. 8, n. 1, p. 45-60, 2002.

ROVER, O. J.; DAROLT, M. R. **Redes alimentares alternativas e organização dos mercados da agricultura familiar**. In: SCHNEIDER, S. (Org.). *Mercados e agricultura familiar: diferentes visões, múltiplas trajetórias*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2022. p. 15-38.

SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2001.

SANTOS, C. A. Marketing no meio rural: estratégias e desafios para a agricultura familiar. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 50, n. 3, p. 485-502, 2012.

SANTOS, C. A. Estratégias de marketing na agricultura familiar: desafios e possibilidades. **Revista de Extensão e Estudos Rurais**, v. 27, n. 1, p. 88-105, 2021.

SANTOS, C. A. Marketing e consumo consciente: a valorização dos produtos agroecológicos. **Revista Brasileira de Marketing Rural**, v. 9, n. 2, p. 55-69, 2014.

SCHMITT, C. J.; TYGEL, A. F. **Circuitos curtos de comercialização e agricultura familiar: conceituando e caracterizando experiências**. In: SCHNEIDER, Sergio (Org.). *A diversidade da agricultura familiar*. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2009. p. 423-440.

SCHNEIDER, S. Mercados e agricultura familiar: caracterização e tipologia. **Revista Retratos de Assentamentos**, v. 19, n. 1, p. 41-58, 2016.

SCHNEIDER, S.; CASSOL, M. M. **Agricultura familiar e políticas públicas: avanços e desafios para o fortalecimento da agroecologia**. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v. 15, n. 2, p. 1-12, 2020.

SILVA, J. G. da. **A nova cara da pobreza rural: o enfraquecimento do trabalho e a contínua busca por segurança**. In: GUANZIROLI, C. E. et al. (Orgs.). *A nova cara da agricultura familiar no Brasil: mudanças institucionais, impactos e perspectivas do PRONAF*. Brasília, DF: NEAD, 1999. p. 47-70.

SILVA, R. L.; PEREIRA, M. T.; LIMA, F. A. Rodas de conversa como metodologia participativa: diálogo e construção coletiva do conhecimento. **Revista de Educação Popular**, v. 16, n. 3, p. 45-62, 2017.

SOUZA, E. R. de; SILVA, F. F. da; MORAES, M. C. Análise documental: uma técnica de pesquisa qualitativa em ciências sociais. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 26, n. 76, p. 1-20, 2011.

SOUZA FILHO, H. M.; BUAINAIN, A. M.; SILVEIRA, J. M. F. J. da. **Agricultura familiar e mercado: diferenças regionais e políticas públicas**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2004.

SOUZA, F. M.; BORSATTO, E. R. Compras públicas e desenvolvimento rural sustentável: análise das políticas do PNAE e do PAA. **Revista de Economia e Desenvolvimento Rural**, v. 9, n. 2, p. 45-62, 2021.

STRAUSS, A.; CORBIN, J. **Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento da teoria fundamentada**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.

SOGILIO KUBO, R. **Agricultores familiares e mercados institucionais: entre velhas práticas e novos discursos**. 2016. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, 2016.

VEIGA, J. E. da; ROMEIRO, A. R.; REYDON, B. P. **Agricultura e desenvolvimento: uma visão de futuro para o Brasil**. Campinas, SP: Unicamp; Brasília, DF: Embrapa, 2010.

VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. **Pesquisa qualitativa em administração: teoria e prática**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2005.

WANDERLEY, M. de N. B. **A construção da agricultura familiar: lições da experiência brasileira**. In: ABRAMOVAY, R. (Org.). *Agricultura familiar e desenvolvimento sustentável: desafios para a cooperação internacional*. Brasília, DF: FAO/NEAD, 2001. p. 31-46.

WILKINSON, J. **Agri-food chains and networks: organization and regulation**. In: GOODMAN, D.; REDCLIFT, M.; LANG, T. (eds.). *Globalising food: agrarian questions and global restructuring*. London: Routledge, 1999. p. 209–226.

WILKINSON, J. **Agricultura familiar e desenvolvimento rural: o papel das redes sociais**. In: GUANZIROLI, C. E.; CARDIM, S. E. R. (Orgs.). *Agricultura familiar e desenvolvimento rural no Brasil: políticas e desafios*. Brasília, DF: NEAD, 2000. p. 95-112.

APÊNDICE A. CATÁLOGO DE PRODUTOS- VERSÃO SIMPLIFICADA


PROGRAMAS GOVERNAMENTAIS PNAE & PAA

A COOPERCAMPRA é uma cooperativa de trabalho capaz de processar minicamente produtos provenientes da agricultura familiar tradicional e agroecológica (manufatura e fortificação) e processamento de ovos, destinados a produção de programas de aquisição de alimentos do governo federal, estadual e municipal da região da Uberlândia/NG (PAA - Programa de Aquisição de Alimentos e PNAE - Programa Nacional de Alimentação Escolar).

O PNAE é um programa que fornece alimentos a escolas públicas e privadas, entidades socioassistenciais e outras instituições que atendam pessoas em situação de vulnerabilidade alimentar. O objetivo do PNAE é fortalecer a agricultura familiar, gerando emprego e renda e promover o acesso aos alimentos.

O PNAE é um programa voltado para a educação, que oferece alimentação escolar de qualidade para educadoras de educação infantil, ensino fundamental e ensino médio. O PNAE tem como objetivo contribuir para o crescimento, o desenvolvimento, a aprendizagem e a formação de hábitos alimentares saudáveis dos estudantes.

O PNAE cria uma demanda constante de compra para o agricultor produtor durante 10 meses por ano. Já o PAA depende de aprovação de projetos, com validade de 12 meses (365 dias ao ano).




ORGÂNICO
BIMANÍ

COOPERAÇÃO, BEM-VIVER & SOBERANIA ALIMENTAR

A Coopercampa nasceu da união de agricultoras e agricultores familiares comprometidos com um modo de vida solidário, sustentável e enraizado na terra. Mais do que uma cooperativa, ela representa um pacto coletivo pela cooperação, pelo bem-viver e pela soberania alimentar, valores que norteiam cada decisão, cada plantio, cada colheita e cada partilha.

A cooperação é o princípio que sustenta a organização social da Coopercampa. Por meio dela, fortalecemos a produção coletiva, o intercâmbio de saberes e a comercialização justa, promovendo autonomia econômica para as famílias do campo.

Bem-viver é plantar sem veneno, é cuidar da água e das sementes crioulas, é garantir que as futuras gerações tenham acesso a um meio ambiente saudável, alimentos limpos e relações sociais baseadas no respeito, na justiça e na alegria de viver.

A soberania alimentar é a base da nossa luta. Defendemos o direito das comunidades de decidirem sobre o que produzem, como produzem e o que consomem.



CATÁLOGO DE PRODUTOS AGROECOLÓGICOS

CONTATO
(34) 99685-1447
(34) 99685-1077
coopercampa2@gmail.com
@coopercampa_coopercampa




PRODUTOS

OVOS



Nossos ovos são produzidos com atenção por criadoras familiares com o respeito à natureza, ao equilíbrio entre criadoras e sistemas de manejo sustentáveis, com diversidade natural e em um bom ambiente.

As escolher nossa ovos, você apoia pequenos produtores, incentiva a produção de alimentos e faz parte de um sistema alimentar saudável e de qualidade superior.

MANDIOCA



Nossa mandioca é cultivada de forma orgânica, respeitando o meio ambiente e valorizando as práticas agrícolas tradicionais. Produzida por agricultoras comprometidas com a sustentabilidade, ela é saudável e um sabor agradável.

Boa para diversas receitas, como purês, bolachas, entre outros. É um alimento saudável e delicioso, e pode ser usada em sucos e outros produtos.


MOLHO DE TOMATE



Nosso molho de tomate é feito com tomates frescos cultivados de forma orgânica, sem o uso de pesticidas ou outros produtos químicos. É um produto saudável, nutritivo e perfeito para suas receitas.

A embalagem de vidro reforça nosso compromisso com a sustentabilidade, sendo o melhor para a conservação, higiene e para um consumo consciente.

PRODUTOS IN NATURA



A Cooperativa Camponesa da Reforma Agrária - COOPERCAMPRA tem o compromisso de promover uma agricultura sustentável e de qualidade, valorizando o trabalho dos agricultores familiares e o respeito ao meio ambiente. Nossos produtos são cultivados com técnicas agroecológicas que promovem a biodiversidade e promovem o bem-estar das comunidades locais.

A Cooperativa Camponesa da Reforma Agrária - Coopercampa, com sede no Assentamento Iluminado Zuzuca, NG-458, km. 26, estrada, Rodovia Uberlândia a Campo Florido, Uberlândia/NG é uma iniciativa importante no campo da agricultura familiar e agroecológica no Brasil. Fundada em 2002, com o objetivo de promover a sustentabilidade e a autonomia dos pequenos produtores rurais, a Coopercampa tem se destacado pela sua abordagem inovadora e comprometida com a produção agroecológica.

A Coopercampa reúne agricultores familiares que, além de cultivarem a terra de maneira sustentável, seguem os princípios da agroecologia, que buscam harmonizar as práticas agrícolas com a conservação ambiental. Essa abordagem não só protege o meio ambiente, mas também garante alimentos mais saudáveis e nutritivos para os consumidores. Um dos pilares da Coopercampa é o fortalecimento da economia local.

A cooperativa oferece suporte técnico e capacitação aos seus membros, inserindo-os em redes de comercialização e experiências entre os agricultores. Isso cria uma rede de solidariedade e cooperação que fortalece a comunidade rural. Além disso, a cooperativa facilita o acesso a mercados, permitindo que os produtos agroecológicos cheguem a um público mais amplo, valorizando o trabalho dos agricultores familiares.

MANDIOCA	CHUCHU	MILHO	ABÓRERA
GOIUBE	PIMENTÃO	TCMAIS	ABÓRERA
BORRINJEIRA	BRÓCOLIS	ENGRU VERDE	BRÓCOLIS
ABOBRINHA	ALMEIRÃO	MOJANGA	ALFAC
RÚCULA	ROSEIRAPA	BANANA	COCONA
LARANJA	ROPOLHO	MOJANGA	PIPIÃO
GOIUB FIOR	WAGUM	BRÓCOLIS RAMOSO	

**DA TERRA
A MESA**

PRODUTOS
AGROECOLÓGICOS



Catálogo de Produtos

Cooperativa Camponesa da Reforma
Agrária – COOPERCAMPRA

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	4
SOBRE NÓS	5
PRODUTOS PROCESSADOS	8
PRODUTOS IN NATURA	10
ONDE ENCONTRAR OS PRODUTOS DA GENTE.....	12
PRODUÇÃO AGROECOLÓGICA CERTIFICADA.....	14
PROGRAMAS GOVERNAMENTAIS....	15
PRINCÍPIOS DA COOPERATIVA.....	16
CONTATO.....	19

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS - UFLA

DEZEMBRO DE 2024

**MESTRADO PROFISSIONAL EM DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL E EXTENSÃO/PPGDSE**

AUTOR: FERNANDA MACIEL FERREIRA

ORGANIZADORES: COOPERCAMPRA, KAROL BORGES

COLABORADORA: VIVIANE SANTOS PEREIRA

**ESTE PORTFÓLIO ESTÁ VINCULADO AO PROJETO
TÉCNICO ESTRATÉGIA DE DIVULGAÇÃO E ACESSO A
MERCADOS PARA PRODUTOS AGROECOLÓGICOS DA
COOPERATIVA CAMONESA DA REFORMA AGRÁRIA -
COOPERCAMPRA**



Introdução

Neste catálogo é apresentado o resultado do trabalho de agricultores e agricultoras que fazem parte dos Núcleos Agroecológicos representados pelos Assentamentos Emiliano Zapata, Florestan Fernandes, Rio das Pedras, Canudos, Monte Alegre, Dom José Mauro e Eldorado dos Carajás e pelos membros da Associação Camponesa de Produção da Reforma Agrária do Município de Uberlândia - ACAMPRA. Vinculados à Organização de Controle Social (OCS).



A Cooperativa Camponesa da Reforma Agrária - COOPERCAMPRA tem o compromisso de promover uma agricultura sustentável e de qualidade, valorizando o trabalho dos agricultores familiares e o respeito ao meio ambiente. Nossos produtos são cultivados com técnicas agroecológicas que preservam a biodiversidade e promovem o bem-estar das comunidades locais.

A Cooperativa Camponesa da Reforma Agrária - Coopercampra, com sede no Assentamento Emiliano Zapata, MGC 455, Km 26 esquerda, Rodovia Uberlândia a Campo Florido, Uberlândia/MG é uma iniciativa importante no campo da agricultura familiar e agroecológica no Brasil.

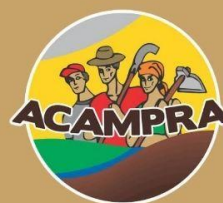
Fundada em 2022 com o objetivo de promover a sustentabilidade e a autonomia dos pequenos produtores rurais, a Coopercampra tem se destacado pela sua Abordagem inovadora e comprometida com a produção agroecológica.

Sobre nós

**Cooperativa Camponesa da Reforma
Agrária – COOPERCAMPRA**

A Coopercampra reúne agricultores familiares que além de cultivarem a terra de maneira sustentável, seguem os princípios da agroecologia, que buscam harmonizar as práticas agrícolas com a conservação ambiental. Essa abordagem não só protege o meio ambiente, mas também garante alimentos mais saudáveis e nutritivos para os consumidores. Um dos pilares da Coopercampra é o fortalecimento da economia local.

A cooperativa oferece suporte técnico e capacitação aos seus membros, incentivando a troca de conhecimentos e experiências entre os agricultores. Isso cria uma rede de solidariedade e cooperação que fortalece a comunidade rural. Além disso, a cooperativa facilita o acesso a mercados, permitindo que os produtos agroecológicos cheguem a um público mais amplo, valorizando o trabalho dos agricultores familiares.





**A AGRICULTURA FAMILIAR CAMPONESA É SEMENTE DE RESISTÊNCIA,
CULTIVANDO SOBERANIA ALIMENTAR, JUSTIÇA SOCIAL E UM FUTURO
SUSTENTÁVEL PARA TODOS.**

PRODUTOS PROCESSADOS

MANDIOCA IN NATURA EMBALADA À VÁCUO



Nossa mandioca é cultivada de forma agroecológica, respeitando o meio ambiente e valorizando as práticas agrícolas tradicionais. Produzida por agricultores comprometidos com a sustentabilidade, ela é colhida no ponto certo para garantir frescor, qualidade e um sabor inigualável. Ideal para diversas receitas, como purês, farinhas, bolos ou simplesmente cozida, a mandioca da nossa cooperativa é sinônimo de saúde e conexão com a terra



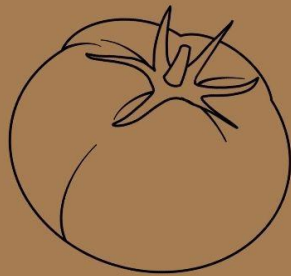
OVOS CAIPIRA



Nossos ovos caipiras são produzidos com carinho por uma cooperativa comprometida com a agroecologia e o respeito à natureza. As galinhas são criadas em sistemas de manejo sustentável, com alimentação natural e sem o uso de químicos. Ao escolher nossos ovos, você apoia pequenos produtores, incentiva a preservação ambiental e leva para sua mesa um alimento saudável, nutritivo e de qualidade superior.



PRODUTOS PROCESSADOS



MOLHO DE TOMATE



Nosso molho de tomate é feito com tomates frescos cultivados de forma agroecológica, sem o uso de agrotóxicos ou químicos. Ele preserva o sabor autêntico da natureza, garantindo um produto saudável, nutritivo e perfeito para suas receitas. A embalagem de vidro reforça nosso compromisso com a sustentabilidade, sendo reutilizável e 100% reciclável, ideal para quem busca um consumo consciente.

MEL AGROECOLÓGICO



O mel agroecológico é muito mais do que um alimento; é o resultado de uma produção que harmoniza o trabalho das abelhas, o cuidado humano e o respeito pela natureza. Diferentemente dos métodos convencionais, a apicultura agroecológica adota práticas que promovem a sustentabilidade ambiental, o bem-estar das abelhas e a preservação da biodiversidade local.



Produção orgânica: natural, sustentável e consciente.

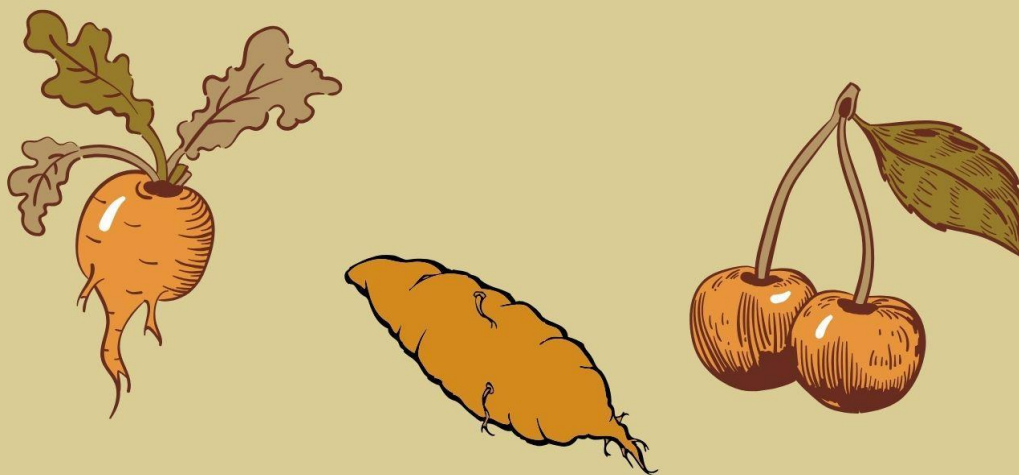
PRODUTOS IN NATURA

A COOPERCAMPRA ORGULHA-SE EM OFERECER UMA DIVERSIFICADA SELEÇÃO DE PRODUTOS IN NATURA, CULTIVADOS COM BASE NOS PRINCÍPIOS DA AGROECOLOGIA. ESSES ALIMENTOS SÃO PRODUZIDOS EM HARMONIA COM A NATUREZA, SEM O USO DE AGROTÓXICOS OU INSUMOS QUÍMICOS, RESPEITANDO OS CICLOS NATURAIS E PROMOVENDO A SUSTENTABILIDADE DO MEIO AMBIENTE.

OFERECEMOS UMA SELEÇÃO DE PRODUTOS IN NATURA, CULTIVADOS DE FORMA SUSTENTÁVEL E SEM O USO DE AGROTÓXICOS.

POR QUE ESCOLHER OS PRODUTOS DA COOPERCAMPRA?

- SAÚDE E SABOR: ALIMENTOS MAIS NUTRITIVOS E COM SABOR AUTÊNTICO, PRESERVANDO AS CARACTERÍSTICAS NATURAIS DE CADA PRODUTO.
- RESPEITO AO MEIO AMBIENTE: PRODUÇÃO QUE CONSERVA OS RECURSOS NATURAIS E PROMOVE A BIODIVERSIDADE LOCAL.
- FORTALECIMENTO DA AGRICULTURA FAMILIAR: CADA COMPRA CONTRIBUI PARA A VALORIZAÇÃO DOS AGRICULTORES FAMILIARES E SUAS PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS.



COM OS PRODUTOS DA COOPERCAMPRA, VOCÊ APOIA A AGROECOLOGIA E CONSUME ALIMENTOS MAIS SAUDÁVEIS E NUTRITIVOS.

PRODUTOS IN NATURA



Onde encontrar os produtos da gente

Cesta Semeando Agroecológica (Uberlândia/MG)

- Produtos in natura: Mandioca, abóbora, chuchu, couve, milho, pimentão, tomate e frutas

Feiras Agroecológicas (Uberlândia/MG) - Parque do Sabiá e Mercado Municipal (Pachamama) e Universidade Federal de Uberlândia - UFU/Campos Santa Mônica

- Produtos in natura: acelga, berinjela, brócolis, cheiro-verde, couve, limão, abobrinha, almeirão, melancia, mandioca, alface, rúcula, repolho, beterraba, cenoura, banana, limão, laranja e mexerica
- Produtos processados: ovos e molho de tomate

Programa Municipal de Alimentação Escolar - PMAE (escolas municipais)



- Produtos processados: ovos

Com a agroecologia, plantamos justiça, colhemos esperança

Batalhão do Exército Brasileiro

- Produtos in natura: acelga, berinjela, brócolis, cheiro-verde, couve, limão, abobrinha, almeirão, melancia, mandioca, alface, rúcula, repolho, beterraba, cenoura, banana, limão, laranja e mexerica

Programa Nacional de Alimentação Escolar - PNAE (escolas municipais e estaduais)



- Produtos in natura: acelga, berinjela, brócolis, cheiro-verde, couve, limão, abobrinha, almeirão, melancia, mandioca, alface, rúcula, repolho, beterraba, cenoura, banana, limão, laranja e mexerica

- Produtos processados: mandioca e ovos

Programa de Aquisição de Alimentos - PAA (escolas municipais e estaduais)

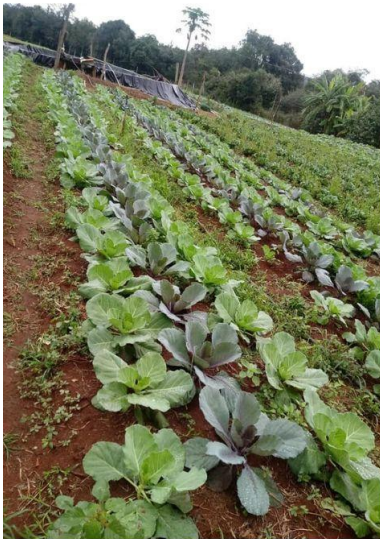
- Produtos in natura: acelga, berinjela, brócolis, cheiro-verde, couve, limão, abobrinha, almeirão, melancia, mandioca, alface, rúcula, repolho, beterraba, cenoura, banana, limão, laranja e mexerica

- Produtos processados: mandioca e ovos

Armazém do Campo (Brasília/DF)

- Produtos processados: ovos e molho de tomate





**Produção
Agroecológica
Certificada**



PROGRAMAS GOVERNAMENTAIS



PNAE e PAA

A COOPERCAMPRA é uma cooperativa de trabalho capaz de processar minimamente produtos provenientes da agricultura familiar tradicional e agroecológica (mandioca e hortaliças) e processamento do ovo, destinando a produção aos programas de aquisição de alimentos do governo federal, estadual e municipal da região de Uberlândia/MG (PAA - Programa de Aquisição de Alimentos e PNAE - Programa Nacional de Alimentação Escolar). O PAA é um programa que fornece alimentos a escolas públicas e privadas, entidades socioassistenciais e outras instituições que atendam pessoas em situação de vulnerabilidade alimentar. O objetivo do PAA é fortalecer a agricultura familiar, gerando emprego e renda, e promover o acesso aos alimentos.

O PNAE é um programa voltado para a educação, que oferece alimentação escolar de qualidade para estudantes da educação infantil, ensino fundamental e ensino médio. O PNAE tem como objetivo contribuir para o crescimento, o desenvolvimento, a aprendizagem e a formação de hábitos alimentares saudáveis dos estudantes.

O PNAE cria uma demanda constante de compra para o agricultor produzir durante 10 meses por ano. Já o PAA depende de aprovação de projetos, com vigência de 12 meses (365 dias ao ano).



Princípios da Cooperativa



Cooperação

Cooperação: Trabalhando Juntos por um Objetivo Comum

A cooperação é a essência do trabalho coletivo. Em comunidades rurais e urbanas, o espírito cooperativo fortalece a produção de alimentos, incentiva o compartilhamento de recursos e promove a troca de conhecimentos. Cooperativas e redes solidárias são exemplos vivos de como unir forças pode gerar impactos positivos:

Melhoria das condições de trabalho e renda para pequenos agricultores.

Incentivo à produção local e sustentável.

Distribuição mais justa dos recursos e benefícios.



O Futuro é Coletivo e Sustentável



Bem viver

Bem-Viver: Uma Nova Perspectiva de Prosperidade

O conceito de bem-viver, inspirado em saberes indígenas e em práticas ancestrais, propõe uma visão de vida que valoriza a conexão entre os seres humanos, a natureza e a coletividade. Mais do que uma busca por riqueza material, o bem-viver promove:

Qualidade de vida baseada no equilíbrio ambiental e cultural.

Respeito às diversidades étnicas, sociais e ecológicas.

Valorização do tempo, da saúde e das relações humanas.

Agricultura Familiar Camponesa





Soberania Alimentar

Soberania Alimentar: O Direito de Decidir sobre os Alimentos

A soberania alimentar é o direito das comunidades de definir seus sistemas alimentares, priorizando alimentos saudáveis, acessíveis e produzidos localmente de forma sustentável. Esse princípio é fundamental para garantir:

Autonomia alimentar, reduzindo a dependência de grandes indústrias e cadeias globais.

Resgate e valorização de sementes crioulas, práticas agroecológicas e saberes locais.

Promoção de dietas diversificadas e nutritivas que respeitam a cultura e a biodiversidade.



CONTATO



acampra2013@gmail.com

 **34 99645-1907**

 **34 99685-1447**

acampra_coopercampra

