

Principais Canais de Comercialização para a

AGRICULTURA FAMILIAR BRASILEIRA



Principais Canais de Comercialização para a Agricultura Familiar Brasileira

Salvador | Bahia | Brasil, 2018



Programa Semear - Gestão do Conhecimento em Zonas Semiáridas (2012 - 2017)

Coordenação Geral
Dirce Ostroski

Coordenação de Comunicação
Simone Amorim Ramos

Coordenação de Suporte
Elisa Sousa

Assistente Administrativa
Nilma Araújo

Assistente de coordenação
Márcia Menezes

Programa Semear Internacional (2017-2020)

Coordenação
Fabiana Dumont Viterbo

Gerência de Gestão do Conhecimento
Aline Martins

Gerência de Cooperação Sul-Sul
Ruth Pucheta

Gerência de M&A e Comunicação
Diovanne Filho

Assistente Administrativo financeiro
Ana Luiza Santos

Assistente M&A
Adalto Rafael

Redação
Fabiana Dumont Viterbo
Moisés Jucidio Lima

Revisão do texto
Andréia da Cunha Vitória

Rua da Graça 150/164 - Graça
CEP: 40.150-055
Salvador - Bahia - Brasil
(71) 3042-1804 | programa.semear@iica.int
www.portalsemear.org.br

PREFÁCIO

Existem muitas formas de alcançar sonhos e metas. Uma delas é a reunião esforços coletivos. O sonho aqui colocado era o de desenvolver a agricultura familiar e a valorizar os produtos que vem dela: o artesanato, o alimento, a cultura, a origem, e quem a produz.

Para avançar na concretização disto, o Fundo Internacional para o Desenvolvimento Agrícola (FIDA), que apoia técnica e financeiramente diversos projetos no semiárido, buscou o apoio e a expertise do IICA – Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura, para executar um programa reunindo técnicos, métodos, especialistas, ideologia e uma missão: contribuir para aumentar o impacto de políticas e programas de desenvolvimento rural no semiárido brasileiro. Era o programa Semear.

Criado em 2011 e encerrado em 2016, o Semear realizou diversas ações que contribuíram direta e indiretamente na vida de agricultores e agricultoras, técnicos e técnicas, que atuavam nessa área.

Esta cartilha é fruto do trabalho feito em conjunto entre o Semear e diversos atores. Foram visitadas algumas comunidades beneficiárias dos projetos apoiados pelo FIDA no Brasil e junto com os personagens mais importantes dessa história – os agricultores e as agricultoras – buscou-se compreender e imprimir seus sentimentos e expectativas, com o intuito de trazer um auxílio no longo (e por vezes difícil) caminho da comercialização dos produtos da agricultura familiar.

Ao encerrar o programa Semear o FIDA pensou em uma nova maneira para continuar levando conhecimento e fazendo ecoar as vozes do semiárido por meio de suas histórias e conquistas, e em 2017 possibilitou um novo programa: o Semear Internacional, com a missão de conservar as ações já realizadas e avançar nas atividades de gestão do conhecimento, monitoramento e avaliação, comunicação e diálogo de políticas com os Governos e os projetos apoiados pelo FIDA no Brasil e também nos países irmãos, através da cooperação Sul-Sul. Amplia-se então o sonho, o trabalho e o esforço coletivo para construção de uma nova era de possibilidades.

Com essa primeira publicação, o Semear Internacional tem o orgulho de dar continuidade ao brilhante trabalho iniciado em 2011 e começa agora um longo percurso com o desafio de gerar publicações que proporcionem mais do que leitura, mas mostrem, em cada página, um mundo de possibilidades, mostre a força, a dignidade, a emoção e a riqueza incomparável que tem a agricultura familiar no Brasil e no mundo.

Fundo Internacional de Desenvolvimento
Agrícola (FIDA), 2018.



Principais Canais de Comercialização para a
Agricultura Familiar Brasileira do FICA está
publicado sob Licença Creative Commons
Atribuição-Compartilha Igual 3.0 IGO
(CCBY-SA 3.0 IGO)

(<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>)
Baseada numa obra em www.iica.int
Esta publicação também está disponível em
formato eletrônico (PDF) nos seguintes sites:
<http://www.iica.int/> / www.portalsemear.org.br

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

F981p Fundo Internacional de Desenvolvimento Agrícola (FIDA).
Principais canais de comercialização da agricultura familiar –
Salvador [Brasil] : Fundo Internacional de Desenvolvimento Agrícola
(FIDA) : IICA – Instituto Interamericano de Cooperação para a
Agricultura, 2018.
52 p. : il. color. ;

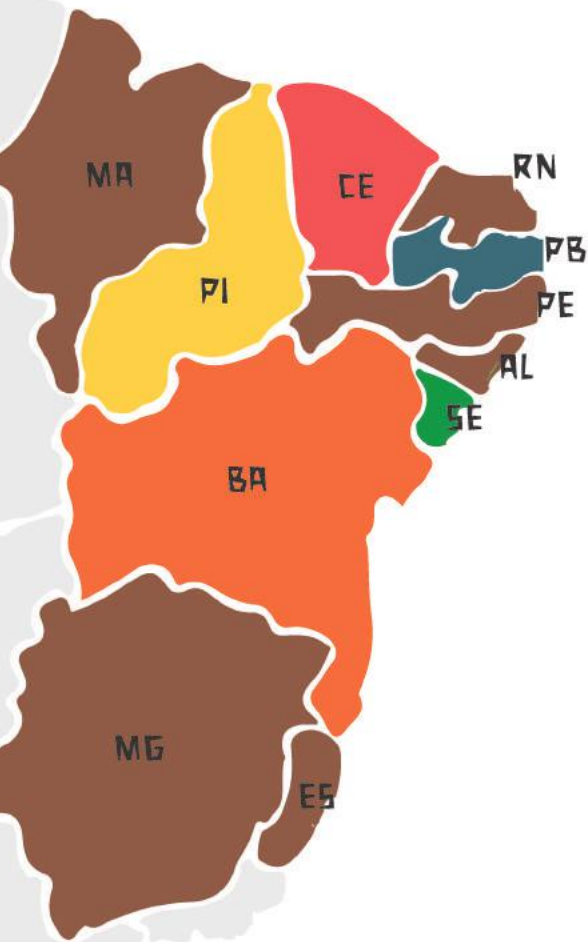
Esta cartilha é fruto do trabalho feito em conjunto entre o Semear,
comunidades apoiadas pelo FIDA no Brasil e os agricultores.
ISBN 978-92-9072-830-6

1. Agricultura familiar. 2. Comercialização. 3. Programa Semear. I.
Título.

CDU 631.115.1



PROJETOS APOIADOS PELO FIDA NO BRASIL



BAHIA

70 mil
famílias
beneficiadas



Recursos do
FIDA para o
projeto:
US\$ 45.000.000



CEARÁ

60 mil
famílias
beneficiadas



Recursos do
FIDA para o
projeto:
US\$ 40.000.000



PARAÍBA

18.500
famílias
beneficiadas



Recursos do
FIDA para o
projeto:
US\$ 25.000.000



PIAUI

22 mil
famílias
beneficiadas



Recursos do
FIDA para o
projeto:
US\$ 20.000.000



SERGIPE

12 mil
famílias
beneficiadas



Recursos do
FIDA para o
projeto:
US\$ 16.000.000



**NORDESTE
+ MG
+ ES**

74 mil
famílias
beneficiadas



Recursos do
FIDA para o
projeto:
US\$ 18.000.000

COMO USAR ESTA CARTILHA:

Procure pelo tema de seu interesse através das cores.

5 APRESENTAÇÃO

6 AS FEIRAS

13 MERCADOS INSTITUCIONAIS

29 COMÉRCIO JUSTO E SOLIDÁRIO

37 MERCADOS CONVENCIONAIS

42 SUPERMERCADOS

49 RESUMO DA PROSA



APRESENTAÇÃO

Diversas pesquisas têm mostrado que, nos dias de hoje, o conceito de mercado não deve ficar restrito à interação entre demanda e oferta. Ele vai muito além do processo de compra e venda, compreendendo aspectos de interações sociais, culturais e cognitivas.

Normalmente vistos como espaços onde ocorrem trocas, conversações e negociações para uma transação comercial entre as partes envolvidas – como é o caso de feiras, casas de comércio, supermercados, etc – é fato que os mercados possuem importância crucial na vida das pessoas. Eles influenciam a organização social, política e cultural das sociedades.

Em se tratando da agricultura familiar, até pouco tempo o estudo do papel dos mercados se limitava ao entendimento dos mecanismos de comercialização da produção e acesso aos insumos para se produzir. Era desconsiderado, por exemplo, o fato de que os processos de mercantilização precisam ser vistos também pela perspectiva da interação social e cultural.

Aqui propomos uma visão mais ampla desse universo. Nesta cartilha você vai encontrar informações práticas sobre como acessar os principais canais de comercialização de produtos da agricultura familiar, além de estratégias para superar barreiras que dificultam a atuação de pequenas e pequenos produtores rurais. Nas páginas a seguir tem passo a passo, fatores determinantes, principais exigências e tendências futuras para produzir e fornecer a diferentes mercados. Falamos também sobre certificações e organização entre produtoras e produtores da agricultura familiar, com recomendações para melhorias nos processos de produção e gestão.

Nosso objetivo é estimular o desenvolvimento de novas capacidades para aproximar produtores da agricultura familiar, mercados e consumidor final. Tudo isso, levando-se em conta diferentes fatores envolvidos em cada canal de comercialização.

Boa leitura!





AS FEIRAS

Eficientes espaços de comercialização e de contato entre produtor e comprador, as feiras são uma das mais simples e antigas formas de comercializar produtos, aproximando quem vende de quem quer comprar.

FEIRAS NACIONAIS

Podem ser em diferentes formatos – feiras livres/locais, agroecológicas e regionais, por exemplo. Seja como for, são os canais de mais fácil acesso para produtos agrícolas e artesanais.

Geralmente o acesso é simplificado, apesar de o nível de exigência aumentar no caso de feiras agroecológicas e de maior abrangência.

São características das feiras livres:

- ✓ Acesso simplificado;
- ✓ Demanda de baixo nível tecnológico;
- ✓ Produtores com baixa capacidade produtiva não ficam em desvantagem frente aos grandes produtores, como ocorre em outros canais;
- ✓ Formação de preços com base na oferta e procura de produtos, sem a interferência de um único comprador ou vendedor;
- ✓ Entrada e/ou saída de feirantes não altera os preços praticados;
- ✓ Preço recebido pelo produtor é igual ao pago pelo consumidor, isento de pagamento de impostos e taxas;
- ✓ Pagamento em dinheiro na maior parte dos casos (produtos agrícolas). Para feiras de artesanato, é bom aceitar cartão;
- ✓ Fidelização do cliente pela qualidade do produto e do atendimento;
- ✓ Possibilidade de contato direto entre agricultor familiar e consumidor final;
- ✓ Geralmente, conta com apoio de prefeituras e órgãos vinculados à agricultura familiar, podendo colaborar com programas e estratégias de desenvolvimento local;
- ✓ Não há demanda por embalagens elaboradas;
- ✓ Flexibilidade para oscilar de preço entre início e fim da feira, de forma a evitar que feirantes voltem com produtos para casa.

FUNCIONAMENTO DAS FEIRAS



Contatar a equipe administrativa que organiza e fiscaliza a feira, de forma a obter informações sobre regulamentos e assinatura de contratos e pagamento de taxas, quando houver.



Definir quais produtos irá vender. É interessante verificar quem são os outros expositores que fornecem o mesmo produto que se planeja vender e os preços praticados.



Calcular os custos envolvidos na operação: custo da produção, custo do aluguel da barraca, embalagens, transporte, custo de alimentação durante a feira.



Escolha os melhores produtos, tome cuidado no transporte e na exposição, desta forma você oferecerá produtos de qualidade.



A flutuação de preços é muito sensível numa feira livre. Atenção, os preços de venda devem ser considerados do início ao final da feira.



Um atendimento cordial e personalizado ajuda a sobressair frente aos concorrentes. Atraia o cliente com uma bela exposição do produto.



Aceite formas diversas de recebimento de pagamento.



DICA:

✓ Para quem pretende expor em feiras livres, uma dica: veja quais produtos com potencial de consumo local ainda não são ofertados e trabalhe para oferecê-los. Flores e plantas, inclusive as medicinais, são bons exemplos.

✓ É comum a feira ocorrer com barracas desmontáveis, sendo cada expositora ou expositor responsável por levá-las e montá-las. O aluguel do espaço tende a ser mais baixo do que o de uma barraca fixa, sabia?

✓ Lembre-se: na hora de montar a barraca, busque facilidade de acesso aos clientes, visibilidade e proteção em caso de chuva. Higiene e limpeza do local são ainda mais importantes para quem vende alimentos.

✓ Boa parte dessas dicas vale também para as chamadas feiras agroecológicas. Elas fortalecem o vínculo entre produtoras e produtores orgânicos e clientes que querem conhecer a procedência dos produtos que levam para casa.

✓ Fique ligado: o preço do produto orgânico, normalmente, chega a ser 30% maior do que o do convencional.



Acesse www.feirasorganicas.org.br e conheça diferentes feiras agroecológicas desenvolvidas Brasil a fora.

FEIRAS INTERNACIONAIS

A Secretaria de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário (Sead) tem apoiado a participação de cooperativas da agricultura familiar em feiras internacionais. Entre elas, a BioFach, maior feira de orgânicos do mundo, que acontece em Nuremberg, na Alemanha.

Para acompanhar os editais, acesse: www.mda.gov.br e busque por "Chamadas Públicas". Atenção aos prazos para credenciamento e habilitação de empreendimentos que estejam aptos a participar.

Vale reforçar que, para ir adiante, a cooperativa deve possuir a Declaração de Aptidão ao Pronaf ativa (DAP Jurídica).

No processo, são analisados:

- ✓ Quantidade de famílias envolvidas;
- ✓ Abrangência territorial;
- ✓ Relevância do produto para a socio-biodiversidade;

- ✓ Capacidade de exportação;
- ✓ Exigências específicas da feira.

Após análise desse critérios, é produzido um ranking classificatório dos empreendimentos, buscando atender a todas as regiões do Brasil.

Participar de feiras internacionais tem várias vantagens:

- ✓ Ganho financeiro;
- ✓ Melhorias nos processos de gestão e de comercialização;
- ✓ Empoderamento de agricultoras e agricultores familiares;
- ✓ Visibilidade aos produtos da agricultura familiar no exterior.

FEIRAS DE ARTESANATO

Essas feiras permitem desenvolver relações de longo prazo com os consumidores. E mais: contribuem para a exposição e venda das produções, já que é comum artesãs e artesãos não terem local fixo para comercialização.

Vender artesanato é vender, também, arte, cultura e decoração. Com traços singulares da regionalidade e cultura local, as peças carregam vários significados, expressando a cultura de um povo ou uma região.

Sendo assim, pense em como valorizar esses produtos e facilitar a venda. A imagem abaixo traz dicas importantes. Confira!

FATORES DETERMINANTES





Geralmente, os compradores enviam informações sobre o tipo de produto que têm interesse, com base na demanda de seus consumidores. Dessa forma, é possível ajustar a produção para atender a expectativa do cliente.

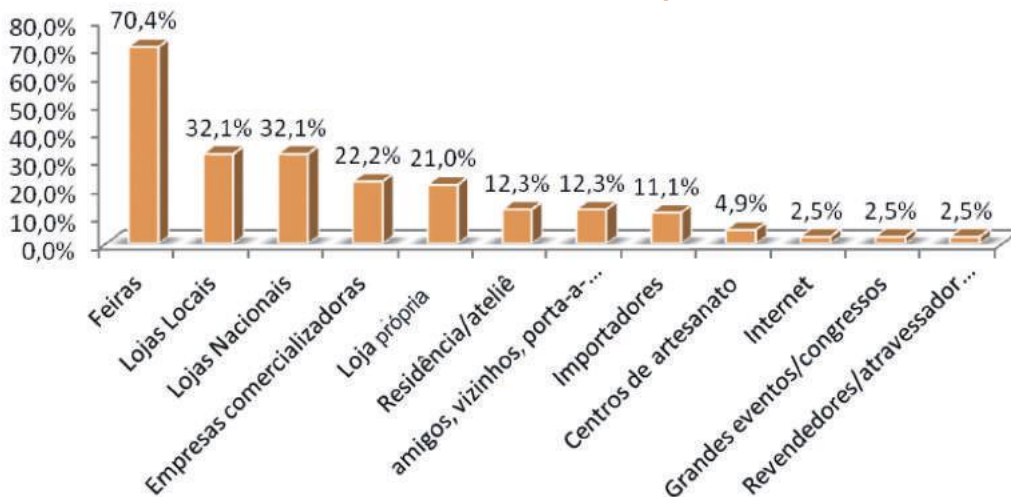


Tenha também uma tabela de preços para compra em atacado e capacidade produtiva mensal. Outra sugestão é pesquisar se sua região dispõe de transportadoras que realizam entregas em todo território nacional.



Para o mercado externo, entre em contato com órgãos de apoio ao segmento em seu município. Por fim, veja com a organização do evento se eles possuem programas que auxiliem na logística.

PRINCIPAIS CANAIS DE VENDAS UTILIZADOS POR ARTESÃOS (admite mais de uma resposta)



A seguir, alguns sites de feiras voltadas para a comercialização de produtos artesanais e da agricultura familiar, dentro e fora do Brasil.

Aproveite para fazer contato e tirar dúvidas sobre como se inscrever e participar, além de saber como acontece a análise dos produtos. Veja também sobre preços, exigências de selos, embalagens, datas e locais dos eventos.

RELAÇÃO DE FEIRAS DE ARTESANATO E AGRICULTURA NO BRASIL E NO EXTERIOR

Paralela Gift – São Paulo/SP

www.paraleladesign.com.br

Craft Design – São Paulo/SP

www.craftdesign.com.br

Finnar – Feira Internacional do Artesanato – Brasília/DF.

www.finnar.com.br

Fenearte – Feira Nacional de Negócios do Artesanato – Olinda/PE.

www.fenearte.pe.gov.br

Salão do Artesanato – Brasília/DF.

www.salaodoartesanato.com.br

Feiarte – Feira Internacional de Artesanato – Curitiba/PR.

www.artesanatodiretriz.com.br

Feira Nacional de Artesanato – Belo Horizonte/MG

www.feiranacionaldeartesanato.com.br

Feira da Agricultura Familiar Expointer – Rio Grande do Sul

www.expointer.rs.gov.br

Expotchê

www.expotche.com.br

Feira de Agricultura Familiar de Minas Gerais – Agriminas – Belo Horizonte/ MG

www.fetaemg.org.br

Bio Brazil Fair – São Paulo/ SP

www.biobrazilfair.com.br

BioFach – Alemanha

www.biofach.de/en

Expoalimentaria – Peru

www.expoalimentariaperu.com

Feincartes – Feira Intern. de Artesanato e Decoração

www.feincartes.com.br

Expoartesanias – Colômbia

www.expoartesanias.com



MERCADOS INSTITUCIONAIS

Municípios, estados e órgãos federais da administração direta e indireta podem comprar alimentos da agricultura familiar por meio de chamadas públicas, sem a necessidade de processo licitatório. Quer saber mais? Confira a seguir iniciativas que permitem o acesso a esses mercados e boa sorte!

PROGRAMA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS (PAA)

O Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), criado pelo art. 19 da Lei nº 10.696, de 02 de julho de 2003, possui duas finalidades básicas: promover o acesso à alimentação e incentivar a agricultura familiar.

Para alcançar esses dois objetivos, o Programa compra alimentos produzidos pela agricultura familiar, com dispensa de licitação, e os destina às pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional e àquelas atendidas pela rede socioassistencial, pelos equipamentos públicos de segurança alimentar e nutricional e pela rede pública e filantrópica de ensino.

Quem fornece para o PAA?

Homens e mulheres agricultores familiares, assentados da reforma agrária, silvicultores, aquicultores, extrativistas, pescadores artesanais, indígenas e integrantes de comunidades remanescentes de quilombos rurais e de demais povos e comunidades tradicionais que tenham produção própria e possuam a Declaração de Aptidão ao Pronaf – DAP, que é o documento que qualifica como produtora ou produtor da agricultura familiar.



Organizações Fornecedoras: cooperativas e outras organizações formalmente constituídas como pessoa jurídica de direito privado que tenham a Declaração de Aptidão ao Programa Nacional de Agricultura Familiar – PRONAF, DAP Especial Pessoa Jurídica ou outros documentos definidos por resolução do Grupo Gestor do Programa.

Declaração de Aptidão ao Pronaf – DAP

Para obter a DAP, vá até algum órgão emissor autorizado, a exemplo de empresas estaduais de Assistência Técnica e Extensão Rural e sindicatos rurais e de trabalhadores rurais. Tenha em mãos a carteira de identidade e o CPF do titular. Quem é casado deve levar os documentos do cônjuge. Antes de ir, faça um levantamento sobre sua produção (área, número de pessoas residentes, composição da força de trabalho e da renda).



De posse da DAP jurídica, que é concedida aos grupos formais (associações e cooperativas), é preciso que pelo menos 60% de seus membros/sócios tenham a DAP física, que comprova a legitimidade como agricultor familiar.

Atenção! Alguns normativos para emissão da DAP foram alterados. Veja o que mudou: <http://www.mda.gov.br/sitem-da/dap/mudancasnaemissao>



Procure as secretarias de municípios e estados para se informar se eles têm parceria com o Ministério do Desenvolvimento Social (MDS), a Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) e a Secretaria Especial da Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário, executores do Programa.

Fique de olho! A execução do Programa pode ser feita por meio de seis modalidades: Compra com Doação Simultânea, Compra Direta, Apoio à Formação de Estoques, Incentivo à Produção e ao Consumo de Leite, Compra Institucional e Aquisição de Sementes.

Vamos conhecer todas elas!

COMPRA COM DOAÇÃO SIMULTÂNEA – CDS

A finalidade é comprar alimentos da agricultura familiar e repassar às unidades receptoras que atendam pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional e se enquadrem nas regras do PAA. Abrange todo Brasil e o limite de venda é de até R\$ 6,5 mil (seis mil e quinhentos reais) por unidade familiar ao ano.

São duas formas de acesso: Via CONAB e via estados e municípios. Pela CONAB a venda acontece por meio de associações e cooperativas de produtores, conforme explica o desenho a seguir.

PRINCIPAIS PROCEDIMENTOS PARA PARTICIPAÇÃO NA MODALIDADE CDS VIA CONAB



Agricultores organizados como cooperativa ou associações.



Formalização da CPR (CÉDULA DE PRODUTO RURAL) entre a Conab e a Organização fornecedora.



Procedimentos de entrega dos produtos, que só são recebidos após análise e conferência.



Autorização e liberação do pagamento ao fornecedor (Organização da Agricultura Familiar).



Formalização do Termo de aceitação e tramitação na Conab.

Validação pela Conab da Proposta e da entrega efetivada.



A proposta de participação deve contemplar os interesses de todos: produtores da agricultura familiar, unidades receptoras, prefeitura municipal e órgãos de controle social.



A Organização fornecedora deve providenciar a documentação de participação, juntar com os demais documentos exigidos e encaminhar para Superintendências regionais da Conab (SUREG).

Quando executado pelo estado ou município, a compra acontece diretamente da agricultora ou do agricultor individual. Confira na ilustração abaixo:

PRINCIPAIS PROCEDIMENTOS PARA PARTICIPAÇÃO NA MODALIDADE CDS VIA ESTADOS E MUNICÍPIOS.



Formalização do interesse em aderir ao Programa elaborando e enviando ofício para o MDS, atendendo edital de abertura de adesões publicado.

Formalização do vínculo de compromisso entre MDS e Unidade executora através da assinatura do TERMO DE ADESÃO.



Elaboração do Plano Operacional pela Unidade executora, onde são definidos valores e pactuadas metas propostas ao MDS.

Os produtos adquiridos são encaminhados ao destino e as notas fiscais são cadastradas no SISPA.



Cadastramento da Proposta de participação no SISPA (SISTEMA DO PROGRAMA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS).

Sendo as notas fiscais aprovadas, o pagamento é realizado pelo MDS diretamente aos beneficiários fornecedores da agricultura familiar através de cartões bancários.



Após a aprovação da Proposta é feita a emissão dos cartões bancários dos beneficiários fornecedores, podendo as aquisições dos produtos serem iniciadas.

COMPRA DIRETA DA AGRICULTURA FAMILIAR – CDAF



Essa modalidade serve para garantir, com base nos preços de referência, a compra de produtos da agricultura familiar para distribuição ou formação de estoque. Ela funciona em todo o território nacional e cada unidade familiar pode vender até R\$ 8 mil ao ano.

PRINCIPAIS PROCEDIMENTOS PARA PARTICIPAÇÃO NA MODALIDADE CDAF



A Conab efetiva o monitoramento dos preços comerciais dos produtos amparados pela modalidade .



Os produtores da agricultura familiar e suas organizações formais ou informais interessados em comercializar seus produtos, providenciam toda documentação exigida para participar do processo por esta modalidade e envia à Conab.



É autorizado o pagamentos aos produtores dos produtos vendidos.



A Conab recebe e analisa a documentação. Se aprovada, a aquisição da produção dos produtores da agricultura familiar pode ser efetivada, mediante a emissão de nota fiscal de aquisição.



O GGPA define as finalidades dos produtos adquiridos, tendo prioridade a venda relacionada com a segurança alimentar/nutricional ou doações para entidades selecionadas.

APOIO À FORMAÇÃO DE ESTOQUE PELA AGRICULTURA FAMILIAR – CPR ESTOQUE



O objetivo é viabilizar apoio financeiro para constituição de estoques de alimentos por organizações fornecedoras, para posterior comercialização e devolução dos recursos ao Poder Público. A modalidade vale para todo o território nacional, com limite de venda de até R\$ 8 mil ao ano por unidade familiar.

PRINCIPAIS PROCEDIMENTOS PARA PARTICIPAÇÃO NA MODALIDADE CPR ESTOQUE



Articulação entre a Proposta de participação da Organização fornecedora e os mediadores sociais locais, para que a Proposta atenda aos interesses de todos.



Elaboração da Proposta de participação pela proponente fornecedora e envio para apreciação da Conab, juntamente com toda documentação exigida para participar da modalidade.



A Conab recebe e analisa a Proposta de participação e toda documentação repassada pela proponente.



Se aprovada a Proposta de participação e estando toda documentação exigida em conformidade, a Conab autoriza a elaboração da CPR.



Assinatura da CPR pactuando o acordo entre Organização proponente e Conab, com definição do prazo de vencimento da cédula.



A Organização proponente providencia a formação do estoque e se responsabiliza pelo processo de gestão dos produtos estocados.



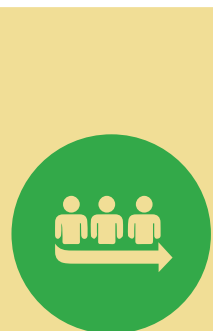
No prazo de vencimento da cédula é feita a liquidação financeira da CPR e o processo é encerrado.

AQUISIÇÃO DE SEMENTES



A finalidade é adquirir sementes de organizações fornecedoras para doação. Produtores de todo o Brasil podem participar, com limite de venda de até R\$ 16 mil ao ano por unidade familiar.

PRINCIPAIS PROCEDIMENTOS PARA PARTICIPAÇÃO NA MODALIDADE AQUISIÇÃO DE SEMENTES.



Pesquisa e alistamento dos produtores da agricultura familiar interessados em receber as sementes, demandadas por órgão público ou movimentos envolvidos com o social.



Pesquisa e cadastramento das organizações que possam ser possíveis fornecedoras de sementes.



O órgão demandante planeja e elabora o Plano de distribuição, que é enviado à Conab.



A organização fornecedora providencia a entrega da semente para o órgão demandante.



O órgão demandante elabora relatório e envia para a Conab, juntamente com a nota fiscal emitida.



Após análise do relatório e conferência de toda documentação, a Conab tramita a autorização do pagamento.



Estando a documentação em conformidade, a Conab efetiva o pagamento para a organização fornecedora.

INCENTIVO À PRODUÇÃO E CONSUMO DE LEITE – PAA LEITE



A proposta da modalidade é adquirir leite para contribuir com o aumento do consumo pelas famílias que se encontram em situação de insegurança alimentar e nutricional, além de incentivar a produção leiteira de agricultores familiares.

Vale para os estados do Nordeste e algumas regiões do estado de Minas Gerais (Região Norte, Vale do Jequitinhonha e Mucuri).

O limite para venda é de até R\$ 9.5 mil (nove mil e quinhentos reais) por unidade familiar, por ano.

PRINCIPAIS PROCEDIMENTOS PARA PARTICIPAÇÃO NA MODALIDADE PAA LEITE.



Poder público, agricultores fornecedores e suas organizações, empresas beneficiadoras, consumidores, mediadores sociais, e demais envolvidos interessados são articulados para participar na modalidade.



Definição das Unidades Executoras participantes (órgãos ou entidades da administração pública estadual, direta ou indireta).

Realização de convênio entre as Unidades executoras e o MDS.



As organizações da agricultura familiar (cooperativas) são contratadas pelas Unidades executoras, tendo a responsabilidade de fazer o processo de pasteurização do leite de seus cooperados para o Programa ou PAA.



O leite sem pasteurizar é entregue pelos produtores da agricultura familiar para uma organização formalizada. As organizações formais fazem a pasteurização ou contratam laticínios para fazer o processo e a embalagem.



As organizações e os produtores da agricultura familiar que forneceram o produto recebem o pagamento.

COMPRA INSTITUCIONAL



Você sabia? Com o Decreto nº 8.473, de 22 de junho de 2015, se estabelece no âmbito da Administração Pública federal, o percentual mínimo de 30% destinado à aquisição de gêneros alimentícios de agricultores familiares e suas organizações, a partir de 1º de janeiro de 2016.

Isso quer dizer que compras para órgãos como hospitais públicos, forças armadas (Exército Brasileiro, Marinha do Brasil e Força Aérea Brasileira), presídios, restaurantes universitários, hospitais universitários, refeitórios de creches e escolas filantrópicas, entre outros, têm que ser da agricultura familiar local.

Sobre o limite de venda, funciona assim: cada família detentora da DAP física pode vender até R\$ 20 mil por ano, por órgão comprador, independente dos fornecedores participarem de outras modalidades do PAA e do Programa Nacional de Alimentação Escolar. Para empreendimentos da agricultura familiar que possuem a DAP jurídica, o limite é de R\$ 6 milhões de reais, por ano, por órgão comprador.

PRINCIPAIS PROCEDIMENTOS PARA PARTICIPAÇÃO NA MODALIDADE COMPRA INSTITUCIONAL



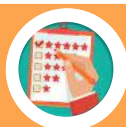
Verificar a oferta de alimentos da agricultura familiar na região e fazer uma consulta de preços dos produtos nos mercados locais.



Desenvolver 3 (três) pesquisas documentadas no mercado local ou regional, sendo facultada a utilização dos preços de referência estabelecidos nas aquisições do PNAE.



Dar publicidade à Chamada Pública por meio de divulgação em local de fácil acesso à agricultura familiar ou por meio do Portal de Compras da Agricultura Familiar.



O comprador faz a avaliação e habilita as propostas que contenham todos os documentos exigidos no edital de chamada pública.



Comprador e fornecedor assinam o contrato que estabelece as entregas.



Início da entrega dos produtos, que deve atender ao cronograma previsto. Os pagamentos serão realizados diretamente aos agricultores ou suas organizações, mediante apresentação de nota fiscal.

PROGRAMA NACIONAL DE ALIMENTAÇÃO ESCOLAR - PNAE

O PNAE se destaca no mundo como um dos maiores programas de atendimento a alimentação escolar e de garantia de direito humano à alimentação adequada e saudável.

Agricultoras e agricultores familiares podem participar como fornecedores de alimentação escolar nas seguintes condições:

- ✓ **Grupos formais:** detentores de Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP jurídica) cooperativas e associações de agricultores familiares devidamente formalizadas;
- ✓ **Grupos informais:** grupos de agricultores familiares detentores de Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP física), que se articulam para apresentar o projeto de venda;
- ✓ **Fornecedores individuais:** agricultores familiares detentores de Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP física).

Limite para venda:

Fornecedores individuais e grupos informais: podem vender até R\$ 20 mil, por DAP/Ano/Entidade Executora.

Grupos formais:

O montante máximo a ser contratado será o resultado do número de agricultoras e agricultores familiares inscritos na DAP jurídica multiplicado pelo limite individual de comercialização, utilizando a seguinte fórmula:

Valor máximo a ser contratado :

Nº de agricultores familiares inscritos na DAP jurídica x R\$ 20.000,00.

Quem compra pelo PNAE

Secretarias Estaduais de Educação;
Secretarias Municipais de Educação/
Prefeituras;
Escolas federais.



DICA:

Procure a Secretaria de Educação de seu município e estado. É importante também conhecer as etapas do Programa, mesmo que não seja responsável por executá-las, ok?

Veja o passo a passo para fornecer ao PNAE:

PRINCIPAIS PROCEDIMENTOS PARA PARTICIPAÇÃO NO PROGRAMA PNAE

Passo 1 :
Orçamento



Passo 2:
Articulação
envolvendo os atores sociais



Passo 3 : Elaboração do cardápio



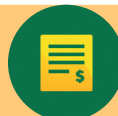
Passo 4 : Pesquisa de preços



Passo 5 : Chamada Pública



Passo 6 :
Elaboração do projeto de Venda



Passo 7 :
Recebimento
e seleção dos projetos de venda



Passo 8 :
Apresentação de
amostras dos produtos



Passo 9 :
Contrato de compra



Passo 10 :
Entrega dos
produtos e o pagamento aos produtores



Atenção ao passo nº 6 pois ele é de responsabilidade de agricultoras e agricultores familiares, associações e cooperativas. Trata-se do Projeto de Venda, documento que formaliza o interesse de agricultores familiares em vender sua produção para a alimentação escolar.

Nele deve ter a proposta de fornecimento de gêneros alimentícios (variedade, quantidade, cronograma de entrega) de acordo com o publicado na Chamada Pública. Agricultoras e agricultores familiares e organizações podem e devem contar com o apoio dos órgãos de assistência técnica para o cumprimento da tarefa.

Os documentos são assinados de acordo com a habilitação pretendida:

Representantes do grupo formal

(agricultoras e agricultores familiares organizados em grupos formais da agricultura familiar como associações e cooperativas, detentoras de DAP jurídica. Nesse caso, os contratos serão firmados com a entidade);

Agricultoras e agricultores fornecedores do grupo informal

(agricultores familiares organizados em grupos informais, que não detém DAP jurídica. Nesse caso, serão formalizados contratos individuais);

Fornecedor individual

(agricultoras e agricultores familiares que apresentam projetos individuais, com base apenas na produção própria. Também nesse caso os contratos serão formalizados com o fornecedor individual).

Quem participa deve também preencher uma declaração de que os produtos a serem entregues relacionados à sua DAP física são de produção própria.

Para os grupos formais, essa declaração deve ser feita pela organização formal e assinada pelo seu representante legal.

Nos casos de grupos informais, o projeto deverá incluir a relação de todos os agricultores participantes, com nome completo, CPF e DAP física.



Fique de olho: os prazos para cadastramento no Programa podem variar de acordo com o órgão gestor do processo. Se organize para entregar toda a documentação exigida de uma única vez.

Inicialmente, os Projetos de Venda são divididos em:

GRUPO 1 PROJETOS LOCAIS

Os projetos do Grupo 1 têm prioridade de análise, observando-se a seguinte ordem para a seleção:

- a) Assentamentos de reforma agrária, comunidades tradicionais indígenas e comunidades quilombolas, não havendo prioridade entre estes;
- b) Fornecedores de gêneros alimentícios certificados como orgânicos ou agroecológicos, segundo a Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003;
- c) Grupos formais (organizações produtivas detentoras de Declaração de Aptidão ao Pronaf – DAP jurídica) sobre os grupos informais (agricultores familiares, detentores de Declaração de Aptidão ao Pronaf – DAP física, organizados em grupos) e estes sobre os fornecedores individuais.

GRUPO 2 PROJETOS DO TERRITÓRIO RURAL

GRUPO 3 PROJETOS DO ESTADO

GRUPO 4 PROJETOS DO PAÍS

Os demais grupos (2, 3 e 4) só são contemplados quando as entidades executoras não obtiverem as quantidades necessárias de produtos oriundos de agricultores familiares locais.



Atenção: todos os produtos de origem animal, inclusive ovos e mel, necessitam da avaliação sanitária. O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) tem a responsabilidade de avaliar sanitariamente esses produtos.



No ato da entrega das mercadorias é elaborado um Termo de recebimento, assinado pelo representante da Entidade Executora e pelo (a) agricultor(a) individual fornecedor (a) ou por representante autorizado da organização.

Lembre-se: é obrigatória a emissão de documento fiscal:

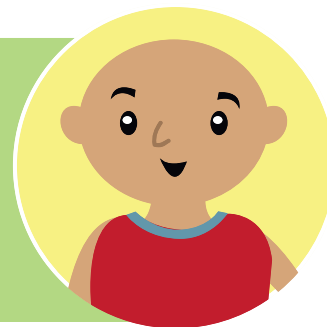
Nota do produtor rural;
Nota avulsa (vendida na prefeitura); ou
Nota fiscal (grupo formal).

Após o cumprimento das obrigações é feito o processo de pagamento do fornecedor, exclusivamente por meio de transferência eletrônica.



Quando as associações estão autorizadas a emitir nota fiscal e possuem a DAP jurídica, elas estão configuradas como grupo formal. O contrato, nesse caso, deve ser celebrado diretamente entre a entidade executora e a associação.

Associações que não podem emitir nota fiscal, mas representam os interesses dos seus associados na venda dos gêneros alimentícios da agricultura familiar, terão os contratos celebrados diretamente com cada agricultor familiar presente no projeto de venda.





COMÉRCIO JUSTO E
SOLIDÁRIO

Já ouviu falar em Comércio Justo e Solidário?

Como o próprio nome sugere, trata-se de uma prática comercial realizada por empreendimentos econômicos solidários seguindo valores de justiça social e solidariedade. Nesse tipo de mercado, produtores podem acessar mercados de exportação em condições mais justas, viabilizar pré-financiamento de seus pedidos e participar de programas de capacitação.

Resumidamente, os empreendimentos econômicos solidários são organizações de caráter associativo, formado por trabalhadoras e trabalhadores que produzem e comercializam por meio da autogestão, de forma democrática. Ou seja, todos trabalham e são donos do empreendimento.

Confiança, respeito mútuo e parcerias comerciais de longo prazo são pilares do Comércio Justo.



Para acessá-lo, é preciso:

- ✓ Produtos de extrema qualidade;
- ✓ Alto nível de conhecimento e profissionalismo nas operações logísticas;
- ✓ Certificação de produtos e credenciamento a redes internacionais que estabelecem os princípios a serem seguidos por produtores, comercializadores, organizações de assessoria e suporte;
- ✓ Viabilidade financeira para arcar com os custos de certificação;
- ✓ Seguir normas e critérios desse tipo de comércio que podem ser conferidos no decreto N° 7.358, de 17 de novembro de 2010, detalhado no link a seguir: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/decreto/d7358.htm

PRINCÍPIOS DO COMÉRCIO JUSTO E SOLIDÁRIO



Gerar oportunidades para produtores economicamente desfavorecidos



Transparência nas relações



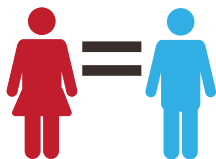
Promoção do comércio justo



Condições de trabalho



Pré-financiamento



Igualdade de gênero



Não utilização de mão de obra escrava e infantil



Fornecer capacitação



Respeito ao meio ambiente



Preço justo

É importante destacar que o comércio justo estabelece que compradores pré-financiem os pedidos fechados em 50%, quando finalizada a negociação.

Outro diferencial é que não há barganha de preço. Compradores entendem que os valores apresentados cobrem custos de uma produção socialmente justa e ambientalmente responsável.

Mulheres são estimuladas a ocupar posições de liderança, recebendo valores correspondentes por seu trabalho realizado no processo produtivo;

É preciso sensibilizar o consumidor para que valorize o comércio inclusivo. Campanhas ajudam e divulgam informações sobre produtores, origem dos produtos e forma de produção, por exemplo; A ideia é priorizar, principalmente, o cultivo de produção orgânica.



Quer saber mais sobre os princípios do comércio justo? Uma opção é acessar o site do Sebrae (www.sebrae.com.br) e buscar pelo termo.

QUEM FAZ

Mulheres e homens agricultores aptos a comercializarem seus produtos no mercado de Comércio Justo são aqueles que:



Estão reunidos em associações de produtores (cooperativas, associações ou outros tipos de organizações);

Fazem parte de organizações controladas democraticamente por seus membros, significando que todas as pessoas têm direito a voto direto.



Têm capacidade para desenvolver atividades comerciais contribuindo para o desenvolvimento econômico e social de suas comunidades, dentro de processos produtivos ambientalmente sustentáveis;

Para ajudar em processos burocráticos e logísticos da exportação de produtos, conte com importadores especializados em comércio justo ou em algum produto específico.



INICIATIVAS DE CERTIFICAÇÃO

O caminho para acessar o mercado de Comércio Justo se inicia pela certificação, realizada pelas chamadas organizações de certificação de produtos e promoção do Comércio Justo em diferentes países, conhecidas como Labelling Initiatives ou somente "Lis".

Fairtrade Internacional

Um exemplo é a Fairtrade International, associação sem fins lucrativos e multipartidária com 23 organizações membros - três redes de produtores e 20 organizações nacionais de Comércio Justo. O escritório central fica em Bonn, na Alemanha. O site, para quem quer mais informações, é: **www.fairtrade.net**.

O sistema internacional Fairtrade inclui o Fairtrade International, nove organizações de Marketing Fairtrade e o FLOCERT, que é o órgão de certificação independente do sistema Fairtrade global.

Entre os produtos certificados pela FLO, estão: banana, cacau, café, algodão, flor, açúcar, fruta fresca, mel, suco, arroz, além de produtos compostos, como vinho e chocolate.

É bom saber que fair trade é a denominação em inglês do termo comércio justo.

PASSOS PARA OBTER A CERTIFICAÇÃO FAIRTRADE (COMÉRCIO JUSTO)



Preenchimento de requerimento eletrônico para candidatura



Pagamento da taxa de candidatura



Preenchimento de documentação



Auditoria



Emissão da certificação



DICA:

Acesse o site <http://www.flocert.net/es/servicios-fairtrade/certificacion--fairtrade/como-funciona/> ou envie um email para la@flocert.net e solicite um dossiê de certificação ao escritório FLO que atende a América do Sul e Central e Caribe.



Após 30 dias do envio do formulário de requerimento de certificação, a organização receberá um contato da equipe FLO-CERT, que informará o ID prévio da candidatura e enviará um dossiê que contém: questionário de candidatura a ser respondido; documentos relevantes a serem encaminhados; informações sobre a certificação e os requisitos do comércio justo e contrato de certificação que regulamenta os direitos e as responsabilidades contratuais.

WFTO- WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION

Diferentemente da FLO, que certifica produtos, a World Fair Trade Organization (WFTO) certifica organizações que obedecem 100% dos princípios do comércio justo. A WFTO é, portanto, uma rede global que reúne iniciativas envolvidas nessa cadeia de comercialização.

Quem se torna membro aparece em listas de fornecedores de produtos de comércio justo, podendo expandir seus canais de comercialização. Certificadas, as organizações recebem autorização para utilizar o selo, facilitando a identificação do produto pelo consumidor.

São requisitos para organizações participarem:

- ✓ **Cumprir os princípios do Comércio Justo;**
- ✓ **Estar devidamente registradas e ativas há pelo menos 2 anos;**
- ✓ **Apresentar bom desempenho econômico;**
- ✓ **Usar práticas sustentáveis em seus processos de produção/cadeia de suprimentos;**
- ✓ **Ter indicações externas, sendo pelo menos uma delas de um membro da WFTO;**
- ✓ **E mais: o volume de vendas para organizações de produtores e comercializadoras deve representar 50% ou mais do rendimento total do empreendimento.**

PASSOS PARA SE TORNAR MEMBRO DA WFTO



Acesse **www.wfto.com** para preencher o formulário de candidatura e encaminhe todos os documentos solicitados, bem como o Código de Prática WFTO assinado, ao Escritório Global da organização.

É bom saber que a primeira auditoria deve ocorrer num prazo de 12 meses após o preenchimento e envio do Relatório de Auto-Avaliação. Aprovada, a organização requerente recebe uma notificação de adesão total e o contrato para o uso da etiqueta do produto/organização WFTO.

A Taxa de Inscrição varia de acordo com o faturamento do requerente.



Você sabia? Não há uma organização que certifique produtos artesanais de comércio justo, como o caso da FLO que certifica produtos alimentícios.

Mas, ao se associarem à WFTO, grupos de artesãos podem tornar seus produtos visíveis aos importadores credenciados e expandir as possibilidades de acesso ao mercado justo.

Uma boa pedida para artesãs e artesãos é contar com o Consórcio de Produtores Exportadores.

Sabe-se que, geralmente, os importadores compram poucas peças de cada profissional. É comum, também, que se interessem por poucos volumes de um único produto. Os elevados custos logísticos no Brasil – desembaraço alfandegário e frete interno e externo, que inviabilizam a exportação de pequenos volumes – costumam dificultar.



Nesse cenário, uma das maiores importadoras de produtos de comércio justo brasileiro desenvolveu um modelo que pode ajudar. Há mais de 15 anos a distribuidora holandesa Barbosa Fair Trade abre o mercado justo para pequenos grupos de artesãos de todo o Brasil, comercializando produtos para mais de três mil lojas do mundo.

Uma das estratégias é o sistema chamado de Consórcio de Exportadores de Artesanato, que rateia as despesas na hora de transportar mercadorias. É comum, por exemplo, que um contêiner seja contratado para transportar produtos de aproximadamente 20 grupos produtivos/pequenos artesãos até a Holanda. Assim, os custos são divididos: há somente um frete a ser contratado, um despacho alfandegário a ser pago e uma única taxa de câmbio a ser rateada.



Outras vantagens:

Acesso a um novo canal de comercialização com grande capacidade de distribuição.

Capacitações sobre processos de gestão e desenvolvimento de produtos que contribuem para o acesso a outros canais de comercialização.

Promoção de seus produtos no mercado consumidor, por meio de campanhas específicas desenvolvidas pelo importador.

Aumento da renda e parceria de longo prazo com o comprador, por ser de comércio justo.



**MERCADOS
CONVENCIONAIS**

Chegou a vez de falarmos de um segmento que vem crescendo e abrindo portas para os produtos da agricultura familiar, cada vez mais valorizados pela sociedade.

Para começar, saiba que a ideia de mercados convencionais está associada a cadeias longas, normalmente controladas por grandes empresas, sem vínculos estreitos com as localidades em que operam. Lojas, supermercados e mercados de pequeno porte são exemplos desse tipo de canal de comercialização.

Despersonalizados, os estabelecimentos convencionais são bem exigentes. É comum potenciais compradores demandarem de pequenos produtores a capacidade de entregar um dado volume de produto, com uma regularidade estipulada, no padrão de qualidade previamente acertado, em embalagem especificada e com preço que interesse ao consumidor.

Nesses mercados existem condições mínimas de formalização dos contratos e agricultoras e agricultores informalizados e menos organizados encontram dificuldades para cumprir exigências formais previstas na legislação.

Mas, apesar das exigências e dos obstáculos, é possível acessar esse canal. Quer saber como? Venha ver o que tem motivado pequenos produtores a buscarem o aperfeiçoamento para acessar os chamados mercados convencionais e inspire-se!

OS PRINCIPAIS ASPECTOS MOTIVADORES PARA O FORNECEDOR



FORMA DE PAGAMENTO



GARANTIA DE FORNECIMENTO



PREÇOS



LIQUIDEZ E VENDA DE MAIORES VOLUMES



FIDELIDADE DE COMPRA



FIDELIDADE DE NEGOCIAÇÃO

O que motiva a participar:

Os pagamentos são feitos em dia, seguindo vias e procedimentos acordados. O fornecedor tem praticamente total garantia de que vai receber pelo que foi vendido, sendo a inadimplência quase inexistente. É fato que uma grande rede tem maior capacidade de escoamento da produção em menor tempo. E, como normalmente os estabelecimen-



Quando se trata de supermercados, é comum a prática de preços superiores aos praticados por atacadistas. Mas, em razão de descontos e bonificações, os preços finais acabam se equivalendo.

A competição entre os concorrentes faz com que os estabelecimentos compradores estejam sempre inovando e implementando medidas para atrair e conquistar novos consumidores, exigindo dos fornecedores frequentes adaptações.

Agora, vamos falar sobre os principais desafios para estar presente no mercado convencional. Acompanhe na imagem a seguir:

DESAFIOS A SEREM ENFRENTADOS



PADRONIZAÇÃO DA MERCADORIA



PRODUTOS CERTIFICADOS



EMBALAGENS



GARANTIA DE VENDA



TRANSPORTE



DEVOLUÇÃO DA MERCADORIA



DESCONTOS



BONIFICAÇÕES



**40
PRAZO DE PAGAMENTO**



PROCESSO DE NEGOCIAÇÃO

Cada estabelecimento procura conseguir o menor preço possível de aquisição dos produtos. É bem comum a solicitação de descontos e a prática da bonificação, que é uma forma de rateio de parte de vários custos que os estabelecimentos têm (logística, publicidade e distribuição interna, entre outros).

Faz parte da rotina os estabelecimentos pesquisarem preços praticados por concorrentes. Para quem não sabe, o processo de negociação leva isso em consideração.

Pagamento à vista é raro. Normalmente, ele é feito em torno de 40 a 50 dias e pode até demorar mais quando são questionados alguns aspectos dos produtos entregues. Caso a mercadoria não esteja em conformidade com os padrões previamente acordados, o estabelecimento comprador pode devolver parte ou a totalidade do volume recebido. No caso de produtos agrícolas, por exemplo, é observado o limite máximo de resíduo dos defensivos.

A demanda por produtos rastreados e certificados está aumentando. Ela ajuda o consumidor final a identificar a origem do que está levando para casa. Quem fornece, no entanto, não obtém nenhum lucro ou remuneração diferenciada pelas mercadorias, a não ser a possibilidade do consumidor sensibilizado optar pela compra.

Outra preocupação é a embalagem, que gera aumento do custo e elevação do preço final. Em alguns casos, ela é oferecida pelo próprio estabelecimento, o que pode custar mais para o fornecedor. Em outros, é obrigação do produtor adquirir embalagens conforme exigência do comprador.

Já que frutas, legumes e verduras precisam ser constantemente renovados nas gôndolas dos locais de venda, é exigido dos fornecedores o cumprimento de uma rigorosa escala de entrega.

É bom reforçar que os estabelecimentos não costumam fazer contratos que garantam a compra de produtos.



Tome nota: vender para a grande maioria dos estabelecimentos do mercado convencional, sem emissão de nota fiscal, é praticamente impossível. Cooperativas são necessariamente formalizadas, então, só precisam ter posse do documento fiscal com prazo de validade em dia. Associações legalizadas, embora não tenham finalidade mercantil, também podem ter acesso ao documento fiscal.

A AÇÃO DOS ATRAVESSADORES NA AGRICULTURA FAMILIAR

Os atravessadores podem se apresentar como pessoa física ou jurídica e normalmente se responsabilizam pela compra e pelo transporte dos produtos adquiridos. Geralmente compram produtos in natura, dispõem de variadas opções para distribuição e podem negociar o preço em razão do produto não ter um bom padrão de qualidade.

É comum não haver compromisso formalizado em forma de contrato. O pagamento costuma ser feito à vista e o processo de compra é contínuo durante todo ano, sempre que a produtora ou o produtor tem disponibilidade.

OS ATRAVESSADORES



Atravessadores, normalmente, pagam um preço bem menor pela produção. Além disso, impõem regras e condições de dependência que impossibilitam a autonomia dos agricultores.

Empresas fornecedoras de insumos também atuam como atravessadores em regiões onde os produtores estão sem acesso a crédito, ou por falta de programas ou por estarem inadimplentes. Assim, têm o direito adquirido de receber e comercializar a produção.

Em regiões mais distantes, o problema se agrava. Acontece, por exemplo, de um atravessador que dispõe de um transporte comprar a produção do pequeno produtor, transportar e vender para um segundo atravessador que atua como distribuidor na cidade mais próxima. Como é de se imaginar, isso faz com que a produtora ou o produtor receba ainda menos.

Vamos refletir: como fortalecer produtoras e produtores da agricultura familiar, para que fiquem menos dependentes de atravessadores?

O caminho passa pela organização social e pelo fortalecimento do associativismo e do cooperativismo.



SUPERMERCADOS

Esse tipo de estabelecimento é o mais procurado pelo consumidor brasileiro na hora de fazer compras. São muitas as comodidades: estacionamento, diversas formas de pagamento, segurança, organização, conforto, horário flexível, variedade de produtos e marcas e promoções.

Segundo a Associação Brasileira de perecíveis – hortifrutis, carnes, lugar no ranking dos itens mais bebidas alcoólicas e não-alcoólicas. O diferencial é que frutas, legumes e verduras ajudam a fidelizar o consumidor.

Quem produz deve ficar atento à qualidade e ao preço dos produtos têm procurado adquiri-los diretamente dos produtores.



Supermercados (ABRAS), os produtos pães e laticínios – ocupam o terceiro lugar no ranking dos itens mais vendidos, perdendo apenas para as carnes e verduras.

Quem produz deve ficar atento à qualidade e ao preço dos produtos têm procurado adquiri-los diretamente dos produtores.

Afinal, a compra direta elimina a ação dos atravessadores, viabiliza menor preço e permite o acompanhamento dos produtos desde a origem.

Para quem produz, a opção de negociar diretamente com os departamentos de compras dos estabelecimentos também pode trazer vantagens, como maior garantia de recebimento, demanda por variedade e volumes de compra.

NOVAS TENDÊNCIAS



PRODUTOS COM CERTIFICAÇÃO SOCIOAMBIENTAL



CONROLE DO PRODUTO DESDE A ORIGEM ATRAVÉS DA RASTREABILIDADE



PRODUTOS ORGÂNICOS

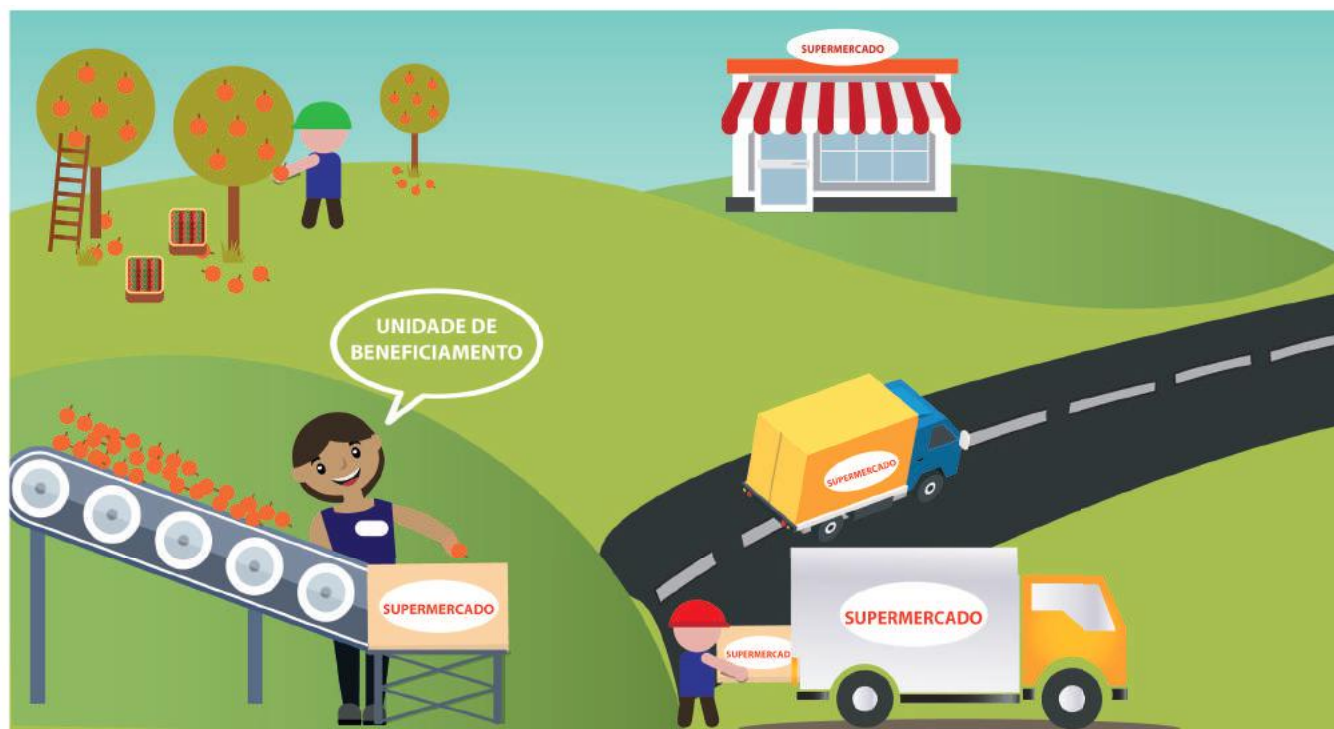


PROCURA POR PRODUTOS JÁ LAVADOS, SELECIONADOS E PICADOS



- ✓ **Maior controle do produto desde a origem (rastreadibilidade).** Com ela, os produtos são identificados por selos com a marca do supermercado ou do produtor.
- ✓ **Deve aumentar ainda mais a procura por produtos já lavados, selecionados e picados.**
- ✓ **Fazer uma classificação mínima do produto e respeitar o limite máximo legal de resíduos são exigências que já viraram rotina.**
- ✓ **Produtos orgânicos com certificação socioambiental e cultivares diferenciados também devem ser cada vez mais procurados pelo consumidor e por estabelecimentos do mercado convencional.**
- ✓ **Esse tipo de mercado tem buscado produtos com valores sociais, produzidos de forma ambientalmente responsável.**

DO CAMPO AO SUPERMERCADO



Para se tornar fornecedor de supermercados é preciso aperfeiçoamento em organização, produção e processos de comercialização. A seguir, algumas dicas que podem ajudar:

Torne seus produtos conhecidos primeiro na localidade, vendendo por conta própria. Com a produção ganhando espaço, são maiores as chances de comerciantes locais manifestarem interesse em firmar parcerias.

Comece por estabelecimentos menores, com processos de acesso mais simplificados e flexíveis.

Lembre-se: o consumidor quer produto fresco, de qualidade e com bom preço. Os supermercados que fazem rastreabilidade são ainda mais exigentes.

Estabelecimentos compradores se preocupam com a regularidade da oferta. Invista em capacidade organizativa, produtiva e de comercialização.

Informalidade passa a impressão de falta de profissionalismo e pode inviabilizar a venda.

Descontos e preços promocionais aos consumidores faz com que o produtor possa ganhar menos pelo produto, já que é comum que esse "investimento" seja rateado.

Venda com apoio de assessoria

Você sabia? Há também outros caminhos para se tornar fornecedor do mercado convencional, tanto individualmente como por meio de suas organizações (cooperativas ou associações). Entram em cena, assim, os assessores de comercialização. O assessor de comercialização é o técnico que atua juntamente aos agricultores familiares e aos estabelecimentos comerciais da região para viabilizar a venda dos diversos produtos da agricultura familiar.

São atribuições dele:

Abertura de canais de comercialização locais e de regiões próximas aos grupos produtivos;

Interlocução entre clientes e agricultores familiares;

Identificação de exigências e demandas de potenciais clientes;

Repasse de informações sobre o mercado, para que agricultores familiares possam desenvolver habilidades comerciais que os preparem para negociações junto a mercados mais exigentes;

Apoio na busca de soluções para embalagens, transportes, documentos, formação de custos e preços de venda, entre outros.

VANTAGENS EM COMERCIALIZAR COM MERCADOS DE MENOR PORTE

Volume Negociado	Compras de vários estabelecimentos pequenos equivalem à compra de um só supermercado grande, minimizando riscos e facilitando para quem tem menos estrutura produtiva.
Padrão	Normalmente os pequenos estabelecimentos têm um padrão de qualidade e de classificação de produtos mais compatível com a realidade de pequenos produtores.
Rastreabilidade	A tendência é que se propague, mas ainda não é uma realidade nos pequenos estabelecimentos, reduzindo custos.
Fidelidade de Compra	As relações são mais estreitas e o processo de fidelização da parceria é mais consistente.
Preço	Embora nem sempre paguem o melhor preço, eles fazem menos descontos e acabam sendo mais convidativos.
Descontos e Bonificação	Esta prática é pouco exigida, o que significa menos deduções em valores líquidos pagos aos produtores.

SELOS QUE FAVORECEM A COMERCIALIZAÇÃO

A inserção de selos em produtos oferecidos aos diversos mercados garante aos produtores familiar e quilombola a certificação de origem do produto. Isso possibilita ao consumidor final identificar quem produziu e de onde vem a mercadoria.

O selo agrega valor e mostra ao consumidor que determinado produto cumpre um importante papel social, levando-se em conta: sustentabilidade; responsabilidade social e ambiental e valorização da cultura e da produção locais (geradora de trabalho, renda e desenvolvimento local).

É DA AGRICULTURA FAMILIAR!

O Selo de Identificação da Participação da Agricultura Familiar (Sipaf) foi criado para identificar produtos que são produzidos por produtoras e produtores rurais, bem como por suas organizações, contribuindo para fortalecer a economia local.



Importante: a Portaria que institui o Selo de Identificação da Participação da Agricultura Familiar e dispõe, entre outros temas, sobre critérios e procedimentos relativos à permissão, manutenção e cancelamento de uso do selo, está sendo reformulada. Entre as mudanças propostas, está a inserção dos selos para mulheres, jovens e produtos da sociobiodiversidade, além do selo para empreendimentos que pretende dar visibilidade à bares, restaurantes e hotéis que compram produtos da agricultura familiar.” No link a seguir, você pode acompanhar o texto prévio da Portaria: <http://www.participa.br/selo-de-identificacao-de-participacao-da-agricultura-familiar/sobre-a-nova-portaria-do-sipaf>



De acordo com a prévia da nova proposta de redação da Portaria, podem solicitar o selo pessoas físicas portadoras de DAP e pessoas jurídicas, portadoras ou não de DAP, além de empreendimentos que comercializam produtos da agricultura familiar que atendem aos requisitos solicitados.

Pessoas físicas portadoras de Declaração de Aptidão ao Pronaf provisória (DAP-P), Relação de Extrativistas Beneficiários (REB) ou Relação de Beneficiário (RB) poderão obter a permissão de uso do Sipaf em seus produtos, assim como os portadores de DAP, desde que, igualmente, cumpram os critérios descritos nesta portaria.

Aqueles que não possuem a DAP devem comprovar que o produto tem em sua composição a participação da produção da agricultura familiar em valor superior a:

I - 50% (cinquenta por cento) para produtos finais, cuja composição seja de apenas uma matéria-prima;

II - 50% (cinquenta por cento) da matéria-prima principal para produtos finais, cuja composição seja de mais de uma matéria-prima.



Para solicitar o selo ou renová-lo, é preciso enviar alguns documentos à Secretaria de Agricultura Familiar (SAF)/ SEAD. Entre eles: carta de solicitação, cópia do documento de inscrição no CNPJ do Ministério da Fazenda, proposta de obtenção do Sipaf e termo de compromisso.

Passo a passo, bem como informações detalhadas sobre o Sipaf podem ser conferidos na Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário (Sead). Uma opção é acessar o site do órgão: www.mda.gov.br/sitemda ou enviar um email para: sipaf@mda.gov.br



ALIMENTOS QUE VÊM DO QUILOMBO

O Selo Quilombos do Brasil las, artesanais e alimentícios lombolas.

A ideia é valorizar essa promoção dos empre-

A política, assim como pela Secretaria Espe- e do Desenvolvimento Subsecretaria de Agri-

A expedição do Selo associada ao Sipaf. Além certificação de autodefinição Cultural Palmares.



permite identificar produtos agríco- oriundos de Comunidades Qui-

produção e contribuir para a endimentos certificados.

o Sipaf, é desenvolvida cial de Agricultura Familiar Agrário (Sead), por meio da cultura Familiar (SAF).

Quilombolas do Brasil é disso, o requerente precisa da reconhecida pela Fundação

RESUMO DA PROSA



Vimos no decorrer desta cartilha que a comercialização de produtos da agricultura familiar envolve diversos atores sociais e contextos abrangentes. Para acessar diferentes mercados e escoar a produção, é preciso conhecer e ter domínio de procedimentos indispensáveis a essa tarefa.

Por entender que o pano de fundo da realidade aqui apresentada já é de conhecimento do público para o qual se destina esta publicação – principalmente, produtoras e produtores rurais de projetos apoiados pelo Fundo Internacional de Desenvolvimento Agrário (FIDA) que estão buscando comercializar seus produtos – a ideia foi ir além do contexto e da conceituação.

A proposta foi apresentar informações relevantes e práticas, úteis ao dia a dia de agricultoras e agricultores familiares. Buscamos, portanto, contribuir para que tenham mais autonomia e conhecimentos sobre quais caminhos percorrer para gerar renda e melhorar suas condições de vida a partir do que produzem.

Esperamos que você tenha aproveitado!

Boas vendas!

