

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE AGRÁRIAS
CURSO DE AGRONOMIA

MARIANA BEAL

CARACTERIZAÇÃO SÓCIO-ECONÔMICA DE QUEIJARIAS FAMILIARES
NO SUDOESTE DO PARANÁ

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

PATO BRANCO
2015

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE AGRÁRIAS
CURSO DE AGRONOMIA

MARIANA BEAL

CARACTERIZAÇÃO SÓCIO-ECONÔMICA DE QUEIJARIAS FAMILIARES
NO SUDOESTE DO PARANÁ

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

PATO BRANCO
2015

MARIANA BEAL

**CARACTERIZAÇÃO SÓCIO-ECONÔMICA DE QUEIJARIAS
FAMILIARES NO SUDOESTE DO PARANÁ**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Agronomia da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Campus Pato Branco, como requisito parcial à obtenção do título de Engenheiro Agrônomo.

Orientador: Prof. Dr. Miguel Angelo Perondi

Co-Orientador: Mr Christophe Gabriel de Lannoy

PATO BRANCO

2015

Beal, Mariana
Caracterização sócio-econômica de queijarias familiares no
Sudoeste do Paraná. Pato Branco. UTFPR, 2015
59 f. : il. ; 30 cm

Orientador: Prof. Dr. Miguel Angelo Perondi
Co-orientador: Mr Christophe de Lanoy
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) - Universidade
Tecnológica Federal do Paraná. Curso de Agronomia. Pato Branco,
2015.
Bibliografia: f. 46- 47

1. Agronomia. 2. Agroindústrias de queijo. I. Perondi, Miguel Angelo,
orient. II. De Lannoy, Christophe Gabriel, co-orient. III. Universidade
Tecnológica Federal do Paraná. Curso de Agronomia. IV. Caracterização
sócio-econômica de queijarias familiares no Sudoeste do Paraná

CDD: 630



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Câmpus Pato Branco
Departamento Acadêmico de Ciências Agrárias
Curso de Agronomia



TERMO DE APROVAÇÃO
Trabalho de Conclusão de Curso - TCC

CARACTERIZAÇÃO SÓCIO-ECONÔMICA DE QUEIJARIAS FAMILIARES NO
SUDOESTE DO PARANÁ

por
MARIANA BEAL

Monografia apresentada às 9 horas 00 min. do dia 25 de novembro de 2015 como requisito parcial para obtenção do título de ENGENHEIRO AGRÔNOMO, Curso de Agronomia da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Câmpus Pato Branco. O candidato foi arguido pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo-assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho APROVADO.

Banca examinadora:

Prof. Dr. Márcio Gazolla
UTFPR

Prof. Dra. Norma Kiyota
IAPAR

MSc. Christophe Gabriel de Lannoy
COOPERIGUAÇU

Prof. Dr. Miguel Angelo Perondi
UTFPR
Orientador

A "Ata de Defesa" e o decorrente "Termo de Aprovação" encontram-se assinados e devidamente depositados na Coordenação do Curso de Agronomia da UTFPR Câmpus Pato Branco-PR, conforme Norma aprovada pelo Colegiado de Curso.

Dedico o presente trabalho aos meus pais Ademar e Rubia que foram os alicerces durante toda a minha formação, possibilitando uma trajetória de dedicação em busca do conhecimento.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha família pelo apoio durante a formação e ao meu esposo Marcos pelo carinho e compreensão. Sou grata também aqueles que foram meus orientadores Miguel Angelo Perondi, Norma Kiyota e Wilson Itamar Godoy por me acolherem e por terem contribuído intensamente na minha trajetória acadêmica. Por fim agradeço a todos os meus colegas de graduação pelos anos vivenciados e aos meus professores por repassarem o melhor de si na tentativa de formar o melhor em nós.

“O importante é não parar de questionar. A curiosidade tem sua própria razão para existir. Uma pessoa não pode deixar de se sentir reverente ao contemplar os mistérios da eternidade, da vida, da maravilhosa estrutura da realidade. Basta que a pessoa tente apenas compreender um pouco mais desse mistério a cada dia. Nunca perca uma sagrada curiosidade.” - ALBERT EINSTEIN.

RESUMO

BEAL, Mariana. Caracterização sócio-econômica de queijarias familiares no Sudoeste do Paraná. 59 f. TCC (Curso de Agronomia), Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Pato Branco, 2015.

A necessidade de gerar renda em pequenos espaços territoriais desafia agricultores pelo mundo, e a agroindústria familiar de pequeno porte pode ser uma das soluções para o desenvolvimento rural do Brasil. O presente trabalho buscou estudar a trajetória de 6 casos de produção e comercialização de queijo colonial no Sudoeste do Paraná com famílias de agricultores que participaram da construção social do mercado. E em todos os casos estudados o início da produção de queijo aconteceu em pequena escala e utilizou o aprendizado repassado das gerações anteriores. A atividade elevou a renda das famílias de forma efetiva e melhorou as suas condições de vestuário e moradia, ao mesmo tempo em que lhes conferiu satisfação pessoal pelo ofício. Estudar esses casos ajudou entender as ações que foram determinantes para elevar as chances de êxito da produção e comercialização dos queijos coloniais.

Palavras-chave: Desenvolvimento rural. Cadeia curta. Queijo.

ABSTRACT

BEAL, Mariana. Socio-economic characterization of family cheese factories in the Southwest of Paraná. 57 f. TCC (Course of Agronomy) - Federal University of Technology - Paraná. Pato Branco, 2014.

The need to generate income in small spaces territorial challenges farmers around the world, and the small family agricultural industry may be one of the solutions for rural development in Brazil. This research aimed to study the trajectory of six cases of production and marketing of colonial cheese in southwestern Paraná with families of farmers who participated in the social construction of the market. And in every case studied the start of production took place on a small scale and used the learning passed on from previous generations. The activity raised the income of families effectively and improved its clothing and housing conditions, while it gave them personal satisfaction with the craft. Studying these stories helped understand the actions that were instrumental in raising the chances of successful production and marketing of colonial cheeses.

Keywords: Rural development. Short chain. Cheese.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Na foto está a entrevistada na garagem da propriedade. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.....	25
Figura 2 – Na foto está o casal em frente a queijaria junto de Christophe Gabriel de Lannoy que acompanhou a entrevista. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.....	26
Figura 3 – Na foto o casal fundador em frente a queijaria. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.....	27
Figura 4– Na imagem está a mãe da família em frente a sua casa que foi conquistada com a produção de queijo. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.....	28
Figura 5 – Na foto está a entrevistada do caso 3. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.....	29
Figura 6 – Na imagem está a matéria onde a família foi citada como exemplo de produção de queijos no Sudoeste do Paraná. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.....	29
Figura 7 – Na imagem está a geladeira que armazena os produtos comercializados pela família. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.....	30
Figura 8 – Além do queijo outros produtos são comercializados. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.....	31
Figura 9 – O nozinho de queijo que pode ser servido assado ou in natura combinado com outros doces é especialidade da queijaria, é comercializado em embalagens de 200g que custam R\$ 23,00 cada. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.....	31
Figura 10 – Na foto está a entrevista na varanda de sua casa. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.....	32
Figura 11 – Na imagem está a entrevistada, atrás está a casa dos pais de seu esposo que também residem na propriedade. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.....	33
Figura 12 – Na foto está o casal na área externa da queijaria. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.....	34
Figura 13 – Na imagem o leite passando para estado de grumos após adição de coalho. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.....	35
Figura 14 – Na imagem as formas de queijo já preenchidas. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.....	35
Figura 15 – Na imagem o queijo colonial produzido pela família em processo de maturação dentro da câmara fria. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.....	36
Figura 16 – Na imagem o queijo temperado produzido pela família. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.....	36
Figura 17 – Na imagem o queijo pronto para ser comercializado na feira. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.....	37

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Unidades de produção de leite por município em que ocorrem os estudos de caso desta pesquisa. UTFPR, Campus Pato Branco, 2015.....	18
Tabela 2 - Relação das famílias e seus respectivos membros com idade, escolaridade e UTH. UTFPR, Campus Pato Branco, 2015.....	39
Tabela 3 - Comparativo entre o nível tecnológico das agroindústrias. UTFPR, Campus Pato Branco, 2015.....	39

LISTA DE SIGLAS E ACRÔNIMOS

AMR	Associação das Mulheres Rurais
CRESOL	Sistema de cooperativas de crédito rural com interação solidária
DERAL	Departamento de Economia Rural
Embrapa	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
LOSAN	Lei orgânica de Segurança Alimentar
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MDA	Ministério do Desenvolvimento Agrário
PAA	Programa de Aquisição de Alimentos
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar
PR	Unidade da Federação – Paraná
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
SENAR	Serviço Nacional de Aprendizagem Rural
SIM	Sistema de Inspeção Municipal
SUASA	Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária
UTH	Unidade de Trabalho Homem

LISTA DE ACRÔNIMOS

CRESOL	Sistema de cooperativas de crédito rural com interação solidária
DERAL	Departamento de Economia Rural
Embrapa	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
LOSAN	Lei orgânica de Segurança Alimentar
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
SENAR	Serviço Nacional de Aprendizagem Rural
SIM	Sistema de Inspeção Municipal
SUASA	Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária

LISTA DE SÍMBOLOS

%	Porcento
g	Gramma
kg	Kilogramma
nº	número
R\$	Real (moeda)

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	15
2. CARACTERIZAÇÃO SÓCIO-ECONÔMICA.....	18
2.1 SEGURANÇA ALIMENTAR.....	18
2.2 A INFORMALIDADE EM POTENCIAL.....	19
3. METODOLOGIA.....	22
4 RESULTADOS.....	24
4.1 Estudo de caso 1.....	24
4.2 Estudo de caso 2.....	25
4.3 Estudo de caso 3.....	28
4.4 Estudo de caso 4.....	30
4.5 Estudo de caso 5.....	32
4.6 Estudo de caso 6.....	33
4.7 Comparando os diferentes casos.....	38
5 ANÁLISE DOS RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	40
5.1.ACESSO A POLÍTICAS DE CRÉDITO DIFERENCIADO.....	40
5.2 ACESSO A POLÍTICAS DE REGUALIZAÇÃO SANITÁRIA.....	40
5.3 A PRESENÇA DOS JOVENS.....	41
5.4 A DEMANDA POR LAZER.....	42
5.5 A CAPACIDADE DE DIVERSIFICAÇÃO.....	43
6 CONCLUSÕES.....	44
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	45
REFERÊNCIAS.....	46
GLOSSÁRIO.....	48
APÊNDICE A – Roteiro para entrevista e cadastramento.....	50
APÊNDICE B – Mapa de localização dos 4 municípios com queijarias a serem estudadas, identificados com pontos verdes.....	53
APÊNDICE C – Tabela comparativa: unidades de produção de leite de cada município segundo dados do IBGE.....	54

1. INTRODUÇÃO

Quando uma unidade de produção enfrenta dificuldades do ponto de vista financeiro, técnico ou social, esta estará sujeita à mudanças de produção no que diz respeito à técnica, à administração, ao tipo de produto, entre outras. Alguns autores, como Gazolla e Pelegrini (2010), deduzem que a agroindústria surge num momento como este, onde o produtor deseja mudar e vê na produção agroindustrial a possibilidade de elevar a renda, encontrar uma satisfação pessoal e obter sua independência financeira. Vieira (1998) também aponta como motivo para a criação da indústria rural a comercialização de excedentes da matéria-prima (que não puderam ser comercializados por ocasião de pouca qualidade, mercado, etc.), assim a estratégia de agregação de valor serve para enfrentar possíveis crises e melhorar a situação.

Além desses motivos, a agroindústria ou indústria rural é a oportunidade que os agricultores encontram para ficar menos dependentes do mercado de insumos como acontece com a produção de commodities agrícolas. Pois segundo Ploeg (2008) a busca pela produtividade de commodities não melhora os lucros do agricultor enquanto for passivo ao sistema e tiver pouca iniciativa.

O termo “indústria rural” tem como definição:

“Atividades de transformação e beneficiamento de produtos agropecuários (animais e vegetais) realizados em instalações existentes nos estabelecimentos ou em instalações de terceiros (moinhos, moendas, casas de farinha, etc.” (FERNANDES FILHO & CAMPOS, 2003, p 859)

A partir do ponto em que a unidade de produção passa a ter um produto industrializado, esta assume uma postura empresarial, mas nunca deixa de ser uma instituição de carácter social. Isso porque se trata de uma unidade com pessoas que se relacionam e muitas vezes compõem a mesma família (ABRAMOVAY, 2004). O processo inicia quando são repassados os conhecimentos de geração em geração, de forma muito familiar. Em seguida as atividades são exercidas, também, por membros da família e aí começa a desafiadora missão da empresa, que é administrar para o desenvolvimento levando em consideração o seu carácter familiar sem deixar de lado os princípios empresariais, a fim de garantir a

“saúde” da empresa.

As unidades de produção encontram pelo caminho burocrático, muitos obstáculos. Obstáculos fiscais e sanitários que podem pôr em risco a produção agroindustrial. Para conseguir legalizar a produção o agricultor envolvido necessita estar atento às normas e registros, o que é muito dificultado pela baixa escolaridade do mesmo na maioria dos casos. Para Batalha (2009) o MDA (Ministério da Agricultura) passou de caráter curativo para preventivo ao longo dos anos no que diz respeito à defesa sanitária, isso porque o modelo anterior não estava sendo satisfatório, o que implica em rigidez na fiscalização das indústrias, incluindo as indústrias rurais. Portanto pequenos agricultores que aderiram à industrialização de seus produtos preferem comercializá-los anonimamente. Um outro estudo realizado em Itapeja D' Oeste (BEAL et al., 2013), município localizado no Sudoeste do Paraná, identificou muitas famílias produzindo e comercializando queijo, mas poucas com registradas legalmente, a pesquisa concluiu que as dificuldades com a fiscalização deixa muitas famílias à margem do sistema, sem gerar maior desenvolvimento porque muitos produtores em potencial preferem comercializar anonimamente a adequar a produção.

Além de apoio a legalização, faltam também programas de apoio financeiro e de comercialização. Nos estudos de Schneider et al. (2014), concluiu-se que os municípios com políticas locais refletiram mais às aplicações de novidades no meio rural no que diz respeito à industrialização, isso porque as políticas nacionais são deficitárias. A pior característica desse quadro é que os programas existentes, de forma geral, não dão a devida atenção para a adequação conforme as normas da defesa sanitária. Então se forma, neste contexto, um cenário nacional de descaso com pequenos produtores.

Além de aumentar e diversificar a renda e melhorar a satisfação pessoal do produtor e da sua família, a industrialização diminui significativamente o êxodo rural. Questão muito importante quando se fala de um meio rural que se esvazia cada vez mais. Por meio da indústria rural os moradores do campo, não precisam ir para o meio urbano porque não conseguem mais exercer suas atividades agrícolas com êxito, com essa alternativa a família pode se ver capaz de melhorar financeiramente e manter sua qualidade de vida no campo. Os jovens

também são importantes nesse processo, porque conseguem visualizar um futuro promissor no meio rural e garantem, assim, a sucessão familiar.

Para comercialização do produto, a pequena agroindústria precisa usar de suas estratégias, sempre muito peculiares e particulares, além de oferecer ao mercado consumidor a segurança alimentar no seu todo, em regularidade de entregas e qualidade insuspeita. Por isso as unidades de produção contam com a confiança do consumidor, a característica artesanal do produto, o sabor que remete às boas lembranças, entre outras. As características química, física e biológica do produto são importantes, mas a localização, a forma de produzir, os costumes de quem produz e toda a história envolvida no produto, faz com este seja realmente diferenciado e possa atingir nichos importantes no mercado. Dessa forma a certificação de origem é de total importância para alavancar ainda mais a produtividade agroindustrial. Para as pequenas agroindústrias os nichos são muito representativos.

A indústria rural já faz parte do meio rural brasileiro, entender como ocorre esse processo e como ele pode estar interferindo na vida das pessoas, tanto no meio urbano como no meio rural é importante para entender melhor a dinâmica dos agricultores envolvidos, seus objetivos e em que as políticas públicas podem estar auxiliando na busca pelo desenvolvimento.

2. CARACTERIZAÇÃO SÓCIO-ECONÔMICA

As famílias produtoras de queijo possuem características e técnicas peculiares, basta adentrar seus sistemas para perceber a complexidade de seus fatores, de maneira que o estudo das mesmas requer conhecimento de alguns conceitos. As queijarias familiares estudadas estão dentro de um modelo de comercialização denominado cadeia curta, que se constitui tendo como base a proximidade entre produtores e consumidores além da interatividade entre os atores (SCABERLOT & SCHNEIDER, 2012). Segundo Guanziroli (2010) a agroindustrialização surgiu de várias formas, mas a forma que prevaleceu teve como objetivo inicial incrementar a renda através do beneficiamento de produtos já existentes na propriedade, ou seja, não depende da produção agrícola inicial. Fernandes Filho (2001) concluiu dentro de suas análises que a indústria rural apresentou grande importância para a geração de emprego e renda para as famílias do Nordeste do Brasil, certamente esta não é uma realidade isolada.

A construção social do mercado se faz por meio de contratos de compra e venda para manter o equilíbrio, em alguns casos com base na confiança mas não se dissolve facilmente na visão de Durkheim. Já para Weber essa mesma construção resulta de uma luta por sobrevivência e poder, baseada nos interesses pessoais (MATTEDI, 2005). Seguindo a análise de Mattedi (2005) esses autores se opõem novamente dizendo que por um lado as agências determinam a ação dos atores e por outro que as mesmas orientam a ação dos atores, ambas as colocações são importantes porque asseguram que as agências são de importante função para a construção social do mercado. As instituições regem as regras da tradição, da moral e do direito e levam o indivíduo, que busca seus interesses pessoais, a agir conforme as coordenadas ditadas. Portanto a construção do mercado é resultado da ação social e a forma como essa ação social se dá é digna de ser estudada, haja vista a complexidade de seus fatores.

2.1 SEGURANÇA ALIMENTAR

Está em debate a questão da divisão da agricultura brasileira, de um

lado agricultores com amplo acesso à tecnologia, promovendo a produção com ganhos de escala e, por isso, demandam maiores dimensões de territórios e com ênfase na produção especializada. De outro lado, pequenos produtores, com pouco espaço de terra, que procuram se diversificar para sobreviver às adversidades, produzindo numa economia de escopo¹. Mas, o que importa aqui é que os agricultores, assumem, muitas vezes, que a industrialização (seja rural ou urbana, formal ou informal) é quem deve produzir alimentos, sendo que a agricultura deve simplesmente abastecê-la de matérias-primas.

Segundo a Lei Orgânica de Segurança Alimentar e Nutricional – LOSAN (Lei nº 11.346, de 15 de setembro de 2006), por Segurança Alimentar e Nutricional - SAN entende-se a realização do direito de todos ao acesso regular e permanente a alimentos de qualidade, em quantidade suficiente, sem comprometer o acesso a outras necessidades essenciais, tendo como base, práticas alimentares promotoras de saúde que respeitem a diversidade cultural e que sejam ambiental, cultural, econômica e socialmente sustentáveis 1998. (MDS, 2015)

Mas ao olhar por outro ângulo, segurança alimentar pode também, ser a manutenção das famílias no meio rural, para que possam continuar produzindo alimentos. É importante ressaltar que 70% dos alimentos consumidos no Brasil é proveniente da agricultura familiar (Portal Brasil, 2011). Portanto assegurar a essas famílias renda e dignidade, é também, assegurar a garantia de alimentos variados na mesa dos brasileiros. Logo, a pergunta que se faz é: Por que as políticas de segurança alimentar brasileiras estão pondo em risco a segurança das famílias rurais produtoras de alimentos e, conseqüentemente, colocam em risco a segurança da variabilidade de alimentos dos brasileiros?

Uma das respostas é mais evidente: a fiscalização e a normatização sanitária e fiscal estão tornando alguns produtores de alimentos no espaço da ilegalidade. No entanto, é possível mudar esse cenário.

1 Tão visível é tal divisão que o governo em 1999 criou o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) para conduzir a gestão do Pronaf (EMBRAPA, 2014), sendo assim o país passou a ter o Mapa (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento) e o MDA (Ministério do Desenvolvimento Agrário), um para cada tipo de agricultura brasileira.

2.2 A INFORMALIDADE EM POTENCIAL

Muitas atividades industriais informais fazem parte da vida dos moradores do meio rural brasileiro de forma clandestina, ou melhor, sem registro de produção de acordo com as normas da defesa sanitária e fiscal. Grossi (2002) já havia constatado que dentro desse quadro de informalidade o produtor não tinha perspectiva de crescimento, nem recolhia impostos ou gerava empregos. Neste contexto a produção de queijo é muito presente e diversa pelo Brasil todo. Chalita (2012) afirma que há um grande potencial sem ser explorado, sendo que a diversidade de produtos, diversidade regional, complexidade de culturas e a qualidade de sabores dariam ao país grande prestígio na comercialização de queijo. Ao industrializar um produto, é possível também, aproveitar melhor a mão de obra existente e ociosa que existe na propriedade (GROSSI, 2002).

Enquadrar os produtores no sistema requer cuidado e atenção, mas pode incentivá-los às melhorias de produção, conhecimento, embalagem e qualidade, gerando mais renda e mais desenvolvimento para eles mesmos e para o país. Por isso que esse não é um problema particular, mas de ordem nacional.

Do ponto de vista do apoio do Estado, existem poucos programas, mas alguns deles realmente auxiliam no desenvolvimento da agricultura familiar, mesmo que de forma parcial. Um programa de governo estadual que ocorreu no Paraná de 1994 a 2002, chamado: Fábrica do Agricultor, dá exemplos de como o produtor pode ser auxiliado ao passo que tenha uma atividade industrial caseira. Faz parte do programa e auxilia na parte burocrática o “kit agilidade”, uma lista em que o produtor encontra os passos que deve seguir para reunir toda a documentação necessária para acesso ao crédito e à normatização do sistema (GROSSI, 2002). Outro programa estadual que apoiou a agroindústria foi a Agência Fomento Paraná que deu suporte financeiro, com fundo do governo do estado, para iniciativas de pequenos e médios empreendedores do campo ou da cidade (Fomento Paraná, 2015). No governo federal, o próprio PRONAF (PROGRAMA NACIONAL DE FORTALECIMENTO DA AGRICULTURA FAMILIAR) estimula agricultores familiares (conforme enquadramento no perfil do programa) financiando atividades e serviços (Banco Central do Brasil, 2013). Por fim, existe também as possibilidades de venda

de produtos transformados via o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) que garantem a comercialização dos alimentos e norteiam aqueles que querem se inserir no mercado. Resta saber se tais programas estão sendo acessados e fazem a diferença na caminhada dos produtores que aderem a industrialização de queijo.

Conforme Grossi (2002) o processo de agroindustrialização inicia utilizando matéria-prima, normalmente, produzida na unidade de produção. Com base nisso vale ressaltar que a região Sudoeste do Paraná contribui com 26% da produção leiteira do estado, estimada em 2010 pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) em 3,6 bilhões de litros conforme o Departamento de Economia Rural (DERAL). Logo, a produção regional de leite está fortemente atrelada aos casos estudados nesta pesquisa

Todos esses programas e características da região permitem que o agricultor usufrua e tenha foco sobre o nicho de mercado. E, conforme um trabalho anterior (BEAL et al., 2013) os nichos de mercado, que são espaços para produtos diferenciados, se encaixam na realidade das pequenas agroindústrias, uma vez que estas produzem em menor escala e conseguem manter a conformidade dos produtos conforme a exigência de seus consumidores.

Inovações tecnológicas que permitam aumentar a escala de produção, individualmente ou de forma associativa, e incorporar regras e normas sanitárias, sem comprometer os valores institucionais, técnicos e simbólicos do alimento artesanal devem ser consideradas como imprescindíveis. Iniciativas de valorização deste alimento, ainda que incipientes, conflitam com a abrangência do significado do consumo como apropriação, manipulação e ressignificação do mundo material (CHALITA, 2012).

Essa valorização do alimento faz com que o mesmo deixe de ser apenas um produto padronizado que atende a legislação, para ser um produto com características culturais, a ser apreciado e reconhecido por suas singularidades. Isso é o que leva à criação de um nicho de mercado, assim o queijo passa a ser comercializado com um propósito diferente e preço diferenciado. Gerando mais renda, mais desenvolvimento rural e contribuindo para a variedade da culinária brasileira, que tem seus reflexos indiretos no turismo.

Dias (2005) acredita que a promoção de produtos tradicionais deve fazer parte de políticas agroalimentares, cogitando, inclusive, comércios exteriores.

3. METODOLOGIA

O presente trabalho objetiva compreender e comparar a trajetória de construção social do mercado de algumas agroindústrias de queijo no Sudoeste do Paraná. E, em específico procurou-se: (1) caracterizar o perfil socioeconômico de seis experiências de agroindústria familiar no Sudoeste do Paraná; (2) identificar políticas e instituições que apoiaram a iniciativa dos agricultores em questão com a finalidade de perceber a importância das mesmas e o seu papel no auxílio à inserção no mercado; (3) avaliar a qualidade de vida que resultou da experiência comparando os momentos antes e depois, identificando mudanças de hábitos, moradia, consumo de produtos, aquisição de bens duráveis, entre outras e; (4) verificar a intensidade com que a agroindustrialização altera a vida das famílias.

Para tanto, a pesquisa buscou estudar seis casos de produção de queijo colonial em 4 municípios do Sudoeste do Paraná. No mapa localizado no apêndice B é possível localizar esses municípios (Santa Izabel D'Oeste, Itapejara D'Oeste, Chopinzinho e Francisco Beltrão) identificados com pontos verdes, e na Tabela 1, em anexo, é quantificado o número de produtores de leite em cada um dos municípios em que essa pesquisa foi realizada.

Salienta-se que esta é uma pesquisa qualitativa com estudo de multicasos e, para tanto, propôs-se a investigar seis experiências de indústria rural de queijo no Sudoeste do Paraná. As entrevistas seguiram um roteiro de entrevista, que também foi gravada e complementada por anotações (Apêndice A), a gravação foi utilizada para descrever os depoimentos em forma de texto. Para Godoy (1995), um estudo de caso se constitui em analisar um caso na sua integridade, com riqueza de detalhes, além disso o pesquisador deve manter-se atento para adquirir maior número de informação possível e repassá-las de forma verdadeira. Para Yin (2005) para comparação dos casos é importante observar no apontamento as similaridades e diferenças, dentro de um mesmo contexto (no caso, pertencer a mesma região Sudoeste do Paraná).

Do ponto de vista da disponibilidade de força de trabalho, uma importante categoria de análise, o trabalho em cada agroindústria foi mensurado se utilizando a medida de Unidade de Trabalho Homem (UTH). Essa unificação se fez

necessária, uma vez que as pessoas envolvidas no processo produtivo no meio rural atendem diferentes níveis de trabalho conforme a idade e tempo em serviço. Neste caso, foram padronizados os seguintes valores: crianças (7 a 13 anos): 0,5 UTH; Jovens (14 a 17 anos): 0,65 UTH; Adultos (18 a 59 anos): 1 UTH; Idosos (com mais de 60 anos): 0,75 UTH. Para indivíduos com dedicação exclusiva o valor permaneceu com 100% e para indivíduos que trabalham metade do dia (4 horas/dia) o valor foi reduzido a 50%. Os valores utilizados foram retirados de um estudo feito por Valandro et al (2011).

O nível de escolaridade foi dividido em: nenhum, ensino fundamental, ensino médio, ensino superior e pós-graduação. Para obtenção desta informação foi adicionado um item sobre escolaridade no questionário.

O questionário possibilitou descobrir a quantidade de queijo produzida, o preço vendido, o preço se fosse vendido somente o leite e o preço da embalagem, possibilitando encontrar a receita mensal de cada família. Mas é preciso salientar que a receita mensal não é fixa e muitas vezes é composta por outras atividades.

O nível tecnológico foi atribuído pela pesquisadora baseado no ambiente de produção, os equipamentos existentes, equipamentos necessários que a propriedade não possuía e pela assistência técnica. Assim foi dada uma nota de 1 a 5 para cada estabelecimento.

Assim, segue o trabalho com uma pequena apresentação sobre o tema da construção social do mercado, segurança alimentar, informalidade e os resultados da pesquisa.

4 RESULTADOS

4.1 Estudo de caso 1

O caso 1 se refere a uma família comum do meio rural, onde os avós ainda residem na mesma propriedade em companhia do filho, da nora e dos netos. Na propriedade os produtos finais são leite, hortaliças e queijo. Este último item ocupa 10% do leite produzido, que rende 40 kg de queijo, vendido em porções de 600 g, 2kg ou 3 kg, gerando uma receita total de R\$ 600,00 ao mês. A atividade surgiu pela habilidade da esposa que produz o queijo e utiliza os lucros advindos da produção para compras que melhoram o bem-estar da família, tais como roupas e mantimentos para as crianças, vestuário, utilidades domésticas, cosméticos, entre outros. Muitas mulheres que residem no campo costumam comercializar produtos com a finalidade de obter um salário próprio, que mesmo pequeno, garante a sua “independência” em relação ao esposo. Não porque lhes falta algo, mas porque simplesmente desejam poder comprar aquilo que sentem necessidade de obter para ter qualidade de vida e satisfação pessoal. Para isso comercializam, cosméticos, roupas, peças artesanais, produtos caseiros, etc. Nesse caso o queijo é a alternativa para essa “independência” feminina. No caso estudado a produtora de queijo participa da Associação das Mulheres Rurais (AMR) da comunidade, outro reflexo da visível necessidade de se relacionar com outras mulheres e discutir melhorias que favorecem a permanência das mesmas no campo. O esposo por sua vez auxilia no processo, apoiando e ajudando nas atividades agroindustriais da esposa, assim como ela costuma ajudar nas demais atividades da propriedade.



Figura 1– Na foto está a entrevistada na garagem da propriedade. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.

4.2 Estudo de caso 2

Outra queijaria estudada confirmou o fato de que o queijo pode garantir a permanência das famílias no campo e a sucessão familiar, neste caso estão residindo na propriedade o casal fundador da queijaria e também seu filho e sua nora. A distância as filhas, hoje formadas em Bacharel em Veterinária e Bacharel em Matemática, auxiliam na produção e na comercialização dos produtos. Essa combinação de pessoas fortalece a queijaria e faz com que a mesma tenha pessoas altamente dedicadas na condução do rebanho, na produção da matéria-prima, na produção do leite e na comercialização. Seja pelos que estão na propriedade ou pelos que atendem a mesma de fora, oferecendo todo cuidado familiar e ao mesmo tempo introduzindo novidades e estratégias que alavancam o negócio da família. Ao término do mês a família produz 2100 kg de queijo que são entregues a consumidores, supermercados e compradores intermediários por um preço que varia

de acordo com o tipo do produto e local da venda, indo de R\$15,00/kg até R\$21,00/kg. Ainda são comercializados outros produtos resultantes da produção como nata, ricota e os porcos que são alimentados com o soro liberado do leite. A família é reconhecida pela tradição e qualidade de seus produtos, mas não se pode negar que também é um grande exemplo de agroindústria familiar organizada.



Figura 2– Na foto está o casal em frente a queijaria junto de Christophe Gabriel de Lannoy que acompanhou a entrevista. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.



Figura 3– Na foto o casal fundador em frente a queijaria. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.



Figura 4– Na imagem está a mãe da família em frente a sua casa que foi conquistada com a produção de queijo. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.

4.3 Estudo de caso 3

As queijarias, muitas vezes, acabam surgindo em meio a outras atividades e sendo assim ganham ou perdem espaço para as demais em um determinado momento da história, mas nesse caso a queijaria se tornou uma alternativa para distribuição justa de herança capital e histórica da família. O casal tem 2 filhos e durante a trajetória dividiram tempo entre a lavoura (produção de milho, soja, trigo, aveio, etc.) e a produção diversificada de queijos. Agora os filhos puderam escolher qual atividade seguir, levando em consideração a preferência gerada a partir da experiência vivida em família durante a infância e adolescência e, sendo assim, o filho mais jovem escolheu seguir na produção vegetal e a filha, formada em economia doméstica, escolheu seguir na produção de queijo. A mãe

conta que houve muito diálogo até chegar em um consenso, mas que foi possível garantir a continuação das atividades da propriedade dando uma responsabilidade futura para cada um. A família já chegou a produzir 840 kg de queijo por mês que é vendido por um preço médio de R\$ 21,60/kg.



Figura 5– Na foto está a entrevistada do caso 3. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.



Figura 6– Na imagem está a matéria onde a família foi citada como exemplo de produção de queijos no Sudoeste do Paraná. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.

4.4 Estudo de caso 4

Produtos coloniais vem ganhando espaço promissor no ramo alimentício, isso porque são embalados em junto da tradição local e ganham a aprovação da população por suas características naturais. O sabor e o aroma conferem a esses produtos garantia de sucesso e aprovação do consumidor final. Mas melhor ainda é poder comprar esses produtos em um só lugar, aspirando o ar puro de uma propriedade modelo e sentindo o prazer de ter qualidade de vida. Foram esses pensamentos que levaram os fundadores do 4º caso ao alcance do sucesso. Inicialmente o casal desejou montar uma pousada e esse sonho permanece em ascensão, porém antes disso a propriedade precisou se estruturar, por isso iniciou-se a produção galinha caipira, ovos caipira, hortaliças em geral, leite, queijo, doces e geleias a partir de frutas do pomar e massas. Atualmente a atividade que mais cresceu foi a pequena queijaria instalada, são produzidos 16 tipos de queijo, além de manteiga, nata, doce de leite e requeijão. Um dos tipos de queijo chega a ser comercializado a R\$115,00/kg. O casal segue animado na produção diversificada e afirma que a produção de queijo aproxima cada vez mais o sonho da pousada e concretiza o sonho de obter uma receita líquida elevada em um pequeno espaço de terra. Garantindo ao filho, hoje com apenas 7 anos, um futuro promissor.



Figura 7– Na imagem está a geladeira que armazena os produtos comercializados pela família. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.



Figura 8– Além do queijo outros produtos são comercializados. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.



Figura 9– O nozinho de queijo que pode ser servido assado ou in natura combinado com outros doces é especialidade da queijaria, é comercializado em embalagens de 200g que custam R\$ 23,00 cada. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.



Figura 10– Na foto está a entrevistada na varanda de sua casa. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.

4.5 Estudo de caso 5

Inicialmente a produção de queijo serviu para o sustento da família, mas ano após ano foi se consolidando uma nova atividade, a agroindústria familiar para a produção e comercialização de queijo. Essa não é uma realidade isolada, é o modelo do surgimento de muitas queijarias existentes atualmente, inclusive no estudo de caso 5. A atividade está estabilizada, a família detém um fermento próprio, a receita mensal é de até R\$21000,00, mas mesmo assim existe uma incerteza em relação a sucessão familiar, isso porque a família acredita que os jovens não desejam permanecer no meio rural por falta de férias, comodidade e lazer. Mesmo acreditando que a queijaria possibilita oportunidades tão boas quanto outras profissões, os indivíduos denunciam a sobrecarga de trabalho na atividade. Neste contexto o entusiasmo existe, a entrevistada revelou o sonho de produzir queijo de leite cru que seja aprovado pela fiscalização como na Itália, a mesma teve a

oportunidade de passar 20 dias em Turim (cidade localizada na região de Piemonte, noroeste da Itália) aprendendo técnicas para a produção de queijo.



Figura 11– Na imagem está a entrevistada, atrás está a casa dos pais de seu esposo que também residem na propriedade. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.

4.6 Estudo de caso 6

O sexto estudo de caso diz respeito a uma família que gosta muito do que faz e que viabilizou crescimento e qualidade de vida em um pequeno espaço territorial, mesmo recebendo um dos mais baixos valores de UTH. Isso porque a família passou a produzir queijo e, frente a necessidade de ampliar a produção e os equipamentos, fez uma parceria de trabalho com uma família vizinha. Ambas as famílias produzem queijo, com características e rebanhos diferentes dentro da mesma queijaria e trocando tempo de trabalho. Assim a queijaria se fez viável e a produção do queijo se elevou, bem como sua qualidade. A família ainda comercializa batata, mandioca, nata, ovos, manteiga e os porcos que se alimentam do soro do leite resultante do processo de fabricação dos tipos de queijo. A comercialização é

feita principalmente na feira e a receita bruta é de aproximadamente R\$7000,00. Os equipamentos para a queijaria, o carro para transporte e o trator foram financiados, mas hoje a família comemora o crescimento e afirma que o investimento foi quitado com facilidade. O filho mais velho do casal já decidiu permanecer na propriedade, pois ali visualiza a possibilidade de renda sendo proprietário.



Figura 12– Na foto está o casal na área externa da queijaria. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.

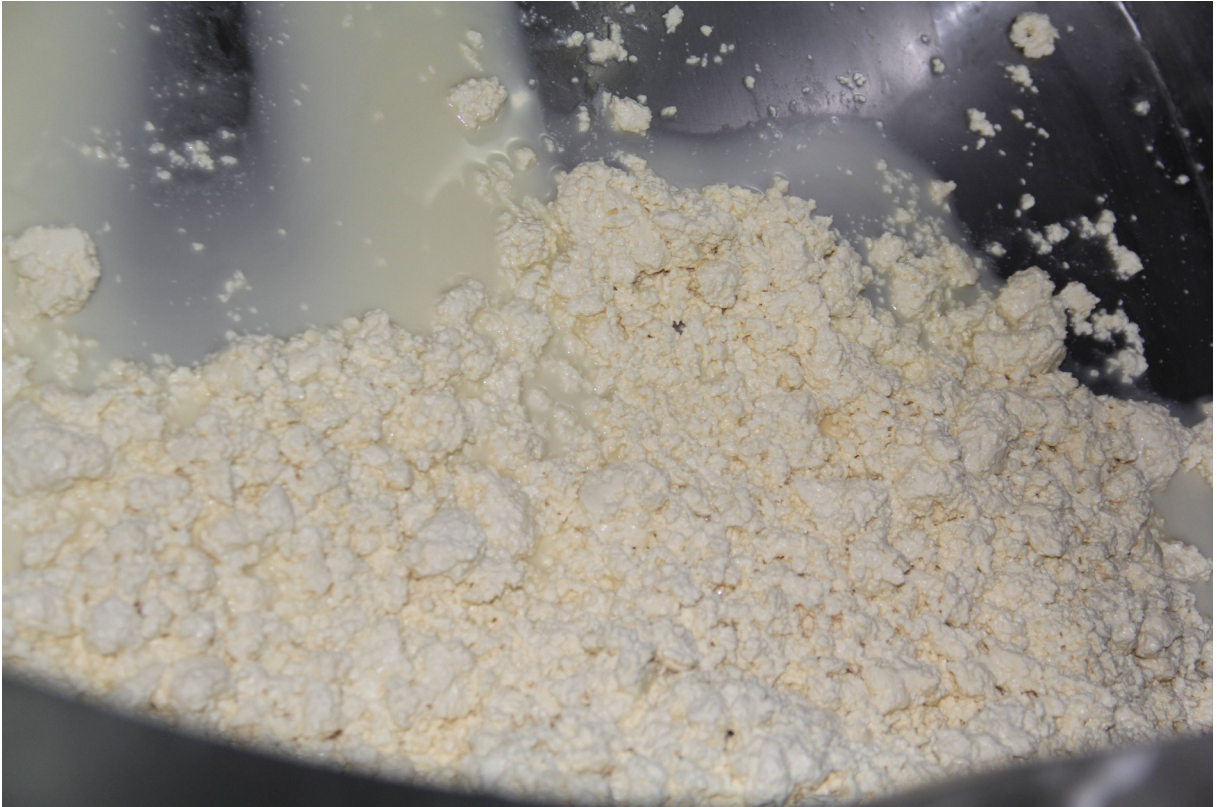


Figura 13- Na imagem o leite passando para estado de grumos após adição de coalho. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.



Figura 14- Na imagem as formas de queijo já preenchidas. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.



Figura 15- Na imagem o queijo colonial produzido pela família em processo de maturação dentro da câmara fria. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.

Figura



16- Na imagem o queijo temperado produzido pela família. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.



Figura 17– Na imagem o queijo pronto para ser comercializado na feira. UTFPR, Campus Pato Branco-PR, 2015.

4.7 Comparando os diferentes casos

Cada família possui características diferentes, para classificá-las quanto a diferenciação ou igualdade entre as mesmas foi criada a tabela abaixo que possibilita a comparação, os dados são oriundos das entrevistas realizadas.

Tabela 2- Relação das famílias e seus respectivos membros com idade, escolaridade e UTH. UTFPR, Campus Pato Branco, 2015.

INDIVÍDUO	RELAÇÃO	ESCOLARIDADE	IDADE	UTH
A1	Pai	Ensino médio	29 anos	1
A2	Mãe	Ensino médio	33 anos	1
A3	Filho	nenhuma	6 meses	0
A4	Filho	nenhuma	5 anos	0
A5	Avó	nenhuma	76	0,75
A6	Avô	nenhuma	70	0,75
			UTH total do caso 1	3,5
B1	Pai	Curso Técnico	55	1
B2	Mãe	Magistério	53	1
B3	Filho	Ensino médio	29	1
B4	Filha	Ensino Superior	27	1
B5	Filha	Ensino Superior	25	1
B6	Nora	Ensino médio	25	1
			UTH total do caso 2	6
C1	Pai	Ensino Fundamental	51	1
C2	Mãe	Ensino Fundamental	48	1
C3	Filho	Ensino médio	22	1
C4	Filha	Ensino Superior	28	1
			UTH total do caso 3	4
D1	Pai	Ensino médio	41	1
D2	Mãe	Ensino médio	37	1
D3	Funcionária fixa	Ensino médio	17	0,65
D4	Filho	nenhuma	7	0,5

				40
			UTH total do caso 4	3,15
E1	Pai	Ensino Fundamental	48	1
E2	Mãe	Ensino médio	35	1
E3	Filha	nenhuma	3	0
E4	Filha	nenhuma	2	0
E5	Avô	Ensino Fundamental	75	0,75
E6	Avó	Ensino Fundamental	72	0,75
E7				1*
E8				1*
			UTH total do caso 5	5,0
F1	Pai	Ensino Fundamental	45	1
F2	Mãe	Ensino Fundamental	39	1
F3	Filho	Ensino médio	19	1
F4	Filho	Ensino Fundamental	15	0,65*
F5	Filho	APAE	11	0
			UTH total do caso 6	3,33

*Estuda ou trabalha meio período.

Fonte: Dados da pesquisa feita pela autora.

As unidades agroindustriais foram comparadas de acordo com o nível tecnológico, levando em consideração a estrutura, equipamentos, práticas utilizadas e assistência técnica. A nota foi atribuída pela pesquisadora.

Tabela 3- Comparativo entre o nível tecnológico das agroindústrias. UTFPR, Campus Pato Branco, 2015.

Agroindústria	Nota para o nível tecnológico em estrutura	Nota para a assistência técnica	Média/ Nota Final para o Nível Tecnológico
Caso 1	2	3	2,5
Caso 2	4	5	4,5
Caso 3	5	4	4,5
Caso 4	4	4	4
Caso 5	4	4	4
Caso 6	5	3	4

Fonte: Dados da pesquisa feita pela autora.

5 ANÁLISE DOS RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1.ACESSO A POLÍTICAS DE CRÉDITO DIFERENCIADO

Dos casos estudados 83,33% financiaram algum bem para viabilizar a produção de queijo. Foram citados por eles o Banco do Brasil, O Sistema CRESOL, o Projeto do Estado do Paraná denominado Paraná 12 meses, o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf) bem como sua linha de crédito: Mais Alimentos. É perceptível que as agências e programas citados foram efetivos e estimularam a criação e a manutenção dessas unidades agroindustriais, que já estão consolidadas no mercado.

Sem fazer uso de financiamentos certamente muitas famílias não teriam condições de levar a diante o crescimento da produção agroindustrial. O crédito, assim como os programas de apoio foram de extrema importância no início, e é animador ressaltar que atualmente as famílias são independentes em parte ou totalmente de todo auxílio inicial.

Muitas famílias podem ter seus empreendimentos agroindustriais melhorados pelas mesmas organizações, seguindo o exemplo dos casos estudados, basta que consigam acesso as mesmas. Portanto a elevação da renda e a permanência de famílias no campo podem estar sendo comprometidas por falta de informação.

5.2 ACESSO A POLÍTICAS DE REGUALIZAÇÃO SANITÁRIA

Todos os casos possuem certificação pelo Serviço de Inspeção Municipal (SIM) e 33,33% dos casos estão com perspectivas de obter certificação pelo Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária (SUASA). Pelo Decreto nº 5741, de 30 de março de 2006 ficou organizado o SUASA que garante que o MAPA, os estados, o Distrito Federal e os municípios façam aderência ao sistema, deixando as medidas de inspeção e fiscalização uniformes e equivalentes para todos os estados e municípios (MDA, 2015).

Todos os entrevistados relataram não terem tido problemas com a fiscalização ou legalização, isso porque a demanda por queijo é vasta, sempre tem comércio para toda a produção, e o mais importante é que conforme foram crescendo passaram a atender ao Serviço de Inspeção Municipal, o que garantiu um mercado ainda maior para seus produtos. Nos dias de hoje, todos afirmam que tudo o que é produzido é comercializado sem muito esforço e somente com a famosa propaganda feita no modo “boca a boca”, ou seja, pelos depoimentos de quem compra o produto. No tocante à coloração, sabor, odor, todos lembraram algumas alterações que ocorreram ao longo dos anos, mas afirmaram que com o tempo conseguiram melhorar suas estratégias e driblar os problemas. Apenas um dos entrevistados afirmou enfrentar problemas com coliformes fecais em análises realizadas e atribuiu como fator primordial os dias chuvosos, em que a água utilizada fica contaminada pelos dejetos dos animais.

Uma triste realidade foi relatada pelos produtores, alguns afirmaram que o Sistema de Inspeção municipal apenas observa se há o pasteurizador na propriedade, mas não fiscaliza o uso do mesmo. Em contrapartida os queijeiros não utilizam o equipamento porque acreditam que a qualidade do queijo é elevada com o leite cru, de acordo com algumas correntes de pensamento que estão ganhando força no momento. O problema é que os fiscais do SIM estão impedindo alguns produtores informais de possuírem o selo e aqueles que possuem o mesmo não seguem as normas do sistema. Os entrevistados cotaram o valor do pasteurizador em vinte mil reais, um valor elevado para quem produz queijo em pequena escala. Por fim, o sistema foi denunciado por não ser eficiente e por estar apenas freando o crescimento de algumas famílias que tentam seguir pelos caminhos da agroindustrialização.

5.3 A PRESENÇA DOS JOVENS

A escolaridade varia e não se relaciona com nenhuma outra característica. O conhecimento para fabricação do queijo na maioria dos casos foi

repassada pelos familiares mais velhos e em alguns deles foi aprimorada por cursos (muito citado o SENAR) e intercâmbios. Neste sentido afirma-se que a escolaridade não interfere no processo inicial, mas a mesma pode auxiliar nos processos futuros. Observou-se que as propriedades em que os filhos concluíram o 3º grau a sucessão acontece de forma facilitada, pois os pais começam inserir seus filhos assim que se formam. Essa inserção acontece para suprir a falta de assistência técnica (no caso dos formados em veterinária), para facilitar a compra de embalagens e comercialização do produto final (isso porque os filhos que estudaram possuem mais contatos, dominam a informática e ajudam na gestão dos negócios). Essa nova geração leva a família a perceber que o negócio é rentável e pode garantir a manutenção da família.

Em apenas um dos casos a família afirmou não ter sucessor e não considerou de extrema importância a continuidade da produção de queijo pelos filhos. Neste caso sem sucessor os avós estão presentes, o casal responsável pela propriedade conta apenas com o ensino fundamental e os filhos ainda são muito pequenos, este caso ainda sofre interferência da competição entre a atividade queijeira com os grãos, é o caso com maior área plantada para grãos (29 ha). Mas ainda assim, a entrevistada afirmou que é possível viver no meio rural através da atividade leiteira e que a renda se iguala a renda no meio urbano.

5.4 A DEMANDA POR LAZER

Nesse sentido são avaliados os fatores envolvidos na atividade queijeira que podem estar desmotivando as famílias a continuarem. Foram citados: a inexistência de férias, a falta de atividades de entretenimento no meio rural e o trabalho exaustivo. O entrevistado número 5 fala sobre um dos fatores determinantes:

“A gente não tem qualidade de vida, a gente trabalha demais. Tu começa trabalhar das seis da manhã até onze da noite, porque a gente tem que se tirar o leite, tem que fazer lá, daí tem tudo as coisas da casa, tem outros afazeres.” (Entrevistado 5)

Outros fatores podem estar interferindo a permanência dos jovens no campo, mas neste trabalho apenas alguns foram citados. É verídico que parte dos jovens estão desmotivados a seguir as atividades dos pais e é um grande desafio encontrar o caminho que os leve a motivação plena novamente. Algumas melhorias alcançadas com a produção de queijo como acesso à internet, construção de casas novas com mobílias modernas, aquisição de veículos novos, possibilidade de viajar e renovação do vestuário contribuem para tal motivação dos jovens.

5.5 A CAPACIDADE DE DIVERSIFICAÇÃO

Segundo os entrevistados, quem compra o produto colonial feito por eles afirma voltar a comprar pelas características qualitativas intrínsecas (diferencial do sabor, pela confiança na sanidade, cor, aroma) e pela tradição do produto colonial (característica extrínseca). Dessa forma, o preço não é fator determinante e a regionalidade do produto pode ser ainda mais explorada no sentido de valorizar o produto final.

Ainda é possível aliar a comercialização do queijo com outros produtos como: galinha caipira, ovos, massa, doces e geleias, hortaliças, entre outros. O entrevistado 4 explica bem essa realidade:

“Na verdade quando tem de tudo, a gente vende de tudo né, é automático, ah não tem isso? Tenho, leva junto!” (entrevistado 4)

Na estratégia econômica das famílias a diversificação garante a estabilidade e elevação da renda e fortalece o sistema na ocasião de situações adversas (PERONDI, 2007).

6 CONCLUSÕES

Com unanimidade foi relatado que os lucros obtidos nas respectivas queijarias são revertidos em investimentos na própria queijaria, foram citados também: compra de carros, máquinas e equipamentos, escolaridade dos filhos, compra de roupas e mantimentos para a família e viagens. Os entrevistados afirmaram que a venda de queijo proporcionou estabilidade da renda e assegurou a manutenção da família no meio rural.

Os seis casos estudados revelaram algumas semelhanças entre si, alguns hábitos e principalmente pensamentos que os diferenciam como grupo. No entanto, as divergências apontam para a primeira evidência: não existe um padrão de queijeiros que os leva ao sucesso, outros fatores são importantes nesse processo. Neste sentido, chega-se a conclusão de que um projeto de desenvolvimento pode ser voltado para a produção de queijo e pode alcançar as diversas realidades ao mesmo tempo, sem perder a riqueza da diversidade.

Foi observado que o número de pessoas na família e o valor de UTH não estão relacionados com o nível tecnológico e, muito menos com as horas de trabalho exigidas por semana, algumas famílias com menor UTH trabalham menos que outras com valor superior.

A trajetória descrita pelos queijeiros coincide com a literatura existente, todos passaram a produzir queijo para melhorar a renda a partir do leite existente na propriedade, aprenderam a produzir queijo com familiares ao passe das gerações e foram adquirindo conhecimentos com o tempo que proporcionaram a eles um produto solidificado no mercado.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo realizado pode ser utilizado por outras famílias que desejem ingressar na realidade agroindustrial, as trajetórias exemplificadas podem ser diferentes caminhos para distintas formas de agroindústria rural. Porém a busca pelo conhecimento, o trabalho incessante e o auxílio das instituições locais serão fundamentais para o desenvolvimento de novos empreendimentos rurais.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. Entre Deus e o Diabo: mercados e interação humana nas ciências sociais. São Paulo: Revista tempo social, USP. 2004.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Disponível em: http://www.bcb.gov.br/pre/bc_atende/port/PRONAF.asp#1 . Publicado em 2013. Acesso em 21/03/2015.

BATALHA, M, O. Gestão Agroindustrial. GEPAI, Grupo de Estudos e Pesquisas Agroindustriais. São Paulo: Editora ATLAS S.A., 2009. v.2, 5ª edição.

BEAL, M, KIYOTA, N, SOUZA, J, O, L, GRICOLO, M, G, R, SIMONETTI, D. Caracterização dos produtores de queijo no município de Itapejara D'Oeste – Paraná. Anais: 51º Congresso da SOBER. Belém, PA, 2013.

BERNDT, A, COIMBRA, R. As organizações como sistemas saudáveis. Revista de Administração de Empresas. São Paulo: v 35, n. 4, p 33-41, 1995.

CHALITA, M, A, N. O consumo de queijo como referência para a análise do mercado de qualidade do produto. Piracicaba – SP: Vol 50, nº 3, p.545-562, 2012.

DIAS, J. A Construção Institucional da Qualidade em Produtos Tradicionais. Instituto de Ciências Humanas d Sociais, Curso De Pós-Graduação em Desenvolvimento,

Agricultura e Sociedade. Ufrj. 2005.

EMBRAPA. O mundo rural do Brasil do Século 21: A formação de um novo padrão agrário e agrícola. Brasília – DF: 2014

FOMENTO PARANÁ. Disponível em: <http://www.fomento.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=1>. Acesso em 21/03/2015.

GODOY, A, S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. Revista de Administração de Empresas. São Paulo, 1995.

GROSSI, M, E, Del, SILVA, J,G,da. Fábrica do Agricultor: Agregando valor e gerando ocupações não agrícolas. SOBER. 2002.

GUANZIROLI, C. E. Agroindústria Rural no Brasil: experiências bem e mal sucedidas. Universidade Federal Fluminense. Rio de Janeiro. 2010.

IBGE. Cidades. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/uf.php?>

lang=&coduf=41&search=parana . Acesso em 16/03/2015.

IBGE. Censo Agropecuário. Disponível em:
<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=411120&idtema=3&search=parana|itapejara-d`oeste|censo-agropecuario-2006>. Acesso em 27/04/2015.

FERNANDES FILHO, J. F. Indústria rural no Nordeste e no Brasil e o Desenvolvimento do Espaço Rural. Revista Econômica do Nordeste, Fortaleza. Vol 32 nº 4. 2001

FERNANDES FILHO, J.F. CAMPOS, R.F. A indústria rural no Brasil. Revista de Economia e Sociologia Rural. Vol. 41 nº 4. 2003.

MATTEDI, C, R. A Construção Social do Mercado em Durkheim e Weber: Análise do papel das instituições na sociologia econômica clássica. Revista Brasileira de Ciências Sociais. Vol. 20 nº 57.

MDA. Ministério do Desenvolvimento Agrário. Disponível em:
<http://www.mda.gov.br/sitemda/secretaria/saf-suasa/sobre-o-programa>. Acesso em 28/07/2015.

MDS. Secretaria Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional- SESAN. Disponível em: <http://www.mds.gov.br/segurancaalimentar>. Acesso em 21/03/2015.

PERONDI, M. A. Diversificação dos meio de vida e mercantilização da agricultura familiar. Porto Alegre: UFRGS. 2007 (Tese de Doutorado em Desenvolvimento Rural).

PORTAL BRASIL. Agricultura familiar produz 70% de alimentos no país mas ainda sofre na comercialização. Publicado em 26/07/2011. Disponível em:
<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2011/07/agricultura-familiar-precisa-aumentar-vendas-e-se-organizar-melhor-diz-secretario>. Acesso em 21/03/2015.

PLOEG, J, D, Van der. Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

SCABERLOT, M. & SCHNEIDER, S. As cadeias agroalimentares curtas e desenvolvimento local – Um estudo de caso no município de Nova Veneza/SC. UFRGS, Porto Alegre. Vol. 15 nº 20. 2012.

SCHNEIDER, S., MENEZES, M., SILVA, A. G. da, BEZERRA, I. Sementes e brotos da transição: inovação, poder e desenvolvimento em áreas rurais do Brasil. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2014.

VALANDRO, K., PERONDI, M. A., KIYOTA, N., VILLWOCK, A. P. S, SIMONETTI, D. O impacto das estratégias de diversificação na renda dos agricultores: um estudo numa comunidade rural. Pato Branco: Synergismus scyentifica UTFPR, 2011.

GLOSSÁRIO

Commoditie: palavra inglesa que significa mercadoria.

ÍNDICE DE APÊNDICES E ANEXOS

APÊNDICE A – Roteiro para entrevista e cadastramento.....	21
APÊNDICE B – Mapa de localização.....	23
APÊNDICE C –Tabela comparativa.....	54

APÊNDICE A – ROTEIRO PARA ENTREVISTA E CADASTRAMENTO.

Entrevistado:		Telefone:	Endereço:	
MEMBRO		RELAÇÃO	IDADE	ESCOLARIDADE
Membro1				
Membro 2				
Membro 3				
Membro 4				
Membro 5				
Membro 6				
Membro 7				
Membro 8				
Membro 9				
Membro10				

Existem outras atividades sendo desenvolvidas na unidade de produção? Quais?

Quantos membros na família? E quantos estão envolvidos na produção

de queijo?

Qual o incentivo na criação da agroindústria? Foi iniciativa própria?

Está certificado/licenciado por algum serviço de inspeção? Qual?

Precisou financiar a ideia? Quem financiou?

Está vinculado à alguma cooperativa ou órgão de apoio? Qual?

Como aprendeu a técnica?

Quais são os tipos de produtos?

Qual é a origem da matéria prima? Qual o custo da mesma?

Qual a porcentagem da receita é custo de produção?

Qual o ambiente de produção? Contêm as tecnologias necessárias?

De 1 a 5, qual seria a nota que você daria ao nível tecnológico da agroindústria?

De 1 a 5, qual a nota que você daria para a assistência técnica? A mesma é fornecida por quem?

Qual a quantidade produzida?

O que é, e quanto é a perda de produção? O que seria a melhor forma de perder menos?

Quantas pessoas estão envolvidas no processo todo?

Como é feito o controle de qualidade?

Como é feita a embalagem?

Existe um trabalho de marketing envolvendo a produção?

Em que é baseado o valor de venda (interferência do mercado)?

A Agroindústria possui funcionários? Quantos? (Esclarecer fixos e temporários)

Encontra problemas com a legalização, fiscalização ou outras dificuldades?

Acredita que a agroindústria é capaz de incentivar a manutenção das famílias no campo? Por quê?

Quais foram as mudanças depois do processo de industrialização? Compare o período antes e depois.

Qual o fator mais importante de venda atribuído pelo consumidor?

(Qualidade, diferenciação/produto artesanal, sanidade, preço, etc)

Vende para quem?

LOCAL	ASSINALAR	PREÇO POR KG
Venda direta para os consumidores		
Vendas para supermercados		
Venda para compradores intermediários		
Vendas na própria propriedade		
Vendas para programas governamentais		
Vendas em eventos, feiras comerciais e agropecuárias, festas, etc.		
Vendas em feiras da agroindústria familiar		

Qual estratégia que você considera interessante futuramente para aumentar as vendas?

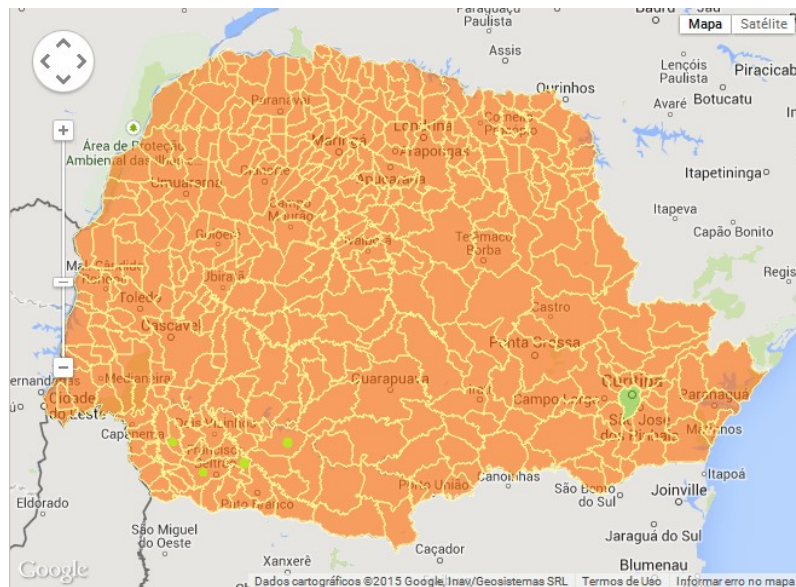
Na sua opinião? Qual impacto gerado na sociedade local?

Os lucros são revertidos em que? (investimentos, compras, lazer, etc)

Durante o processo de criação da agroindústria, você considera que houve aumento de conhecimento? Porque?

Há estratégia de sucessão? Qual?

APÊNDICE B – MAPA DE LOCALIZAÇÃO DOS 4 MUNICÍPIOS COM QUEIJARIAS A SEREM ESTUDADAS, IDENTIFICADOS COM PONTOS VERDES.



APÊNDICE C – TABELA COMPARATIVA: UNIDADES DE PRODUÇÃO DE LEITE DE CADA MUNICÍPIO SEGUNDO DADOS DO IBGE.

Municípios	Número de estabelecimentos com produção de leite
Santa Izabel do Oeste	898
Francisco Beltrão	2222
Chopinzinho	1153
Itapejara D'Oeste	562