



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
AGROECOLOGIA E DESENVOLVIMENTO
RURAL**

**EXPERIÊNCIAS AGROECOLÓGICAS DE
COMERCIALIZAÇÃO NO RIO GRANDE DO SUL: ASSOCIAÇÃO
DOS AGRICULTORES ECOLOGISTAS DE IPÊ E ANTONIO
PRADO (AECIA) E CENTRO DE APOIO AO PEQUENO
AGRICULTOR (CAPA)**

FÁBIO SCHWAB DO NASCIMENTO

ARARAS

2012

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGROECOLOGIA
E DESENVOLVIMENTO RURAL**

FÁBIO SCHWAB DO NASCIMENTO

**EXPERIÊNCIAS AGROECOLÓGICAS DE
COMERCIALIZAÇÃO NO RIO GRANDE DO SUL: ASSOCIAÇÃO
DOS AGRICULTORES ECOLOGISTAS DE IPÊ E ANTONIO
PRADO (AECIA) E CENTRO DE APOIO AO PEQUENO
AGRICULTOR (CAPA)**

**Dissertação apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em
Agroecologia e Desenvolvimento Rural
para obtenção do título de mestre em
Agroecologia e Desenvolvimento Rural**

**Orientação: Prof. Dr. Paulo Roberto
Beskow**

ARARAS

2012

**Ficha catalográfica elaborada pelo DePT da
Biblioteca Comunitária da UFSCar**

N244ea

Nascimento, Fábio Schwab do.

Experiências agroecológicas de comercialização no Rio Grande do Sul : Associação dos Agricultores Ecologistas de Ipê e Antonio Prado (AECIA) e Centro de Apoio ao Pequeno Agricultor (CAPA) / Fábio Schwab do Nascimento. -- São Carlos : UFSCar, 2012.

133 f.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal de São Carlos, 2012.

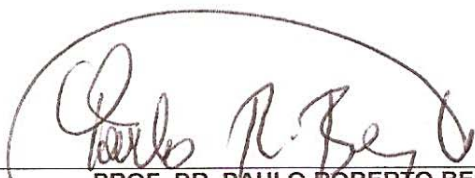
1. Agroecologia. 2. Comercialização. 3. Agricultura familiar. I. Título.

CDD: 630 (20^a)

MEMBROS DA BANCA EXAMINADORA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE
FÁBIO SCHWAB DO NASCIMENTO

APRESENTADA AO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGROECOLOGIA E
DESENVOLVIMENTO RURAL, DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS,
EM 10 DE FEVEREIRO DE 2012.

BANCA EXAMINADORA:



PROF. DR. PAULO ROBERTO BESKOW

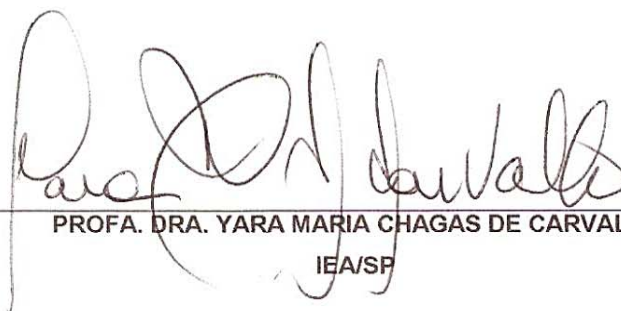
ORIENTADOR

PPGADR/UFSCar



PROF. DR. LUIZ ANTONIO CABELLO NORDER

PPGADR



PROFA. DRA. YARA MARIA CHAGAS DE CARVALHO

IEA/SF

AGRADECIMENTOS

Agradeço, com muito carinho, em primeiro lugar a minha mãe s. Liane Maria Schwab (*in memorium*) que me proporcionou as condições de fazer o mestrado e mesmo não estando mais entre de nós de alguma forma continua me ajudando.

Ao programa de pós-graduação em Agroecologia e Desenvolvimento Rural da UFSCar e todos seus professores, que me abriram os horizontes da Agroecologia.

Ao Prof. Dr. Paulo Roberto Beskow, um especial agradecimento, por sua orientação, sugestões, paciência e amizade, que permitiram melhor estruturação deste trabalho e ao meu desenvolvimento tanto profissional como pessoal.

Meus mais sinceros agradecimentos as pessoas que possibilitaram este trabalho, aos técnicos, agricultores e agricultoras das experiências estudadas, que me deram muito mais que os dados necessários para o estudo, mas também ensinamentos que levarei por toda minha vida.

A minha irmã Silvana, meu sobrinho Arthur e os familiares que durante o período de perda que tive sempre estavam de alguma forma me ajudando.

Aos colegas de Mestrado por todos os momentos que estivemos juntos e por haver aprendido um pouco com cada um deles.

Aos amigos da República Zona Rural pelo acolhimento e por toda a vivência que tivemos no tempo em que fui morador, e tenham certeza que estes momentos serão sempre lembrados.

Aos amigos Henderson e Alexandre que foram muito especiais se tornando mais que apenas colegas de Mestrado.

Aos amigos Cássio Alexandre Bertoldo, Luiz Antonio dos Santos Júnior pela parceria intelectual, conversas longas e frutíferas e pela solidariedade demonstrada em vários momentos desta caminhada

A todas as pessoas que de alguma forma contribuíram neste tempo.

E um especial agradecimento a minha noiva Ester.

SUMÁRIO

	Página
LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS.....	i
LISTAS DE TABELAS.....	iii
LISTAS DE FIGURAS.....	iv
RESUMO.....	v
ABSTRACT.....	vi
1. INTRODUÇÃO, OBJETIVOS E METODOLOGIA.....	1
1.1 - Introdução.....	1
1.1.1 - Descrição das áreas de estudo.....	4
1.1.2 - Problema.....	9
1.1.3 - Hipótese.....	9
1.2 - Objetivos.....	9
1.3 - Metodologia.....	10
1.3.1 - Metodologia usada na pesquisa.....	10
1.3.2 - Procedimentos metodológicos.....	12
2. COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS AGROECOLÓGICOS.....	15
2.1 - Estratégias.....	16
2.2 - Comercialização e legislação.....	19
2.3 - Comercialização agroecológica no Brasil.....	21
2.4 - Histórico das experiências agroecológicas.....	21
2.5 - Produção e comercialização agroecológica no Rio Grande do Sul.....	25
2.6 - Histórico sobre comercialização de produtos agroecológicos no Rio Grande do Sul.....	28
2.7 - Ideologia, mercado de comercialização tradicional e Sistema Agroalimentar.....	29
2.7.1 - Sistema Agroalimentar no Brasil.....	33
2.8 - Canais alternativos de comercialização.....	36
2.9 - Sistema Agroalimentar Local.....	37
2.10 - Agricultura de Base Ecológica e o Sistema Agroalimentar.....	40

2.11 - Papel das feiras na comercialização de produtos agroecológicos.....	42
3. CENTRO DE APOIO AO PEQUENO PRODUTOR (CAPA).....	48
3.1- Histórico da experiência.....	49
3.2 - Decisão pela agricultura ecológica.....	50
3.3- Problemas enfrentados.....	51
3.4 - Relação com as fumageiras.....	52
3.5 - Comercialização.....	53
3.6 - Feiras e cooperativas.....	55
3.7 - Organização dos agricultores.....	56
3.8 - Comercialização atual: feira e cooperativa.....	58
3.8.1 – Feira.....	59
3.8.2 - Cooperativa.....	60
3.9 - Relação com o mercado.....	61
3.10 - Problemas atuais.....	63
3.11 - Legislação.....	64
4 - ASSOCIAÇÃO DOS AGRICULTORES ECOLOGISTAS DE IPÊ E ANTONIO PRADO (AECIA)	66
4.1 - Histórico da experiência.....	66
4.2 - Decisão pela agricultura ecológica.....	68
4.3 - Problemas enfrentados.....	68
4.4 - Comercialização.....	69
4.5 - Agroindústria.....	72
4.6 - Feira.....	72
4.7 - Papel atual da feira.....	73
4.8 - Cooperativa.....	74
4.9 - Organização.....	75
4.10 - Comercialização atual.....	76
4.11 - Legislação de orgânicos.....	78
4.12 - Pontos de estrangulamento.....	79
4.13 - Assistência técnica.....	79
5. ANÁLISE E RESULTADOS.....	81

6. CONCLUSÕES.....	87
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	90
8 -ANEXOS.....	99

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AAO – Associação de Agricultura Orgânica
ABRAS – Associação Brasileira de Supermercados
AECIA – Associação dos Agricultores Ecologistas de Ipê e Antônio Prado
AS-PTA - Assessoria e Serviços a Projetos em Agricultura Alternativa
BIONATUR Sementes Agroecológicas
CAE-Ipê - Centro de Agricultura Ecológica
CAPA – Centro de Apoio ao Pequeno Agricultor
CEASA – Companhia Estadual Silos e Armazéns
CETAP – Centro de Tecnologias Alternativas Populares
CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
CONAB – Companhia Nacional de Abastecimento
COOLMEIA – Cooperativa de Consumidores de Porto Alegre
COONATUR – Cooperativa dos Produtores de Alimentos Naturais
COOPAECIA - Cooperativa da Associação dos Agricultores Ecologistas de Ipê e Antonio Prado
CPT – Comissão Pastoral da Terra
DER/FUNDEP - Departamento de Educação Rural/Fundação de Desenvolvimento, Educação e Pesquisa da Região Ceieiro
ECOCERT – Entidade Francesa de Certificação
ECOVALE – Cooperativa Ecologista do Vale
ECOVIDA - Rede Ecovida de Agroecologia
EMATER - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural
EUA – Estado Unidos da América
FAE – Feira da Agricultura Ecológica
FASE - Federação de Órgãos para a Assistência Social e Educação
IBD – Instituto Biodinâmico
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços
IECLB - Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil
IFOAM – Internacional Federation of Organic Agriculture Movements

IMO - Instituto de Mercado Ecológico

ha – Hectare

MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

MBA - Movimento de Atingidos por Barragens

ONG – Organização Não Governamental

OPAC - Organismo Participativo de Avaliação de Conformidade

PRONAF – Programa Nacional Agricultura Familiar

PTA - Projeto Tecnologias Alternativas

PIB – Produto Interno Bruto

SAA – Sistema Agroalimentar

SIAL – Sistema Agroalimentar Local

SPG - Sistemas Participativos de Garantia

TECPAR – Instituto de Tecnologia do Paraná

LISTA DE TABELAS

	Pág.
Tabela 1 – Locais e valores da comercialização de produtos agroecológicos no Brasil no âmbito da Rede Ecovida de Agroecologia no ano de 2003.....	21
Tabela 2 – 20 maiores redes de supermercados do Brasil, ano de 2011.....	36
Tabela 3. Comparativos da cadeia produtiva das experiências CAPA e AECIA.....	82
Tabela 3.1. Produção primária.....	83
Tabela 3.2. Tipos de produtos.....	84
Tabela 3.3. Produtos de origem vegetal.....	85
Tabela 3.4. Tabela de distribuição e comercialização.....	85
Tabela 3.5. Caracterização, coordenação, gerenciamento, quadro institucional e organizacional das cadeias produtivas.....	86

LISTA DE FIGURAS

	Pag.
Figura 1 - Mapa do Estado do Rio Grande do Sul.....	05
Figura 2 - Mapa de localização dos municípios de Ipê e Antônio Prado, dentro da região da Serra e de parte da região dos Campos de Cima da Serra.....	06
Figura 3 - Mapa de localização da AECIA em destaque.....	07
Figura 4 - Mapa de localização do CAPA, com destaque para o município de Santa Cruz do Sul.....	08
Figura 5 – Mapa de rotas do circuito de comercialização da Rede Ecovida de Agroecologia.....	27
Figura 6 - Coordenação do Sistema Agroalimentar.....	31
Figura 7 – Sistema Agroalimentar.....	40
Figura 8 – Canais de distribuição dos produtos ecológicos.....	48

RESUMO

Esta dissertação tem por objetivo apresentar os resultados de pesquisa realizada para o Curso de Mestrado em Agroecologia e Desenvolvimento Rural da Universidade Federal de São Carlos. Neste estudo objetivou-se analisar os diferentes processos de comercialização existentes no Rio Grande do Sul em relação à concepção de organização de seus produtores e às formas de comercialização utilizadas, fazendo-se um estudo de caso, tendo como objeto duas experiências no Rio Grande do Sul. As experiências escolhidas foram a Associação dos Agricultores Ecologistas de Ipê e Antonio Prado (Ipê e Antonio Prado/RS) e o Centro de Apoio Pequeno Agricultor (Santa Cruz do Sul/RS). Realizou-se a análise socioeconômica destas experiências observando-se de que forma as suas formas de organização e comercialização influenciam nos resultados alcançados.

Palavras – Chaves = Agroecologia – Comercialização – Agricultura Familiar

ABSTRACT

This dissertation has as an objective to present the results of the research conducted for the Master Course of Agroecology and Rural Development of the Federal University of São Carlos. This study aimed to analyze the different existing processes of commercialization in the Rio Grande Do Sul in relation to the concept of organization of its producers and the forms of commercialization used. To develop the present work, a case study will be used, having as object two experiences in the Rio Grande Do Sul. The chosen experiences was the Association Ecologists Farmers Ipê and Antonio Prado (Ipê and Antonio Prado/RS) and the Center of Support Small Farmers (Santa Cruz do Sul/RS). It was conducted a socioeconomic analysis of these experiences, observing how its forms of organization and commercialization influences in the reached results.

Words - Keys = Agroecology - Commercialization – Family Farming

CAPITULO 1 – INTRODUÇÃO, OBJETIVOS E METODOLOGIA

1.1 - INTRODUÇÃO

As experiências agroecológicas no Rio Grande do Sul se diferenciam devido à forma com que surgiram em relação a muitas outras experiências no país. No estado, sua formação, ligada às pastorais das igrejas católica e evangélica, assumiu contornos específicos de natureza social, política e filosófica. Além disso, possuem características diferenciadas tanto na organização da produção como nas formas de comercialização. No tocante à produção, privilegiam a organização de grupos, associações e cooperativas e, em relação à comercialização, priorizam as formas diretas de comercialização entre agricultor e consumidor, evitando-se, assim, a indústria e os atravessadores. Nesse sentido, no Estado destacam-se as feiras de produtores.

No Rio Grande do Sul, assim como nos demais estados da região sul do Brasil, além da certificação por agente externo (ECOCERT, IBD, TECPAR e IMO), baseada em princípios e normas técnicas de produção do MAPA (Leis e Normativas), está sendo mais difundido o uso da

certificação participativa através de Sistemas Participativos de Garantia (SPG) e de Organismo Participativo de Avaliação de Conformidade (OPAC), que nesse caso é realizada pela Rede Ecovida de Agroecologia (ECOVIDA).

Por meio desta análise, objetiva-se saber se os diferentes processos possuem capacidade de sustentação econômica ao longo do tempo, inclusive levando-se em conta as mudanças na relação produtor-consumidor que têm ocorrido nos últimos anos.

É importante destacar que nesta dissertação adota-se a definição de agroecologia como a ciência que apresenta uma série de princípios e metodologias para estudar, analisar, dirigir, desenhar e avaliar os agroecossistemas (ALTIERI, 1998).

Segundo Altieri (1995 p.151), agroecossistema é a unidade fundamental de estudo, no qual os ciclos minerais, as transformações energéticas, os processos biológicos e as relações socioeconômicas são vistas e analisadas em seu conjunto. Sob o ponto de vista da pesquisa agroecológica, seus objetivos não são a maximização da produção de uma atividade particular, mas a otimização do agroecossistema como um todo, o que significa a necessidade de uma maior ênfase no conhecimento, na análise e na interpretação das complexas relações existentes entre as pessoas, os cultivos, o solo, a água e os animais. E na medida em que a agroecologia é um conjunto de conhecimentos em construção, está sempre levando em conta as transformações nos contextos naturais, sociais e políticos (COSTABEBER, 1998).

Outra definição, que será usada nesta dissertação é a de agricultura familiar correspondendo às formas de organização e produção em que a família é, ao mesmo tempo, proprietária dos meios de produção e executora das atividades produtivas (NEVES, 2005 p. 25).

Segundo Neves (2005) a construção da categoria de agricultor familiar atende às necessidades de enquadramento de beneficiários do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar. Para a autora é um agente social em gestação, capaz de corresponder a diferenciadas expectativas, agora

vinculadas a novos modelos criados para reafirmar outros processos de modernização social.

Também segundo Gonçalves e Souza (2005), na legislação brasileira a definição de propriedade familiar consta no inciso II do artigo 4º do Estatuto da Terra, estabelecido pela Lei nº 4.504 de 30 de novembro de 1964, com a seguinte redação: “propriedade familiar: o imóvel que, direta e pessoalmente explorado pelo agricultor e sua família, lhes absorva toda a força de trabalho, garantindo-lhes a subsistência e o progresso social e econômico, com área máxima fixada para cada região e tipo de exploração, e eventualmente trabalhado com a ajuda de terceiros” e na definição da área máxima, a lei nº 8629, de 25 de fevereiro de 1993, estabelece como pequena os imóveis rurais com até 4 módulos fiscais e, como média propriedade, aqueles entre 4 e 15 módulos fiscais.

Um dos principais determinantes da produção é a demanda. Por este motivo a produção alimentar está muito voltada para a questão da preferência dos consumidores e suas mudanças de hábitos de consumo. A busca por alimentos produzidos de forma ecológica tem aumentado nos últimos anos devido às mudanças nos padrões alimentares, hábitos de consumo (procura por alimentos mais saudáveis e de qualidade) e também ao aumento de interesse na questão ambiental. Torna-se importante e necessário, portanto, desenvolver estudos e análises sobre novas formas de comercialização e de acesso a estes produtos e mercados por parte dos agricultores e consumidores.

Dessa forma, ressalta-se a preocupação deste trabalho em dar uma contribuição para a análise e estratégias das cadeias agroecológicas. Os estudos como os de Schultz (2001), Balerini (2005) e outros demonstram a importância deste tema.

É através do estudo da comercialização de produtos agroecológicos que poderá surgir uma alternativa real de renda e perspectiva de melhor qualidade de vida e de sustentação das atividades no setor agrícola para o agricultor.

Nesta dissertação é devido à lei de orgânicos no Brasil (Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003) que conceitua o sistema orgânico de produção

agropecuária e industrial como aquele que abrange os seguintes tipos: ecológico, biodinâmico, natural, regenerativo, biológico, agroecológicos, permacultura e outros que atendam aos princípios estabelecidos por esta Lei, a agroecologia será usada como sinônimo de agricultura orgânica.

O trabalho está organizado em 6 capítulos. O capítulo 1 apresenta a introdução, objetivos e metodologia. O capítulo 2 aborda a comercialização de produtos agroecológicos. Os capítulos 3 e 4 fazem uma análise da atuação do CAPA e da AECIA. No capítulo 5 tem-se a análise dos resultados destas experiências. Por fim, o capítulo 6 traz as conclusões da dissertação.

1.1.1 - Descrição das áreas de estudo

A área estudada na experiência da AECIA situa-se nos municípios de Ipê e Antonio Prado que segundo os critérios de localização do IBGE integram a Microrregião de Vacaria (MR-43015). Localiza-se na transição entre a encosta basáltica do Planalto Meridional (mais conhecida como Serra Gaúcha) e os chamados Campos de Cima da Serra. A vegetação destes municípios caracteriza-se por uma interação entre a Mata de Araucárias ou Floresta Ombrófila Mista, a Floresta Estacional Decidua e os Campos. O clima pode ser classificado como subtropical úmido, em transição para o temperado, sendo marcado por invernos bastante rigorosos em comparação com outras partes do Brasil. Os índices de pluviosidade oscilam entre 2.000 e 2.500 mm anuais, com possibilidade de estiagem no verão. No inverno, a temperatura média fica em torno de 10°C (Cf. Macrozoneamento agroecológico e econômico do Estado do Rio Grande do Sul.)

A topografia dos municípios é bastante acidentada, com altitudes que variam de 400m acima do nível do mar, na ribanceira do Rio das Antas, até acima de 800m nas áreas de campo do município. Os solos são de origem basáltica, com textura predominantemente argilosa e possuem um bom potencial de fertilidade. Os solos no geral são ácidos (pH médio de 4,5), com

alto teor de alumínio e com limitações no que diz respeito à mecanização, sobretudo devido à sua declividade (SCHIMITT, 2001).

A economia dos municípios é baseada na agropecuária, onde há presença de propriedades com pequena área (até 20 ha) e predominância da agricultura familiar. A agricultura é bastante diversificada com nível médio de capitalização, onde os sistemas de produção integram produção vegetal e animal, destacando-se a fruticultura, a olericultura ecológica, gado de leite e de corte, suínos e aves.

Atualmente a Cooperativa da Associação dos Agricultores Ecológicos de Ipê e Antonio Prado (COOPAECIA) ocupa o 28º lugar na arrecadação de tributos no município de Antônio Prado. Isto em função do grande volume de suco de uva e molho de tomate ecológico que são produzidos e comercializados (IBGE, 2006).

Figura 1 – Estado do Rio Grande do Sul



Fonte: Google Mapas

Figura 2 - Mapa de localização dos municípios de Ipê e Antônio Prado, dentro da região da Serra e de parte da região dos Campos de Cima da Serra



Fonte Google Mapas

Figura 3 - Mapa de localização da AECIA em destaque



Fonte: Google Mapas

Por outro lado, a experiência do CAPA situa-se no município de Santa Cruz do Sul, localizado no Vale do Rio Pardo com uma população de 118.374 habitantes e com um PIB de R\$ 3.287.130.000. A agropecuária tem peso de 4,52% no Produto Interno Bruto de Santa Cruz, seguida da indústria (43,77%) e do setor de serviços (51,71%).(IBGE, 2006)

Esta região foi colonizada na grande maioria por alemães. A principal cultura agrícola é o fumo, sendo o maior complexo beneficiador de fumo do Brasil. No município são industrializados cerca de 13.967 toneladas de

fumo/ano. Possui em torno de 3.411 propriedades rurais, com média de 2,6 hectares de extensão, totalizando 6.535 hectares cultivados.

Existe forte presença das indústrias do fumo na vida socioeconômica da região, especialmente oferecendo apoio técnico, financeiro e programas sociais para os fumicultores. Dessa forma há um sistema de trocas e “lealdades” entre a maior parte dos fumicultores e a indústria.

Figura 4 - Mapa de localização do CAPA, com destaque para o município de Santa Cruz do Sul.



Fonte: Google Mapas

1.1.2 - Problema

Uma das grandes questões em debate hoje são as transformações que ocorrem na agricultura, em especial o aumento da produção agroecológica, tanto a nível mundial como nacional.

Isso gerou um forte debate em relação aos canais de comercialização existentes e ao estudo de novos canais que pudessem ser usados para a venda dos produtos agroecológicos.

Como demonstram os estudos de Silveira (2010), Storel (2003), Schultz (2001) e Meireles (2003), uma das mais importantes questões em relação à comercialização refere-se aos melhores modos de comercializar os produtos agroecológicos.

Dentre estes canais de comercialização, o trabalho em questão analisa a eficiência da feira para a geração de renda aos agricultores familiares, entre outros canais de comercialização que serviriam para a venda dos produtos agroecológicos.

1.1.3 - Hipótese

Este trabalho parte da hipótese de que a comercialização de produtos agroecológicos somente através da feira não seria capaz de ser o único canal de comercialização para a viabilização das experiências agroecológicas estudadas.

1.2 - Objetivos

O objetivo geral deste trabalho é avaliar as formas de comercialização que são utilizadas nas experiências estudadas como forma de garantir a sustentabilidade socioeconômica dos agricultores familiares.

Dentro deste objetivo geral serão desenvolvidos os seguintes objetivos específicos:

- Descrever os canais de comercialização existentes para a venda dos produtos agroecológicos;

- Analisar a forma como está estruturado o mercado e a cadeia produtiva concernente aos produtos agroecológicos antes e após a lei dos orgânicos;
- Analisar a organização dos agricultores nas experiências estudadas.

1.3 - Metodologia

1.3.1 - Metodologia usada na pesquisa

A escolha do método foi condicionada pelos objetivos propostos, possuindo o estudo um caráter exploratório, já que é necessário buscar um maior conhecimento sobre o tema ou problema de pesquisa. Mattar (1993) afirma que todas as pesquisas têm aspectos exploratórios e são raras aquelas cujo problema de pesquisa e (ou) objetivos estejam tão bem definidos que possam prescindir de atividades de pesquisa exploratória.

Sampieri *et al.* (1994) afirmam que a escolha do método de pesquisa depende de dois fatores principais: o estado do conhecimento do tema investigado na literatura e o enfoque que o investigador pretende dar ao seu estudo. Ou seja, define o estudo como exploratório quando o seu objetivo é examinar um tema ou problema de investigação pouco estudado ou que tenha sido pouco abordado. E também define o estudo como exploratório quando o enfoque de uma pesquisa é original. Neste sentido, o presente estudo pode ser considerado como exploratório em virtude das experiências agroecológicas no Rio Grande do Sul terem características específicas em relação às demais experiências encontradas no país, e ainda estarem pouco disponibilizadas estas informações para uma melhor compreensão dos fenômenos que ocorrem nesta região.

Com relação ao método de pesquisa mais adequado ao caráter exploratório do atual estudo, Lazzarini (1997) afirma que novas linhas de pesquisa em ciências sociais têm buscado considerar aspectos mais gerais de um problema, tornando a abordagem mais contextual, sendo que, dentre os

métodos qualitativos, o estudo de caso é muito útil a este enfoque, pois o seu principal objetivo é contextualizar e aprofundar o estudo do problema. Assim sendo, este tipo de método de pesquisa se encaixa muito bem na análise abrangente e complexa que se pretende realizar.

De acordo com Yin (1990), o método do estudo de caso tem caráter empírico no qual múltiplas fontes de evidência são utilizadas e investiga um fenômeno contemporâneo inserido em seu contexto real, quando não existe uma clara fronteira entre o fenômeno e o contexto. Essas características do estudo de caso são totalmente adequadas a essa pesquisa e serão utilizadas várias fontes de dados e informações.

A pesquisa procura avaliar os limites das experiências agroecológicas no Rio Grande do Sul a partir da análise das suas características de organização e comercialização.

Com o objetivo de melhor justificar a escolha deste método de pesquisa, será utilizada a seqüência de passos proposta por Yin (1990) para a definição da estratégia de estudo, analisando-se os seguintes elementos inerentes ao problema a ser pesquisado:

1) Tipo de questão de pesquisa: a estratégia de estudo de caso presta-se a responder às perguntas de como e por que certos fenômenos ocorrem. Retomando a definição do problema e objetivos, esse estudo busca responder como e por que as experiências agroecológicas no Rio Grande do Sul possuem este tipo de organização e comercialização - bem como o seu contexto institucional - como forma de levantar subsídios para o entendimento dos fenômenos e, portanto, responder às perguntas associadas ao problema.

2) Requer controle sobre os eventos comportamentais? Para a pesquisa se enquadrar em estudo de caso, a resposta a esta pergunta deve ser *não*. No presente trabalho, não se busca e nem é necessário controle sobre os eventos analisados para entender os fenômenos pesquisados.

3) Está focada em eventos contemporâneos? Para a pesquisa se enquadrar em estudo de caso a resposta a esta pergunta deve ser *sim*. Nesse trabalho fica claro o foco em eventos contemporâneos.

Portanto, seguindo as definições de Yin (1990), a melhor estratégia de pesquisa para o presente trabalho é o estudo de caso, conforme a justificava exposta acima.

1.3.2 - Procedimentos metodológicos

No presente trabalho será utilizada para este estudo de caso uma pesquisa quantitativa e qualitativa envolvendo experiências agroecológicas do Rio Grande do Sul.

A pesquisa foi dividida em partes:

- 1) Revisão bibliográfica sobre o tema realizada no ano de 2008;
- 2) Contatos feitos no ano de 2009 com pessoas ligadas às experiências estudadas;
- 3) Visitas de apresentação do projeto de pesquisa nas experiências estudadas, realizadas entre fevereiro e março de 2009;
- 4) Entrevistas com agricultores e pessoas ligadas às experiências estudadas.

O modo de realizar a entrevista foi através de um questionário semi-estruturado e elaborado depois da análise dos objetivos do estudo.

As questões da entrevistas foram às seguintes:

Questão 1: Qual era o principal motivo que levou o grupo a se organizar na época e quais as expectativas suas e do grupo na época?

Questão 2: Por que a escolha da agroecologia?

Questão 3: Quais os problemas enfrentados?

Questão 4: Como você avalia a construção do mercado para a venda de produtos agroecológicos durante este tempo de existência?

Questão 5: Como você avalia o papel da associação/Rede Ecovida/cooperativa quanto à organização, mercado e certificação?

Questão 6: Como avalia o momento atual da cooperativa?

Questão 7: Como se dá a relação com os supermercados?

As entrevistas foram realizadas durante o transcorrer do ano de 2009 entre abril e setembro, em diferentes datas e com diferentes pessoas para englobar o máximo possível de informações.

As entrevistas foram todas gravadas com autorização das pessoas entrevistadas e depois esta transcrição era enviada a cada um dos entrevistados para saber se concordavam ou não com esta transcrição. No total foram feitas 02 entrevistas no CAPA e outras 04 entrevistas na AECIA;

- 5) Análise das entrevistas realizadas entre outubro e dezembro de 2009;
- 6) Coleta de dados das experiências realizadas durante o ano de 2009 juntamente com as entrevistas;
- 7) Elaboração da dissertação.

As experiências foram escolhidas por englobarem diferentes formas de comercialização de produtos de base ecológica :

- a) A Associação dos Agricultores Ecológicos de Ipê e Antonio Prado (AECIA) foi fundada em 1989 e surge a partir das discussões estimuladas pela Pastoral da Juventude Rural da Igreja Católica de Antônio Prado/RS e pelo Centro de Agricultura Ecológica de Ipê/RS, tendo em vista os problemas causados pela agricultura industrial e pela poluição ambiental causada pela utilização de máquinas e insumos de origem industrial, bem como também pelo empobrecimento dos agricultores e o conseqüente êxodo rural.

O trabalho da AECIA e as suas conquistas têm servido de referência para inúmeros grupos de agricultores familiares e técnicos interessados na agricultura ecológica. Ao longo de sua existência, a AECIA recebeu dezenas de estagiários e centenas de visitas nas propriedades de membros do grupo, além de ser convidada para ministrar palestras em diversos locais do Brasil e do exterior.

- b) O CAPA (Centro de Apoio ao Pequeno Agricultor) iniciou suas atividades no ano de 1986 em Arroio do Tigre e transferiu seu escritório para Santa Cruz do Sul em 1987. Esta transferência foi motivada por duas razões básicas: a necessidade de estar em um centro maior e o início de um intenso

trabalho com grupos de agricultores das localidades de Alto Castelhanos, Fontoura Gonçalves e Boa Esperança - então pertencentes à Santa Cruz do Sul, hoje município Vale do Sol – resultando a atuação destes grupos na criação da União Serrana de Agricultores. Outras frentes de trabalho desta época foram o apoio ao Movimento de Atingidos por Barragens (MAB), no município de Dona Francisca, e o trabalho com o resgate das sementes de milho de variedades crioulas nos municípios de Ibarama e Dona Francisca.

CAPITULO 2

COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS AGROECOLÓGICOS

O foco de análise do PENSA (Centro de Conhecimento em Agronegócios) é o estudo dos Sistemas Agroindustriais (SAG), particularmente as relações de coordenação dos agentes envolvidos na produção, processamento e distribuição dos produtos originados na agricultura e pecuária.

O PENSA desenvolveu uma metodologia para estudo dos Sistemas Agroindustriais e das organizações estabelecidas neste contexto, baseada em três marcos conceituais: estrutura do mercado dos segmentos (Organização Industrial); custos de transação (Economia dos Custos de Transação) com base nas características das transações entre os agentes do sistema; ambiente institucional relevante para o negócio.

A Nova Economia Institucional contempla a análise das instituições que delimitam as regras do jogo nos mercados e na sociedade, bem como a análise das inter-relações das organizações por meio da economia dos custos de

transação. A teoria da Organização Industrial, por sua vez, permite a análise de setores, grupos estratégicos e estrutura dos mercados.

A aplicabilidade conjunta dessas bases teóricas consiste em uma poderosa ferramenta que permite a análise voltada para políticas públicas e estratégias privadas.

Neste sentido, o mercado de orgânicos é constituído por fortes interdependências verticais, entre os diferentes segmentos do sistema, e também horizontais, dentro do mesmo segmento. Esta característica define o que o PENSA passou a denominar de **sistemas-rede, ou *netchain*** (Lazzarini et all., 2001:1). Isto é, sistemas cuja dinâmica depende das relações verticais entre os segmentos da cadeia produtiva, mas também de relações entre agentes que atuam no mesmo segmento. . Esse enfoque teórico renovado da análise de cadeias produtivas marca a importância da compreensão das inter-relações de natureza técnica, econômica e institucional dos agentes e dos segmentos que compõem um ou vários SAGs, tanto no tocante à criação e apropriação de valor econômico quanto à eficiência de coordenação do sistema

2. 1 - Estratégias

A comercialização de produtos agroecológicos se dá de diferentes formas, desde aquela direta entre o agricultor e consumidor (feira livre), passando por formas indiretas de comercialização (atravessadores, redes de mercado) e até o mercado institucional (merenda escolar, CONAB).

Por este motivo é importante que se dê uma grande importância na forma em que é feita a estratégia de comercialização de produtos agroecológicos.

A etapa de comercialização dos produtos ocorre diretamente por meio de feiras orgânicas ou entregas em domicílio, e indiretamente em lojas especializadas, supermercados e venda institucional. A participação destas formas de comercialização no mercado de produtos orgânicos difere entre países, sendo a comercialização em lojas especializadas mais expressiva na

Europa e Estados Unidos, e em supermercados nos países da América do Sul e Austrália.

De acordo com Storel (2003) a ascensão do mercado de orgânicos está relacionada à construção de novos estilos de vida, que criaram circuitos alternativos de integração entre produção e consumo e foram sendo apoiados por redes sociais de produtores, consumidores, técnicos e ONGs, e que caminharam para a institucionalização dos conhecimentos e das práticas acumuladas via instrumentos como a certificação. Está associada também à emergência de novos atores-chave, tais como os grandes supermercados e os governos dos países desenvolvidos (com suas políticas agrícolas de subsídios para proteção do meio ambiente e para a conversão orgânica), os quais disputam com as ONGs e os movimentos ambientalistas a primazia da confiança do consumidor.

A escolha do canal de comercialização é aspecto fundamental em qualquer atividade produtiva. Ela está diretamente ligada às estratégias de marketing das empresas. No caso dos produtos de agricultura orgânica, três canais de comercialização se fazem presentes na cadeia: marketing direto através de feiras orgânicas e entregas de cestas a domicilio; marketing indireto através das lojas de produtos especializados sejam elas apenas de produtos orgânicos ou dentro da gama de produtos naturais; e os supermercados ou grande varejo. Em diversos países, a proporção das vendas entre estes canais varia, sendo que na Europa, EUA e Japão as lojas especializadas concentram as vendas, e em países em desenvolvimento e na Austrália as vendas são maiores nos supermercados.

O canal de comercialização influencia diretamente na produção de alimentos orgânicos, nos aspectos de qualidade, apresentação e certificação. As vendas feitas via canal de marketing direto apresentam menores exigências, pois dispensam a limpeza, a embalagem e, em certos casos a certificação. Neste tipo de canal de comercialização, o contato entre produtor e consumidor é maior, há uma relação de confiança estabelecida entre eles que permite que o consumidor compre produtos orgânicos sem certificação, pois a palavra do agricultor é a garantia de que o produto foi cultivado organicamente. Os

produtos são vendidos a granel, dispensando a necessidade de embalagens e limpeza.

Os consumidores de feiras orgânicas e cestas entregues a domicilio estão normalmente mais familiarizados com o movimento de agricultura orgânica, acompanharam a evolução do mercado e não se importam tanto com a aparência do produto, já que no início da produção agrícola os produtos orgânicos apresentavam menor tamanho e mais defeitos que os convencionais.

No caso do marketing indireto, as exigências são maiores, tanto para lojas especializadas quanto para o grande varejo, e neste ainda mais. Para entregar sua produção nas lojas de varejo o produtor é obrigado a selecionar, classificar, higienizar e embalar os produtos, fazendo uso de códigos de barra e certificando a produção por uma instituição reconhecida pelo varejista, pois a relação de confiança neste caso ocorre na relação consumidor-varejista, já que não há o contato direto com o produtor.

A constância da oferta é uma exigência do grande varejista e do consumidor dos supermercados, levando o produtor a buscar assistência tecnológica para aumentar a produtividade, com a incidência de mais um custo. Na ausência de escala para entregar diretamente aos supermercados ou arcar com os custos de processamento sozinhos, os produtores se organizam em cooperativas ou ainda entregam sua produção para um outro elo da cadeia, as empresas processadoras, que nesta situação fazem o mesmo papel do atravessador no caso da cadeia de produtos convencionais. A qualidade dos produtos também é diferente, pois o consumidor de supermercados aceita pagar mais caro pelo produto orgânico, mas exige que ele seja similar ao produto convencional em tamanho e aparência, sem defeitos. Na busca por uma qualidade maior, os produtores demandam por sementes desenvolvidas cientificamente, comprando-as no mercado com custo ainda maior.

Por estas diferenças, encontramos dois grupos de produtores envolvidos na atividade agrícola orgânica: os que utilizam os canais de comercialização do varejo e os que praticam a venda direta de seus produtos, que se enfrentam numa disputa de poder na construção social do mercado de orgânicos. Isso

será mais bem desenvolvido a partir da análise política do movimento de agricultura orgânica.

2.2 – Comercialização e legislação

A comercialização de produtos agroecológicos está passando por um processo de transformação devido à legislação de orgânicos que o país está implantando com a seguinte legislação: Lei Nº 10.831, de 23 de Dezembro de 2003, que dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências, o Decreto nº 6.323, de 27 de dezembro de 2007 que Regulamenta a Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003, que dispõe sobre a agricultura orgânica, e dá outras providências, a Instrução Normativa Nº 64 de 18 de Dezembro de 2008, que aprova o regulamento técnico para os sistemas orgânicos de produção animal e vegetal, a Instrução Normativa Nº 17 de 28 de Maio de 2009, que aprova normas técnicas para a obtenção de produtos orgânicos oriundos do extrativismo sustentável, a Instrução Normativa Nº 18 de 28 de Maio de 2009, que aprova o Regulamento Técnico para o Processamento, Armazenamento e Transporte de Produtos Orgânicos e a Instrução Normativa Nº 19 de 28 de Maio de 2009, que aprova Mecanismos de Controle e Informação da Qualidade Orgânica.

Até a implantação da lei brasileira de orgânicos e na ausência de normas regulamentadoras para definição de padrões de produção orgânicos, ou se as normas existentes não cobriam todo o espectro de aspectos relacionados à produção orgânica, a iniciativa era tomada pelo setor privado e os consumidores que tinham que escolher entre vários selos orgânicos, todos de adesão voluntária. Nesses casos, a reputação das agências certificadoras era imprescindível. O objetivo destas iniciativas era o de oferecer aos consumidores a garantia da origem orgânica dos produtos. Muitos destes esquemas de certificação seguiam os padrões estabelecidos pela IFOAM, que geralmente serviam de base para definição de padrões orgânicos, tanto obrigatórios como voluntários. Marcas conhecidas também podiam ajudar a

ganhar a confiança do consumidor como, por exemplo, ECOCERT, IBD, IMO e AAO (UNCTAD, 1996).

Com a implantação da lei de orgânicos e de normas reguladoras, a comercialização de orgânicos passou a ter a necessidade de um selo de identificação para sua comercialização, exceto no caso de venda direta em feiras que pela nova legislação os produtores familiares estão dispensados do processo de certificação. Nesta condição, estes produtores estão dispensados da certificação por uma auditoria, no entanto, devem pertencer a uma entidade de controle social que possa responder pelo seu enquadramento e permanência na legislação vigente.

Por reconhecer a importância da relação de confiança estabelecida entre produtores e consumidores em toda a história do movimento orgânico, a legislação brasileira abriu uma exceção na obrigatoriedade de certificação dos produtos orgânicos que são vendidos diretamente aos consumidores em feiras e pequenos mercados locais, por exemplo. Para isso, os produtores têm que fazer parte de uma Organização de Controle Social – OCS cadastrada em órgãos fiscalizadores, dentre os quais o MAPA, que pode ser um grupo de agricultores familiares, associação, cooperativa ou consórcio (com ou sem personalidade jurídica). A OCS tem o papel de orientar os associados sobre a qualidade dos produtos orgânicos e para que tenha credibilidade e seja reconhecida pela sociedade precisa estabelecer uma relação de organização, comprometimento e confiança entre os participantes.

Desde o início de 2011 foi implantado o selo de orgânico do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica (SisOrg), o qual é o único válido para qualquer produto comercializado no Brasil, inclusive produto importado.



2.3 - Comercialização Agroecológica no Brasil

A tabela abaixo traz informações sobre os locais de comercialização e os respectivos valores relativos à comercialização de produtos orgânicos no âmbito da Rede Ecovida de Agroecologia no ano de 2003.

Tabela 1 – Locais e valores da comercialização de produtos agroecológicos no Brasil no âmbito da Rede Ecovida de Agroecologia no ano de 2003

Local de Comercialização	Valor(R\$) e Valor percentual em relação ao produto orgânico comercializado
Feiras Ecológicas	R\$ 8.946.682,25 (26,89%)
Exportação	R\$ 6.975.796,00 (20,97%)
Mercado institucional	R\$ 5.854.783,39 (17,60%)
Outros Locais	R\$ 5.584.713,50 (10,05%)
Grandes Supermercados *	R\$ 2.238.804,00 (6,73%)
Agroindústria *	R\$ 1.434.370,60 (4,31%)
Atacadista e Distribuidor Ecológico	R\$ 1.123.408,23 (3,38%)
Lojas Especializadas	R\$ 1.111.225,00 (3,34%)
Total	R\$ 33.269.782,97 (100%)

Fonte: Rede Ecovida de Agroecologia. Documento interno, 2004, organizado por Santos (2006).

*** Produto orgânico comercializado como orgânico ou convencional.**

Por esta tabela pode se notar que nenhum dos canais de comercialização corresponde a mais do que 26,89% da comercialização de produtos orgânicos.

Além disso, o número de feiras de produtos orgânicos tem crescido bastante no país, o que favorece e incentiva a comercialização de produtos ecológicos. Segundo o coordenador da pesquisa Rogério Dias da ONG Project Organics Brasil, atualmente os orgânicos mais procurados pelos brasileiros são hortaliças, legumes, frutas e produtos processados tais como sucos, arroz, açúcar e café.

2.4 - Histórico das experiências agroecológicas

A origem da agricultura ecológica remete ao final dos anos 1970 e início dos anos 1980 em nível nacional e especialmente na região sul do Brasil, a partir das críticas ao padrão tecnológico implantado pela Revolução Verde.

Junto a isso, foi se consolidando uma série de experiências e iniciativas destinadas a encontrar modelos tecnológicos menos agressivos ao meio ambiente e mais adequados às condições sociais e econômicas dos agricultores familiares.

Segundo Schimitt (2002, p.1), as questões como a luta pela terra, o enfrentamento aos grandes projetos hidrelétricos, a reivindicação de uma política agrícola diferenciada para os pequenos agricultores e a luta contra os agrotóxicos fizeram parte, desde essa primeira fase, da agenda de boa parte dos agentes envolvidos na busca de alternativas ao pacote tecnológico da Revolução Verde nos estados do Sul do país.

Na década de 1980, cresceram os movimentos sociais e suas organizações, somando-se a eles algumas Organizações Não Governamentais (ONGs) como o Centro de Apoio ao Pequeno Agricultor (CAPA), Centro Ecológico Ipê, Centro de Tecnologias Alternativas Populares (CETAP) e Fundação GAIA. A noção de “tecnologias alternativas” foi utilizada por muitas ONGs vinculadas à agricultura como o principal argumento contrário ao “pacote tecnológico” da agricultura convencional (...) buscando recuperar, experimentar e difundir tecnologias socialmente apropriadas aos pequenos agricultores. “Já no começo dos anos 1990 se constata um incremento do número de organizações de agricultores (clubes, associações de agricultores, grupos comunitários) interessados no processo de “ecologização” da agricultura” (COSTABEBER, 1998).

A Agricultura Alternativa no Rio Grande do Sul é constituída neste contexto, a partir da década de 1980, buscando consolidar alternativas ao modelo agrícola dominante no país. Estas experiências foram centradas nos seguintes objetivos: orientar, conscientizar, apoiar e acompanhar os pequenos agricultores através de reuniões, seminários com jovens, palestras e outras formas de atuação.

A partir de meados da década de 1980, diferentes ONGs agroambientalistas passam a constituir-se na forma de um movimento contestatório à natureza do processo de modernização agrícola instaurado no Brasil. A Federação de Órgãos para a Assistência Social e Educação (FASE)

cria, em 1983, o Projeto Tecnologias Alternativas (PTA), o qual em 1989 dá origem a uma organização independente, a Assessoria e Serviços a Projetos em Agricultura Alternativa (AS-PTA) que realiza trabalhos nas regiões Sul, Sudeste e Nordeste. Mais especificamente no Sul, a Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil (IECLB) cria, em 1978, o Centro de Apoio ao Pequeno Agricultor (CAPA), o qual a partir de 1982 estendeu-se para outras regiões formando o CAPA - Erexim. Na região de Passo Fundo, a partir das reivindicações dos movimentos populares, surge em 1986 o Centro de Tecnologias Alternativas Populares (CETAP), com sede na cidade de Passo Fundo. Também no Rio Grande do Sul, a partir das lutas socioambientais é criado em 1985 o Projeto Vacaria, posteriormente denominado de Centro de Agricultura Ecológica (CAE-Ipê). Na região celeira¹ do estado existe o trabalho da Fundação de Desenvolvimento, Educação e Pesquisa da Região Celeiro/Departamento de Educação Rural (DER/FUNDEP), com sede em Passo Fundo (BRACAGLIOLI, 1997 p. 177).

Nesse contexto, no final da década de 1990 é adotado o termo Agroecologia no Rio Grande do Sul como base epistêmica dos processos agrícolas, consolidando-se como referência alternativa ao modelo agrícola dominante no país. Esta adoção foi incentivada pela escolha da Agroecologia como uma das formas de desenvolver a Agricultura Familiar pelo Governo Olívio Dutra (1998-2001), no qual a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER/RS) teve grande importância como forma de disseminar a agroecologia no Rio Grande do Sul.

Além disso, a experiência em agroecologia no Rio Grande do Sul tem sua formação ligada às igrejas, tanto católica como evangélica, assumindo contornos específicos de natureza social, política, econômica, ambiental e filosófica.

Foi, portanto, por intermédio das pastorais da Igreja Católica, dos setores progressistas da Igreja Luterana, de parcelas dos sindicatos de trabalhadores do campo e dos movimentos de luta pela terra que muitas das iniciativas de produção ecológica hoje existentes no Sul do Brasil tiveram seu

¹ Região celeira do Rio Grande do Sul – região norte do estado onde ficam as maiores áreas agrícolas de soja, milho e trigo.

primeiro impulso, contando, para isso, com a contribuição decisiva do Projeto Tecnologias Alternativas, da Federação de Órgãos para Assistência Social e Educacional (PTA/FASE) organizado em nível nacional e que, desde seu nascimento, contou com a participação de entidades da Região Sul (SCHIMITT, 2002, p.1).

Também teve uma grande importância no surgimento das experiências de produção ecológica no Rio Grande do Sul a atuação dos consumidores através de grupos formados por consumidores e/ou profissionais de origem urbana, pois serviu como um elo entre o produtor e o consumidor.

Como já afirmado anteriormente, as experiências de agroecologia no Rio Grande do Sul desenvolvem-se centradas nos seguintes objetivos: orientar, conscientizar, apoiar e acompanhar os pequenos agricultores através de reuniões, seminários com jovens, palestras e outras formas de atuação.

Fonseca & Feliconio (2000) indicam, no entanto, a existência de duas concepções ideológicas conflitantes entre os partidários da agricultura ecológica. De um lado, os que querem desenvolver a agricultura ecológica influenciada pelos organismos de desenvolvimento e por empresas, visão muito expressiva nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro, o levou à criação de associações de produtores nas diversas regiões do país a partir da segunda metade dos anos 90. De outro, os que afirmam sua independência em relação a estes atores, como as experiências no Rio Grande do Sul demonstram, muitas delas ligadas às opções defendidas pelas ONGs. Para estas, o papel dos seus técnicos é mais político e ideológico do que técnico, com as dificuldades técnicas e as questões econômicas mais concretas minimizadas.

Segundo Almeida (1999) nestas experiências, por exemplo, predominam as informações e análises de natureza mais geral sobre os processos econômicos e de comercialização, muitas vezes limitando-se o seu enfoque à afirmação de que os sistemas de produção sustentável têm um futuro garantido.

Outro aspecto que também pode ser visualizado na experiência gaúcha que a diferencia das de São Paulo e Rio de Janeiro, é que no início deste processo no Rio Grande do Sul houve uma escolha pelo uso da certificação em

processos de avaliação participativa, como aqueles desenvolvidos pelos sistemas OPAC e SPG.

2.5 - Histórico sobre a comercialização de produtos agroecológicos no Rio Grande do Sul

A comercialização de produtos agroecológicos no Rio Grande do Sul tem seu início em feiras de produtores na década de 1980. Uma das primeiras foi a Cooperativa COOLMEIA, fundada em 1978 em Porto Alegre, que foi uma das entidades pioneiras na promoção do cultivo e na comercialização de produtos ecológicos no estado. No ano de 1989, cria-se no Bairro Bonfim de Porto Alegre a Feira da Agricultura Ecológica (FAE), coordenada pela COOLMEIA, onde se busca envolver as diversas experiências com agricultura orgânica ou ecológica existentes no estado (SCHULTZ, 2001; MEIRELES, 2004).

Segundo Silveira (2008) é necessário, neste sentido, ao enfocarmos o mercado de produtos orgânicos no Rio Grande do Sul, verificar como se dá a passagem da produção comercializada em feiras de agricultores para o espaço do supermercado. Considera-se que neste estado existe uma longa tradição na produção de alimentos orgânicos com a organização das primeiras feiras de produtores ainda na década de 1980. Este canal de comercialização foi considerado como preferencial para as organizações que participaram do movimento em prol da agricultura orgânica (SCHULTZ, 2001; MEIRELES, 2004; 2007).

Segundo Ormond (2002), até meados da década de 90 a comercialização desses produtos era restrita às feiras de produtos orgânicos e às lojas de produtos naturais em virtude da pequena quantidade produzida. No final da década, o surgimento de novos canais de distribuição, como associações e cooperativas, possibilitou uma maior difusão e comercialização destes produtos. Recentemente, as grandes redes de supermercados vêm se destacando como um dos principais canais de comercialização, apresentando-

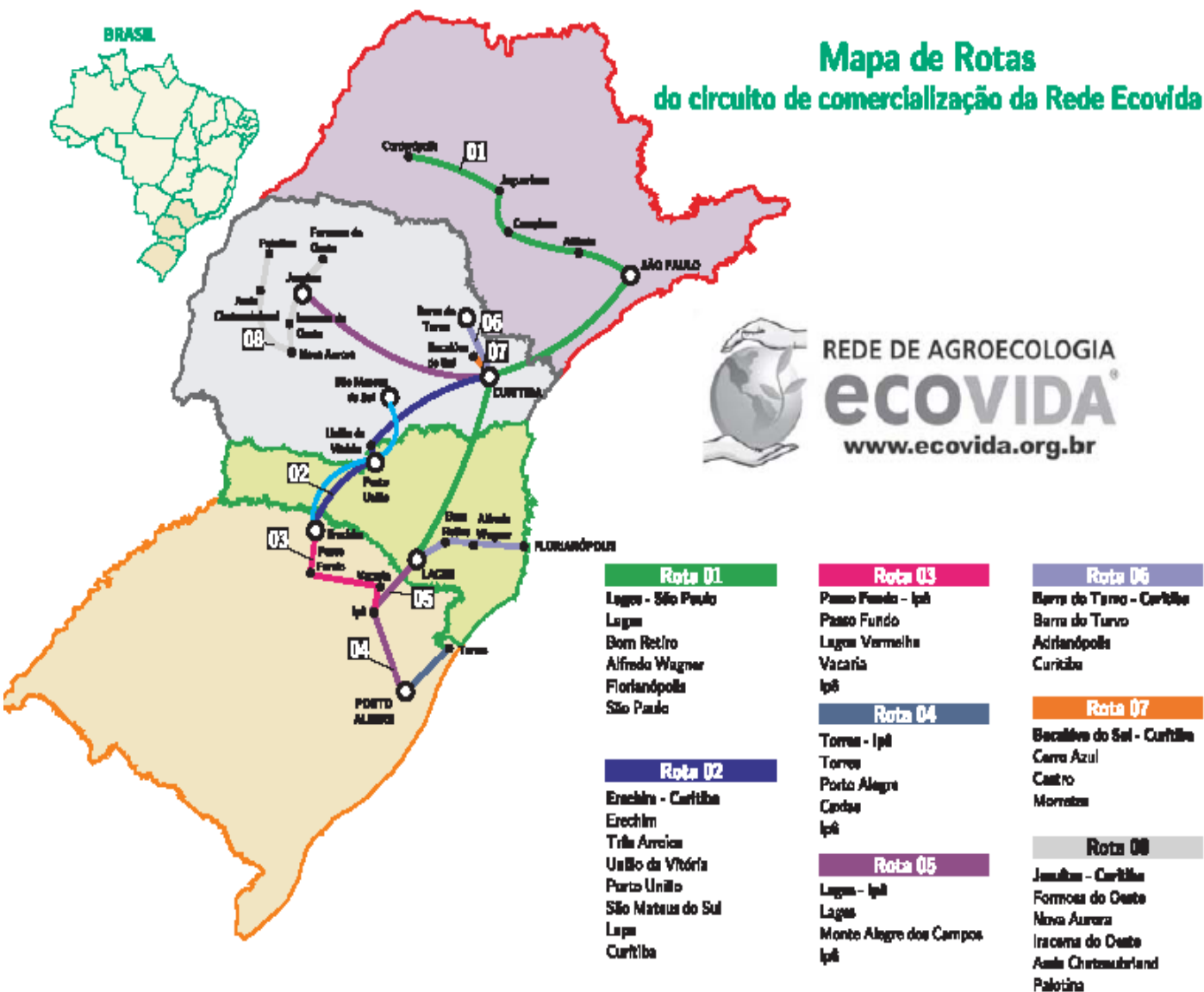
os como produtos de alta qualidade, selecionados, classificados, rotulados e embalados.

Como enfatiza Schimitt (2002, p. 7), se considerarmos, por exemplo, os cerca de 150 grupos hoje integrados à Rede Ecovida de Agroecologia, é possível constatar grande diversidade de situações do ponto de vista de suas relações com o mercado. Alguns grupos comercializam seu produto em circuitos convencionais, subvertendo a tese de que os preços atrativos pagos por um mercado diferenciado são o principal elemento (senão o único) capaz de motivar a incorporação de princípios ecológicos ao manejo dos sistemas produtivos. Outros – uma parcela significativa – circulam boa parte de sua produção diretamente ao consumidor em feiras, pontos de oferta, entregas em domicílio ou cooperativas de consumidores. Alguns deles, trabalhando com volumes maiores de produção, comercializam ainda parte de seus produtos em grandes lojas e supermercados.

Conforme pode ser visualizado na Figura 5 a Rede Ecovida de Agroecologia está presente nos três estados do sul (Rio Grande do Sul, Paraná e Santa Catarina) tendo diversas rotas de comercialização de seus produtos. Há também uma rota no estado de São Paulo.

A figura 5 mostra que há rotas longas de comercialização, como por exemplo, a que liga o estado de São Paulo a Santa Catarina, mas a maioria das rotas de comercialização são curtas.

Figura 5 – Mapa de rotas do circuito de comercialização da Rede Ecovida de Agroecologia



Fonte: MAGNANTI: 2008, p. 28

2

² Para uma melhor compreensão da figura 5, relaciono o nome dos municípios de cada rota:

Rota 01 – Lages – São Paulo: Lages, Bom Retiro, Alfredo Wagner, Florianópolis, São Paulo

Rota 02 – Erechim – Curitiba: Erechim, Três Arroios, União da Vitória, Porto União, São Mateus do Sul, Lages, Curitiba

Rota 03 – Passo Fundo – Ipê: Passo Fundo, Lagoa Vermelha, Vacaria, Ipê

Rota 04 – Torres – Ipê: Torres, Porto Alegre, Caxias, Ipê

Rota 05 – Lages – Ipê: Lages, Monte Alegre dos Campos, Ipê

Rota 06 – Barra do Turvo – Curitiba: Barra do Turvo, Adrianópolis, Curitiba

Rota 07 – Bacaiuva do Sul – Curitiba: Cerro Azul, Castro, Marretes

Rota 08 – Jesuítas – Curitiba: Formosa do Oeste, Nova Aurora, Iracema do Oeste, Assis Chateaubriand, Palotina

Segundo Darolt (2002;2003) e Penteado (2000), a comercialização de produtos orgânicos apresenta três canais bem definidos: Venda Direta ao consumidor (cestas em domicílio, restaurantes, lojas locais, feiras verdes, no próprio local de produção); Varejo (supermercados, quitandas, varejões) e Atacado (hipermercados, ceasas, distribuidoras e atacadistas).

Para Schimitt (2002, p 8) o elemento fundamental nesses diferentes processos é a existência de um trabalho, ainda que em estágio inicial, de construção ativa do mercado, que busca evitar e/ou minimizar a presença de intermediários na comercialização de produtos agrícolas, encurtando a distância entre produtores e consumidores, fortalecendo sistemas participativos de geração de credibilidade de seus produtos e fomentando, na medida do possível, redes locais de abastecimento.

A construção e o fortalecimento desses canais alternativos de circulação de mercadorias, que visam contemplar em seu formato organizacional as necessidades dos diferentes tipos de agricultores, tornando, ao mesmo tempo, o produto orgânico ou ecológico uma alternativa de abastecimento para segmentos crescentes da população, podem ser considerados elementos estratégicos de ampliação da proposta agroecológica nos três estados do Sul.

2.6 – Histórico da produção e comercialização Agroecológica no Rio Grande do Sul

Segundo Teixeira *et al.* (2009), os principais produtos agrícolas produzidos nas propriedades ecológicas, por ordem de importância, são: hortaliças, milho, feijão, batata, abóbora, batata-doce, pêssego, mandioca e cebola. Esse resultado corrobora estudo de Rossetti *et al.* (2011), uma vez que, no Rio Grande do Sul, no período de 2002 a 2004 a maior variedade de produtos ecológicos oferecidos foi de hortigranjeiros, embora, se levar em conta o número de produtores, também o feijão, o milho e a soja tenham sido os que mais aderiram ao processo de transição agroecológica. Além disso, há uma grande diversificação de produção desde os já mencionados indo na direção de ovos, mel, doces e geléias, queijos, sucos e licores, vinhos, massa

de tomate, conservas (picles), bolachas e pães, embutidos e iogurtes (TEIXEIRA et al. 2009).

O contato direto com o consumidor por meio de feiras livres facilita a troca de informações sobre o que o mercado deseja. Esse é um dos argumentos sobre a viabilidade da produção de base ecológica, uma vez que os produtos ecológicos apresentam a possibilidade de estabelecer nichos de mercado facilitando a interação com os consumidores e a melhor adequação dos produtos conforme suas exigências, fortalecendo relações de confiança e de credibilidade entre as partes envolvidas (CAMPANHOLA & VALARINI, 2001).

2.7 - Ideologia – Mercado de comercialização tradicional – Sistema Agroalimentar.

O Sistema Agroalimentar (SAA) pode ser definido segundo Pimentel (2005) como o conjunto de atores e atividades envolvidas na produção, comercialização e consumo dos produtos oriundos do processo agrícola ou extrativista, sejam alimentos ou fibras, e ainda aqueles produtos desenvolvidos em substituição dos mesmos. De acordo com Batalha (1999) o SAA é o conjunto de atividades que ocorrem para a produção de produtos agroindustriais, desde a produção de insumos até a chegada do produto final ao consumidor, não se limitando a nenhuma matéria-prima ou produto final específico.

Conforme as considerações teóricas formuladas tanto por Davis & Golberg (1957) quanto por Malassis (1973), o sistema agroalimentar é entendido como a soma total de operações de disponibilização de insumos, de produção nas unidades agrícolas, de armazenamento, transformação e distribuição de alimentos

O SAA é composto por 6 conjuntos de setores: agricultura, pecuária, pesca; indústria agroalimentar; distribuição agrícola e alimentar; comércio

internacional; consumidor; indústrias e serviços de apoio: transporte, combustíveis, embalagem, indústria farmacêutica etc.

O modelo de produção econômica mundial vem sofrendo alterações significativas desde a revolução industrial e principalmente no pós-Segunda Guerra. A agricultura a partir da revolução industrial passou a fazer parte do processo industrial onde seu produto era a matéria prima para a indústria.

Com o passar do tempo, a indústria alimentar aumentou a distância de suas bases agrícolas, particularmente em relação àqueles produtos que podem ser organizados através de mercados independentes de commodities.

Após a Segunda Guerra Mundial houve uma mudança significativa na indústria com a necessidade de alimentos com maior praticidade e durabilidade devido aos novos padrões de vida das populações urbanas. Outra modificação foi a adoção do modelo agrícola dos EUA através da Revolução Verde que acabou por modificar o sistema de comércio agrícola internacional. Em relação ao padrão alimentar nos últimos 30 anos houve uma mudança significativa, principalmente a alimentação fora dos domicílios, o chamado “*Fast Food*”. Uma das grandes transformações no sistema agroalimentar foi a substituição de alimentos naturais por alimentos e ingredientes sintéticos produzidos pela indústria química, tanto devido à necessidade se ter alimentos com maior durabilidade como também devido ao transporte em grandes distâncias.

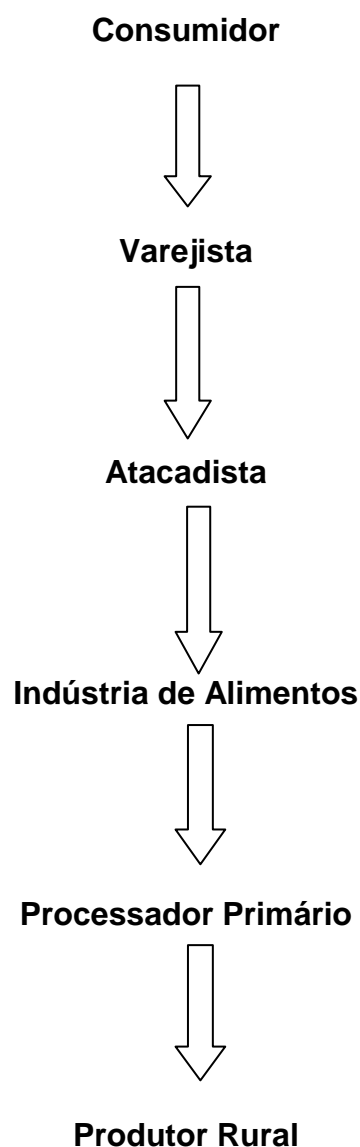
Segundo Pimentel (2005) a emergência do setor varejista como ator poderoso do SAA disputando espaço e poder com as grandes corporações alimentares (indústrias transformadoras de alimentos) teve como consequência a maior oferta de produtos em um mesmo local, constituindo-se em mais um importante fator de transformação do sistema agroalimentar. Isso contribuiu para a mudança de paradigma do SAA, cada vez mais se orientando a partir da demanda e não mais unicamente da oferta.

Na Figura 6 podemos observar como funciona a coordenação do sistema agroalimentar, a qual nos mostra que entre o consumidor e o produtor não há uma forma direta de contato, havendo vários atores que entre eles.

Entre estes atores o varejista é aquele que tem o contato direto com o consumidor, mostrando assim a sua importância na coordenação do sistema

agroalimentar. Este contato faz com que ele tenha o maior controle dentro do SAA.

Figura 6. Esquema de Coordenação do Sistema Agroalimentar



Fonte: N.J.Vilela & M.M.C. Macedo, p. 92

Citando Anjos *et al.*(2005, p. 72) a emergência de grandes cadeias agroalimentares ergue-se com base numa forte tendência à formação de oligopólios, como revela McMichael(1998), aludindo ao caso do Chile que ocupa atualmente a maior posição de abastecedor de frutas e hortaliças fora de temporada para a América do Norte e Europa, onde mais de 50% das exportações de frutas são controladas por cinco transnacionais. Por outra parte, conforme este autor:

A reestruturação agroalimentar subordina as regiões produtoras às relações globais de produtividade e consumo que são organizadas pelas companhias transnacionais de alimentos. Conseqüentemente, a agricultura torna-se cada vez menos a base das sociedades e estados, e cada vez mais um componente substancial das estratégias de abastecimento corporativo global ou de agricultura mundial. Ou seja, torna-se um instrumento para a obtenção de lucros exorbitantes quando os alimentos viajam, em média, duas mil milhas desde a porta da granja até chegar ao prato [do consumidor final] (MCMICHAEL, 1998, p.158).

Neste contexto, conforme Anjos et al. (2005, p. 73), o que McMichael diz é que a estratégia das grandes corporações é buscar incorporar todas as regiões de interesse global em relações globais de produção e consumo, enfraquecendo cada vez mais as bases institucionais dos setores nacionais. Esta estratégia corresponde à adoção de um sistema global de alimentação, onde ocorre uma padronização do que se consumir, ficando o consumidor final dependente das grandes transnacionais que são controladores de todo o processo.

Segundo Flexor (2006), a globalização do Sistema Agroalimentar é um processo que provoca uma reestruturação da organização agroindustrial criando um novo e desafiador ambiente competitivo para as empresas e os agricultores dos países em desenvolvimento. Ainda para este mesmo autor, a liberalização comercial e o papel das firmas transnacionais representam duas das principais facetas do processo de globalização do sistema agroalimentar. O atual processo de globalização do sistema agroalimentar aponta não somente para o crescimento das exportações fundamentado na exploração de vantagens comparativas como também se baseada na diversificação das pautas e dos mercados externos.

Wilkinson (1997), utilizando categorias da economia das convenções (Valeschini & Nicolas, 1995), destaca a importância do *quality turn* na dinâmica do sistema agroalimentar que orienta de forma cada vez mais significativa os

diversos rumos do padrão de consumo alimentar nas questões ligadas à saúde, aos desejos e às crenças dos consumidores.

Segundo McMichael (1998), as companhias tratam de capturar novos mercados através da compra direta de cultivos e alimentos processados ou buscam organizar diretamente a produção agrícola. Emergem novas formas de comercialização massiva das mercadorias produzidas, sob contrato, em múltiplas localidades, especialmente no ramo de frutas e verduras, impulsionadas pelo fenômeno do hipermercado. A coordenação global de distintos lugares de produção para obter produtos frescos todo ano passa a ser crescentemente obtida através da tecnologia de informação.

2.7.1 - Sistema Agroalimentar no Brasil

Segundo Rodrigues (2006), no Brasil, dois fenômenos moldaram a agroindústria alimentar a partir dos anos 70. Em primeiro lugar, a emergência de uma clara política de incentivos à exportação de produtos agrícolas semiprocessados e manufaturados. Em segundo lugar a consolidação de um padrão de consumo tipicamente urbano. (BELIK e SANTOS,1994).

Para Flexor (2006), a atuação das empresas transnacionais do setor varejista apontam para uma nova fase no processo de internacionalização do sistema agroalimentar brasileiro. Nela, a presença desse tipo de organização não se limita predominantemente às indústrias de insumos e maquinários agrícolas, mas também atinge indústrias, necessitando de uma maior capacidade para lidar com os diferentes parâmetros dos mercados nacionais, como é o caso das indústrias de alimentos e da distribuição. Como exemplo, temos investimentos estrangeiros no Brasil que não ficam limitados às indústrias de alimentos, mas que se estendem ao setor varejista, o qual em pouco menos de uma década sofreu transformações significativas. A entrada da Wal-Mart, a parceria (com opções de compra) entre o Grupo Pão de Açúcar e o varejista francês Casino, assim como as aquisições do Carrefour, indicam que a transnacionalização do sistema agroalimentar brasileiro atinge quase

todos os elos das cadeias de valores, acelerando o processo de consolidação e concentração industrial.

A importância do Sistema Agroalimentar no Brasil pode ser estimada com base em dados do Ministério da Fazenda, que mostram que 21% do PIB é oriundo deste segmento econômico, mostrando que o SAA influi com bastante intensidade nas políticas agrícolas do país.

Segundo Pimentel (2005), a emergência do setor varejista como ator de grande poder econômico no sistema agroalimentar altera seu papel de simples distribuidor de produtos para uma atuação na coordenação das cadeias produtivas, principalmente devido ao contato direto com o consumidor (figura 6).

Para Pimentel (2005), outra importante mudança ocorrida no sistema agroalimentar diz respeito à inovação organizacional dentro do setor distribuidor varejista com a implantação do sistema de *self-service* pelas grandes redes de supermercado. Esta inovação propiciou um grande desenvolvimento deste setor porque o novo sistema permitia diminuição de custos e aumento no número de produtos ofertados. Este novo ator do sistema agroalimentar vai se transformar num agente importante do sistema por concentrar as informações diretas dos consumidores, seus desejos e necessidades. Por estar em contato direto com o consumidor é capaz de influenciar a demanda numa ação proativa se entendermos o mercado como uma construção social, mais complexo que a relação preço-oferta defendida pela economia neoclássica, dentro do contexto sociológico de que qualquer setor econômico se comporta dentro do conceito de redes, onde diversos atores se relacionam e influenciam em diferentes intensidades o mercado.

Na tabela 2 pode se observar como se encontra a internacionalização das redes de supermercados no Brasil. Entre as dez primeiras empresas do ranking temos quatro com capital estrangeiro.

Entre estas, as três maiores são: a Companhia Brasileira (Pão de Açúcar que embora seja brasileira tem capital do grupo francês Casino), a Wal-Mart (grupo dos EUA) e o Carrefour (grupo francês).

Tabela 2 – 20 maiores redes de supermercados do Brasil, ano de 2011

Ranking Abras 2011 - Top 20

CLASS_2010	CLASS_2009	RAZAO_SOCIAL	SEDE	FATURAMENTO BRUTO EM 2010 (R\$)	VAR.% (2010/2009)
1	1	COMPANHIA BRASILEIRA DE DISTRIBUIÇÃO*	SP	36.144.367.885	37,83
2	2	CARREFOUR COM IND LTDA	SP	29.000.238.060	13,18
3	3	WAL-MART BRASIL LTDA	SP	22.334.035.926	13,22
4	4	GBARBOSA COMERCIAL LTDA**	SE	3.501.144.537	40,54
5	5	COMPANHIA ZAFFARI COMÉRCIO E INDÚSTRIA	RS	2.490.000.000	18,01
		TOTAL 5 MAIORES		93.469.786.408	22,71
6	6	PREZUNIC COMERCIAL LTDA	RJ	2.449.062.240	16,52
7	8	DMA DISTRIBUIDORA S/A	MG	1.930.324.594	7,45
8	9	IRMÃOS MUFFATO & CIA LTDA	PR	1.926.056.000	12,48
9	10	A ANGELONI CIA LTDA	SC	1.813.045.218	19,30
10	11	CONDOR SUPER CENTER LTDA	PR	1.728.699.479	20,20
		TOTAL 10 MAIORES		103.316.973.939	20,97
11	13	SONDA SUPERMERCADOS EXPORTAÇÃO E IMPORTAÇÃO	SP	1.577.366.074	19,55
12	15	SUPERMERCADOS BH COM DE ALIM LTDA	MG	1.542.204.078	31,51
13	12	COOP - COOPERATIVA DE CONSUMO	SP	1.522.238.568	11,80
14	14	Y.YAMADA S/A - COMÉRCIO E INDÚSTRIA	PA	1.508.436.252	14,62
15	NOVO	SDB COMÉRCIO DE ALIMENTOS LTDA***	SP	1.345.140.000	
16	16	LIDER SUPERMERCADOS E MAGAZINE LTDA	PA	1.289.628.432	10,09
17	18	SAVEGNAGO-SUPERMERCADOS LTDA	SP	993.094.717	11,97
18	19	SUPER MERCADO ZONA SUL S/A	RJ	965.550.024	13,12
19	17	CARVALHO E FERNANDES LTDA	PI	949.108.002	3,96
20	21	GIASSI & CIA.LTDA	SC	789.281.447	19,51
		TOTAL 20 MAIORES		115.799.021.533	20,01

Fonte: Abras/Nielsen

* Inclui faturamento de Globex.

** Incorporou Supermercado Bretas (MG) em novembro de 2010, incluindo apenas o faturamento dos 2 meses finais do ano das lojas antes pertencentes ao grupo mineiro.

*** Supermercados Comper não participou do Ranking 2010, base 2009.

2.8 - Canais alternativos de comercialização

Atualmente o Sistema Agroalimentar está na busca de canais alternativos de comercialização, como o pequeno varejo de alimentos, representando os pequenos estabelecimentos que preparam alimentos para o consumo final (“rôtisseries”, lojas de comida congelada, restaurantes, bares e lanchonetes), cozinhas industriais, cestas básicas e redes de franquias de “fast food”.

Segundo Farina (2002, p.24) o principal estímulo para a utilização desses canais foi a percepção de que as transações com as grandes redes de supermercados não proporcionavam margens satisfatórias, tanto em virtude dos preços praticados, quanto em vista das condições acessórias exigidas pelo varejista (custeio do repositor, participação em promoções, material de divulgação do varejista, etc.). Em contrapartida, os custos de distribuição para a maior parte dos canais alternativos também são elevados. Os atacadistas conseguem reduzir os custos de distribuição para o pequeno varejo ao compor um “mix” com grande número de itens; entretanto, esses agentes limitam-se, em geral, a produtos que não dependem de refrigeração para sua distribuição. As entrevistas realizadas junto às empresas durante a pesquisa revelaram diferentes posicionamentos em relação ao *trade-off* margem x custo de distribuição, em razão do porte da empresa (escala e poder de barganha) e da natureza do produto, em termos de perecibilidade e necessidade de refrigeração.

Segundo Farina (2002, p.24) as empresas de grande porte, que também atuam no mercado internacional de “commodities”, e cujos produtos não são altamente perecíveis, tenderam a ter como principal canal de comercialização as grandes redes de supermercado, secundadas pelos atacadistas. Já as empresas de porte relativamente menor, que atuam em mercados regionais com produtos perecíveis (lácteos, carnes congeladas e resfriadas de aves e suínos) tenderam a desenvolver sistemas próprios de distribuição (frequentemente com terceirização da frota). Num primeiro momento, os custos de distribuição levaram algumas indústrias a se afastar do pequeno varejo, com redução acentuada do número de clientes; dois ou três anos depois, as

mesmas empresas tomaram diversas iniciativas para reconquistar o pequeno varejista, através de investimentos em centros de distribuição e informatização da gestão da logística (otimização de rotas, disposição dos produtos no veículo de entrega) para reduzir os custos de distribuição.

2.9 - Sistema Agroalimentar Local

Segundo Specht (2008), surgiram na agricultura novas questões relacionadas aos processos produtivos. O hegemônico mercado das *commodities* agrícolas globais passou a dividir o espaço com novas formas produtivas locais, como as representadas pelos produtos típicos ou tradicionais, que atendem às novas demandas dos consumidores, ao agregar como diferenciais qualitativos ao alimento os seguintes aspectos: cuidados ambientais, tradições, a cultura local e a paisagem rural. Estas peculiaridades vêm gerando uma relação específica de proximidade entre o consumidor e o produto consumido, uma forma de vínculo, de identidade.

Surge então o chamado Sistema Agroalimentar Local (SIAL) que trabalha com a questão do produto ligado ao local. Segundo Diaz (2001) são redes de “organizações de produção e serviço (unidades agrícolas, empresas agroalimentares, empresas comerciais, microempresas, restaurantes etc.) associadas a um território específico em virtude de suas características e de seu funcionamento.”

Segundo Lins (2006), a existência de vários níveis de inter-relações ao longo da cadeia produção-comercialização-consumo é responsável pelos elos verticais onde temos os produtores/beneficiadores e os fornecedores de insumos e equipamentos, e a relação destes com os comerciantes/distribuidores/consumidores. Já os elos horizontais consistem nas iniciativas de associativismo e cooperativismo, nas características culturais e de identidade dos atores sociais e nos saberes locais dos produtores ou beneficiadores. Existem ainda configurações multilaterais, que transcendem a escala da cadeia e alcançam instituições de diferentes naturezas e funções,

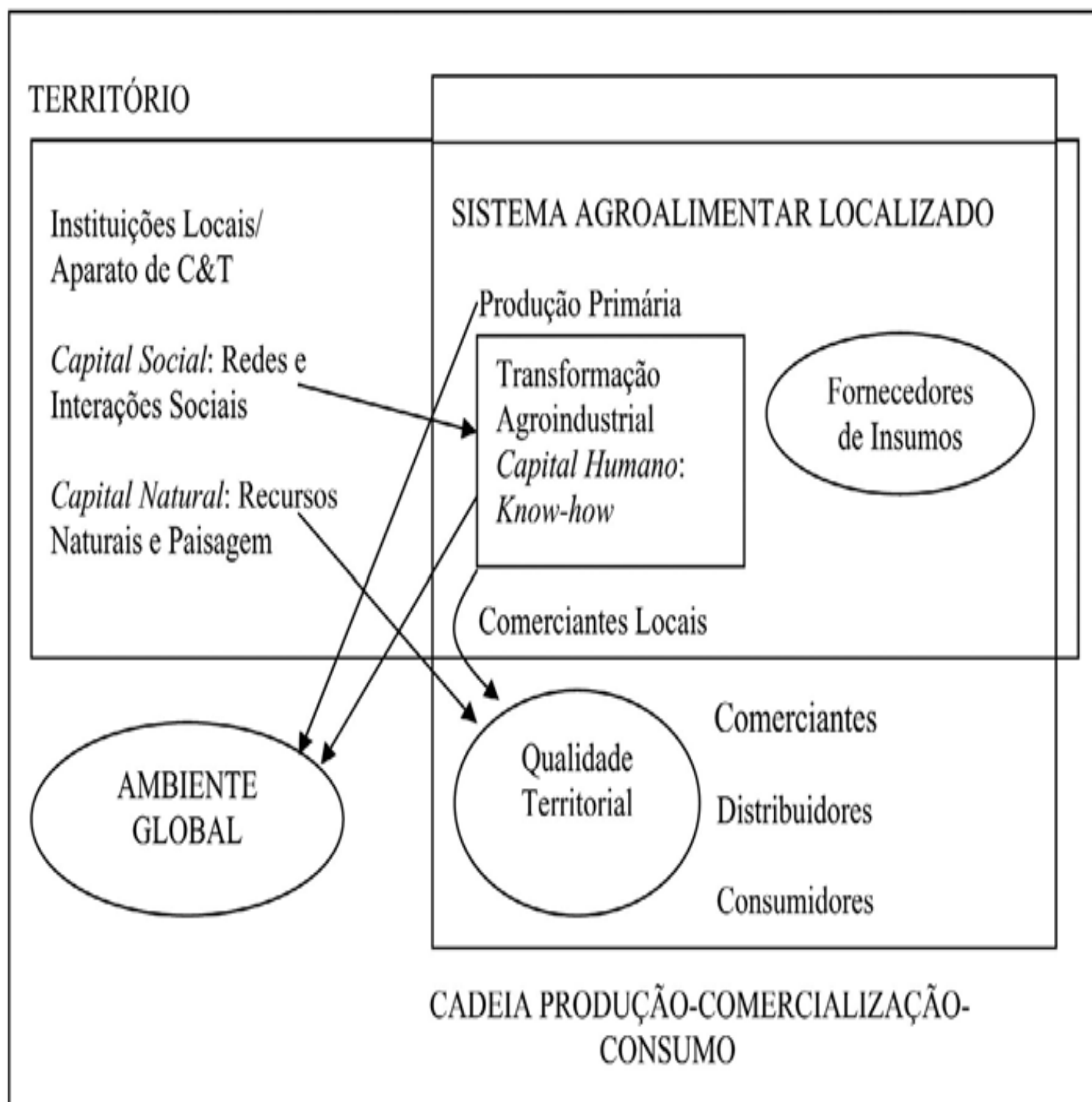
como pode ser visto na figura 06. Além destes elos, também deve ser salientada a importância dos atores individualmente, base para que os conhecimentos sejam adquiridos, para posteriormente serem compartilhados entre os atores que atuam no território em que um sistema agroalimentar se desenvolve.

A “localização” ou espaço do SAL não é apenas geográfica mas também social. Encontra-se na interseção do território com a cadeia de produção-distribuição-consumo do alimento de que se trata abaixo.

Pelas relações de proximidade, o território proporciona ativos específicos relacionados ao capital humano e ao capital social, o primeiro envolvendo os conhecimentos específicos incrustados na área, o segundo referindo-se aos sistemas de normas e convenções e às estruturas sociais. Ambos são essenciais aos processos de aprendizagem e inovação subjacentes à transformação agroindustrial, devendo-se assinalar que o capital social abrange as relações entre produtores primários, agentes da transformação agroalimentar e comerciantes/distribuidores.

A Figura 7 ainda indica que, além de transcenderem a produção primária e a transformação agroindustrial – pois englobam fornecimento de insumos e comercialização –, as atividades dos SAL interagem com as de outros elos da cadeia produção-distribuição-consumo. Nesse processo, ativos específicos são valorizados, entre eles a imagem da qualidade, um predicado cuja sustentação exige conservar o capital natural do território.

Figura 7 – Sistema Agroalimentar



Fonte: Requier-Desjardins e Rodriguez (2002), com adaptação

2.10 - Agricultura de Base Ecológica e o Sistema Agroalimentar

Segundo Pimentel (2005), as mudanças nos padrões de consumo na busca por maior qualidade dos alimentos tiveram efeito sobre todo o sistema agroalimentar após a crise do sistema de *commodities* na década de 70, onde ocorreu um aumento dos preços agrícolas, que passa então a valorizar mais a qualidade do que a eficiência em custos e preços. Diz-se, portanto, que o sistema agroalimentar se reestrutura sob um novo paradigma: a qualidade.

Esta mudança de paradigma deve-se principalmente aos problemas de saúde associados ao uso de químicos na alimentação humana e aos processos de conservação de alimentos, o que já está comprovado com o aumento de doenças do coração devido ao uso de iodo na preparação de alimentos

Há cerca de 10 anos começaram a aparecer na literatura internacional registros de aumento de doenças tireoidianas, relacionando-as com alta dosagem de iodo. No Brasil, ainda não tínhamos nenhum estudo do tipo, e foi nesse período que o sal iodado começou a ser vendido", explica a autora da pesquisa, a endocrinologista Glaucia Cruzes Duarte. "Depois do estudo, percebemos que a preocupação era válida, porque 73% dos estudantes tinham iodo em excesso, o que é um índice muito alto. Passamos da fase da falta para a do excesso", diz. A conclusão aparece num levantamento feito na Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo (FM-USP) que revelou que 73% dos estudantes do Estado apresentam concentrações da substância no organismo em índices acima do normal.(conforme publicação pela versão eletrônica do Jornal O Estado de São Paulo)

É neste contexto que surge a agricultura de base ecológica dentro do sistema agroalimentar, onde a qualidade e a preocupação com o meio ambiente são as maiores preocupações.

De acordo com Storel (2000), a ascensão do mercado de orgânicos está relacionada à construção de novos estilos de vida, que criaram circuitos alternativos de integração entre produção e consumo e foram sendo apoiados por redes sociais de produtores, consumidores, técnicos e ONGs e que

caminharam para a institucionalização dos conhecimentos e das práticas acumuladas via instrumentos como a certificação. Está associada também à emergência de novos atores-chave, tais como os grandes supermercados e os governos dos países desenvolvidos (com suas políticas agrícolas de subsídios para proteção do meio ambiente e para a conversão orgânica), os quais disputam com as ONGs e os movimentos ambientalistas a primazia da confiança do consumidor.

De acordo com Arce & Marsden (1993), os supermercados reforçam a importância do consumismo e da escolha nas sociedades modernas. Este contexto tem facilitado uma situação onde a escolha do consumidor não está apenas diretamente ligada à preocupação com o gasto ou a economia do dinheiro, mas em geral permite que os mesmos imponham ao mercado seus padrões de qualidade. Neste sentido, compras de alimentos estão associadas com qualidade de vida, aparência do alimento e o contexto atual da preocupação com o meio ambiente.

Diferentemente da Europa que em média comercializa apenas 20% da produção de orgânicos em supermercados, embora isso varie muito de país em país (Ormond *et al.*, 2002), no Brasil, estima-se que 70% dos produtos orgânicos sejam comercializados via grandes redes de varejo. Para os autores, o surgimento de novos canais de distribuição possibilitou a maior difusão e comercialização dos produtos. As grandes redes de supermercados vêm se destacando como um dos principais canais de comercialização, apresentando os produtos orgânicos como de alta qualidade, selecionados, classificados, rotulados e embalados.

Deste modo, nas grandes cidades o comércio de alimentos orgânicos se concentra nas grandes redes de supermercados, onde a distância entre a produção e o consumo dificulta a relação de confiança exposta acima. Esta confiança, portanto, é transferida via certificação própria dos supermercados que têm a obrigação de garantir a qualidade do produto orgânico para o seu consumidor, colocando-se assim este ator dentro do mundo de justificação da reputação onde uma relação anterior com seus clientes já foi desenvolvida ao longo do tempo.

2.11- Papel das feiras na comercialização de produtos agroecológicos

As feiras são uma das mais antigas formas de comercialização de produtos, com o seu surgimento associado a encontros periódicos de produtores, mercadores e consumidores que aconteciam em datas fixas, em comemorações religiosas e profanas, alternando-se ao longo das estações do ano.

No Brasil as feiras remontam ao período colonial onde tinham o papel não apenas de abastecimento alimentar dos primeiros adensamentos humanos, mas também como elemento fundamental que estrutura a própria organização social e econômica da população (ANJOS *et al.*, 2005).

Segundo Anjos *et al.*(2005) a primeira referência de uma feira é de 1867, quando em São Paulo oficializa-se a venda de “gêneros da terra, hortaliças e peixe, no terreiro da Misericórdia”.

As feiras acabaram se espalhando em todo o Brasil, tendo um papel muito importante no abastecimento urbano dos diversos produtos agrícolas. Por outro lado, nos pequenos municípios do interior brasileiro, sua presença reveste-se de uma grande importância, especialmente para os agricultores familiares, ao assumir a função de intermediar as trocas de bens, mercadorias e serviços, servindo também de palco em que se opera a troca de saberes e onde se estabelece um elo de ligação entre o ambiente urbano e o rural (RIBEIRO *et al* 2003, p.7; NUNES e BOLCHI, 2003, p.23; MACHADO, 2003, p.16)

Estudos como os de Costabeber (1998), Meirelles (2001), Storch *et al.* (2004), Schultz (2007) e Lovato (2007), entre outros, mostram a consolidação das feiras como o principal canal de comercialização dos produtos ecológicos no Rio Grande do Sul, sendo poucas as experiências oriundas de outras formas de comercialização. Até os anos 1990, estas feiras eram poucas e restritas a algumas capitais do centro-sul do país, mas com o aumento do número de agricultores e principalmente dos consumidores de produtos ecológicos, estas se espalharam por outras regiões do país.

Neste sentido, uma das principais formas de comercialização de produtos agroecológicos usadas pelas ONGs no Rio Grande do Sul são as feiras, pois além de estabelecerem uma relação direta entre o agricultor e o consumidor - o que é defendido pelo movimento agroecológico no estado – também possibilitam maiores ganhos ao agricultor e menor preço ao consumidor. Mas este tipo de comercialização direta enfrenta problemas e limitações devido às mudanças dos hábitos do consumidor que prefere fazer suas compras em estabelecimentos comerciais ou valendo-se de outras formas não-tradicionais, não se dispondo a ir às feiras.

Esse fato pode ser verificado pelo forte aumento das vendas através das seguintes modalidades: entrega de cestas a domicílio para as cooperativas de consumidores urbanos de alimentos ecológicos; crescimento das pequenas lojas de produtos ecológicos e naturais/integrais; aumento da importância do mercado institucional - compras do governo federal, estadual ou municipal - para abastecimento de estruturas de serviços públicos, em especial merenda escolar; e crescente peso das redes varejistas e de supermercados, as quais estão assumindo um papel de destaque na evolução do setor.

Em 2009, por exemplo, a rede Pão de Açúcar teve um crescimento sobre o ano anterior de 40% na venda de produtos orgânicos, os quais ocupam cada vez mais espaço nas suas gôndolas, criando a marca “Taeq” própria para produtos orgânicos. E no Brasil as vendas de produtos orgânicos alcançaram R\$ 350 milhões em 2010, com o valor de 40% superior ao registrado em 2009, conforme os números divulgados pelo Projeto “Organics Brasil”, organização não-governamental.

Embora uma proporção bastante significativa da produção brasileira de produtos ecológicos seja destinada ao mercado internacional, cerca de 70%, no mercado interno tem havido uma crescente importância das marcas de produtos orgânicos industrializados (e não apenas *in natura*) comercializadas em um número crescente de pontos de venda (SILVEIRA, 2009, 2010).

Outro motivo para o aumento da venda de produtos orgânicos é a reestruturação pela qual está passando o setor de alimentos, acarretando novos tipos de relacionamento entre os agentes das cadeias produtivas, sendo

importante para o segmento de produtos ecológicos analisar essas tendências para que se consiga elaborar posicionamentos e alternativas estratégicas para a alavancagem das suas vendas e, principalmente, para que permaneçam neste mercado os atuais produtores, os quais foram os indutores iniciais de todo o processo.

Silveira (2010) demonstra que a viabilidade das experiências de agricultura ecológica no Rio Grande do Sul está calcada na possibilidade de serem utilizados diversos canais de comercialização, constituindo-se a diversificação de rotas até o consumidor o principal fator para a sua sobrevivência. Trata-se, segundo o autor, de compatibilizar os canais de comercialização direta com a venda para lojas especializadas, supermercados, exportação para mercados de comércio justo e para o mercado institucional.

Em relação aos supermercados, dados estatísticos mostram que 70 % da produção mundial é comercializada por este segmento, e no Brasil, encontra-se em expansão esta forma de comercialização. De acordo com Assis (1993) e Junqueira & Luengo (2000), o consumo de produtos originários da agricultura orgânica tem se caracterizado como um segmento diferenciado de mercado, no qual a segurança alimentar, aliada ao não uso de agrotóxicos, é decisiva na opção de consumo. Todas as grandes redes de supermercados, como Wal Mart, Carrefour e Pão de Açúcar, estão vendendo produtos orgânicos em suas lojas, sendo que a oferta aumenta a cada ano segundo dados da ABAS.

Estudos como o de Meirelles (2001) já demonstravam uma tendência no início da década de 2000 pela busca de canais longos de comercialização através de grandes redes de supermercados e exportação como uma das principais estratégias de vendas de produtos ecológicos. Contrariando essa tendência, algumas ONGs buscaram privilegiar os mercados locais para o escoamento de sua produção através dos canais curtos de comercialização.

Segundo Meirelles (2001), são vários os fatores que fizeram muitos produtores agroecológicos utilizarem técnicas alternativas de produção ecológicas, mas que depois optaram pelo mercado convencional. Deles, podemos destacar os seguintes: o acentuado crescimento do mercado de

produtos ecológicos atraiu para o setor uma parcela de empresários rurais e urbanos, a maioria não identificada com o que aqui se denomina ideário agroecológico; a necessidade permanente de reprodução econômica da agricultura familiar que obriga esse setor e seus aliados a buscarem alguma forma de inserção no mercado, muitas vezes não acompanhada de reflexão sobre o papel desse mercado na construção de um desenvolvimento rural sustentável; e a falta de um maior apoio governamental para o redesenho das redes de comércio centralizadas e concentradas atualmente estabelecidas.

As feiras ecológicas são as estruturas de comercialização diretas que são geralmente utilizadas pelos agricultores gaúchos para escoarem sua produção, buscando principalmente a eliminação de intermediários, diminuindo dessa forma a apropriação da renda por parte de terceiros e as assimetrias de informações nas relações comerciais, sendo uma das melhores formas de comercialização alternativas ao mercado convencional.

Segundo Silveira (2010), esse é o discurso das ONGs prestadoras de assessoria que defendem a opção de formas alternativas de comercialização às convencionais. Neste sentido, a utilização das feiras-livres para a comercialização de alimentos orgânicos constitui-se na alternativa praticamente imprescindível para a continuidade deste modo alternativo de produção agrícola.

Para Schultz (2001), a feira tem como objetivo promover de forma pública a comercialização de alimentos orgânicos (humanização das relações comerciais), eliminando intermediários, estimulando a integração e a troca de experiências entre produtores, criando fortes vínculos entre os produtores e consumidores, resultando em uma certificação solidária dos que atuam na produção, industrialização, comercialização e nos serviços de apoio e assistência técnica.

O grande problema da comercialização em feiras, segundo Schultz (2001), é que este tipo de estratégia demanda dos produtores um grande esforço, pois ao mesmo tempo em que precisam de mais tempo na lavoura para aumentar a produção e atenderem à demanda crescente, precisam também dispor de um tempo maior nas feiras para comercializar seus próprios

produtos, já que a quantidade de produtos e o número de locais de venda naturalmente aumentam. Este fato se torna um dilema para o produtor de alimentos ecológicos, que visualizando o mercado em expansão e a necessidade de aumentar a escala de produção, precisa também atender uma ou outra atividade relacionada ao processo de comercialização. Esta atividade, mesmo quando feita no sistema de rodízio com outros produtores, torna-se um limitador à expansão dos negócios.

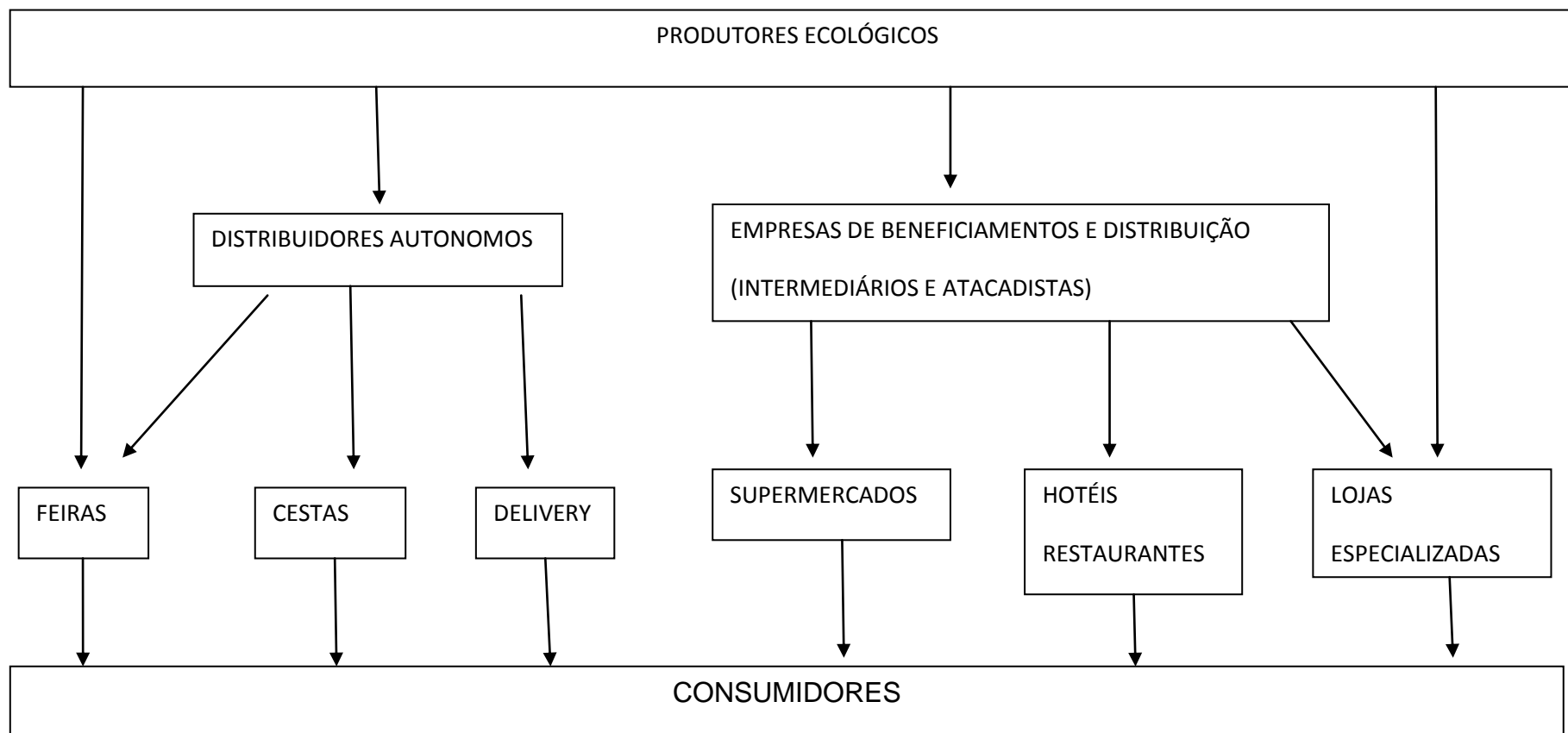
Pode-se afirmar, portanto, que mudanças estão ocorrendo no mercado de produtos ecológicos, onde novos canais de comercialização estão aos poucos sendo exigidos pelos consumidores e pelos produtores rurais, sendo que estes desejam aumentar a escala de produção à medida que o mercado cresce e quando passam a ter um melhor domínio sobre as novas técnicas agroecológicas de produção.

Na Figura 8 podemos observar os diferentes canais de comercialização de produtos ecológicos nos Brasil.

A figura demonstra que o produtor ecológico usa a venda em feira como única forma mais direta de relação entre ele e o consumidor. Outra forma quase direta de relação seria a venda a lojas especializadas que é a relação que tem menos intermediários entre o produtor e o consumidor.

Outra forma de comercialização apresentada na figura 8 é através de distribuidores autônomos que fazem a ligação entre o produtor e consumidor através de feiras, cestas e delivery (entregas).

Há também as empresas beneficiadoras e distribuidoras que fazem a compra do produto do agricultor e repassam a supermercados, hotéis, restaurantes e lojas especializadas, mas não têm um contato com o consumidor, servindo apenas de intermediários.

Figura 8 – Canais de distribuição dos produtos ecológicos

Fonte: Alcântara e Souza (2005)

CAPITULO 3

CENTRO DE APOIO AO PEQUENO AGRICULTOR (CAPA)

3.1- Histórico da experiência

Como demonstra estudo de Schimitt (2002), a formação das experiências em agroecologia no Rio Grande do Sul têm seu vínculo ligado à pastoral da Igreja Católica e aos setores progressistas da Igreja Luterana, sendo que esta origem é bastante clara na formação das duas experiências estudadas.

A experiência do CAPA surgiu no seio da Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil (IECLB). Naquela época, na década de 80, o setor de fumicultura estava passando por uma crise, acarretando a exclusão de várias famílias do sistema de integração com a indústria fumageira. No intuito de encontrar uma alternativa para as famílias, procuraram-se alternativas à cultura do fumo que lhes trouxessem uma maior estabilidade financeira. Surgiu então, a opção por uma agricultura alternativa de base ecológica

Abaixo transcrição de trechos das entrevistas com atores-chave do CAPA onde eles falam sobre o histórico de formação da experiência:

“O CAPA nasceu de uma iniciativa da Igreja Evangélica de Confissão Luterana, que também não é uma iniciativa dos agricultores. Esta iniciativa iniciou a partir da percepção da Igreja que muitas famílias de suas comunidades estavam entrando em crise ou estavam migrando para as áreas urbanas favelizando ou estavam indo para as novas áreas de colonização e lá também não encontravam aquilo que era prometido.

Pensando nisso é criado o CAPA como forma de viabilizar as famílias em suas comunidades. Num primeiro momento o CAPA inicia um diálogo com estas famílias. a maioria delas trabalhava com a agricultura química que era da mecanização, alto uso de insumos basicamente e que pra alguns viabilizou em que se pese o passivo ambiental, se viabilizaram economicamente mas teve uma grande massa ai que não se viabilizou e a partir disso que se cria o CAPA.

O CAPA vem para Santa Cruz do Sul quando a fumicultura da sinal de crise, ai sim as comunidades começam a demandar o CAPA para um diálogo de como enfrentar, principalmente os pastores e lideranças comunitárias.

A demanda dos agricultores vem com uma busca de alternativa do contexto da fumicultura, mas qual é o modelo a forma não é deles isso é do CAPA que se apresenta com esta proposta e se faz este acordo de trabalhar desta forma.

Quando o CAPA chega aqui em 1986 a fumicultura estava em crise, antes disso a fumicultura esta em crise por causa da comercialização e abaixa os preços, a um arrocho na classificação tanto é que há um processo de mobilização pelos agricultores de demandarem melhores preços e junto a isso vem à expectativa por busca de alternativa de produção e renda. Outro problema também enfrentado é que as fumageiras estavam começando uma tentativa de seleção e exclusão, esse processo teve alguns ensaios, mas nunca foi efetivado com aquela demasia e não chegou a vingar porque os melhores agricultores eram aqueles que apresentavam limites de área, mão de obra o que fez com que as fumageiras abandonassem esta ideia. O problema é que com o medo de ser excluído muita gente se tocou a duplicar, triplicar a produção e depois foi se quebrando porque não tinha mão-de-obra, custos, teve um processo seletivo os mais fragilizados sobraram ou ficaram com pouca quantidade de fumo sendo que estes acabaram por ser excluídos da fumicultura.

Então era a situação dos agricultores que estavam em sérias dificuldades por causa da fumicultura e aí o CAPA é convidado pra cá, mas a proposta de se trabalhar com agroecologia e organização comunitária era uma visão do CAPA partindo do princípio de que todos os efeitos negativos da agricultura química causados.

O CAPA tinha uma visão de que se necessitava uma alternativa tecnológica além da alternativa de produção necessitava mudar o padrão tecnológico e a organização comunitária que os agricultores fragilizados individualmente não tinham então assim o CAPA começa um diálogo com as comunidades apresenta o seu jeito de trabalhar, a sua forma de trabalhar, sua metodologia e aí faz seus acordos e começa a trabalhar com os grupos comunitários que estavam a fim desta proposta.

E dentre estes agricultores o CAPA trabalha com os mais fragilizados, neste caso os agricultores familiares em maior situação de dificuldade, então nós temos também esta características de ser um público que tem uma série de limitações tanto econômicas quanto de escolaridade.”

Entrevistas realizadas entre abril e setembro de 2009 com representantes do CAPA, Sr. Jaime Webber e Sr. Sighard Hermany.

3.2 - Decisão pela agricultura ecológica

No que diz respeito à escolha por uma agricultura ecológica pelo CAPA, esta foi resultado de uma forma de fazer com que o agricultor se desvinculasse da cadeia agroindustrial do fumo.

Na visão do CAPA havia a necessidade de se encontrar uma alternativa tecnológica e de produção, a qual poderia surgir a partir de uma organização de caráter comunitário. Deste modo, o CAPA começa um processo de diálogo com as comunidades, apresentando o seu modo de trabalhar baseado em metodologias participativas e depois da aceitação pela comunidade é iniciado um trabalho conjunto com os grupos comunitários que aceitaram esta forma de organização.

“O CAPA já teve a sua definição assim na época ainda se falava em agricultura alternativa então o que se buscava alternativa tecnológica, alternativa de produção, diversificação, renda. E outro eixo muito forte era a relação social já se focava o trabalho em grupo.

O início aqui na região já estava bem nítido o trabalho com grupo de agricultores e estes eixos aí da alternativa tecnológica na época ainda não se tinham assim agricultura ecológica era mais na linha da agricultura alternativa que era a discussão da época, e alternativa de produção e renda.

Então estes eixos movem o CAPA mais nesta questão econômica e também a questão da saúde.”

Entrevistas realizadas entre abril e setembro de 2009 com representantes do CAPA, Sr. Jaime Webber e Sr. Sighard Hermany.

3.3 - Problemas enfrentados

No CAPA, o principal problema enfrentado no início foi a desconfiança dos próprios agricultores a este tipo de agricultura, o que para alguns era destinada aos pobres do campo e não para eles. Outro problema eram as fumageiras que faziam oposição ao CAPA por trabalhar com uma forma diferente de agricultura, a qual poderia trazer problemas futuros a este setor agroindustrial.

A seguir a transcrição dos agentes-chave sobre os principais problemas enfrentados pela experiência do CAPA no início de seu trabalho na região:

“O trabalho do CAPA num primeiro momento é fazer a sensibilização. O CAPA vai para as comunidades e faz todo este trabalho de sensibilização, faz a proposta.

Então teve muitas comunidades em Santa Cruz que dizia que esta agricultura alternativa que o CAPA propunha não era pra eles, que eles não estavam numa situação de crise, e que isso (agricultura alternativa) era para os mais pobres, e este foi um dos grandes problemas enfrentados no início pelo CAPA.

Já outros começavam a duvidar da possibilidade de fazer uma agricultura sem os químicos também não aderiram, pois achavam que a agricultura ecológica era que a gente era identificados como sonhadores

No início também se fez um trabalho de transição que começou a se trabalhar sem os agrotóxicos, mas a adubação foi todo um processo de transição. Que se abriu mão assim de cara, que se rejeitou não usar agrotóxicos nem a adubação nitrogenada (ureia) estas duas coisas foram abolidas, mas alguma adubação química se fazia um processo de transição

com uma proposta para já chegar ao orgânico. Devido a isso então muita gente se retirou, assim não aderiu.

Teve comunidades que disseram isso não era pra eles, isso e pra os que estão em situação pior, Porque eles também tem assim o agricultor na roça dificuldade de admitir que ele ta mal, isso é admitir o fracasso, isso é complicado para ele admitir, por este motivo uma serie de pessoas não aderiram.

Isso vem de uma questão cultura da região, da cultura germânica. Porque e muito doloroso ele admitir que fracassasse, e pra tu mudar teu comportamento, aderir a uma outra proposta, o agricultor tem que admitir que aquela cultura que estava apostando não era boa. Muitos tinham medo de que os vizinhos dissessem que ele foi pra agroecologia por que não soube trabalhar direito.

Isso era outra coisa que a gente ouvia a visão que se tinha e que agora sim ele iam quebrar mesmo que ainda coma tecnologia com a adubação química não conseguiram se viabilizar com isso era pior ainda.

Mas do outro lado teve gente que disse que o CAPA veio aqui pra acabar com a fumicultura isso é um perigo, nós com o tamanho que tínhamos e teve leitura de que a gente era uma ameaça para a fumicultura.”

Entrevistas realizadas entre abril e setembro de 2009 com representantes do CAPA, Sr. Jaime Webber e Sr. Sighard Hermany.

3.4 - Relação com as fumageiras

Segundo as entrevistas feitas, o principal problema com as fumageiras foi a sua resistência num primeiro momento, sendo que isto pode ser notado na fala de um dos agentes do CAPA que estava desde o início das atividades na região:

“No inicio com muita resistência, as pessoas de campo das fumageiras faziam uma oposição ao CAPA. Realmente eles faziam esta leitura que o CAPA vem complicar a vida da fumicultura, que em si nem era nossa pretensão, nós sabíamos que com nosso tamanho, a preposição era de alternativa. Desde aquela época o CAPA vem com esta proposta de alternativa tecnológica como da produção e organização comunitária. E isso para algumas fumageiras era visto, mas pelo pessoal de campo era visto como uma ameaça. O CAPA ia propor uma alternativa ao fumo e ai o

agricultor vendo que a agricultura estava em crise dizia ao orientador: “esse negocio de fumo eu vou fazer outra coisa agora vou para de usar o veneno, vocês estão nos envenenando” o agricultora também começa a dizer isso, então por parte do pessoal de campo houve uma contraposição, uma resistência que poderia representar uma ameaça”.

Entrevistas realizadas entre abril e setembro de 2009 com representantes do CAPA, Sr. Jaime Webber e Sr. Sighard Hermany.

3.5- Comercialização

Como demonstram Meirelles (2001), Schimitt (2002), Storch *et al.* (2004), Schultz (2007) e Lovato (2007), a questão que envolve a constituição do mercado para a comercialização de produtos ecológicos é um dos principais problemas enfrentados pela produção de base ecológica.

No caso da experiência do CAPA, este problema estava principalmente localizado na estrutura existente na região toda voltada à comercialização do fumo, inexistindo uma alternativa de comercialização para os produtos produzidos de forma alternativa. Inicialmente, para resolver este problema, a venda dos produtos oriundos desta agricultura alternativa foi oferecida a algumas creches da região para uso na merenda escolar.

Além disso, como demonstram Costabeber (1998), Meirelles (2001), Storch *et al.* (2004), Schultz(2007) e Lovato (2007), a alternativa encontrada foi através de uma feira realizada num local cedido pela Igreja Luterana em Santa Cruz do Sul onde eram comercializados hortigranjeiros, arroz, feijão e outros produtos não perecíveis.

De acordo com estudos de Meirelles (2001) e Silveira (2010), fica evidenciado que a estrutura de feira não comporta o escoamento da totalidade da produção, fato evidenciado pela experiência do CAPA. Devido a isso, foi fundada no ano de 2000 a Cooperativa ECOVALE com o objetivo de encontrar alternativas de comercialização, tais como os circuitos curtos e mercados institucionais para a venda do excedente que sobrava da venda nas feiras. Atualmente, o CAPA trabalha com vários canais de comercialização: feiras,

venda a mercados locais, merenda escolar e convênios com outras cooperativas. Cabe acrescentar que a ECOVALE conta com uma ampla diversidade de produtos: hortifrutigranjeiros, arroz, erva-mate, mel, derivados de cana-de-açúcar, cereais, bolachas, sucos e conservas.

Abaixo, transcrição das entrevistas sobre como se deu o início da comercialização até a formação da ECOVALE:

“O trabalho da comercialização começa como apoio a diversos grupos que se formaram que apresentaram para o CAPA o desafio de escoar esta produção.

A comercialização era um grande gargalo quem tinha, pois a comercialização era estruturada para a fumicultura as outras atividades não, a não ser uma ou outra de maior expressão, mas que não contemplava a agricultura familiar.

Então também se apresentava para o CAPA a questão da comercialização, ai se faz diferentes ensaios em 1986, nossos primeiros ensaios aqui na região foram com as creches, as primeiras foram de oferecer alimento para as crianças, um grupo de agricultores apoiados pelo CAPA se organiza e leva estes produtos para as creches do município de Santa Cruz do Sul.

Era um período que a fumicultura estava em crise, ai o CAPA e chamado pra cá para atuar e ai se evolui toda a historia do CAPA aqui na região, ai se forma uma grande associação que depois também entra e crise devido à fumicultura que volta com força, se dá um refluxo e ai se retoma isso nos anos 90 quando começa de novo a fumicultura a dar sinais de problema.

Ai se retoma esta comercialização com um espaço colocado a disposição num primeiro momento um entreposto, o agricultor trazia produtos menos perecíveis e ai volta à disposição deles fazerem os hortigranjeiros, que esta muito colocado a proposta da agroecologia porque e mais fácil mais rápido, e ai que acontece de novo a demanda por espaço de comercialização, mas ai a historia das escolas já tinha ido porque ai a prefeitura já tinha estruturado uma produção própria, ai tinha que começar de novo fazer licitação.

Então no início o CAPA consegue um espaço, um entreposto de comercialização para os agricultores surgem associações que foram, e uma dessas associações da o espaço para o abrigo do local de comercialização, mas este entreposto não contemplava a comercialização dos hortigranjeiros que eram mais perecíveis e ai se volta à questão de como viabilizar a questão de comercialização dos hortigranjeiros e começa a discussão em torno das feiras. O próprio agricultor queria comercializar o se produto

diretamente com o consumidor. De novo o CAPA ajuda com o espaço de comercialização, um galpão e se começa o processo de feira.

Começa ai pra nos a historia da feira, o espaço de feira, feira em grupo e tal e isso vai ate 1998, ai as feiras começam a mostrar seus tetos e seus limites porque alem dos hortigranjeiros tinha arroz, feijão estas coisas produtos não perecíveis que demandavam um outro espaço de comercialização.

Então a partir de 1999 começa toda a discussão de que estrutura jurídica ia se tiver para abrigar este desafio da comercialização, ai se vai para a fundação da Cooperativa pra este espaço de comercialização, e mais ou menos esta linha que nos acompanha aqui”

Entrevistas realizadas entre abril e setembro de 2009 com representantes do CAPA, Sr. Jaime Webber e Sr. Sighard Hermany.

3.6– Feiras e Cooperativas

A feira tem uma importância muito grande dentro do trabalho do CAPA. Foi o primeiro canal de comercialização dos grupos, sendo que depois, por excesso de produção já que a feira não era capaz de escoar a sua totalidade, foi iniciado um processo para escolha da forma jurídica a ser usada. A opção escolhida foi a cooperativa, embora os agricultores a principio, tinham receio em trabalhar com ela porque tiveram experiências mal sucedidas no passado.

Abaixo, transcrição de entrevista com os agentes do CAPA sobre as feiras e a cooperativa:

”A comercialização nas feiras tem limites assim não tinha espaço. Assim como a comercialização comunitária sempre foi um elemento importante para o trabalho do CAPA todo o processo de feira era grupal, não era uma comercialização individualizada, os grupos se organização no transporte e nas famílias que iriam vir comercializar não vinha todas as famílias fazer a comercialização, entre as famílias se escolhi um e as famílias vinham em forma de rodízio fazer a feira, para acompanhar o processo de comercialização, mas as feiras não davam escoamento para toda a produção existente, demandavam um outro espaço de comercialização mais permanente.

Ai neste contexto começa a se discutir qual o melhor forma jurídica de se abrigar esta forma de comercialização mais abrangente, tínhamos uma associação, mas comercialmente a principio não deve operar, esta associação que operam de forma comercial operam de forma precária então se recomeçou todo o processo de discussão, de qual a melhor forma jurídica de se atuar de se abrigar toda esta proposta para comercialização se leva mais ou menos um ano de debate entre microempresa, empresa de pequeno porte e cooperativa, cabe destacar no meio aqui que a proposta de cooperativa tinha um desgaste na região, tinha histórico de cooperativas que tiveram dificuldades, outras que por falta de capacidade administrativa não tiveram sucesso tiveram insucesso.

A palavra cooperativa suava meio que desconfiança, mas neste processo todo de discussão que o problema não é a palavra, mas a execução, e começou a se ver ainda assim que a forma de cooperativa que dava mais participação democrática dos agricultores em todo o processo, que preservava a questão no INSS, e também se tinha alguma expectativa de benefício fiscal que as cooperativas pudessem ter e depois isso não veio ser confirmar, mas a participação democrática estava assegurada, a origem das organizações comunitárias poderiam ser preservadas dentro da cooperativa tanto é que a cooperativa tem a estrutura em forma de núcleos já para preservar deste a sua origem os grupos, os diversos grupos nas comunidades passam a ser núcleos da cooperativa e em 2000 se opta então pela fundação da cooperativa a ECOVALE que vem dar esta estrutura à comercialização e ai também se abre um espaço melhor estruturado uma loja de seus associados em Santa Cruz e as feiras junto”.

Entrevistas realizadas entre abril e setembro de 2009 com representantes do CAPA, Sr. Jaime Webber e Sr. Sighard Hermany.

3.7 - Organização dos agricultores

Uma das semelhanças nas experiências estudadas é no que diz respeito à forma de organização dos agricultores, em ambas se dando através de uma forma coletiva.

O principal problema em se trabalhar de forma comunitária que teve que ser enfrentado pelo CAPA é que os agricultores vinham de um modelo de

agricultura que era praticado individualmente, não tendo nenhuma experiência de trabalho em grupo. No entanto, com o tempo estes problemas foram encaminhados de modo positivo.

Atualmente o CAPA atua através de diversas formas de organização comunitária, desde aquelas que ainda se encontram em um estágio bastante embrionário - ainda não conseguiram formar uma associação e dependem de um técnico do centro para auxiliar na sua organização - até aquelas que já se constituem em associações e nestas a função do técnico é de assessorar nas questões de produção e comercialização. No tocante à cooperativa, o CAPA não interfere em seu funcionamento, cabendo-lhe as funções de assessoria técnica, contábil e de órgão consultivo dos associados.

Abaixo, trecho de entrevista sobre a metodologia usada junto aos agricultores:

“A metodologia que é utilizada e própria do CAPA em que se trabalha a organização, produção, beneficiamento e comercialização.

A organização na área econômica é mais complicada quando se vai para um diálogo com os agricultores aí a gente fala que trabalha de forma associativa para o agricultor ter mais força.

Hoje a gente tem vários estágios de organização comunitária, temos os grupos informais são grupos que se encontram mês a mês com ou sem a presença do técnico em geral o técnico vai para prestar informações sobre a parte técnica e a parte organizativa do próprio grupo se estimula que sejam de responsabilidade deles tem grupos mais avançados nisso outros não. Depois temos associações que um estágio mais avançado de organização, mas que não cumprem papel de comercialização estas tem um grau de autonomia bem maior caminham meio que por sua própria conta o técnico do CAPA participa da reunião, mas quem comanda são os próprios agricultores e depois a cooperativa que é o estágio mais avançado e que responde aos desafios da comercialização e também das agroindústrias, ela é autônoma e feita pelos próprios agricultores, mas a assessoria técnica é feita pelo CAPA pelas exigências legais.

A assessoria entra pra explicar o que é carga tributária o que é custo de manutenção, o técnico tem um papel muito forte, e ela ajuda o conselho na tomada de decisões.

Este processo de autonomia ele também é uma construção porque o agricultor estava acostumado como o modo que era feito pelas fumageiras,

que às vezes o processo de autonomia pressupõe responsabilidade e de contrariar interesses e aí a carga é mais pesada, o próprio agricultor muitas vezes sofre que ele tem uma pressão e aí ele se encontra com a realidade do mercado e tem que tomar uma decisão sobre a cooperativa”.

Entrevistas realizadas entre abril e setembro de 2009 com representantes do CAPA, Sr. Jaime Webber e Sr. Sighard Hermany.

3.8 - Comercialização atual: feira e cooperativa

A estratégia de comercialização do CAPA objetiva atingir o máximo de canais de comercialização, desde as feiras até os canais curtos e os mercados institucionais. O interesse do centro pela comercialização em feiras fundamenta-se em uma questão doutrinária, já que é o único canal em que ocorre um contato direto entre o agricultor e o consumidor. Entretanto, como demonstram estudos de Schmitt (2002) e Schultz (2007), as feiras estão perdendo o espaço como única forma de comercialização de produtos ecológicos por não conseguirem escoar toda a produção dos agricultores.

Em Santa Cruz do Sul as feiras são realizadas nas manhãs das quintas-feiras e dos sábados e às terças-feiras à tarde. Em Venâncio Aires ocorrem às terças-feiras e aos sábados sempre pela manhã, no Passo do Sobrado às sextas-feiras pela manhã e em Cachoeira do Sul aos sábados também pela manhã. Cabe registrar que as feiras de Santa Cruz do Sul e Venâncio Aires estão ligadas à ECOVALE.

Nas feiras sobressai a comercialização de hortigranjeiros enquanto os demais produtos são vendidos principalmente nos demais canais de comercialização.

A ECOVALE trabalha com a venda de arroz, diversos tipos de feijão, açúcar mascavo, mel, erva-mate, gergelim, bolachas, hortifrutigranjeiros, entre outros. Comercializa seus próprios produtos tanto em uma loja própria no município de Santa Cruz do Sul, como na rede local de supermercados, nos mercados da cooperativa Languiru e também nos mercados institucionais representados pelas prefeituras da região, sendo que estes últimos constituem-se no seu alvo principal para o aumento de suas vendas.

3.8.1 – Feira

A feira é um local para a venda de produtos menos perecíveis (hortigranjeiros) e serve como forma de contato direto entre o agricultor e o consumidor. Cada grupo tem o seu local e cada vez um agricultor deste grupo traz o produtos dos demais para a comercialização. Algumas destas feiras são vinculadas a ECOVALE.

Abaixo, descrição de como é realizada a comercialização nas feiras e sua importância junto aos agricultores:

“E ai se começa a comercialização dos menos perecíveis vão obedecer ao fluxo da loja e de toda a estrutura da cooperativa, mas o processo de comercialização em feira é preservado porque tem dado um boa resposta, é um bom espaço de comercialização para o agricultor, tem aquele aspecto de encontro entre o agricultor e o consumidor que é uma coisa valiosa e também para o hortigranjeiro é melhor, então a cooperativa preservou as feiras.

E as relações com as feiras é que ela cedeu espaço, e ai o associado contribui sobre o uso do espaço, mas a comercialização com hortigranjeiros é direta e os demais produtos seguem o fluxo de comercialização dentro da cooperativa com toda a documentação fiscal é feita e as margens necessárias para manter a cooperativa.

A questão das feiras continuarem funcionando em grupos não vem todas as famílias tem uma pessoa de referencia no grupo que faz o transporte que acompanha todas as feiras e as famílias acompanham a feira num processo de rodízio isso continua isso é uma orientação do CAPA, que a ECOVALE assumiu e continua com isso, e tem toda uma orientação que se pratique o preço único e se tem uma tabela de preços que todos os grupos respeitem esta tabela, isso não funciona sempre 100% mas a dinâmica da tabela ainda funciona bem e esta competição inter ela é mínima

Existem feiras dentro e fora da cooperativa, tem grupos mais distantes que só trabalham com hortigranjeiros e estes atuam basicamente em feiras e este grupos não estão associados à ECOVALE, então tem estes grupos que o CAPA apóia que ainda não estão dentro da cooperativa que fazem as suas feiras.

E a dinâmica das feiras é assim temos feiras pela manha bem cedo como de costume no caso de Santa Cruz do Sul é na quinta e no sábado e tem uma na terça a tarde, em Venâncio Aires ela funciona nas terças e sábados

sempre pela manhã e passo do Sobrado é nas sextas também pela manhã e Cachoeira é sábado pela manhã.

As que estão vinculadas a ECOVALE são as de Santa Cruz e Venâncio Aires e depois são grupos que tem sua própria organização e as feiras respondem por toda a comercialização, no caso de Passo do Sobrado eles estão entrando na merenda escolar.

As feiras tem um espaço importante sim, mas também tem um limite e aquela dinâmica de alguns agricultores querem se apropriar deste espaço, que este é um espaço coletivo.

Como a gente trabalha com agroecologia tem um controle rigoroso quanto à procedência do produto então só vem produto de produtor de dentro do grupo é feito um controle forte de que não se traga produto de terceiros, só de quem esta participando do grupo, mas entre os grupos às vezes tem umas crisezinhas, mas nada que ameace”.

Entrevistas realizadas entre abril e setembro de 2009 com representantes do CAPA, Sr. Jaime Webber e Sr. Sighard Hermany.

3.8.2 – Cooperativa

A ECOVALE surge como forma de comercializar o excedente das feiras. Primeiro através de uma loja na cidade de Santa Cruz do Sul que servia de entreposto, depois os produtos também vão para parceiros dentro da REDE ECOVIDA e para a alimentação escolar.

Abaixo, relato sobre como se deu a formação da Cooperativa desde sua criação:

“A cooperativa é criada no momento que se vê que só as feiras não davam respostas suficiente para escoar toda a produção então se busca qual a melhor forma de fazer este outro tipo de comercialização.

O primeiro passo da cooperativa é ampliar o espaço de comercialização em Santa Cruz através de uma loja e através do CAPA que doa o prédio ai ela abre uma loja e transforma o entreposto que existia antes em uma lojinha de produtos orgânicos e isso por bastante tempo é o principal canal de comercialização da cooperativa, mas aos poucos ela também vai procurando parcerias com outras organizações da agricultura

principalmente vinculadas a rede ECOVIDA e vai oferecendo estes produtos as suas parceiras e vai trazendo também para dentro da loja produtos destas, então buscado este espaço além disso começa a aparecer à demanda de pequenas lojinhas de produtos ecológicos ou às vezes diversificados então esta parceria com pequenos estabelecimentos em outras cidades em Porto alegre, região do litoral também no Paraná até no RJ se teve algumas parcerias.

Então a ECOVALE vai buscando ampliar seu espaço de comercialização e também e pioneira aqui na região com o município de Vera Cruz de colocar alimento para as escolas de educação infantil ai já participando do processo de licitação da merenda no momento que a ECOVALE tem um produto de qualidade para oferecer para as escolas e do outro lado a percepção política da administração municipal de ver que um produto produzido ecologicamente é melhor para as crianças e cria dentro do processo de licitação um item que chama de produto ecológico.

Agora com esta lei que esta entrando de 30% das compras ser da agricultura familiar isso pra ECOVALE vem reforçar o espaço dentro da nossa historia sempre foi um foco importante as merendas escolares e atualmente se fornece para o município de Teotonia e para Vale do Sol ainda dentro do espaço licitatório e vamos se estruturar para a realidade desta nova lei”.

Entrevistas realizadas entre abril e setembro de 2009 com representantes do CAPA, Sr. Jaime Webber e Sr. Sighard Hermany.

3.9 - Relação com o mercado

Desde o seu início, a experiência do CAPA sempre evitou trabalhar em circuitos longos de comercialização. A ECOVALE tem como uma das suas estratégias trabalhar somente em canais curtos de comercialização procurando parcerias com mercados e lojas de inserção local, dentro do propósito de fortalecimento das redes locais de comercialização, a partir de uma visão de economia solidária e comércio justo. E isto tem levado a cooperativa a obter muito sucesso, pois os seus produtos são bastante aceitos pelos supermercadistas locais que veem na compra dos produtos oriundos da região do Vale do Rio Pardo uma estratégia de marketing para as suas empresas.

Outro canal de comercialização dos produtos da ECOVALE é o representado pelos mercados da Cooperativa LANGUIRU.

Abaixo, transcrição de como é a relação do CAPA com o mercado:

“Isso tem diferentes motivos para esta relação, primeiro uma procura não houve por parte de supermercados nem de parte a parte assim, não houve nem demanda e não interesse da ECOVALE.

Por parte da ECOVALE por alguns receios, pelo fato de estar dentro da região da fumicultura a ampliação de sua produção também e muito lenta, a adesão de novos associados e dos próprios associados não ampliarem seu volume de produção, hoje a ECOVALE tem um diversidade bem grande de produto, mas tudo de pequeno volume então isso para entrar nos supermercados tem limitações.

Mas por outro lado a estratégia da ECOVALE e procurar parcerias com mercados e lojas de inserção local pensando no fortalecimento de redes locais de comercialização e não as grandes redes dentro de uma visão de economia solidaria e comercia justo. O supermercadista local entende a valorização da economia local e às vezes e uma própria estratégia destes supermercados de ser produto da nossa região de valorizá-lo, então a ECOVALE entra com alguns produtos que ela já tem de maior volume, além disso no Vale do Taquari a ECOVALE tem uma parceria com a Cooperativa LANGUIRU.

O que fez conseguir esta parceria é a relação de duas cooperativas de tamanhos totalmente diferentes, mas a percepção da LANGIRU de levar para dentro produto ecológico orgânico nesta região a ECOVALE entra em dois supermercados que na sua região são os maiores, mas são do município da organização dos agricultores e abriram espaço para a ECOVALE e tem um espaço específico uma gôndola com destaque de produtos da ECOVALE.

A ECOVALE se vê na obrigação de crescer porque assim para sustentar a estrutura que ela tem, inclusive hoje ela tem que atuar com funcionários e tem uma estrutura para manter, tem uma marca, tem uma serie de custos ela se vê na obrigação de ampliar seu movimento senão ela não se viabiliza, mas do outro lado esta a dificuldade da expansão de produção aqui”

Entrevistas realizadas entre abril e setembro de 2009 com representantes do CAPA, Sr. Jaime Webber e Sr. Sighard Hermany.

3.10 - Problemas atuais

Uma das principais dificuldades encontradas pelo CAPA situa-se no fato de que atua numa região onde toda a estrutura da produção e da comercialização está organizada em função da produção de fumo, o que dificulta a ampliação da área destinada à produção de produtos ecológicos, com reflexo na sua evolução que tem sido lenta e gradual. Este pequeno volume de produção tem limitado a sua entrada em supermercados em virtude das dificuldades de competir em preços com os concorrentes. Além disso, ainda é fraca a conscientização do consumidor em relação às vantagens do consumo de alimentos produzidos ecologicamente. Outro ponto de estrangulamento é o representado pela questão tributária, já que o ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços) incidente sobre a ECOVALE é muito alto.

Abaixo, transcrição dos principais problemas que o CAPA têm enfrentado atualmente:

“A questão do preço e uma questão importante de um lado a gente tem esta coisa de não elitizar o produto deveria ter acesso a população, mas como é um produção de menor volume é mais trabalhosa e então o agricultor precisa de uma remuneração melhor querendo ou não ele tem um preço diferenciado a ECOVALE não consegue competir com preços de supermercados são pequenos volumes e uma diversidade muito grande.

Mas para o consumidor não esta tão em vista assim tem aquele consumidor que sabe que aquele produto traz vantagem a saúde e economiza de outra parte, mas a grande massa consumidora não tem esta visão tão clara.

Outro ponto de estrangulamento que pesa um monte é a questão tributaria, a carga tributaria dos impostos estaduais do ICMS quando do início se pensava em se ter vantagens tributarias a nível federal sim, mas no estadual não principalmente ICMS porque elas não entram no simples ela legislação que elas fazem parte e grande parte dos produtos da ECOVALE

tem não fazem parte da cesta básica que tem uma redução tributaria e estes produtos típicos da agricultura colonial não estão dentro e tem uma carga tributaria alta e isso ajuda a encarecer os preços e pela característica da cooperativa e o pequeno volume perda a competitividade”.

Entrevistas realizadas entre abril e setembro de 2009 com representantes do CAPA, Sr. Jaime Webber e Sr. Sighard Hermany.

3.11 - Legislação

O impacto da nova legislação voltada aos produtos orgânicos sobre a associação/cooperativa/rede para o CAPA tem representado mais um peso para os agricultores familiares em decorrência das novas exigências burocrático-legais. Todo o processo produtivo e de comercialização tem que ser adaptado a este novo contexto institucional, além do investimento necessário para a construção de barreiras fitossanitárias, cruciais para evitar que os agrotóxicos usados na produção de fumo contaminem a produção ecológica, pois na região de atuação do CAPA predomina a agricultura familiar, caracterizada pela grande proximidade entre as propriedades. A essa situação se soma a questão do custo de manter-se a documentação para o uso do selo que garante que o produto é orgânico, cabendo notar que no caso das feiras não há necessidade de certificação dos produtos ecológicos por parte do MAPA. Já no caso da ECOVIDA a certificação é feita pela própria ECOVIDA.

Abaixo, transcrição sobre os efeitos da legislação sobre a comercialização efetuada pelo CAPA:

“Por um lado ela representa mais um peso pros agricultores familiares inseridos na nossa região aqui, à medida que tem uma grande exigência burocrática de documentar tudo, todo o processo produtivo e algumas exigências a mais de adequação ou adaptação do contexto em que a gente esta inserido tem que investir mais em barreiras por a gente estar no meio de uma região onde predomina a cultura do tabaco e a utilização de agrotóxicos e muito grande e como aqui o que predomina é a agricultura familiar a propriedades estão muito próximas, então este processo de

isolamento vai mais investimento não que até hoje a gente não tenha feito, praticado o isolamento, mas vamos ter que aprimorar isso, mas o pedaço maior é de manter a documentação, que a produção a gente desde o início tem mantido pelos próprios agricultores de não usar venenos, mas vai ter que documentar isso. A nossa articulação hoje é com a ECOVIDA pela ligação que temos.

Nas feiras não há a necessidade de selo devido ao reconhecimento que a ECOVALE tem o respaldo do CAPA devido à credibilidade então isso funcionou até hoje, o selo o controle interno nos próprios grupos faz parte do trabalho do CAPA, os próprios grupos são responsáveis pelo controle pela credibilidade de manter o controle de que ele manda para o consumidor já tivemos problemas com algumas pessoas que quando são identificados são excluídos”.

Entrevistas realizadas entre abril e setembro de 2009 com representantes do CAPA, Sr. Jaime Webber e Sr. Sighard Hermany.

CAPITULO 4

ASSOCIAÇÃO DOS AGRICULTORES ECOLOGISTAS DE IPÊ E ANTONIO PRADO (AECIA)

4.1 - Histórico da Experiência

A AECIA teve sua formação ligada à Comissão Pastoral da Terra (CPT) e ao Centro Ecológico IPÊ (RS) através da iniciativa de algumas pessoas que passaram a adotar uma agricultura alternativa ao modelo da agricultura convencional anteriormente existente na região.

Diferentemente da experiência do CAPA, que estava ligada a agricultores que trabalhavam com fumo, os agricultores da AECIA já tinham nas suas propriedades uma produção diversificada, particularmente uva e hortigranjeiros. Neste caso, a opção pela agricultura alternativa resultou da experiência acumulada de alguns agricultores de que a agricultura que praticavam não era sustentável economicamente e também danosa para a saúde, tanto para o agricultor e o consumidor como para a natureza devido ao uso na sua produção de todo o tipo de agroquímicos. Por esse motivo e com a

ajuda de profissionais, foi buscada uma nova agricultura que respeitasse tanto o agricultor quanto o consumidor e a natureza.

Abaixo, transcrição da entrevista sobre o histórico de formação da AECIA:

“O surgimento se deu por volta de 1988, o primeiro movimento da agricultura ecológica foi através da pastoral da igreja católica (pastoral da juventude) e mais o Centro Ecológico instalado no município de Ipê através da pessoa da Marisa Guazelli que teve as primeiras ideias, pois ela tinha experiência com Europa, Estados Unidos países mais avançados que tinha uma tendência de mudança na forma de agricultura, que o modelo da agricultura convencional ele estava mostrando bastante impactos negativos e daí através do grupo de jovens que foram as primeiras experiências feitas. O primeiro grupo começou com 4 a 5 famílias, todos eles da pastoral da juventude e formaram uma associação em 1988 para 1989 e esta associação tinha base técnica do centro ecológico através da Marisa e depois do Laércio Meireles logo em seguida. Então a formação da associação foi pela essa base dos princípios ecológicos vindo do conhecimento destas pessoas e mais muita vontade do padre Skil que coordenava a pastoral aqui no município. Na verdade juntamos aqui os integrantes de Antônio Prado e Ipê que foi formada a associação com esta visão já ecológica.

A produção era bastante diversificada era basicamente frutas e verduras a maioria, então os que tinham afinidade já foram os primeiros a mudar, os que tinham uma simpatia por um agricultura ecológica, uma agricultura mais saudável não aquela que estava sendo utilizada até então com bastante venenos, defensivos, os pesticidas e isso refletiu em várias intoxicações, problemas de saúde e fora a questão ética também estar produzindo um alimento que passando veneno e depois alguém vai consumir aquilo, e em muitos casos alguns produtores tem esta prática até hoje de fazer um cultivo na área grande para vender e uma menorzinha lá no canto para consumo próprio pra a família então isso é uma coisa que não tem muita ética, o valor comercial do produto está acima dos outros, da saúde.

A maioria dos agricultores continuou com a mesma só fez a transição, até por que mais fácil, pra quem tem o conhecimento em determinada cultura e mais fácil de fazer a transição e continuar naquela cultura de forma ecológica, depois que veio as frutas, incrementamos mais variedades, e diversificamos mais a propriedade mais em função das feiras que começamos depois a levar”.

Transcrição de entrevistas realizadas entre abril e setembro de 2009 com fundadores e funcionários da AECIA e COOPAECIA Sr. Gilmar Bellé, Sra. Luciane de Boni, Sra. Eneida Zulian, Sr. Valdecir Camatti.

4.2 - Decisão pela agricultura ecológica

A escolha dos agricultores da AECIA, diferentemente da experiência do CAPA, foi motivada porque estes queriam encontrar uma alternativa ao modelo de agricultura a que estavam vinculados. Através da ajuda da CPT e do Centro Ecológico Ipê, a escolha deu-se por uma agricultura de base ecológica que estava de acordo com os princípios destes agricultores, baseados num tipo de produção direcionado à sustentabilidade socioeconômica dos produtores, à sustentabilidade dos recursos naturais e à saúde dos agricultores e consumidores.

4.3 - Problemas enfrentados

Por outro lado, o principal problema enfrentado pela AECIA no seu início foi em relação à comercialização dos produtos, pois não possuíam um local para a venda de sua produção. Neste momento a ajuda do Centro Ecológico Ipê (CEI) foi muito importante, tendo conseguido um ponto para comercialização na Feira Ecológica administrada pela Coolmeia que era realizada em Porto Alegre. Outro problema que a AECIA enfrentou nesta época foi relacionado à assistência técnica, já que naquela época a EMATER não acreditava que uma agricultura ecológica fosse possível. Este problema foi sanado através dos técnicos do CEI que deram o suporte necessário aos agricultores.

Abaixo, transcrição da entrevistas sobre os problemas enfrentados:

“Um do problemas foi o espaço de comercialização que o local aqui foi tentado negociar com o poder público municipal e foi negado um espaço de comercialização então o espaço que seria para um feira livre não foi dado, a própria assistência técnica da Emater criticava que isso era um absurdo que era uma loucura então estes dois aspectos foram totalmente negados e

tivemos que procurar fora, um foi o Centro Ecológico que dava assistência técnica era uma ONG que não tinha recursos públicos, no início ela tinha recursos externos e a comercialização se buscou, no início foi através da feira de porto alegre, a primeira foi à feira ecológica da COOLMEIA, a COOLMEIA tinha os princípios ecológicos e se juntou com os nossos princípios daqui então inicialmente a feira era mensal, ela deu um bom resultado passou a ser quinzenal e pouco tempo era semanal e a COOLMEIA também absorvia produtos no entreposto, na loja que ela tinha então a gente colocava os produtos na feira e no entreposto.

Então foi aberto um espaço pra feira de produtos ecológicos, mas a gente nem participa mais porque a gente já tinha procurado outros espaço. O que a gente tem tentou aqui a nível local foi um ponto fixo, a gente adquiriu uma loja para oferecer produtos, mas ficou um tempo e depois desistimos”.

Transcrição de entrevistas realizadas entre abril e setembro de 2009 com fundadores e funcionários da AECIA e COOPAECIA Sr. Gilmar Bellé, Sra. Luciane de Boni, Sra. Eneida Zulian, Sr. Valdecir Camatti.

4. 4 - Comercialização

A experiência da AECIA começou inicialmente com a comercialização de seus produtos na Feira da Agricultura Ecológica (FAE) administrada pela Coolmeia em Porto Alegre. Através desta comercialização, começaram a surgir outros canais de comercialização no estado através de lojas macrobióticas.

O ano de 1992 foi muito importante para a AECIA, quando surgiu a oportunidade de fazer uma feira no Estado de São Paulo, através de um convite da Associação Agricultura Orgânica (AAO), abrindo-se então um mercado fora do Rio Grande do Sul, sendo que esta comercialização era feita através de um representante.

Naquela época também começa a industrialização de alguns produtos, principalmente sucos de uva, amora, framboesa, maçã e pêsego. Isto ocorreu porque a produção *in natura* era maior do que a demanda na região, muitas vezes obrigando a venda do produto no mercado convencional, o que trazia desvantagens financeiras para os agricultores em virtude da diferença de

preços entre os produtos convencionais e os ecológicos. Então, com a industrialização destes produtos, além da vantagem representada pela agregação de valor, não se teria mais que vendê-los como convencionais ou até mesmo perdê-los devido à perda de seus prazos de validade.

Com o sucesso de venda desses produtos industrializados, aumentou a sua diversificação, passando também a incorporar extratos e doces. Estes produtos, além de serem vendidos na FAE, também passaram a ser comercializados nos estados de São Paulo (AAO) e Rio de Janeiro (Cooperativa de Produtores de Alimentos Naturais (COONATUR)).

Diferentemente da experiência do CAPA que trabalhava com a comercialização em circuitos curtos, a AECIA procurou também trabalhar com os circuitos longos de comercialização através dos chamados representantes. Como a venda de produtos industrializados para fora do estado exigia o CNPJ (Cadastro Nacional Pessoa Jurídica), foi criada uma cooperativa para atender a esta exigência legal.

Os produtos comercializados pela COOPAECIA são os seguintes: sucos integrais de uva, amora, tomate, maçã e maracujá; néctares de maracujá, uva, pêssigo, amora, framboesa, maçã e goiaba; molho e extrato de tomate; doce de amora; amora em calda; conserva de pepino; geléia de maçã; uva-passa sem açúcar; banana-passa e tomate seco. Em relação à produção, atualmente as 4 (quatro) unidades desta cooperativa apresentam registro sanitário e uma capacidade instalada de processamento de 100.000 kg de uva/unidade, com o processamento em média de 50.000 kg de uva/unidade/ano.

A partir de 2007, teve início a comercialização através da rede Pão-de-Açúcar, destinando-se 50% da produção de 2008 para as suas lojas. Esta relação com o grupo Pão-de-Açúcar é avaliada como muito importante, considerando-se o grande volume comercializado, o que compensa o desconto de 14% no preço de entrega. As entregas são mensais e o pagamento com prazo de 50 dias, o que é considerado normal em transações com supermercados.

Abaixo, transcrição das entrevistas sobre a comercialização da AECIA:

“Nos primeiros anos foi só a COOLMEIA e começamos a começamos a aparecer outras lojas macrobióticas, mas mais a nível estadual, a gente

acabava fornecendo produtos para os outros até que foi 1992 teve um encontro com o pessoal da AAO de São Paulo, eles fizeram uma visita para nós para conhecer nossa experiência, nosso trabalho aqui e aí a gente foi pra La a convite deles para fazer uma feira em 1992 à gente foi pra La com um caminhão carregado de produtos e com isso a gente conseguiu fazer uma abertura de mercado lá em São Paulo, a gente conseguiu um representante e aí o produto que a gente oferecia aqui no estado também teria que oferecer para fora do estado também, nesta época também em 1992 a gente teve experiência com a industrialização dos produtos principalmente suco de uva, amora, framboesa, maçã, pêssego as frutas que a gente tava tendo aqui e a gente não conseguiu comercializar no início a gente não conseguiu vender in natura uma parte a gente vendia na feira, mas a outra teria que ir pro mercado convencional, então foi uma idéia que surgiu então porque a gente não agrega algum valor e poderíamos estender a validade por um prazo maior, então toda aquela uva que era vendida para o mercado convencional foi industrializada aqui e vendida em forma de suco e depois vieram outros produtos extrato, doces e estes produtos foram mais fáceis de mandar para fora do estado, aí com a representação a gente começou a vender este produtos lá pra São Paulo principalmente, depois tinha a própria COOLMEIA que tinha uma parceria com a CONATURA do Rio de Janeiro e era um mercado bem forte na veia natural e a gente se apoiou La também a gente fez os alicerces através da COOLMEIA, em SP através da representação da AAO na feira da Água Branca e depois o representante fazia a distribuição em SP, e mais o RJ através da CONATURA que começou a espalhar focos espalhando nosso produto E com isso a gente começou a notar que o produto in natura que a gente começou a processar teve uma boa aceitação, a aceitabilidade muito boa, e aí a gente passou antes a gente só industrializava nosso excedente e aí começamos a produzir em função de industrializar também, aí começamos ir a traz pra legalizar, porque no principio era despadronizado nós criamos um sistema de suco que era um sistema tecnologicamente diferente que podia ser adaptado a pequenas quantidades, e deixava uma qualidade melhor que o convencional, era um sistema antigo meio que abandonado e a Marisa e o pessoal da UFRGS juntamente com nos utilizamos ele. Ele mantém as características da uva, é de fácil manejo, pode ser qualquer quantidade”.

Transcrição de entrevistas realizadas entre abril e setembro de 2009 com fundadores e funcionários da AECIA e COOPAECIA Sr. Gilmar Bellé, Sra. Luciane de Boni, Sra. Eneida Zulian, Sr. Valdecir Camatti.

4.5 - Agroindústria

A seguir trechos da transcrição das entrevista realizadas entre abril e setembro de 2009 com fundadores e funcionários da AECIA e COOPAECIA Sr. Gilmar Bellé, Sra. Luciane de Boni, Sra. Eneida Zulian, Sr. Valdecir Camatti

“No início a gente tinha legalizado apenas uma, as pessoas faziam nas casas em espaços adequados dentro das normas e tal, então esta servia de guarda-chuva das outras, e hoje a gente já passou por esta fase ai a gente tem 5 agroindústrias registradas que são da cooperativa, a cooperativa detém a marca, os registros, a assistência técnica, tem tudo e a propriedade da unidade e dos agricultores pode ser individual ou coletivo, não faz parte do bem da cooperativa. A estrutura material marca registro e tudo da cooperativa

A comercialização destas agroindústrias é centrada aqui na cooperativa, a família produz, nos enviamos a única coisa que esta livre pra comercialização são as feiras, mas diretamente para o mercado e atacado é da cooperativa.

Mas mesmo assim o que ele vender na feira passa por aqui a gente tem um caminhão que faz a feira de Porto Alegre todo sábado ele vai, ai tem um fundo de vendas que ele paga que é de 12% do valor das vendas vai para este fundo que e para a associação, tem uma conta da associação que recebe isso, então a associação paga o caminhão (motorista), as despesas e daí estes 12% é para os custos do caminhão, salário”.

4.6 - Feira

De acordo com a transcrição de entrevista realizada entre abril e setembro de 2009 com fundadores e funcionários da AECIA e COOPAECIA, Sr. Gilmar Bellé (fundador), Sra. Luciane de Boni (funcionária), Sra. Eneida Zulian (funcionária) e Sr. Valdecir Camatti (fundador)

“No início era uma banca pra todo mundo, aí fomos dividindo por regiões, aí determinada região geográfica a gente identificou 4 a 5 produtores que ficam com uma banca. Porto Alegre deve ter quatro bancas e em Caxias tem mais 3 bancas no sábado e tem a feira de quarta também. A de Caxias quem não utiliza o caminhão que é do grupo ele pode ir com o caminhão próprio, mas mesmo assim tem que pagar um fundo de 3% que é pelo uso da marca e para contribuir com o grupo

O espaço das feiras em Caxias do Sul e Porto Alegre o espaço é da associação.

Nestas feiras são comercializados mais e hortigranjeiros, mas o industrializado tem uma parcela boa

As feiras são divididas em grupo de comunidade”.

O primeiro ponto de venda da AECIA foi na feira organizada pela COOLMEIA em Porto Alegre e depois se expandiu para a cidade de Caxias do Sul. Hoje estes pontos continuam com a associação e são divididos em grupos por comunidade.

4. 7 - Papel atual da feira

Em relação ao papel da feira na AECIA é que esta é um local de encontro entre o agricultor e o consumidor, onde se pode ter uma análise de produtos e tendências. Outra razão é que na feira o agricultor dispõe de dinheiro à vista não necessitando esperar o pagamento através da cooperativa.

De acordo com a transcrição de entrevista realizada entre abril e setembro de 2009 com fundadores e funcionários da AECIA e COOPAECIA, Sr. Gilmar Bellé, Sra. Luciane de Boni, Sra. Eneida Zulian e Sr. Valdecir Camatti

“As feiras foram à base, foi o pé de apoio por várias razões uma é que o agricultor vai lá faz a venda direta ele tem um retorno da aceitação do produto, o produto pode ser testado, sabe das tendências, é uma venda em dinheiro ele vai com o produto e volta pra casa com dinheiro não é venda a prazo é a vista, tem esse retorno do consumidor, essa coisa de troca de experiência entre consumidor e produtor, essa relação bem próxima bem importante que ela há, no supermercado ela não existe, às vezes o

consumidor não sabe nem da onde é produzido o produto, se ele vem da terra se da embaixo da terra, então na feira a bastante este contato, teria espaço só pra trabalhar com supermercados estas coisas ate mais simples pro produtor, porque também é cansativo fazer feira principalmente a estas distancias que fizemos da na base de 200 km daqui, e bastante sacrifício, mas ela tem um retorno positivo

Com as mudanças de vida e consumo atual que você acha das feiras?

Acho que a gente briga por espaço com os supermercados, pois oferecem um conforto maior tem estacionamento, um mix de produtos, na feira tu encontra uma parte dos produtos e depois ainda tem que recorrer ao mercado. No inicio não tinha venda de produto ecológico no mercado, mas agora já tem. O consumidor vai ao mercado e acha tudo, tem mais comodidade, segurança, estacionamento, tem cobertura se é na feira se molha.

A gente percebe em dia de chuva a feira despenca as vendas, não vai quase ninguém.

Então a gente tem essa concorrência, mas em dia bons tem gente que gosta de ir à feira, pois tem o diferencial de ser atendido pelo próprio produtor e isso é um diferencial, e um produto colonial lembra o campo”.

4.8 - Cooperativa

A cooperativa no caso da AECIA nasceu de uma necessidade para venda de produtos para fora do estado do Rio Grande do Sul.

Abaixo transcrição de entrevistas realizadas entre abril e setembro de 2009 com fundadores e funcionários da AECIA e COOPAECIA Sr. Gilmar Bellé, Sra. Luciane de Boni, Sra. Eneida Zulian e Sr. Valdecir Camatti.

“A cooperativa surgiu através de uma associação e ficamos ate 1995, em 1996 a gente percebeu como a gente estava comercializando produtos industrializados e vendia para fora do estado precisava de CNPJ, a associação tem limite de comercializar produtos para emissão de notas então a gente identificamos que era hora de criar uma empresa ou cooperativa, e como a gente trabalhava já de forma cooperada achamos mais fácil, nosso caminho seria a cooperativa e também questões comerciais para poder comercializar o produto ser vendido de forma legal”.

4.9 - Organização

Desde o seu início, a experiência da AECIA baseou-se em um trabalho coletivo junto aos agricultores, sempre trabalhando com grupos, os quais também são responsáveis pela participação da associação nas feiras. Os participantes de cada grupo dividem as tarefas entre si, e em cada edição da feira, cada um, em sistema de rodízio, é responsável pelo transporte dos produtos da área rural até o local de comercialização.

Já a COOPAECIA tem uma estrutura semelhante à das cooperativas agrícolas tradicionais, com a assembléia geral reunida mensalmente constituindo-se no seu órgão decisório máximo. O seu organograma tem como órgão máximo uma coordenação composta de quatro associados, com as funções de coordenador e vice, secretário e suplente. Também possui uma comissão de ética – composta por três sócios eleitos em assembléia – com a responsabilidade de atuar nas relações entre associados e consumidores.

“Então ficamos com as duas associação e a cooperativa. Todos que faziam parte da associação entraram na cooperativa, a gente manteve as duas, ai todo mundo se associou, não era obrigado. A gente se reúne uma vez por mês desde que era apenas a associação para decidir as coisas.

Em relação à organização cada uma tem um à diretoria diferente, uma da associação e outra da cooperativa.

A associação a gente manteve mais para gerenciar as feiras, então a feira fica a cargo da associação.

E a cooperativa teve esta demanda de suprir as necessidades da comercialização, ela trabalha com o atacado.

A cooperativa e a associação não têm muito sócios nós estamos com 22 famílias só.

A associação tem ai conselho administrativo, comissão de ética. E a cooperativa tem coordenação administrativa e tem o conselho fiscal de uma forma ou de outra esta quase todo mundo envolvido”.

Transcrição de entrevistas realizadas entre abril e setembro de 2009 com fundadores e funcionários da AECIA e COOPAECIA Sr. Gilmar Bellé, Sra. Luciane de Boni, Sra. Eneida Zulian e Sr. Valdecir Camatti

4.10 - Comercialização atual

Na AECIA a comercialização se dá através de feiras, mercados tradicionais (lojas de produtos naturais, mercados, grandes redes de comercialização – Zaffari, Pão de Açúcar) e também cestas de produtos ecológicos. Atualmente a AECIA comercializa 35 produtos diferentes, com destaque para os processados derivados de tomate (molho e extrato de tomate temperado) e de uva (suco de uva). Na comercialização através da feira tem mais importância o contato do agricultor com o consumidor do que propriamente sua importância em termos do total de suas vendas. Assim como no CAPA, as feiras feitas pela AECIA em Caxias e Porto Alegre também são feitas por grupos de famílias, trabalhando em um espaço pertencente à AECIA. Diferentemente do CAPA, o transporte é feito pela própria associação onde é cobrado 12 % sobre o valor das vendas. Na feira de Caxias do Sul o transporte é por conta dos grupos, mas é cobrada uma taxa de 3% pela AECIA. Cabe evidenciar que a COOPAECIA baseia a sua estratégia de crescimento na busca de novos mercados, como por exemplo, os mercados institucionais, pretendendo também começar a industrializar novos produtos.

Já a forma de atuação da AECIA, embora também trabalhe com as feiras, baseia-se nos circuitos longos de comercialização, também vendo nos mercados institucionais uma outra forma de inserção de seus produtos no mercado.

Segue transcrição de entrevistas realizadas entre abril e setembro de 2009 com fundadores e funcionários da AECIA e COOPAECIA Sr. Gilmar Bellé, Sra. Luciane de Boni, Sra. Eneida Zulian e Sr. Valdecir Camatti.

“A gente vende produto para o Brasil inteiro, para casas naturais, mercados, rede de mercado embora a gente tenha bastante procura, mas a gente tá com o Zaffari aqui no estado e o Pão de Açúcar que tem em São Paulo, DF e no Rio de Janeiro a maioria é casas naturais, a gente também atende ao pessoal que fazem cestas de entrega a domicilio.

Nosso mercado vai até Espírito Santo, no nordeste tem alguma coisa, norte e nordeste têm pouco, mas as outras regiões dos países a gente atende todas.

Atualmente as redes de mercado a gente ta rejeitando muito, representação nem se fala, tem todo dia aparecendo um pra ser. Tem a vendas que a gente faz aqui tem 2 funcionarias contratadas, tem um comissionado para buscar vendas, as feiras nacionais especializadas que tem a gente participa todas elas. A gente faz os contatos que a gente já tem esta clientela, tem site na internet também que as pessoas podem fazer pedidos por telefone, fax. A gente utiliza transportadora para enviar, então a gente tem bem pouca representação.

Nós temos algumas experiências ai, mas normalmente elas não são tão boas não foram de tanto sucesso por representação e a gente tem mais a opção de vender diretamente.

É por acaba encarecendo o produto final se tu da exclusividade para alguém para região, o produto acaba não circulando e você vê a diferença no Espírito Santo não ta dando certo tem contrato com o cara, o caso de Minas Gerais, aqui pra rede Zaffari também a gente tem um representante, mas assim as 3 podiam ser dispensadas que não fazem diferença nenhuma, acho que ia melhor, mas ai tem a questão de contrato, porque haveria uma maior margem de trabalhar o produto, fazer uma propaganda dele, eu posso estar levando este produto mais barato para o consumidor. Na verdade este papel ai ele teve um momento no mercado que era indispensável, mas hoje em dia com todos os meios de comunicação que tem quase e dispensável.

O problema e que tem a uma cascata de tributos quem tem a margem de lucro de quem ta intermediando e mais a tributação e todo mundo vai ter que pagar.

E a gente tem uma marca bem forte no mercado, a gente consegue atender bem o mercado. E a marca para nós é importante.

A gente tem o mecanismo de divulgação através das feiras.

No caso de produtos que compramos de terceiros a gente compra, mas só se é certificado, precisa estar certificado, mas a gente não compra produto in natura para vender in natura, a gente só compra o produto para processar. A gente já tem umas parcerias firmadas e às vezes tem oferta e tem o produto se ele tiver certificado e tudo a gente compra

A gente vendeu também bastante produto para mercado institucional na época do governo Olívio, para merenda municipal é pouco para Bagé, mas agora não sei se já entrou a lei que obriga as escolas a comprarem produtos da agricultura familiar (30%) isso vai dar uma estimulada. Vai dar pra atender os produtores locais e melhorar a alimentação nas escolas”.

4.11 - Legislação de orgânicos

No que diz respeito aos impactos da legislação dos produtos orgânicos, inicialmente houve por parte da AECIA um questionamento do porquê de fazer-se uma certificação dos orgânicos visto que o produto convencional traz sérios problemas à saúde do consumidor e, no entanto, não necessita de legislação semelhante. Depois, a associação participou da construção da REDE ECOVIDA que iria trabalhar com a questão de uma certificação participativa através de um Organismo Participativo de Avaliação de Conformidade (OPAC). Ademais, por exigência do mercado, principalmente por parte das grandes redes de supermercados, também teve que adotar uma certificação por agente externo, no caso a francesa ECOCERT.

Abaixo transcrição de entrevistas realizadas entre abril e setembro de 2009 com fundadores e funcionários da AECIA e COOPAECIA Sr. Gilmar Bellé, Sra. Luciane de Boni, Sra. Eneida Zulian e Sr. Valdecir Camatti.

"A gente questionou, mas também tinha os que diziam que eram ecológicos, mas nada garantia, era mais na base da confiança. Na verdade seria o oposto não o produto ecológico, mas o outro que teria que ter selo, dizendo que este produto pode fazer mal a saúde deveria ser de quem está fazendo a coisa negativa e não de quem está fazendo a coisa positiva.

No início a gente rejeitou um pouquinho esta coisa do selo, de certificar, de ter que pagar alguém para certificar, então isso tudo a gente aprendeu a construir com a REDE ECOVIDA que é uma certificação participativa e ele foi importante na formação da lei tanto é que nas duas formas pode ter certificação tanto a por auditoria quanto a participativa.

Para isso a AECIA participou, batalhou tanto isso que hoje a gente tem dois certificados da ECOVIDA e da ECOCERT, primeiro a gente teve o selo da ECOVIDA e depois que a gente colocou o da ECOCERT, mas para justamente para reforçar, dar uma valorizada.

Acabamos pegando a ECOCERT em função disso também porque a gente estava sentindo que estava perdendo muito espaço, pois os compradores exigiam e a cooperativa principalmente os produtos in natura que a gente comercializava e vendia, eles industrializavam e a gente teve rejeição, fora os mercados que depois começaram a aceitar de um tempo pra cá. Mas as empresas que faziam a venda dos produtos in natura não aceitavam.

O problema é que nos trouxe maiores custos em manter os dois selos, por este motivo a ideia é ficar somente com um selo”.

4.12 - Pontos de estrangulamento

Já em relação à experiência da AECIA, o principal ponto de estrangulamento é a falta de matéria-prima (uva), pois a produção dos associados não é suficiente para atender à demanda da agroindústria da cooperativa. Em função disso, impõe-se a necessidade de se conseguir parcerias externas, o que é bastante dificultado pela forte demanda de outros compradores por uva produzida de forma ecológica.

Segue trecho da transcrição de entrevistas realizadas entre abril e setembro de 2009 com fundadores e funcionários da AECIA e COOPAECIA Sr. Gilmar Bellé, Sra. Luciane de Boni, Sra. Eneida Zulian e Sr. Valdecir Camatti.

“Falta muito grande de uva, tem a linha de tomate que também esta boa, mas não como o suco. Todo mundo ta com dificuldade de produzir e a produção esta baixa, em vez de aumentar ela diminui. Então a gente procura estas parcerias externas, mas é lenta porque tem o tempo de transição, e como tem muito gente fazendo suco a uva esta sendo disputa”.

4.13 - Assistência técnica

“Um pouco o centro ecológico, antigamente a gente tinha mais, o centro reduziu a sua equipe de trabalho e eles tem o mercado regional para atender, a gente esta um pouco com o centro com as pessoas que a gente conhece ai a gente marca de trabalha determinado assunto, ta sendo assim até a gente pensou em contratar um técnico e um agrônomo ate para procurar novos produtores, parcerias.

No caso da cooperativa há um enólogo que assina a parte industrializada. A EMATER presta assistência na parte de financiamentos junto ao PRONAF. No caso das parcerias a um técnico que faz visita, mas pros membros da AECIA não é necessário”.

Transcrição de entrevistas realizadas entre abril e setembro de 2009 com fundadores e funcionários da AECIA e COOPAECIA Sr. Gilmar Bellé, Sra. Luciane de Boni, Sra. Eneida Zulian, Sr. Valdecir Camatti.

CAPÍTULO 5 - ANÁLISE E RESULTADOS

Tabela 3. Comparativos da cadeia produtiva CAPA e AECIA.

	AECIA	CAPA
Fundação	1989	1987
Abrangência	Ipê e Antonio Prado	Vale do Rio Pardo
Números	22 famílias	65 associados (25 mulheres)
Faturamento anual	R\$500.000,00	R\$ 1.300.000
Insumos externos		
Aubos orgânicos	Resíduos de aviários, suínos e biofertilizantes	Resíduos de aviários, esterco bovino, biofertilizantes
Sementes	Convencional (maioria) e orgânico (BIONATUR)	Convencional (maioria) e orgânico (Bionatur)
Mão-de-obra	Baixa contratação somente na colheita	Baixa contratação somente na colheita
Máquinas e implementos	Similar ao sistema convencional	Similar ao sistema convencional

Dados: Pesquisa de Campo realizada em Santa Cruz do Sul e Antonio Prado no ano de 2009

Na tabela acima pode se notar que embora o faturamento do CAPA seja maior em números absolutos, no que diz respeito à renda per capita o valor da AECIA é superior ao do CAPA.

Em relação ao uso de insumos externos, em ambas as experiências há uma semelhança nos adubos, sementes, mão-de-obra, máquinas e implementos utilizados.

Tabela 3.1 – Produção primária

Produção Primária		
	AECIA	CAPA
Tamanho da propriedade	Média 20 hectares	Até 10 hectares
Proprietário ou não?	Sim	Sim
Grau de produção agroecológica	Maioria 100 % agroecológicas	Transição agroecológica
Relação trabalho externo	Não	Não
Aspectos sociais	Jovens, ensino superior	Agricultores com ensino fundamental
Participação social	Igreja, CPT, partidos políticos, liderança comunitária, sindicatos, cursos e palestras	Igreja, partidos políticos, liderança comunitária, sindicatos
Insumos internos	Resíduos da agroindústrias e diversas praticas agroecológicas.	Diversas práticas agroecológicas

Dados: Pesquisa de Campo realizada em Santa Cruz do Sul e

Antonio Prado no ano de 2009

Na tabela de produção primária, o tamanho médio das propriedades na AECIA é superior ao do CAPA. Isso deve-se principalmente ao fato de que os agricultores do CAPA terem vindo da cultura do fumo que se caracteriza por ser feita em minifúndios.

O grau de produção agroecológica também mostra uma diferenciação entres as experiências. Enquanto na AECIA os agricultores já se encontram em sua grande maioria com sua produção de forma ecológica, no CAPA, como é uma experiência que ainda está agregando muitos agricultores, o processo se encontra em transição.

Outra característica importante é o grau de instrução dos agricultores da AECIA, que diferentemente da realidade do meio rural brasileiro é bastante elevado, pois na sua grande maioria tem curso superior.

Em relação a insumos internos a AECIA usa muito os resíduos de suas agroindústrias.

Tabela 3.2 – Tipos de produtos

Tipos de produtos		
	AECIA	CAPA
Grãos	Milho, trigo e feijão	Arroz, Milho, cereais, feijão, açúcar mascavo
Hortigranjeiros	Tomate. Abobora moranga,	Tomate, folhosas, beterraba,

	folhosas	cebola, e outras
Frutas	Uva, pêssego, caqui e maçã	Laranja, Bergamota, jaboticabeiras, pitangueiras e cerejeiras
Animais e derivados	Não	Mel
Outros	Não	Erva Mate, gergelim
Custo de produção	Similar ao convencional	Similar ao convencional
Produtividade	Similar ao convencional	Similar ao convencional
Produção agroindustrial		
Número de agroindústrias	03	05
Individuais	02	Não
Coletivas	01 (somente com 3 famílias)	05
Tipo/situação	Registradas junto aos órgãos competentes	Registradas junto aos órgãos competentes

Dados: Pesquisa de Campo realizada em Santa Cruz do Sul e Antonio Prado no ano de 2009

Os tipos de produtos mostram uma diversificação em relação aos grãos, hortigranjeiros, frutas, animais e seus derivados e outros produtos nas experiências, o que mostra o emprego da agroecologia em sua gestão, já que este sistema produtivo tem como característica uma diversificação da produção.

Em relação ao custo de produção e produtividade, em ambas experiências há uma similaridade com o sistema de produção convencional, o que demonstra que uma produção agroecológica não é mais custosa ou menos produtiva.

A produção agroindustrial tem como característica ser mais coletiva no CAPA e mais individual na AECIA.

Tabela 3.3 – Produtos de origem vegetal

Produtos de origem vegetal		
	AECIA	CAPA
Conservas	Diversas	Diversas
Bebidas	Sucos de uva, maracujá, pêssego	Não

Doces	Geléias e doces em pasta	Geléias e doces em pasta
Proces. Frutas/hortaliças	Extrato/molho de tomate	Não
Panifício	Não	Sim
Grãos e derivados	Não	Sim
Outros	Papinha, sopinha e suquinho de bebe	Erva Mate
Produtos de origem animal	Mel e derivados	Mel e derivados

Dados: Pesquisa de Campo realizada em Santa Cruz do Sul e Antonio Prado no ano de 2009

Em relação à tabela acima, na AECIA se destaca a produção de sucos (principalmente de uva), extrato e molho de tomate. Além disso, uma das novas linhas de produtos comercializados é voltada para bebês.

Na experiência do CAPA há produção de diversos tipos de conservas, geleias e doces em pasta. Tem como diferencial em relação à AECIA a produção de panificados, grãos e erva-mate.

Tabela 3.4 – Tabela de distribuição e comercialização

Distribuição/comercialização		
Locais		
	AECIA	CAPA
Feiras	POA, Caxias	Santa Cruz do Sul, Venâncio Aires, Cachoeira do Sul
Lojas	Várias lojas no estado	Não
Rede de supermercados	Zaffari, Pão de açúcar	Locais
Indústria alimentos orgânicos	Indústria de alimentos orgânicos em SC	Não
Atacados/representante/distribuidor	Em outros estados	Não
Cestas de produtos ecológicos	Não	Não
Restaurantes	Não	Não
Cooperativa de consumidores	Por intermediários de outras associações	Não
Mercado institucional	Merenda escolar	Merenda Escolar
Ceasa	Por intermédio da COPERGS	Não
Lojas próprias	Antonio Prado	Santa Cruz do Sul
Outros canais	Não	Cooperativas, organizações da Rede Ecovida e a outras lojas de produtos ecológicos e naturais.
Preços/margens	Similar ao convencional (in natura), superior (industrializado)	Similar ao convencional (in natura), superior (industrializado)

Dados: Pesquisa de Campo realizada em Santa Cruz do Sul e Antonio Prado no ano de 2009

Na tabela 3.4, ambas experiências têm comercialização em feira. Como diferencial em relação à comercialização a AECIA comercializa seus produtos em lojas em vários estados e em grandes redes de supermercados (Zaffari e Pão de Açúcar). No caso do CAPA a comercialização em supermercados é feita em redes locais.

A AECIA trabalha com uma indústria de alimentos orgânicos em SC, também faz o uso de representantes em vários estados do país e tem seus produtos comercializados em cooperativas de consumidores através de outras cooperativas. Também comercializa produtos no CEASA de Porto Alegre.

O CAPA tem sua distribuição mais em nível local e regional, faz a venda para a merenda escolar e Cooperativas, organizações da Rede Ecovida de Agroecologia e a para outras lojas de produtos ecológicos e naturais.

Em relação aos preços dos produtos, aqueles in natura têm valor similar ao convencional. Já o produto industrializado tem valor superior ao convencional, porque a sua produção é feita em menor escala, acarretando um custo unitário mais elevado.

Tabela 3.5 - Caracterização, coordenação, gerenciamento, quadro institucional e organizacional das cadeias produtivas

Caracterização, coordenação, gerenciamento, quadro institucional e organizacional das cadeias produtivas		
	AECIA	CAPA
Atividades conjuntas	Comercialização e transporte	Comercialização e transporte
Atividades individuais	Produção e industrialização (03 famílias)	Não
Pagamentos	Maior volume via cooperativa	Diversificado
Transporte de produtos	Caminhão próprio para os produtos e veículos individuais	Caminhão próprio para os produtos e veículos individuais
Periodicidade de transporte	Semanalmente para as feiras e duas vezes por semana para as lojas	Semanalmente para as feiras e duas vezes por semana para as lojas
Sistema de informação	Telefone, e-mail, reuniões	Telefone, e-mail, reuniões
Contratos	Pão de Açúcar	Não
Reuniões/periodicidade	Semanalmente para as feiras	Mensalmente, Quinzenalmente
Quadro institucional e organizacional	Estatuto da associação e da cooperativa	Estatutos da associação e da cooperativa
Certificação	ECOCERT e ECOVIDA	ECOVIDA

Filosofia e princípios	Ass/Coop, participação comunitária, desenv. Sust., socialização agroecologia	Ass/Coop, participação comunitária, desenv. Sust., socialização agroecologia
Estrutura gerencial	Assembléia, Conselho de administração, Estatuto e Comissão de Ética	Tradicional
Histórico/motivação	Jovens rurais com novas ideias com ajuda da CPT, Centro Ecológico Ipê e COOLMÊIA	Alternativa ao Fumo
Aspectos culturais	Produção familiar, religiosidade, participação da mulher e permanência da família no meio rural	Produção familiar, participação da mulher, permanência da família no meio rural
Objetivos e perspectivas de futuras	Manter e fortalecer as feiras livres, venda para mercados institucionais, reforçar a imagem da COOPAECIA	Manter as feiras venda mercados institucionais, trabalhar com os circuitos curtos de comercialização
Crédito	Caritas, PRONAF	PRONAF
Assistência técnica	Própria (contratada)	CAPA

Dados: Pesquisa de Campo realizada em Santa Cruz do Sul e

Antonio Prado no ano de 2009

A AECIA tem três agroindústrias individuais. A maior parte da renda das famílias vem da cooperativa. A associação tem um contrato com o Grupo Pão de Açúcar, o que mostra a ligação com os canais tradicionais de comercialização. Tem dois selos de certificação, um por auditoria e outro da ECOVIDA. Recebe financiamento da Caritas e do PRONAF além de receber assistência técnica de uma pessoa contratada. Tem como idéia manter e fortalecer as feiras livres, vender para mercados institucionais e reforçar a imagem da COOPAECIA.

O CAPA tem 5 agroindústrias geridas de forma coletiva. A renda das famílias é diversificada, tendo rendimentos da cooperativa, feiras e de outros canais de comercialização. Ademais, possui certificação participativa através do selo da ECOVIDA. A única fonte de financiamento para os agricultores é através do PRONAF. Tem idéia de manter as feiras, vender para mercados institucionais e trabalhar com os circuitos curtos de comercialização.

CAPÍTULO 6

CONCLUSÃO

Esta dissertação procurou analisar as mudanças que estão correndo nos processos de comercialização da agricultura de base ecológica e seus impactos sobre a organização da produção destes agricultores familiares.

A comercialização de produtos agroecológicos no Rio Grande do Sul no seu início estava muito ligada à venda direta com o objetivo de evitar os intermediários. Mas ao longo do tempo outras formas de comercialização foram ganhando importância, fazendo com que a forma direta perdesse sua primazia sobre as demais.

Nos canais de comercialização pode-se notar uma transformação que ocorreu principalmente devido à mudança dos hábitos alimentares e da procura por alimentos mais saudáveis e naturais.

A escolha pelo tipo de canal de comercialização também influi muito na produção agroecológica, visto que, conforme o tipo de canal escolhido pelo agricultor, os seus produtos terão que observar características de qualidade, apresentação e certificação diferentes.

Em relação às experiências agroecológicas, sua história tem início através de ONGs ambientais ou organizações religiosas que faziam críticas ao modelo de agricultura adotado e, mais tarde, também

empresários interessados neste nicho de mercado acabaram por adotar algumas práticas de base ecológica em suas produções.

Em relação ao Sistema Agroalimentar cabe concluir que passou por grandes modificações nos últimos 30 anos, tornando-se cada vez mais controlado pela indústria. Outro fator foi a emergência do setor varejista como ator estratégico do SAA, que passou a disputar espaço e poder com as grandes corporações alimentares (indústrias transformadoras de alimentos).

Outro aspecto relacionado ao surgimento das grandes cadeias alimentares é a globalização da alimentação através de uma padronização do consumo, isto é, o controle do que e quando consumir.

O Sistema Agroalimentar no Brasil também é influenciado pelo SAA através da internacionalização do setor varejista, o qual se torna coordenador das cadeias produtivas.

Os canais alternativos de comercialização também ganharam crescente importância nos últimos anos, pois são onde os agricultores podem ter maior rentabilidade pela venda de seus produtos. Outro aspecto a concluir é o surgimento do Sistema Agroalimentar Local (SIAL) envolvido na questão dos alimentos locais ligados à região, à etnia e aos costumes.

As feiras demonstram que ainda são um dos canais de comercialização mais usados pelos agricultores, principalmente por se tratar de uma forma de venda onde há um contato direto entre o agricultor e o consumidor, criando-se um vínculo de confiança entre eles.

Também conclui-se que a atuação da AECIA e do CAPA na venda de produtos orgânicos no Rio Grande do Sul ocorre tanto em canais curtos como longos de comercialização. Em ambas experiências estudadas ficou demonstrado que somente a feira não consegue escoar toda a produção dos agricultores ecológicos, necessitando-se de outros canais de comercialização para a sua venda.

Deste modo, tanto a AECIA através da comercialização em canais longos, como o CAPA, com a utilização de canais curtos de comercialização, têm buscado diversificar os locais de venda para atender à produção

excedente dos agricultores e também para obter um melhor preço para os seus produtos.

Em função desta mudança na sua estratégia de comercialização, a experiência da AECIA revela uma singularidade, já que no início de suas atividades, sob a orientação da assessoria do Centro Ecológico Ipê (CEI) se entendia que somente a feira e o comércio local seriam suficientes para os agricultores venderem seus produtos. No entanto, com o surgimento de outros mercados para comercialização, a AECIA acabou se distanciando do CEI por entender que estes outros mercados seriam locais de venda mais apropriados para seus produtos, tanto em termos de logística de localização como pelo fato de proporcionarem um preço melhor de venda para os seus produtos.

Um dos fatores explicativos para esta mudança de orientação da AECIA foi o grau de instrução dos seus agricultores, pois na sua maioria possuem curso superior, enquanto que a maior parcela dos produtores rurais do CAPA não têm nem o ensino fundamental completo. Outro fator explicativo relaciona-se à certificação dos produtos, já que enquanto a AECIA trabalha com a ECOVIDA e com a ECOCERT, o CAPA trabalha somente com a ECOVIDA, o que lhe traz dificuldades para entrar em alguns tipos de mercado. Além disso, outra dificuldade enfrentada pelo CAPA está relacionada à particularidade de localizar-se em uma região de predomínio da produção de fumo baseada num sistema integrado com o complexo agroindustrial multinacional fumageiro, o qual dispõe de imensos recursos financeiros e tecnológicos para competir pelo agricultor.

Como conclusão final, cabe enfatizar que embora as duas experiências analisadas representem estratégias distintas de comercialização para os seus produtos, ambas têm demonstrado capacidade de sustentação de suas atividades ao longo do tempo até os dias de hoje.

CAPITULO 7

REFERENCIAIS BIBLIOGRÁFICOS

ALCÂNTARA, R L. C.; SOUZA, A. P. de O. Alternativas de mercado para a agricultura: a realidade dos produtos hortícolas orgânicos no Brasil. In: BATALHA, M. O. (Org.) **Gestão do agronegócio: textos selecionados**. São Carlos: EdUFSCar, 2005.

ALMEIDA, J. **A construção social de uma nova agricultura: tecnologia agrícola e movimentos sociais no sul do Brasil**. Porto Alegre: UFRGS, 1999.

ALTIERI, M. A. El “estado del arte” de la Agroecología y su contribución al desarrollo rural en América Latina. In: CADENAS MARÍN, A. (Ed.). **Agricultura y desarrollo sostenible**. Madrid: MAPA, 1995. p.151-203.

ALTIERI, M. A. **Agroecologia: as bases científicas da agricultura alternativa**. Rio de Janeiro: AS-PTA, 1989.

ANJOS, F. S. dos; WILSON, I.; CALDAS, N. V. **As feiras livres de Pelotas sob o império da globalização: perspectivas e tendências**. Pelotas: Editora e Gráfica Universitária, 2005.

ARCE, A.; MARSDEN, T.K. The social construction of international food: a new research agenda. **Economic Geography**, Oxford, EUA, n.69, p.291-311, jul. 1993.

ASSIS, R.L. de. **Diagnóstico da agricultura orgânica no Estado do Rio de Janeiro e propostas para a sua difusão**. 1993. 105 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1993.

BALERINI, H. **Método para implementação de cadeia produtiva para a comercialização de produtos orgânicos**. 2005. 114f. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

BATALHA, M.O. (Coord.) **Estudo sobre a eficiência econômica e competitiva da cadeia agroindustrial de pecuária de corte no Brasil**. Brasília, 1999.

BELIK, W.; SANTOS, R. R. dos Regional market of supermarkets and food processor in extended mercosur. **Development Policy Review**, Ohio, EUA, v. 20, p. 515-528, 2002.

BRACAGLILOLO, A. Interconectando ideias e ideais na construção da agricultura do futuro. In: NAVARRO, Z.; ALMEIDA, J. (Org.). **Reconstruindo a agricultura: idéias e ideais na perspectiva de um desenvolvimento rural sustentável**. Porto Alegre: UFRGS, 1997.

COSTABEBER, J.A. **Accion colectiva y procesos de transición agroecológica em Rio Grande do Sul, Brasil**. Córdoba: Universidad de Córdoba, 1998.

CAMPANHOLA C; VALARINI PJ. A agricultura orgânica e seu potencial para o pequeno agricultor. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, Brasília, v. 18, p. 69-101. 2001.

DAVIS, J. H.; GOLDBERG, R. A. **A concept of agribusiness**. Boston: Harvard University, 1957.

DAROLT, M.R. **Vantagens e desvantagens dos principais canais de comercialização de produtos orgânicos**. 2003. Disponível em: <www.ibd.com.br>. Acesso em: 15 de jul. 2011.

DAROLT, M. R. **Agricultura orgânica: inventando o futuro**. Londrina: IAPAR, 2002.

DIAZ, A. Efectos de la globalización en la competitividad y en los sistemas productivos locales do México. **Observatório de la Economía Latinoamericana**, Málaga, n. 5, p. 01-25, abr. 2001.

FLEXOR, G. A. Globalização do sistema agroalimentar. **Economia-Ensaio**, Uberlândia, v. 20-21, n. 2-1, p. 63-95, jul./dez. 2006.

FONSECA, M. F. A C.; FELICONIO, A. E. G. A rede de produção e comercialização de alimentos orgânicos in natura no Brasil: avanços e retrocessos. In: WORLD CONGRESS OF RURAL SOCIOLOGY, 10., 2000, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 2000

GONÇALVES, J. S.; SOUZA, S. A. M. **Agricultura familiar: limites do conceito e evolução do crédito**. Artigos: políticas públicas. Instituto de Economia Agrícola. Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br/out/verTexto.php?codTexto=2521>>. Acesso em: 10 jan. 2012.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Índices**. Disponível em: <www.ibge.gov.br/home/.../censoagro/2006/default.shtm>. Acesso em: 30 set 2010.

JUNQUEIRA, A.H.; LUENGO, R.F.A. de. Mercados diferenciados de hortaliças. **Horticultura Brasileira**, Brasília, v.18, n.18, p. 95-99, 2000.

LAZZARINI, S. G. Estudos de caso para fins de pesquisa: aplicabilidade e limitações do método. In: FARINA, E. (Coord.). **Estudos de caso em agribusiness**. São Paulo: Pioneira, 1997.

LINS, H. N. Sistemas agroalimentares localizados: possível chave de leitura sobre maricultura em Santa Catarina. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v.44, n.2, p. 313-330, 2006.

LOVATO, P. E. Agricultura familiar, agroecologia e relações de gênero. **Revista Brasileira de Agroecologia**, Cruz Alta v.2, n.1, p. 1522-1528, 2007.

MAGNANTI, Natal J. Circuito Sul de circulação de alimentos da Rede Ecovida de Agroecologia. **Revista Agriculturas**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 26-2, 2008.

MALASSIS, L. **Économie agro-alimentaire**: économie de la consommation et de la production agro-alimentaire. Paris: Cujas, 1973. t. 1.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**: metodologia, planejamento, execução e análise. São Paulo: Atlas, 1993. v. 1.

McMICHAEL, P. Globalización monetaria y estatal: reestructuración agroalimentaria al fin del siglo. In: CONGRESO LATINOAMERICANO DE SOCIOLOGIA RURAL, 5., 1998, México. **Memoria de sesiones plenarias**: globalización, crisis y desarrollo rural em America latina. México: UACh, 1998, 233. p. 125-158.

MEIRELLES, L. **Certificação e dominação**. Ipê: CAE-Ipê, 2001.

MEIRELLES, L. Soberania alimentar, agroecologia e mercados locais. **Revista Agriculturas**, Rio de Janeiro, v. 1, p. 11-14, set. 2004.

MEIRELLES, L. **Ferías de productos ecológicos 2007**. Disponível em: <www.centroecologico.org.br/artigos.php>. Acesso em: 22 ago. 2011.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA. **Consumo de orgânicos leva mercado interno a crescer 40% em 2010**. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/noticias/arquivos/2011/02/03/consumo-de-organicos-leva-mercado-interno-a-crescer-40-em-2010>>. Acesso em: 22 ago. 2011.

MOTTA, M. (Org.). **Dicionário da Terra**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

NEVES, D.P. Agricultura Familiar In: MOTTA, M. (Org.) **Dicionário da Terra**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005. p. 23-26.

NEVES, D. P. Campesinato e reenquadramento sociais: os agricultores familiares em cena. **Revista NERA**, Presidente Prudente, ano 8, n.7, p. 68-93, jul./dez. 2005.

NUNES, S.P.; BIOLCHI, M. A. Feiras livres: valorização dos produtos da agricultura familiar. **Boletim do DESER**, Curitiba, n. 134, p. 29-31, 2003.

ORGANICS BRASIL. Disponível em: <<http://www.organicsbrasil.org>>. Acesso em: 10 mar. 2011.

ORMOND, J.G.P. Agricultura orgânica: quando o passado é futuro. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, n.15, p. 3-34, mar. 2002.

PENTEADO, S.R. **Introdução à agricultura orgânica**: normas e técnicas de cultivo. Campinas, 2000.

PIMENTEL, D. et al. Environmental, energetic, and economic comparisons of organic and conventional farming systems. **BioScience**, New York, v. 55, n. 7, p. 573-582, 2005.

REQUIER-DESJARDINS, D.; RODRIGUEZ, G. L'impact environnemental de l'agro-industrie de la pomme de terre: agriculture durable et système agroalimentaire localisé. In: CONFÉRENCE DE L'ASSOCIATION INTERNATIONALE D'ECONOMIE ECOLOGIQUE, 7., 2002, Sousse. **Annales...** Sousse (Tunisia), 2002.

RIBEIRO, E. M. et al. Trabalho familiar e mercado local no alto Jequitinhonha, Minas Gerais. In: CONGRESSO BRASILEIRO ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 41., 2003, Juiz de Fora. **Anais...** Juiz de Fora: SOBER, 2003. 1 CD-ROM

RIO GRANDE DO SUL. Secretaria da Agricultura e Abastecimento. Centro Nacional da Pesquisa do Trigo. **Macrozoneamento agroecológico e econômico do Estado do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre, 1994. v. 2.

RODRIGUES, R. O céu é o limite para o agronegócio brasileiro. **Conjuntura Econômica**, Rio de Janeiro, v. 60, n.11, p.14-15, nov. 2006.

ROSSETTI, E.K.; DE BEM, J.S. A Agroecologia no Estado do RS: perspectivas e resultados no Rio Grande do Sul (2002 a 2004). **Engenharia Agrícola**,

Jaboticabal, v.29, n.1, p.162-171, jan./mar. 2009. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/eagri/v29n1/a16v29n1.pdf>>. Acesso em: 22 ago. 2011.

SANTOS, E. L. **Construção social de mercado orgânico: o caso da cooperativa Ecoserra na Serra Catarinense**. 2006. 117 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, P. B. **Metodología de la Investigación**. México: Panamericana Formas e Impresos S.A., 1994.

SCHMIDT, W. Agricultura orgânica: entre a ética e o mercado. **Revista Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**, Porto Alegre, v.2, n.1, jan./mar. 2001.

SCHMIDT, W. et al. Desenvolvimento local em espaços rurais: a construção de um território nas encostas da Serra Geral, em Santa Catarina. In: PAULILO, M.I.; SCHMIDT, W. (Org.) **Agricultura e ruralidade em Santa Catarina**. Florianópolis: EdUFSC, 2001.

SCHIMITT, C. J. **Tecendo as redes de uma nova agricultura: um estudo sociambiental da região serrana do Rio Grande do Sul**. 2001. 345 f. Tese (Doutorado em Sociologia) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.

SCHMITT, C.J. **Transição para a agroecologia na Região Sul**. Documento preparado para o Encontro Nacional de Agroecologia, realizado de 30 de julho a 02 de agosto de 2002, no Campus da UERJ, Rio de Janeiro, RJ. Disponível em: www.encontroagroecologia.org.br/files/Transicao_Sul.rtf Acesso em 20 ago 2010

SCHULTZ, G. **As cadeias produtivas de alimentos orgânicos do município de Porto Alegre/RS frente à evolução das demandas do mercado: lógica de produção e/ou de distribuição**. 2001. 192 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001

SCHULTZ, G. **Relações com o mercado e (re) construção das identidades socioprofissionais na agricultura orgânica**. 2007. 280 f. Tese (Doutorado em Agronegócios) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

SILVEIRA, P.R.C. da.; GUIMARÃES, G.; GENRO, C. Redefinindo riscos alimentares em sistemas agroalimentares localizados: o desafio da validação social da qualidade em mercados extra-regionais. In: CONGRESSO DA REDE SIAL, 4., 2008, Mar del Plata. **Anais...** Mar del Plata/Argentina: IICA, 2008b, p. 01-20

SILVEIRA, P.R.C. da et al. A construção da identidade territorial em sistemas agroalimentares localizados: o caso da região da quarta colônia de imigração italiana do Rio Grande do Sul–Brasil. In: CONGRESSO DA REDE SIAL, 5., 2008, Mar Del Plata. **Anais...** Mar del Plata/Argentina: IICA, 2008a, p. 01-26.

SILVEIRA, P.R.C. da et al. Da identidade cultural a identidade territorial: o processo de valorização do saber local como estratégia de desenvolvimento regional. In: CONGRESSO ARGENTINO E LATINO-AMERICANO DE ANTROPOLOGIA RURAL, 4., 2009, Mar Del Plata. **Anais...** Mar Del Plata: INTA, 2009. V IV. p. 1-20.

SILVEIRA, P. R. C. da. **Alimentos e bebidas orgânicas na comensalidade contemporânea: um estudo a partir dos processados orgânicos no Rio Grande do Sul – Brasil.** 201 f. 2010. Tese (Doutorado) - Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

SPECHT, S.; RUCKERT, A. Sistema agroalimentar para análise da produção de morango no vale do caí. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 46., Rio Branco. **Amazônia, mudanças globais e agronegócios: o desenvolvimento em questão.** Brasília: SOBER, 2008. 1 CD ROM.

STORCH, G.; SILVA, F.F. da; BRIZOLA, R.M. de O.; AZEVEDO, R. de; VAZ, D. da S.; BEZERRA, A.J.A. Caracterização de um grupo de produtores agroecológicos do sul do Rio Grande do Sul. **Revista Brasileira de Agrociência**, Pelotas, v.10, n. 3, p. 357-362, 2004.

STOREL JUNIOR, A. O. Os regimes alimentares da humanidade e suas transformações: origens e desenvolvimento do mercado de açúcar. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE HISTÓRIA ECONÔMICA, 5., 2003, Caxambu **Anais...** Belo Horizonte: ABPHE, 2003. Disponível em: <http://www.abphe.org.br/congresso2003/Textos/Abphe_2003>. Acesso em: 15 abr. 2011.

STOREL JUNIOR, A O. **A potencialidade do mercado de açúcar orgânico para a agroindústria canavieira do estado de São Paulo: desenvolvimento**

econômico, espaço e meio ambiente. 2003. 159 f. Dissertação (Mestrado) - Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2003.

TEIXEIRA, S. S.; MACHADO, A. L. T.; REIS, Â. V. dos; OLDONI, A. Caracterização da produção agroecológica do sul do Rio Grande do Sul e sua relação com a mecanização agrícola. **Engenharia Agrícola**, Jaboticabal v.29, n.1, p. 162-171, 2009.

VALESCHINI, E.; NICOLAS, **Agro-alimentaire: une économie de la qualité**. INRA Econômica, 1995.

VILELA, N.J.; MACEDO, M.M.C. Fluxo de poder no agronegócio: o caso das hortaliças. **Horticultura brasileira**, Brasília, v. 18, n. 2, p. 88-94, jul. 2000.

WILKINSON, J. A new paradigm for economic analysis. **Economy & Society**, Londres, v. 26, 1997, p.305-339.

YIN, R.K. **Case study research: design and methods**. Newbury Park: Sage Publications, 1990.

IWASSO, S.; ROXO, E. **Estudo mostra excesso de iodo em crianças e adolescentes**. 16 set. 2007. Estadão versão on line. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/vidae,estudo-mostra-excesso-de-iodo-em-criancas-e-adolescentes,52870,0.htm>>. Acesso em: 18 mar 2011.

8 - ANEXOS

Anexo I**Presidência da República**
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos**LEI Nº 10.831, DE 23 DE DEZEMBRO DE 2003.**

Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Considera-se sistema orgânico de produção agropecuária todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente.

§ 1º A finalidade de um sistema de produção orgânico é:

- I – a oferta de produtos saudáveis isentos de contaminantes intencionais;
- II – a preservação da diversidade biológica dos ecossistemas naturais e a recomposição ou incremento da diversidade biológica dos ecossistemas modificados em que se insere o sistema de produção;
- III – incrementar a atividade biológica do solo;
- IV – promover um uso saudável do solo, da água e do ar, e reduzir ao mínimo todas as formas de contaminação desses elementos que possam resultar das práticas agrícolas;
- V – manter ou incrementar a fertilidade do solo a longo prazo;
- VI – a reciclagem de resíduos de origem orgânica, reduzindo ao mínimo o emprego de recursos não-renováveis;
- VII – basear-se em recursos renováveis e em sistemas agrícolas organizados localmente;
- VIII – incentivar a integração entre os diferentes segmentos da cadeia produtiva e de consumo de produtos orgânicos e a regionalização da produção e comércio desses produtos;
- IX – manipular os produtos agrícolas com base no uso de métodos de elaboração cuidadosos, com o propósito de manter a integridade orgânica e as qualidades vitais do produto em todas as etapas.

§ 2º O conceito de sistema orgânico de produção agropecuária e industrial abrange os denominados: ecológico, biodinâmico, natural, regenerativo, biológico, agroecológicos, permacultura e outros que atendam os princípios estabelecidos por esta Lei.

Art. 2º Considera-se produto da agricultura orgânica ou produto orgânico, seja ele **in natura** ou processado, aquele obtido em sistema orgânico de produção agropecuário ou oriundo de processo extrativista sustentável e não prejudicial ao ecossistema local.

Parágrafo único. Toda pessoa, física ou jurídica, responsável pela geração de produto definido no **caput** deste artigo é considerada como produtor para efeito desta Lei.

Art. 3º Para sua comercialização, os produtos orgânicos deverão ser certificados por organismo reconhecido oficialmente, segundo critérios estabelecidos em regulamento.

§ 1º No caso da comercialização direta aos consumidores, por parte dos agricultores familiares, inseridos em processos próprios de organização e controle social, previamente cadastrados junto ao órgão fiscalizador, a certificação será facultativa, uma vez assegurada aos consumidores e ao órgão fiscalizador a rastreabilidade do produto e o livre acesso aos locais de produção ou processamento.

§ 2º A certificação da produção orgânica de que trata o **caput** deste artigo, enfocando sistemas, critérios e circunstâncias de sua aplicação, será matéria de regulamentação desta Lei, considerando os diferentes sistemas de certificação existentes no País.

Art. 4º A responsabilidade pela qualidade relativa às características regulamentadas para produtos orgânicos caberá aos produtores, distribuidores, comerciantes e entidades certificadoras, segundo o nível de participação de cada um.

Parágrafo único. A qualidade de que trata o **caput** deste artigo não exime os agentes dessa cadeia produtiva do cumprimento de demais normas e regulamentos que estabeleçam outras medidas relativas à qualidade de produtos e processos.

Art. 5º Os procedimentos relativos à fiscalização da produção, circulação, armazenamento, comercialização e certificação de produtos orgânicos nacionais e estrangeiros, serão objeto de regulamentação pelo Poder Executivo.

§ 1º A regulamentação deverá definir e atribuir as responsabilidades pela implementação desta Lei no âmbito do Governo Federal.

§ 2º Para a execução desta Lei, poderão ser celebrados convênios, ajustes e acordos entre órgãos e instituições da Administração Federal, Estados e Distrito Federal.

Art. 6º Sem prejuízo das responsabilidades civil e penal cabíveis, a infração das disposições desta Lei será apurada em processo administrativo e acarretará, nos termos previstos em regulamento, a aplicação das seguintes sanções, isolada ou cumulativamente:

I – advertência;

II – multa de até R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais);

III – suspensão da comercialização do produto;

IV – condenação de produtos, rótulos, embalagens e matérias-primas;

V – inutilização do produto;

VI – suspensão do credenciamento, certificação, autorização, registro ou licença; e

VII – cancelamento do credenciamento, certificação, autorização, registro ou licença.

Art. 7º Caberá ao órgão definido em regulamento adotar medidas cautelares que se demonstrem indispensáveis ao atendimento dos objetivos desta Lei, assim como dispor sobre a destinação de produtos apreendidos ou condenados na forma de seu regulamento.

§ 1º O detentor do bem que for apreendido poderá ser nomeado seu depositário.

§ 2º Os custos referentes a quaisquer dos procedimentos mencionados neste artigo correrão por conta do infrator.

Art. 8º As pessoas físicas ou jurídicas, de direito público ou privado, que produzam, transportem, comercializem ou armazenem produtos orgânicos ficam obrigadas a promover a regularização de suas atividades junto aos órgãos competentes.

Parágrafo único. Os procedimentos de registro, cadastramento, licenciamento e outros mecanismos de controle deverão atender ao disposto no regulamento desta Lei e nos demais instrumentos legais pertinentes.

Art. 9º Os insumos com uso regulamentado para a agricultura orgânica deverão ser objeto de processo de registro diferenciado, que garanta a simplificação e agilização de sua regularização.

Parágrafo único. Os órgãos federais competentes definirão em atos complementares os procedimentos para a aplicabilidade do disposto no **caput** deste artigo.

Art. 10. Para o atendimento de exigências relativas a medidas sanitárias e fitossanitárias, as autoridades competentes deverão, sempre que possível, adotar medidas compatíveis com as características e especificidades dos produtos orgânicos, de modo a não descaracterizá-los.

Art. 11. O Poder Executivo regulamentará esta Lei, definindo as normas técnicas para a produção orgânica e sua estrutura de gestão no âmbito da União, dos Estados e do Distrito Federal.

§ 1º A regulamentação deverá contemplar a participação de representantes do setor agropecuário e da sociedade civil, com reconhecida atuação em alguma etapa da cadeia produtiva orgânica.

§ 2º A regulamentação desta Lei será revista e atualizada sempre que necessário e, no máximo, a cada quatro anos.

Art. 12. (VETADO).

Parágrafo único. O regulamento desta Lei deverá estabelecer um prazo mínimo de 01 (um) ano para que todos os segmentos envolvidos na cadeia produtiva possam se adequar aos procedimentos que não estejam anteriormente estabelecidos por regulamentação oficial.

Art. 13. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 23 de dezembro de 2003; 182º da Independência e 115º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Márcio Thomaz Bastos
Roberto Rodrigues
Marina Silva

Anexo 2



Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos

DECRETO Nº 6.323, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2007.

Regulamenta a Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003, que dispõe sobre a agricultura orgânica, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, incisos IV e VI, alínea “a”, da Constituição, e tendo em vista o disposto na Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003,

DECRETA:

Art. 1º As atividades pertinentes ao desenvolvimento da agricultura orgânica, definidas pela [Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003](#), ficam disciplinadas por este Decreto, sem prejuízo do cumprimento das demais normas que estabeleçam outras medidas relativas à qualidade dos produtos e processos.

TÍTULO I

DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

CAPÍTULO I

DAS DEFINIÇÕES

Art. 2º Para os fins deste Decreto, considera-se:

I - acreditação: procedimento realizado pelo Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Inmetro) como parte inicial do processo de credenciamento dos organismos de avaliação da conformidade, realizado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento;

II - auditoria de credenciamento: procedimento pelo qual uma equipe oficial de auditores realiza a avaliação de uma entidade candidata ao credenciamento como organismo de avaliação da conformidade, para verificar a conformidade com a regulamentação oficial;

III - certificação orgânica: ato pelo qual um organismo de avaliação da conformidade credenciado dá garantia por escrito de que uma produção ou um processo claramente

identificados foi metodicamente avaliado e está em conformidade com as normas de produção orgânica vigentes;

IV - credenciamento: procedimento pelo qual o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento reconhece formalmente que um organismo de avaliação da conformidade está habilitado para realizar a avaliação de conformidade de produtos orgânicos, de acordo com a regulamentação oficial de produção orgânica e com os critérios em vigor;

V - escopo: segmento produtivo objeto da avaliação da conformidade orgânica, tais como produção primária animal, produção primária vegetal, extrativismo, processamento de produtos de origem animal, processamento de produtos de origem vegetal, entre outros definidos pela regulamentação oficial de produção orgânica em vigor;

VI - extrativismo sustentável orgânico: conjunto de práticas associadas ao manejo sustentado dos recursos naturais, com vistas ao reconhecimento da qualidade orgânica de seus produtos;

VII - integridade orgânica: condição de um produto em que estão preservadas todas as características inerentes a um produto orgânico;

VIII - organização de controle social: grupo, associação, cooperativa ou consórcio a que está vinculado o agricultor familiar em venda direta, previamente cadastrado no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, com processo organizado de geração de credibilidade a partir da interação de pessoas ou organizações, sustentado na participação, comprometimento, transparência e confiança, reconhecido pela sociedade;

IX - período de conversão: tempo decorrido entre o início do manejo orgânico, de extrativismo, culturas vegetais ou criações animais, e seu reconhecimento como sistema de produção orgânica;

X - produção paralela: produção obtida onde, na mesma unidade de produção ou estabelecimento, haja coleta, cultivo, criação ou processamento de produtos orgânico e não-orgânico;

XI - produtor: toda pessoa, física ou jurídica, responsável pela geração de produto orgânico, seja ele in natura ou processado, obtido em sistema orgânico de produção agropecuária ou oriundo de processo extrativista sustentável e não prejudicial ao ecossistema local;

XII - qualidade orgânica: qualidade que traz, vinculada a ela, os princípios da produção orgânica relacionados a questões sanitárias, ambientais e sociais;

XIII - rede de produção orgânica: envolve agentes que atuam nos diferentes níveis do processo da produção, processamento, transporte, armazenagem, comercialização ou consumo de produtos orgânicos;

XIV - relações de trabalho em condições especiais: onde há especificidades na participação da criança em tarefas que a família executa no campo, que objetivam incluí-la e prepará-la para um futuro trabalho e que, dessa forma, são respeitadas pela produção orgânica por constituir um dos alicerces das comunidades locais tradicionais;

XV - sistema de certificação: conjunto de regras e procedimentos adotados por uma entidade certificadora, que, por meio de auditoria, avalia a conformidade de um produto, processo ou serviço, objetivando a sua certificação;

XVI - Sistemas Participativos de Garantia da Qualidade Orgânica: conjunto de atividades desenvolvidas em determinada estrutura organizativa, visando assegurar a garantia de que um produto, processo ou serviço atende a regulamentos ou normas específicas e que foi submetido a uma avaliação da conformidade de forma participativa;

XVII - sistema orgânico de produção agropecuária: todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente;

XVIII - unidade de produção: empreendimento destinado à produção, manuseio ou processamento de produtos orgânicos; e

XIX - venda direta: relação comercial direta entre o produtor e o consumidor final, sem intermediários ou preposto, desde que seja o produtor ou membro da sua família inserido no processo de produção e que faça parte da sua própria estrutura organizacional.

CAPÍTULO II

DAS DIRETRIZES

Art. 3º São diretrizes da agricultura orgânica:

I - contribuição da rede de produção orgânica ao desenvolvimento local, social e econômico sustentáveis;

II - manutenção de esforços contínuos da rede de produção orgânica no cumprimento da legislação ambiental e trabalhista pertinentes na unidade de produção, considerada na sua totalidade;

III - desenvolvimento de sistemas agropecuários baseados em recursos renováveis e organizados localmente;

IV - incentivo à integração da rede de produção orgânica e à regionalização da produção e comércio dos produtos, estimulando a relação direta entre o produtor e o consumidor final;

V - inclusão de práticas sustentáveis em todo o seu processo, desde a escolha do produto a ser cultivado até sua colocação no mercado, incluindo o manejo dos sistemas de produção e dos resíduos gerados;

VI - preservação da diversidade biológica dos ecossistemas naturais e a recomposição ou incremento da diversidade biológica dos ecossistemas modificados em que se insere o sistema de produção, com especial atenção às espécies ameaçadas de extinção;

VII - relações de trabalho baseadas no tratamento com justiça, dignidade e equidade, independentemente das formas de contrato de trabalho;

VIII - consumo responsável, comércio justo e solidário baseados em procedimentos éticos;

IX - oferta de produtos saudáveis, isentos de contaminantes, oriundos do emprego intencional de produtos e processos que possam gerá-los e que ponham em risco o meio ambiente e a saúde do produtor, do trabalhador ou do consumidor;

X - uso de boas práticas de manuseio e processamento com o propósito de manter a integridade orgânica e as qualidades vitais do produto em todas as etapas;

XI - adoção de práticas na unidade de produção que contemplem o uso saudável do solo, da água e do ar, de modo a reduzir ao mínimo todas as formas de contaminação e desperdícios desses elementos;

XII - utilização de práticas de manejo produtivo que preservem as condições de bem-estar dos animais;

XIII - incremento dos meios necessários ao desenvolvimento e equilíbrio da atividade biológica do solo;

XIV - emprego de produtos e processos que mantenham ou incrementem a fertilidade do solo em longo prazo;

XV - reciclagem de resíduos de origem orgânica, reduzindo ao mínimo o emprego de recursos não-renováveis; e

XVI - conversão progressiva de toda a unidade de produção para o sistema orgânico.

TÍTULO II

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

CAPÍTULO I

DAS RELAÇÕES DE TRABALHO

Art. 4º Devem ser respeitados a tradição, a cultura e os mecanismos de organização social nas relações de trabalho em condições especiais, quando em comunidades locais tradicionais.

Art. 5º Nas unidades de produção orgânica deve ser observado o acesso dos trabalhadores aos serviços básicos, em ambiente de trabalho com segurança, salubridade, ordem e limpeza.

§ 1º O contratante é responsável pela segurança, informação e capacitação dos trabalhadores em relação ao caput deste artigo.

§ 2º Os organismos responsáveis pela garantia da qualidade orgânica podem exigir termo de compromisso, assumido pelo empregador com os trabalhadores, com medidas a serem adotadas para melhoria contínua da qualidade de vida.

CAPÍTULO II

DA PRODUÇÃO

Seção I

Da Conversão

Art. 6º Para que uma área dentro de uma unidade de produção seja considerada orgânica, deverá ser obedecido um período de conversão.

§ 1º O período de conversão variará de acordo com o tipo de exploração e a utilização anterior da unidade, considerada a situação socioambiental atual.

§ 2º As atividades a serem desenvolvidas durante o período de conversão deverão estar estabelecidas em plano de manejo orgânico da unidade de produção.

Seção II

Da Produção Paralela

Art. 7º É permitida a produção paralela nas unidades de produção e estabelecimentos onde haja cultivo, criação ou processamento de produtos orgânicos.

§ 1º Nas áreas e estabelecimentos em que ocorra a produção paralela, os produtos orgânicos deverão estar claramente separados dos produtos não orgânicos e será requerida descrição do processo de produção, do processamento e do armazenamento.

§ 2º No caso de unidade processadora de produtos orgânicos e não orgânicos, o processamento dos produtos orgânicos deve ser realizado de forma totalmente isolada dos produtos não orgânicos no espaço ou no tempo.

§ 3º Todas as unidades de produção e estabelecimentos de produção, orgânica e não orgânica, serão objeto de controle por parte do organismo de avaliação da conformidade ou da organização de controle social a que estiver vinculado o agricultor familiar em venda direta.

Art. 8º Nas unidades de produção ou estabelecimentos envolvidos com a geração de produtos orgânicos que apresentem produção paralela, a matéria-prima, insumos, medicamentos e substâncias utilizadas na produção não orgânica deverão ser mantidos sob rigoroso controle, em local isolado e apropriado.

Parágrafo único. A produção não orgânica, a que se refere o caput, não poderá conter organismos geneticamente modificados.

Seção III

Dos Regulamentos Técnicos de Produção

Art. 9º Caberá ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, de forma isolada ou em conjunto com outros Ministérios, o estabelecimento de normas técnicas para a obtenção do produto orgânico.

§ 1º As normas deverão contemplar a produção animal e vegetal, extrativismo sustentável orgânico, processamento, envase, rotulagem, transporte, armazenamento e comercialização.

§ 2º As normas para produtos do extrativismo sustentável orgânico aplicar-se-ão somente para os que tiverem por objetivo a identificação como produto orgânico.

§ 3º As normas referentes ao processamento serão efetivadas em ato conjunto do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento com o Ministério da Saúde.

§ 4º As normas referentes ao extrativismo sustentável orgânico serão efetivadas em ato conjunto do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento com o Ministério do Meio Ambiente.

§ 5º Os processos de normatização deverão contemplar a participação das comissões de que trata o art. 33.

Seção IV

Das Boas Práticas

Art. 10. Caberá ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, de forma isolada ou em conjunto com outros Ministérios, a elaboração de manual das boas práticas de produção orgânica.

Parágrafo único. O manual previsto no caput deverá orientar a melhoria contínua dos sistemas orgânicos de produção por meio da adoção progressiva de boas práticas de manejo, sempre que forem verificadas as condições necessárias para tanto.

CAPÍTULO III

DA COMERCIALIZAÇÃO

Seção I

Do Mercado Interno

Art. 11. Para a comercialização no mercado interno, os produtos orgânicos deverão atender ao disposto neste Decreto e demais disposições legais.

Art. 12. Os produtos orgânicos deverão ser protegidos continuamente para que não se misturem com produtos não orgânicos e não tenham contato com materiais e substâncias cujo uso não esteja autorizado para a produção orgânica.

Art. 13. Os produtos orgânicos passíveis de contaminação por contato ou que não possam ser diferenciados visualmente devem ser identificados e mantidos em local separado dos demais produtos não orgânicos.

Art. 14. No comércio varejista, os produtos orgânicos passíveis de contaminação por contato ou que não possam ser diferenciados visualmente dos similares não orgânicos devem ser mantidos em espaço delimitado e identificado, ocupado unicamente por produtos orgânicos.

Art. 15. Todos os produtos orgânicos comercializados a granel devem trazer a identificação do seu fornecedor no respectivo espaço de exposição.

Art. 16. Os restaurantes, hotéis, lanchonetes e similares que anunciarem em seus cardápios refeições preparadas com ingredientes orgânicos deverão:

I - manter, à disposição dos consumidores, lista atualizada dos itens orgânicos ofertados, dos itens que possuem ingredientes orgânicos e de seus fornecedores de produtos orgânicos; e

II - apresentar, quando solicitado pelos órgãos fiscalizadores, informações sobre seus fornecedores de produtos orgânicos, as quantidades adquiridas e as quantidades comercializadas de produtos orgânicos.

Art. 17. No momento da venda direta de produtos orgânicos aos consumidores, os agricultores familiares deverão manter disponível o comprovante de cadastro junto ao órgão fiscalizador de que trata o art. 22.

Seção II

Da Exportação

Art. 18. Não poderão ser comercializados como orgânicos, no mercado interno, os produtos destinados à exportação em que o atendimento de exigências do país de destino ou do importador implique a utilização de produtos ou processos proibidos na regulamentação brasileira.

Parágrafo único. Os produtos de que trata o caput não poderão receber o selo do sistema brasileiro de avaliação da conformidade orgânica.

Seção III

Da Importação

Art. 19. Para serem comercializados no País como orgânicos, os produtos orgânicos importados deverão estar de acordo com a regulamentação brasileira para produção orgânica.

§ 1º Para os fins do disposto no caput, o produto deverá:

I - possuir certificação concedida por organismo de avaliação da conformidade orgânica credenciado junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento; ou

II - ser proveniente de país que possua acordo de equivalência ou de reconhecimento mútuo de sistemas de avaliação da conformidade orgânica com o Brasil.

§ 2º Perderão a condição de orgânicos os produtos importados que forem submetidos a tratamento quarentenário não compatível com a regulamentação da produção orgânica brasileira.

CAPÍTULO IV

DA INFORMAÇÃO DA QUALIDADE

Seção I

Da Rotulagem

Art. 20. Além de atender aos regulamentos técnicos vigentes específicos para o produto que está sendo rotulado, os produtos inseridos no Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica de que trata o art. 29 deverão obedecer às determinações para rotulagem de produtos orgânicos e conter o selo deste Sistema.

Art. 21. Somente poderão utilizar o selo do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica os produtos comercializados diretamente aos consumidores que tenham sido verificados por organismo de avaliação da conformidade credenciado junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

Parágrafo único. No ponto de comercialização ou no rótulo dos produtos previstos no caput, poderá constar a seguinte expressão: “produto orgânico não sujeito à certificação nos termos da [Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003](#)”.

Seção II

Da Identificação na Venda Direta

Art. 22. O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento estabelecerá as regras para a identificação dos agricultores familiares que comercializam diretamente aos consumidores, nos termos do art. 17 deste Decreto.

Parágrafo único. As regras previstas no caput deverão contemplar a emissão de comprovante de cadastramento do agricultor familiar pelo órgão fiscalizador.

Seção III

Da Publicidade e Propaganda

Art. 23. É proibido, na publicidade e propaganda de produtos que não sejam produzidos em sistemas orgânicos de produção, o uso de expressões, títulos, marcas, gravuras ou qualquer outro modo de informação capaz de induzir o consumidor a erro quanto à garantia da qualidade orgânica dos produtos.

CAPÍTULO V

DOS INSUMOS

Art. 24. O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento deverá estabelecer mecanismos para priorização e simplificação dos registros de insumos aprovados para uso na agricultura orgânica.

Parágrafo único. No caso de insumos em que o registro envolva a participação de outros órgãos, os mecanismos de que trata o caput deverão ser estabelecidos em conjunto com os demais órgãos federais competentes, considerando os mesmos princípios de priorização e simplificação, desde que isso não importe em risco à saúde ou ao meio ambiente.

TÍTULO III

DOS MECANISMOS DE CONTROLE

Art. 25. As pessoas físicas ou jurídicas, de direito público ou privado, que produzam, transportem, comercializem ou armazenem produtos orgânicos ficam obrigadas a promover a regularização de suas atividades junto aos órgãos competentes.

CAPÍTULO I

DAS RESPONSABILIDADES DAS PARTES

Art. 26. A regularização de que trata o art. 25 deverá atender aos requisitos estabelecidos para os agricultores familiares na venda direta sem certificação e, nos demais casos, aos requisitos estabelecidos pelo Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica, observadas as particularidades e restrições definidas para cada um.

Art. 27. Para a integridade do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica, serão firmados acordos entre os produtores, os organismos de avaliação da conformidade orgânica credenciados e o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, contendo, em especial, a definição de responsabilidades.

§ 1º Os produtores são responsáveis por:

- I - seguir os regulamentos técnicos;
- II - consentir com a realização de auditorias, incluindo as realizadas pelo organismo de avaliação da conformidade orgânica credenciado;
- III - fornecer informações precisas e no prazo determinado;
- IV - fornecer informações sobre sua participação em outras atividades referentes ao escopo, não incluídas no processo de certificação; e
- V - informar o organismo de avaliação da conformidade orgânica credenciado sobre quaisquer alterações no seu sistema de produção e comercialização.

§ 2º Os organismos de avaliação da conformidade orgânica credenciados são responsáveis por atualizar as informações referentes aos produtores a eles vinculados no cadastro nacional de produtores orgânicos.

§ 3º O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento é responsável por manter atualizado e disponível o cadastro nacional de organismos de avaliação da conformidade orgânica e o cadastro nacional de produtores orgânicos.

CAPÍTULO II

DO CONTROLE SOCIAL NA VENDA DIRETA SEM CERTIFICAÇÃO

Art. 28. Para que possam comercializar diretamente ao consumidor, sem certificação, os agricultores familiares deverão estar vinculados a uma organização com controle social cadastrada no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento ou em outro órgão fiscalizador federal, estadual ou distrital conveniado.

§ 1º No caso previsto no caput, os agricultores terão de garantir a rastreabilidade de seus produtos e o livre acesso dos órgãos fiscalizadores e dos consumidores aos locais de produção e processamento.

§ 2º Para que possa realizar convênio com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento objetivando atuar no controle da venda direta sem certificação, o órgão da esfera federal, estadual ou distrital deverá possuir em seus quadros servidores com poderes para atuar na fiscalização, capacitados para trabalhar com agricultura orgânica.

§ 3º O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento estabelecerá, em ato próprio, os procedimentos para o cadastramento de que trata o caput, ouvindo os Ministérios do Desenvolvimento Agrário e do Meio Ambiente.

CAPÍTULO III

DO SISTEMA BRASILEIRO DE AVALIAÇÃO DA CONFORMIDADE ORGÂNICA

Seção I

Do Objetivo

Art. 29. Fica instituído o Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica, integrado por órgãos e entidades da administração pública federal e pelos organismos de avaliação da conformidade credenciados pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

§ 1º Os Estados e o Distrito Federal poderão integrar o Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica mediante convênios específicos firmados com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

§ 2º O Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica é integrado pelos Sistemas Participativos de Garantia da Qualidade Orgânica e pela Certificação por Auditoria.

Art. 30. O Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica será identificado por um selo único em todo o território nacional.

Parágrafo único. Agregado ao selo, deverá haver identificação do sistema de avaliação de conformidade orgânica utilizado.

Art. 31. O Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica será gerido pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

Parágrafo único. Caberá ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento o credenciamento, o acompanhamento e a fiscalização dos organismos de avaliação da conformidade orgânica.

Art. 32. O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, em articulação com os demais órgãos responsáveis pelo registro de produtos identificados como orgânicos, será responsável pela fiscalização do cumprimento das normas regulamentadas para a produção orgânica nos estabelecimentos produtores registrados.

§ 1º O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento criará meios para receber e processar as informações referentes aos registros e fiscalizações, previstos no caput, como forma de suporte de informações para o Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica.

§ 2º Os órgãos responsáveis pelo registro e fiscalização dos produtos previstos no caput serão os responsáveis por repassar à Coordenação de Agroecologia da Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo, do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento:

I - informações referentes às infrações detectadas; e

II - o nome do organismo de avaliação da conformidade orgânica responsável pela garantia da qualidade do produto alvo de infração.

Seção II

Das Comissões

Art. 33. O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento organizará, junto a cada Superintendência Federal de Agricultura, Comissões da Produção Orgânica nas Unidades da Federação (CPOrg-UF) e, junto à Coordenação de Agroecologia, uma Comissão Nacional da Produção Orgânica (CNPOrg), com a finalidade de auxiliar nas ações necessárias ao desenvolvimento da produção orgânica, tendo por base a integração entre os diversos agentes da rede de produção orgânica do setor público e do privado, e a participação efetiva da sociedade no planejamento e gestão democrática das políticas públicas.

§ 1º As Comissões serão compostas de forma paritária por membros do setor público e da sociedade civil, de reconhecida atuação no âmbito da produção orgânica.

§ 2º O número mínimo e máximo de participantes que comporão as Comissões observará as diferentes realidades existentes nas unidades da Federação.

§ 3º A composição da CNPOrg deverá garantir a presença de pelo menos um representante do setor privado de cada região geográfica.

§ 4º Nas CPOrg-UF, os membros do setor público devem representar, sempre que possível, diferentes segmentos, tais como assistência técnica, pesquisa, ensino, fomento e fiscalização.

§ 5º Os membros do setor privado, nas CPOrg-UF devem representar, sempre que possível, diferentes segmentos, tais como produção, processamento, comercialização, assistência técnica, avaliação da conformidade, ensino, produção de insumos, mobilização social e defesa do consumidor.

Art. 34. São atribuições da CNPOrg:

I - emitir parecer sobre regulamentos que tratem da produção orgânica, considerando as manifestações enviadas pelas CPOrg-UF;

II - propor regulamentos que tenham por finalidade o aperfeiçoamento da rede de produção orgânica no âmbito nacional e internacional, considerando as propostas enviadas pelas CPOrg-UF;

III - assessorar o Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica;

IV - articular e fomentar a criação de fóruns setoriais e territoriais que aprimorem a representação do movimento social envolvido com a produção orgânica;

V - discutir e propor os posicionamentos a serem levados pelos representantes brasileiros em fóruns nacionais e internacionais que tratem da produção orgânica, consolidando as posições apresentadas pelas CPOrg-UF; e

VI - orientar e sugerir atividades a serem desenvolvidas pelas CPOrg-UF.

Art. 35. São atribuições das CPOrg-UF:

I - emitir parecer sobre regulamentos que tratem da produção orgânica;

II - propor à CNPOrg regulamentos que tenham por finalidade o aperfeiçoamento da rede de produção orgânica no âmbito nacional e internacional;

III - assessorar o Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica;

IV - contribuir para elaboração dos bancos de especialistas capacitados a atuar no processo de acreditação;

V - articular e fomentar a criação de fóruns setoriais e territoriais que aprimorem a representação do movimento social envolvido com a produção orgânica;

VI - discutir e propor os posicionamentos a serem levados pelos representantes brasileiros em fóruns nacionais e internacionais que tratem da produção orgânica; e

VII - emitir parecer sobre pedidos de credenciamento de organismos de avaliação da conformidade orgânica.

Seção III

Dos Organismos de Avaliação da Conformidade Orgânica

Art. 36. Os organismos de avaliação da conformidade deverão ser pessoas jurídicas, de direito público ou privado, com ou sem fins lucrativos, previamente credenciados pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

§ 1º As pessoas jurídicas de direito público que se credenciem para avaliação da conformidade da produção orgânica não poderão ser também responsáveis por procedimentos de fiscalização relacionados à produção orgânica.

§ 2º Os organismos de avaliação da conformidade credenciados para a certificação por auditoria não poderão desenvolver atividades relacionadas à assistência técnica nas unidades de produção.

Seção IV

Dos Sistemas Participativos de Garantia da Qualidade Orgânica

Art. 37. Os Ministérios da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, do Desenvolvimento Agrário e do Meio Ambiente deverão apoiar a construção de Sistemas Participativos de Garantia da Qualidade Orgânica.

Subseção I

Do Funcionamento dos Sistemas Participativos de Garantia da Qualidade Orgânica

Art. 38. Cada Sistema Participativo de Garantia da Qualidade Orgânica será composto pelo conjunto de seus membros e por um organismo participativo de avaliação da conformidade credenciado junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

§ 1º São considerados membros do sistema os produtores, comercializadores, transportadores, armazenadores, consumidores, técnicos e organizações públicas ou privadas que atuam na rede de produção orgânica.

§ 2º Para os fins previstos no § 1º, consideram-se produtores os agricultores individuais as associações, as cooperativas, os condomínios e outras formas de organização, formais ou informais.

§ 3º O organismo participativo de avaliação da conformidade, previsto no caput, terá personalidade jurídica própria, com atribuições e responsabilidades formais no Sistema Participativo de Garantia da Qualidade Orgânica, consignadas em seu estatuto social.

§ 4º O organismo participativo de avaliação da conformidade terá em sua estrutura, no mínimo, uma comissão de avaliação e um conselho de recursos, composto por representantes dos membros do Sistema.

§ 5º No caso de o organismo participativo de avaliação da conformidade vir a ser constituído como parte de uma organização já existente, esta deverá estabelecer em seu estatuto a criação de um setor específico para a finalidade de avaliação da conformidade orgânica, com mecanismo de gestão própria.

Art. 39. O organismo participativo de avaliação da conformidade manterá todos os registros que garantam a rastreabilidade dos produtos sob processo de avaliação da conformidade orgânica.

Subseção II

Do Credenciamento dos Organismos Participativos de Avaliação da Conformidade

Art. 40. O organismo participativo de avaliação da conformidade solicitará seu credenciamento como organismo de avaliação da conformidade orgânica junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, devendo cumprir as seguintes exigências:

I - apresentar o seu estatuto social e declaração formal identificando o escopo de sua atuação;

II - apresentar o cadastro das unidades de produção onde já atua como organismo participativo de avaliação da conformidade da produção orgânica ou declaração de inexistência de projetos sob acompanhamento; e

III - obter parecer da CPOrg-UF, junto à Superintendência Federal de Agricultura da unidade da Federação em que estiver sediada.

Art. 41. O credenciamento deverá ser precedido de auditoria sob responsabilidade do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, para verificação do cumprimento das exigências legais.

Parágrafo único. Os especialistas que comporão as equipes de auditoria deverão ter experiência comprovada e formação profissional compatível com o escopo de atuação solicitado pelo organismo participativo de avaliação da conformidade.

Art. 42. A solicitação de credenciamento poderá ser indeferida, mediante parecer fundamentado da Coordenação de Agroecologia do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

Parágrafo único. Caberá recurso contra o indeferimento da solicitação de credenciamento ao Departamento de Sistemas de Produção e Sustentabilidade do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, na forma e nos prazos a serem fixados em portaria ministerial.

Art. 43. O organismo de avaliação da conformidade orgânica credenciado poderá requerer a extensão do credenciamento para outro escopo mediante a apresentação de documentação complementar.

Parágrafo único. A Comissão da Produção Orgânica na unidade da Federação responsável emitirá parecer, e a Coordenação de Agroecologia do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento definirá a necessidade de nova auditoria.

Art. 44. No caso de escopo que englobe produtos de competência de outros órgãos, estes deverão participar do processo de credenciamento, na forma estabelecida pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

Seção V

Da Certificação por Auditoria

Subseção I

Do Funcionamento da Certificação por Auditoria

Art. 45. A certificação orgânica compreende o procedimento realizado em unidades de produção e comercialização, a fim de avaliar e garantir sua conformidade em relação aos regulamentos técnicos.

Art. 46. A concessão ou a manutenção da certificação será precedida de auditoria, a ser realizada por organismo de avaliação da conformidade credenciado junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, com a finalidade de avaliar a conformidade com as normas regulamentadas para a produção orgânica.

Parágrafo único. Os procedimentos utilizados no processo de certificação deverão seguir os critérios reconhecidos internacionalmente para organismos certificadores, acrescidos dos requisitos específicos estabelecidos nos regulamentos técnicos brasileiros de produção orgânica.

Art. 47. É vedado o estabelecimento de custo de certificação baseado unicamente em percentual sobre a produção certificada, vinculada à quantidade de área ou de produtos a serem certificados.

Subseção II

Do Credenciamento das Certificadoras

Art. 48. As certificadoras deverão se credenciar junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, conforme detalhamento a ser estabelecido em normas complementares.

Art. 49. O credenciamento junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento será precedido de etapa prévia de acreditação das certificadoras, a ser realizada pelo Inmetro.

§ 1º Para os fins de que trata o caput, o Inmetro publicará ato específico estabelecendo as exigências técnicas e os procedimentos necessários ao processo de acreditação, utilizando critérios reconhecidos internacionalmente para organismos certificadores, acrescidos dos requisitos específicos estabelecidos em normas técnicas brasileiras de produção orgânica.

§ 2º Os custos da acreditação serão arcados pelas pessoas jurídicas de direito público ou privado interessadas em obter o credenciamento como organismo de avaliação da conformidade orgânica, devendo o Inmetro aplicar somente valores que cubram as despesas com a operação de acreditação.

Art. 50. Concluído o processo de acreditação pelo Inmetro, o interessado solicitará o credenciamento como organismo de avaliação da conformidade orgânica junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, devendo cumprir as seguintes exigências:

I - apresentar o documento comprobatório da acreditação pelo Inmetro, vinculado ao escopo solicitado;

II - apresentar o cadastro das unidades de produção certificadas, se já estiver atuando na certificação da produção orgânica, ou declaração de inexistência de projetos certificados;

III - apresentar currículo dos inspetores indicados, que deverão estar regularmente inscritos nos conselhos profissionais pertinentes; e

IV - obter parecer da CPOrg-UF junto à Superintendência Federal de Agricultura da unidade da Federação em que estiver sediada.

Art. 51. Os processos de acreditação e de credenciamento deverão ser embasados em auditoria única que atenda às exigências necessárias.

§ 1º As equipes de auditoria deverão ser compostas por profissionais escolhidos conjuntamente pelos órgãos envolvidos nos processos de acreditação e de credenciamento.

§ 2º Os especialistas que comporão as equipes de auditoria deverão ter experiência comprovada e formação profissional compatível com o escopo de atuação solicitado pelo organismo de avaliação da conformidade.

Art. 52. A solicitação de credenciamento poderá ser indeferida, mediante parecer fundamentado da Coordenação de Agroecologia do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

Parágrafo único. Caberá recurso contra o indeferimento da solicitação de credenciamento ao Departamento de Sistemas de Produção e Sustentabilidade do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, na forma e nos prazos a serem fixados em portaria ministerial.

Art. 53. A certificadora credenciada poderá requerer a extensão do credenciamento para outro escopo de certificação, mediante a apresentação de documentação complementar e de currículo dos inspetores regularmente inscritos nos conselhos profissionais pertinentes.

Parágrafo único. A CPOrg-UF responsável emitirá parecer técnico e a Coordenação de Agroecologia do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento definirá a necessidade de nova auditoria.

Art. 54. O credenciamento de certificadoras para atuarem na certificação orgânica não será objeto de delegação.

Parágrafo único. Nos casos de escopo de certificação que englobe produtos de competência de outros órgãos, estes deverão participar do processo de credenciamento, na forma estabelecida pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

DA FISCALIZAÇÃO

Seção I

Da Competência

Art. 55. Os procedimentos relativos à fiscalização e inspeção da produção, manipulação, industrialização, circulação, armazenamento, distribuição, comercialização e certificação de produtos orgânicos nacionais e estrangeiros obedecerão ao disposto neste Decreto e demais legislações aplicáveis, de acordo com as áreas de atuação administrativa dos Ministérios da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, do Meio Ambiente e da Saúde, em função da natureza do produto.

Art. 56. As ações de inspeção e de fiscalização efetivar-se-ão em caráter permanente e constituirão atividade de rotina.

Art. 57. Poderão ser celebrados convênios com os Estados e o Distrito Federal, para a execução de serviços relacionados com a inspeção e a fiscalização previstas neste Decreto.

Seção II

Do Âmbito da Inspeção e Fiscalização

Art. 58. A inspeção e a fiscalização de que trata este Decreto serão realizadas em unidades de produção, estabelecimentos comerciais e industriais, cooperativas, órgãos públicos, portos, aeroportos, postos de fronteira, veículos ou meios de transporte e quaisquer outros ambientes onde se verifique a produção, beneficiamento, manipulação, industrialização, embalagem, acondicionamento, transporte, distribuição, comércio, armazenamento, importação e exportação de produtos orgânicos.

Parágrafo único. A fiscalização de que trata este artigo se estenderá à publicidade e à propaganda de produtos orgânicos, qualquer que seja o veículo empregado para a sua divulgação.

Art. 59. As pessoas físicas ou jurídicas envolvidas com a produção, beneficiamento, transformação, embalagem, armazenamento, transporte, distribuição e comércio de produtos orgânicos, quando solicitadas pelos órgãos de fiscalização e inspeção, são obrigadas a prestar informações e esclarecimentos sobre os produtos e processos de produção, fornecer documentos e facilitar a colheita de amostras.

Art. 60. Os métodos oficiais de análise, compreendendo a colheita de amostras, as determinações analíticas, a interpretação dos resultados e os modelos de certificados oficiais de análise serão previamente definidos pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

Seção III

Dos Documentos de Inspeção e Fiscalização

Art. 61. São documentos para inspeção e fiscalização:

I - o auto de infração;

II - a notificação de julgamento; e

III - os termos de:

a) inspeção;

b) intimação;

c) apreensão;

d) destinação de matéria-prima, produto ou equipamento;

e) colheita de amostras;

f) inutilização;

g) liberação;

h) interdição;

i) reaproveitamento;

j) aditivo; e

l) revelia.

Parágrafo único. Os modelos e os elementos informativos dos formulários oficiais de que trata este artigo serão definidos pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

Seção IV

Das Atribuições

Art. 62. A inspeção e a fiscalização de que trata este Decreto serão exercidas por servidores públicos de nível superior, capacitados e autorizados pelo órgão competente, com formação profissional compatível com a atividade desempenhada.

Parágrafo único. Os agentes fiscalizadores, quando em serviço, deverão apresentar suas credenciais, sempre que solicitadas.

Seção V

Das Atribuições dos Agentes Fiscalizadores

Art. 63. Os agentes fiscalizadores no exercício de suas funções terão acesso aos meios de produção, beneficiamento, manipulação, transformação, embalagem, armazenamento,

transporte, distribuição, comércio e avaliação da conformidade orgânica dos produtos abrangidos por este Decreto, para a execução das seguintes atribuições:

I - realizar auditorias técnicas em métodos e processos de produção e processos de avaliação da conformidade orgânica;

II - colher amostras necessárias e efetuar determinações microbiológicas, biológicas, físicas e químicas de matéria-prima, insumos, subprodutos, resíduos de produção, beneficiamento e transformação de produtos orgânicos, assim como de solo, água, tecidos vegetais e animais e de produto acabado, lavrando o respectivo termo;

III - realizar inspeções rotineiras para apuração da prática de infrações, ou de eventos que tornem os produtos passíveis de alteração, verificando a adequação de processos de produção, beneficiamento, manipulação, transformação, embalagem, armazenamento, transporte, distribuição, comércio e avaliação da conformidade orgânica, e lavrando os respectivos termos;

IV - verificar o atendimento das condições relativas à qualidade ambiental e à regularidade das relações de trabalho, notificando ao órgão competente quando for o caso;

V - verificar a procedência e condições de produtos, quando expostos à venda;

VI - promover, na forma disciplinada neste Decreto, a aplicação das penalidades decorrentes dos processos administrativos, nos termos do julgamento, bem como dar destinação à matéria-prima, insumos, produtos, subprodutos ou resíduos de produção, beneficiamento ou industrialização, lavrando o respectivo termo;

VII - proceder à apreensão de produto, insumo, matéria-prima ou de qualquer substância, encontrados nos locais de produção, manipulação, transporte, armazenamento, distribuição e comercialização, sem observância a este Decreto, principalmente nos casos de indício de fraude, falsificação, alteração, deterioração ou de perigo à saúde humana, lavrando o respectivo termo;

VIII - acompanhar as fases de recebimento, conservação, manipulação, preparação, acondicionamento, transporte e estocagem de produtos;

IX - examinar embalagem e rotulagem de produtos;

X - lavrar auto de infração; e

XI - intimar, no âmbito de sua competência, para a adoção de providências corretivas e apresentação de documentos necessários à instrução dos processos de investigação ou apuração de adulteração, fraude ou falsificação.

CAPÍTULO V

DAS MEDIDAS DE FISCALIZAÇÃO

Seção I

Das Medidas Cautelares

Art. 64. Nos casos da existência de indícios de adulteração, falsificação, fraude ou inobservância do disposto nas normas legais, poderão ser adotadas as seguintes medidas cautelares:

I - apreensão temporária de produtos;

II - interdição temporária de estabelecimentos;

III - retirada temporária do cadastro de agricultores familiares autorizados a trabalhar com venda direta sem certificação; e

IV - suspensão temporária de credenciamento como organismo da avaliação da conformidade orgânica.

Parágrafo único. As medidas previstas no caput deverão ser mantidas até que se conclua análises, vistorias ou auditorias que dêem conclusão aos indícios que as geraram.

Seção II

Da Intimação

Art. 65. Nos casos relacionados com adequação de processos de geração de produtos aos princípios da produção animal e vegetal orgânica, bem como a solicitação de documentos e outras providências que não constituam infração, o instrumento hábil para tais reparações será a intimação.

Art. 66. A intimação deverá mencionar expressamente a providência exigida, respaldada pela devida fundamentação nas disposições legais vigentes, o prazo para seu cumprimento e, quando for o caso, o cronograma de execução.

Parágrafo único. O prazo fixado na intimação poderá ser prorrogado pela autoridade julgadora, mediante pedido fundamentado, por escrito, do interessado.

Art. 67. Decorrido o prazo estipulado na intimação sem que haja o cumprimento das exigências, lavrar-se-á o auto de infração.

Seção III

Da Apreensão

Art. 68. Caberá apreensão de produto, insumo, matéria-prima, substância, aditivo, embalagem ou rótulo, quando ocorrer adulteração, falsificação, fraude ou inobservância das exigências legais.

Art. 69. Proceder-se-á, ainda, à apreensão de produto, quando estiver sendo produzido, beneficiado, manipulado, industrializado, acondicionado, embalado, transportado, armazenado ou comercializado em desacordo com as exigências legais.

Art. 70. Lavrado o termo de apreensão, a autoridade fiscalizadora deverá adotar os procedimentos para a apuração da irregularidade constatada.

Art. 71. O produto apreendido ficará sob a guarda do responsável legal, nomeado depositário, sendo proibida a sua substituição, subtração ou remoção, total ou parcialmente, até a conclusão da apuração administrativa da infração correspondente.

Parágrafo único. A critério da autoridade fiscalizadora e sempre que houver necessidade de remoção, modificação, adequação, substituição, ou qualquer outra providência relacionada à matéria-prima, produto ou equipamento que tenham sido objeto de apreensão, será lavrado o termo de destinação de matéria-prima, produto ou equipamento, devendo, conforme as circunstâncias, ser lavrado novo termo de apreensão.

Art. 72. Procedente a apreensão, a autoridade fiscalizadora lavrará o auto de infração, iniciando o processo administrativo, ficando o produto apreendido até sua conclusão.

Art. 73. Não procedente a apreensão, após apuração administrativa, far-se-á a imediata liberação do produto.

Art. 74. A recusa injustificada de responsável legal de estabelecimento ou de pessoa física detentora de produto objeto de apreensão ao encargo de depositário caracteriza embaraço à ação da fiscalização, sujeitando-o às sanções estabelecidas, devendo, neste caso, ser lavrado auto de infração.

CAPÍTULO VI

DAS PROIBIÇÕES

Art. 75. É proibida a produção, o beneficiamento, a manipulação, a industrialização, o processamento, a embalagem, o armazenamento, a comercialização, a oferta, a distribuição, a propaganda e o transporte de produtos orgânicos que não atendam às exigências legais.

Art. 76. Nas unidades de produção e estabelecimentos destinados exclusivamente à geração de produtos orgânicos, será proibido adquirir, manter em depósito ou utilizar matéria-prima, material de multiplicação animal ou vegetal, animais, insumos, alimentos para animais, medicamentos ou qualquer substância em desacordo com as exigências legais.

Parágrafo único. O disposto no caput não se aplica a casos em que a utilização seja admitida em caráter emergencial ou excepcionalidade, legalmente estabelecidos.

Art. 77. Nas unidades de produção e estabelecimentos destinados exclusivamente à geração de produtos orgânicos, será proibido utilizar qualquer método ou processo de produção, processamento, manejo, reprodução, colheita, controle ou prevenção de pragas e enfermidades em desacordo com as exigências legais.

Parágrafo único. O disposto no caput não se aplica a casos em que a utilização seja admitida em caráter emergencial ou excepcionalidade, legalmente estabelecidos.

Art. 78. Nos estabelecimentos onde houver área específica, isolada e devidamente identificada para a exposição, a oferta e a comercialização de produtos orgânicos, será

proibida a mistura, sob qualquer pretexto, com produtos não oriundos de sistemas orgânicos de produção agropecuária.

CAPÍTULO VII

DAS PENALIDADES ADMINISTRATIVAS

Art. 79. Sem prejuízo da responsabilidade civil e penal cabível, a infringência às exigências legais para a produção orgânica sujeita, isolada ou cumulativamente, à aplicação das seguintes sanções:

- I - advertência;
- II - multa de até R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais);
- III - suspensão da comercialização do produto;
- IV - condenação de produtos, rótulos, embalagens e matérias-primas;
- V - inutilização do produto;
- VI - suspensão do credenciamento, da certificação, da autorização, do registro ou da licença; e
- VII - cancelamento do credenciamento, da certificação, da autorização, do registro ou da licença.

§ 1º A apuração de infração, na jurisdição do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, não elide a aplicação da legislação de competência de outros órgãos da administração pública.

§ 2º Quando a infração constituir crime ou contravenção, a autoridade julgadora representará junto ao órgão competente para a apuração da responsabilidade penal.

Art. 80. As sanções previstas no art. 79 serão aplicadas de acordo com a natureza da infração, as circunstâncias em que forem cometidas e a relevância do prejuízo que elas causarem.

Art. 81. Quando a mesma infração for objeto de enquadramento em mais de um dispositivo deste Decreto, prevalecerá, para efeito de punição, o enquadramento mais específico em relação ao mais genérico.

Art. 82. Para a imposição da pena, serão levadas em conta as circunstâncias atenuantes e agravantes.

Art. 83. Consideram-se circunstâncias atenuantes:

- I - quando a ação do infrator não tiver sido fundamental para a consecução da infração;
- II - ser o infrator primário e a falta cometida acidentalmente; e

III - quando o infrator, voluntariamente, procurar minorar ou reparar as conseqüências do ato lesivo que lhe for imputado.

Art. 84. Consideram-se circunstâncias agravantes:

I - a reincidência específica ou genérica por parte do infrator;

II - ter o infrator cometido a infração para obter qualquer tipo de vantagem;

III - trazer a infração conseqüências nocivas à saúde pública, ou ao meio ambiente, bem como prejuízos financeiros ao consumidor;

IV - ter o infrator conhecimento do ato lesivo e deixar de adotar as providências necessárias com o fim de evitá-lo;

V - ter o infrator agido com fraude ou má-fé;

VI - ter o infrator colocado obstáculo ou embaraço à ação da inspeção e fiscalização; e

VII - ter o infrator substituído, subtraído ou removido, total ou parcialmente, os bens apreendidos sem autorização do órgão fiscalizador.

Parágrafo único. No concurso de circunstâncias, atenuantes e agravantes, a aplicação da sanção será considerada em razão da que seja preponderante.

CAPÍTULO VIII

DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES APLICÁVEIS

Seção I

Dos Organismos de Avaliação da Conformidade

Art. 85. Veicular informações incorretas no cadastro de produtores orgânicos ou não atualizá-las no prazo estabelecido pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento:

Penalidade: advertência, multa de R\$ 100,00 (cem reais) a R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), suspensão do credenciamento, da certificação, da autorização, do registro ou da licença e cancelamento do credenciamento, da certificação, da autorização, do registro ou da licença, podendo ser aplicadas cumulativamente ou não.

Art. 86. Instalar ou operar organismo de avaliação da conformidade orgânica sem prévio credenciamento junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento ou em desacordo com as disposições legais definidas neste Decreto e legislação complementar:

Penalidade: advertência, multa de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), suspensão do credenciamento, da certificação, da autorização, do registro ou da licença e cancelamento do credenciamento, da certificação, da autorização, do registro ou da licença, podendo ser aplicadas cumulativamente ou não.

Art. 87. Deixar de atender exigências no prazo determinado em notificação:

Penalidade: aplicação da penalidade superior entre as previstas para a infração que gerou a notificação.

Art. 88. Atestar a qualidade orgânica de produto ou processo de produção que não atenda aos requisitos técnicos, ambientais, econômicos e sociais definidos neste Decreto e legislação complementar:

Penalidade: advertência, multa, suspensão do credenciamento, da certificação, da autorização, do registro ou da licença e cancelamento do credenciamento, da certificação, da autorização, do registro ou da licença, podendo ser aplicadas cumulativamente ou não.

§ 1º Nos casos de aplicação de multa, será ela aplicada em valor equivalente a até duzentos e cinquenta por cento do valor de comercialização do produto que apresenta irregularidades, até o limite de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

§ 2º Quando não for possível aplicar o disposto no § 1º, a multa será aplicada a partir de R\$ 100,00 (cem reais) até o limite de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

Seção II

Dos Produtores, Comercializadores, Transportadores e Armazenadores

Art. 89. Veicular qualquer forma de propaganda, publicidade ou apresentação de produto que contenha denominação, símbolo, desenho, figura ou qualquer indicação que possa induzir a erro ou equívoco quanto à origem, natureza, qualidade orgânica do produto ou atribuir características ou qualidades que não possua:

Penalidade: advertência, multa, suspensão da comercialização do produto, condenação de produtos, de rótulos, de embalagens e de matérias-primas ou inutilização do produto, podendo ser aplicadas cumulativamente ou não.

§ 1º Nos casos de aplicação de multa, será ela aplicada em valor equivalente a até duzentos e cinquenta por cento do valor de comercialização do produto que apresenta irregularidades, até o limite de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

§ 2º Quando não for possível aplicar o disposto no § 1º, a pena de multa será aplicada a partir de R\$ 100,00 (cem reais) até o limite de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais)

Art. 90. Comercializar produtos orgânicos não certificados ou, quando em venda direta ao consumidor, nos termos do § 1º do art. 3º da Lei nº 10.831, de 2003, sem apresentação do comprovante de cadastro do agricultor familiar inserido em estrutura organizacional cadastrada no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento:

Penalidade: advertência, multa, suspensão da comercialização do produto, condenação de produtos, rótulos, embalagens e matérias-primas ou inutilização do produto, podendo ser aplicadas cumulativamente ou não.

§ 1º Nos casos de aplicação de multa, será ela aplicada em valor equivalente a até duzentos e cinquenta por cento do valor de comercialização do produto que apresenta irregularidades, até o limite de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

§ 2º Quando não for possível aplicar o disposto no § 1º, a pena de multa será aplicada a partir de R\$ 100,00 (cem reais) até o limite de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

Art. 91. Deixar de atender a exigências no prazo determinado em notificação:

Penalidade: aplicação da penalidade superior entre as previstas para a infração que gerou a notificação.

Art. 92. Impedir ou dificultar por qualquer meio a ação fiscalizadora:

Penalidade: advertência, multa no valor de R\$100,00 (cem reais) a R\$ 10.000,00 (dez mil reais), suspensão do credenciamento, da certificação, da autorização, do registro ou da licença e cancelamento do credenciamento, da certificação, da autorização, do registro ou da licença, podendo ser aplicadas cumulativamente ou não.

Art. 93. Comercializar, substituir, subtrair ou remover, total ou parcialmente, produto com comercialização suspensa pelo órgão fiscalizador:

Penalidade: multa, suspensão ou cancelamento do credenciamento, da certificação, da autorização, do registro ou da licença, podendo ser aplicadas cumulativamente ou não.

§ 1º Nos casos de aplicação de multa, será ela aplicada em valor equivalente a até duzentos e cinquenta por cento do valor de comercialização do produto que apresenta irregularidades, até o limite de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

§ 2º Quando não for possível aplicar o disposto no § 1º, a pena de multa será aplicada a partir de R\$ 500,00 (quinhentos reais) até o limite de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

Art. 94. Distribuir, substituir, subtrair ou remover, total ou parcialmente, produtos, rótulos, embalagens ou matérias-primas condenadas pelo órgão fiscalizador, sem a sua autorização prévia:

Penalidade: multa, suspensão ou cancelamento do credenciamento, da certificação, da autorização, do registro ou da licença, podendo ser aplicadas cumulativamente ou não.

§ 1º Nos casos de aplicação de multa, será ela aplicada em valor equivalente a até duzentos e cinquenta por cento do valor de comercialização do produto que apresenta irregularidades, até o limite de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

§ 2º Quando não for possível aplicar o disposto no § 1º, a pena de multa será aplicada a partir de R\$ 500,00 (quinhentos reais) até o limite de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

Art. 95. Utilizar-se de falsa declaração perante o órgão fiscalizador:

Penalidade: advertência, multa, suspensão ou cancelamento do credenciamento, da certificação, da autorização, do registro ou da licença, podendo ser aplicadas cumulativamente ou não.

§ 1º Nos casos de aplicação de multa, será ela aplicada em valor equivalente a até duzentos e cinquenta por cento do valor de comercialização do produto que apresenta irregularidades, até o limite de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).

§ 2º Quando não for possível aplicar o disposto no § 1º, a pena de multa será aplicada a partir de R\$ 500,00 (quinhentos reais) até o limite de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).

Art. 96. Expor à venda ou comercializar produto como orgânico sem que tenha sido observado período de conversão estabelecido nas normas vigentes:

Penalidade: advertência, multa, suspensão da comercialização do produto, suspensão ou cancelamento do credenciamento, da certificação, da autorização, do registro ou da licença, podendo ser aplicadas cumulativamente ou não.

§ 1º Nos casos de aplicação de multa, será ela aplicada em valor equivalente a até duzentos e cinquenta por cento do valor de comercialização do produto que apresenta irregularidades, até o limite de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

§ 2º Quando não for possível aplicar o disposto no § 1º, a pena de multa será aplicada a partir de R\$ 100,00 (cem reais) até o limite de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

Art. 97. Embalar, expor à venda ou comercializar produtos orgânicos utilizando-se de rótulos ou identificação em desacordo com as disposições legais definidas neste Decreto e legislação complementar:

Penalidade: advertência, multa, suspensão da comercialização do produto, suspensão ou cancelamento do credenciamento, da certificação, da autorização, do registro ou da licença, podendo ser aplicadas cumulativamente ou não.

§ 1º Nos casos de aplicação de multa, será ela aplicada em valor equivalente a até duzentos e cinquenta por cento do valor de comercialização do produto que apresenta irregularidades, até o limite de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

§ 2º Quando não for possível aplicar o disposto no § 1º, a pena de multa será aplicada a partir de R\$ 100,00 (cem reais) até o limite de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

Art. 98. Transportar, comercializar ou armazenar produtos orgânicos juntamente com produtos não orgânicos sem o devido isolamento e identificação, ou de maneira que prejudique sua qualidade orgânica ou induza o consumidor a erro:

Penalidade: advertência, multa, suspensão da comercialização do produto, suspensão ou cancelamento do credenciamento, da certificação, da autorização, do registro ou da licença, podendo ser aplicadas cumulativamente ou não.

§ 1º Nos casos de aplicação de multa, será ela aplicada em valor equivalente a até duzentos e cinquenta por cento do valor de comercialização do produto que apresenta irregularidades, até o limite de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

§ 2º Quando não for possível aplicar o disposto no § 1º, a pena de multa será aplicada a partir de R\$ 100,00 (cem reais) até o limite de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

Art. 99. Produzir produtos orgânicos mediante utilização de equipamentos e instalações em desacordo com os dispositivos legais pertinentes à produção orgânica:

Penalidade: advertência, multa, suspensão da comercialização do produto, suspensão ou cancelamento do credenciamento, da certificação, da autorização, do registro ou da licença, podendo ser aplicadas cumulativamente ou não.

§ 1º Nos casos de aplicação de multa, será ela aplicada em valor equivalente a até duzentos e cinquenta por cento do valor de comercialização do produto que apresenta irregularidades, até o limite de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

§ 2º Quando não for possível aplicar o disposto no § 1º, a pena de multa será aplicada a partir de R\$ 100,00 (cem reais) até o limite de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

Art. 100. Operar produção paralela em desacordo com os dispositivos legais pertinentes à produção orgânica:

Penalidade: advertência, multa, suspensão da comercialização do produto, suspensão ou cancelamento do credenciamento, da certificação, da autorização, do registro ou da licença, podendo ser aplicadas cumulativamente ou não.

§ 1º Nos casos de aplicação de multa, será ela aplicada em valor equivalente a até duzentos e cinquenta por cento do valor de comercialização do produto que apresenta irregularidades, até o limite de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

§ 2º Quando não for possível aplicar o disposto no § 1º, a pena de multa será aplicada a partir de R\$ 100,00 (cem reais) até o limite de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

Art. 101. Não atender às características e requisitos básicos dos sistemas orgânicos de produção em seus aspectos técnicos, ambientais, econômicos e sociais, conforme dispositivos legais pertinentes à produção orgânica:

Penalidade: advertência, multa, suspensão da comercialização do produto, suspensão ou cancelamento do credenciamento, da certificação, da autorização, do registro ou da licença, podendo ser aplicadas cumulativamente ou não.

§ 1º Nos casos de aplicação de multa, será ela aplicada em valor equivalente a até duzentos e cinquenta por cento do valor de comercialização do produto que apresenta irregularidades, até o limite de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

§ 2º Quando não for possível aplicar o disposto no § 1º, a pena de multa será aplicada a partir de R\$ 100,00 (cem reais) até o limite de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais)

Art. 102. Comercializar produto orgânico importado em desacordo com o previsto neste Decreto:

Penalidade: advertência, multa, suspensão da comercialização do produto, suspensão ou cancelamento do credenciamento, da certificação, da autorização, do registro ou da licença, podendo ser aplicadas cumulativamente ou não.

§ 1º Nos casos de aplicação de multa, será ela aplicada em valor equivalente a até duzentos e cinquenta por cento do valor de comercialização do produto que apresenta irregularidades, até o limite de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

§ 2º Quando não for possível aplicar o disposto no § 1º, a pena de multa será aplicada a partir de R\$ 1.000,00 (mil reais) até o limite de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

Art. 103. Não manter ou deixar de apresentar à autoridade competente documentos, licenças, relatórios e outras informações pertinentes ao processo de produção, processamento e avaliação da conformidade orgânica na unidade de produção, estabelecimento ou local de produção:

Penalidade: advertência, multa de R\$ 100,00 (cem reais) a R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), suspensão da comercialização do produto, suspensão ou cancelamento do credenciamento, da certificação, da autorização, do registro ou da licença, podendo ser aplicadas cumulativamente ou não.

Art. 104. Não manter à disposição dos consumidores e dos órgãos fiscalizadores informações atualizadas sobre os produtos utilizados, quando restaurantes, hotéis, lanchonetes e similares anunciarem em seus cardápios refeições preparadas com ingredientes orgânicos:

Penalidade: advertência, multa, suspensão da comercialização do produto, suspensão ou cancelamento do credenciamento, da certificação, da autorização, do registro ou da licença, podendo ser aplicadas cumulativamente ou não.

§ 1º Nos casos de aplicação de multa, será ela aplicada em valor equivalente a até duzentos e cinquenta por cento do valor de comercialização do produto que apresenta irregularidades, até o limite de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais).

§ 2º Quando não for possível aplicar o disposto no § 1º, a pena de multa será aplicada a partir de R\$ 1.000,00 (mil reais) até o limite de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais).

CAPÍTULO IX

DA RESPONSABILIDADE ADMINISTRATIVA

Art. 105. A responsabilidade administrativa decorrente da prática de infrações previstas neste Decreto recairá, isolada ou cumulativamente, sobre:

- I - o produtor que, por dolo ou culpa, omitir informações ou fornecê-las incorretamente;
- II - aqueles que, investidos da responsabilidade técnica por produtos ou processos de produção, concorrerem para a prática da falsificação, adulteração ou fraude, caso em que a autoridade fiscalizadora deverá cientificar o conselho de classe profissional;
- III - todo aquele que concorrer para a prática de infração ou dela obtiver vantagem;
- IV - o transportador, o comerciante, o distribuidor ou armazenador, pelo produto que estiver sob sua guarda ou responsabilidade, quando desconhecida sua procedência;
- V - o organismo de avaliação da conformidade, quando verificada falha no processo de controle ou conivência com o infrator; e
- VI - a organização social em que estiver inserido o produtor familiar, quando responder solidariamente pela qualidade orgânica de seus associados.

Parágrafo único. Prevalecerá a responsabilidade do produtor, manipulador, industrializador, embalador, exportador e importador, enquanto o produto permanecer em embalagem ou recipiente fechado e inviolado.

CAPÍTULO X

DO PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO

Art. 106. As penalidades previstas neste Decreto serão aplicadas pelas autoridades competentes da União, dos Estados ou do Distrito Federal, conforme as atribuições que lhes sejam conferidas pelas legislações respectivas.

Art. 107. As sanções decorrentes da aplicação deste Decreto, acompanhadas da inscrição da penalidade no cadastro do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento criado para esse fim, serão executadas mediante:

- I - advertência, por meio de notificação enviada ao infrator;
- II - multa, por meio de notificação para pagamento, fixando o prazo e os meios para recolhimento;
- III - suspensão da comercialização do produto, por meio de notificação e da lavratura do respectivo termo;
- IV - condenação de produtos, rótulos, embalagens e matérias-primas, por meio da lavratura do respectivo termo;
- V - inutilização do produto por meio da lavratura do respectivo termo;
- VI - suspensão do credenciamento, certificação, autorização, registro ou licença, por meio de notificação determinando a suspensão imediata da atividade, com a lavratura do respectivo termo e sua afixação em local de acesso ao público;
- VII - cancelamento do credenciamento, certificação, autorização, registro ou licença, mediante o recolhimento dos respectivos certificados e publicação do ato para ciência dos demais agentes da rede de produção orgânica; e
- VIII - cassação do registro, por meio de notificação do infrator e a anotação de baixa na ficha cadastral.

Art. 108. A infração às disposições da [Lei nº 10.831, de 2003](#), e deste Decreto será apurada em regular processo administrativo iniciado com a lavratura do auto de infração, obedecido o rito e prazos fixados na [Lei nº 9.784, de 29 de janeiro de 1999](#).

Parágrafo único. A autoridade competente que tomar conhecimento, por qualquer meio, da ocorrência de infração às disposições deste Decreto é obrigada a promover a sua imediata apuração, sob pena de responsabilidade.

Art. 109. Não atendida a notificação ou no caso de embaraço à sua execução, a autoridade fiscalizadora poderá requisitar o auxílio de força policial, além de lavrar auto de infração por embaraço à ação da fiscalização.

Art. 110. A inutilização de produto, matéria-prima, embalagem, rótulo ou outro material obedecerá às disposições do órgão competente, devendo ser acompanhada pela fiscalização após a remessa da notificação ao autuado, informando dia, hora e local para a sua destruição, ficando os custos e os meios de execução a cargo do infrator.

Art. 111. O não comparecimento do infrator ao ato de inutilização constitui embaraço à ação de fiscalização, devendo ser executado à sua revelia, permanecendo os custos a cargo do infrator.

Art. 112. A multa deverá ser recolhida no prazo de trinta dias, a contar do recebimento da notificação.

Parágrafo único. A multa que não for paga no prazo previsto na notificação acarretará sua inscrição na dívida ativa da União e a conseqüente execução fiscal.

Art. 113. Os produtos apreendidos ou condenados poderão ser aproveitados para outros fins, a critério da autoridade julgadora.

TÍTULO IV

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 114. Os agentes fiscalizadores poderão solicitar o auxílio da autoridade policial no caso de embaraço ao desempenho de suas funções.

~~Art. 115. Todos os segmentos envolvidos na rede de produção orgânica terão prazo de dois anos, contados da data de publicação deste Decreto, para se adequarem às regras nele estabelecidas.~~

~~Parágrafo único. O uso nos produtos da marca do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica só será permitido a partir do décimo terceiro mês da data de sua criação.~~

Art. 115. Todos os segmentos envolvidos na rede de produção orgânica terão até 31 de dezembro de 2010 para se adequarem às regras estabelecidas neste Decreto e demais atos complementares. [\(Redação dada pelo Decreto nº 7.048, de 2009\).](#)

Parágrafo único. O uso, nos produtos, do selo do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica será permitido a partir do momento que o produtor for considerado em conformidade com as regras de que trata o **caput** deste artigo, por Organismo de Avaliação da Conformidade credenciado no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. [\(Redação dada pelo Decreto nº 7.048, de 2009\).](#)

Art. 116. A elaboração, pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, dos atos necessários à execução do disposto neste Decreto deverá contemplar a participação dos demais órgãos federais envolvidos, da Câmara Setorial da Agricultura Orgânica daquele Ministério e das CPOrg-UF.

Parágrafo único. Os textos dos atos previstos no caput deverão ser submetidos à consulta pública pelo prazo mínimo de trinta dias.

Art. 117. O Ministro de Estado da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, no âmbito de sua competência, expedirá os atos necessários ao cumprimento deste Decreto.

Art. 118. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 27 de dezembro de 2007; 186^o da Independência e 119^o da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Reinhold Stephanes
Miguel Jorge
José Gomes Temporão
João Paulo Ribeiro Capobianco
Guilherme Cassel

Este texto não substitui o publicado no DOU de 28.12.2007