

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS
DEPTO. DE ZOOTECNIA E DESENVOLVIMENTO RURAL
CURSO DE AGRONOMIA

**CONDIÇÕES PARA AMPLIAÇÃO DA COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS
ORGÂNICOS DA AGRICULTURA FAMILIAR NA GRANDE
FLORIANÓPOLIS/SC: ESTUDO SOBRE A ORGANIZAÇÃO DE UMA
CENTRAL DE REUNIÃO E DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS**

FLORA DE OLIVEIRA CASTELLANO

FLORIANÓPOLIS,
2012

FLORA DE OLIVEIRA CASTELLANO

**CONDIÇÕES PARA AMPLIAÇÃO DA COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS
ORGÂNICOS DA AGRICULTURA FAMILIAR NA GRANDE
FLORIANÓPOLIS/SC: ESTUDO SOBRE A ORGANIZAÇÃO DE UMA
CENTRAL DE REUNIÃO E DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial
para obtenção de grau de Eng.
Agrônomo no curso de Agronomia
do Centro de Ciências Agrárias da
Universidade Federal de Santa
Catarina.

Professor orientador: Oscar José Roover

Florianópolis

Junho, 2012

AGRADECIMENTOS

Gratidão ao caminho percorrido e tantos aprendizados.

E à todas pessoas que fizeram parte dele!

Em especial à minha família querida, e às verdadeiras amizades.

Aos professores, agricultores, e todos que trabalham e respeitam a Terra Madre.

À sabedoria dos anciões, e ao vovô Miguel que sempre nos lembra que a Felicidade depende de três fatores: Inteligência, Coragem, e Sorte.

RESUMO

O presente trabalho visa analisar as condições para organização de uma Central de reunião e distribuição de produtos orgânicos da Agricultura Familiar de Santa Catarina na Grande Florianópolis. Organizações de agricultores familiares de Santa Catarina, vinculados à Rede Ecovida de Agroecologia, se articularam com o objetivo de viabilizarem uma Central de reunião de alimentos orgânicos da Agricultura Familiar de Santa Catarina, e distribuição em canais de comercialização da Grande Florianópolis, onde há grande demanda por esses alimentos. A iniciativa tem apoio de organizações de consumidores que manifestam preferência por Cadeias Curtas de Comercialização, como feiras, compras coletivas e mercado institucional. Sendo assim, através de uma Cooperativa Central de organizações de agricultores familiares e consumidores de alimentos orgânicos de Santa Catarina, seria possível a viabilização de um espaço para reunião e distribuição de produtos. Além disso, seria possível centralizar a gestão operacional da comercialização, possibilitando melhores condições para aproximar produtor e consumidor, e assim facilitar o planejamento da produção, e a logística de distribuição no mercado da Grande Florianópolis. A análise das condições da organização da Central ocorreu através de revisão bibliográfica, análise de documentos gerados em reuniões, entrevistas diretas, e visão da pesquisadora. Foi possível constatar uma sólida adesão das organizações, que mesmo sem um espaço definido, se articularam para a realização de rodadas de negócios e transações comerciais, possibilitando a ampliação da comercialização de produtos orgânicos da Agricultura Familiar de Santa Catarina na Grande Florianópolis.

Palavras-Chave: agricultura familiar; agroecologia; comercialização; produtos orgânicos; cooperativa central.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

- ACEVAM - Associação dos Colonos Ecologistas do Vale do Mampituba
- AO - Agricultura Orgânica
- ASCOOPER - Associação das Cooperativas e Associações de Produtores Rurais do Oeste de Santa Catarina
- ATER - Assistência Técnica e Extensão Rural
- BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
- CAC - Codex Alimentarius Commission
- CCA - Centro de Ciências Agrárias
- CCC - Cadeias Curtas de Comercialização
- CCF - Compras Coletivas de Florianópolis
- CCORGSC - Cooperativa Central de organizações de agricultores familiares e consumidores de alimentos orgânicos de Santa Catarina
- CEASA – Central de Abastecimento do Estado de Santa Catarina S/A
- CEMEAR - Centro de Motivação Ecológica e Alternativas Rurais
- CEPAGRO - Centro de Estudos e Promoção da Agricultura de Grupo
- CLC - Cadeias Longas de Comercialização
- COAGRE - Coordenação de Agroecologia
- COF - Central Orgânicos Florianópolis
- COOPERFAMÍLIA - Cooperativa de Produção e Comercialização da Agricultura Familiar
- COOPERTRENTO - Cooperativa da Agricultura Familiar do Vale do Rio Tijucas e Itajaí Mirim
- DENACOOP - Departamento de Cooperativismo e Associativismo Rural
- DOC – Denominação de Origem Controlada
- ECOSERRA - Cooperativa Ecológica dos Agricultores Artesãos e Consumidores da Região Serrana
- EMBRAPA - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
- EUA – Estados Unidos da América
- FAO – Food and Agriculture Organization
- FLV – Frutas, Legumes e Verduras
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- IDH – Índice de Desenvolvimento Humano

IFOAM – International Federation of Organic Agriculture Movements
INCRA – Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária
LACAF – Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar
MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MDA – Ministério do Desenvolvimento Agrário
MDS - Ministérios do Desenvolvimento Social e Combate à Fome
MTE – Ministério do Trabalho e Emprego
OC - Organizações Certificadoras
OCS - Organismo de Controle Social
ONG – Organização Não Governamental
ONU – Organizações das Nações Unidas
OPAC - Organismo Participativo de Avaliação de Conformidade
PAA – Programa de Aquisição de Alimentos
PAR - Países de Alta Renda
PBR - Países de Baixa Renda
PNAE – Programa Nacional de Alimentação Escolar
PNATER – Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural
PRONACCOOP - Programa Nacional de Fomento ao Cooperativismo do Trabalho
PRONAF – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura
SAF - Secretaria da Agricultura Familiar
SC – Santa Catarina
SDT - Secretaria de Desenvolvimento Territorial
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAES - Secretaria Nacional de Economia Solidária
SIES - Sistema de Informações da Economia Solidária
SISORG - Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica
SPG - Sistemas Participativos de Garantia
SRA - Secretaria de Reordenamento Agrário
UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina
UNICAFES - União Nacional das Cooperativas da Agricultura Familiar e Economia Solidária
UNISOL - União e Solidariedade das Cooperativas e Empreendimentos de Economia Social no Brasil

SUMÁRIO

Agradecimentos

Resumo

Lista de siglas e abreviatura

1. Introdução	9
2. Delimitação do Tema	10
3. Formulação do Problema	11
4. Hipótese	12
5. Objetivo Geral	12
5.1. Objetivos Específico	12
6. Justificativa	13
7. Metodologia	14
8. Referencial teórico	15
8.1 Agricultura Familiar	15
8.1.1. Contextualização da Agricultura Familiar no Brasil	16
8.1.2. Inserção social e econômica da Agricultura Familiar	17
8.1.3. Tendências e perspectivas para a Agricultura Familiar no Brasil	18
8.2. Cadeia Produtiva de Produtos Orgânicos	20
8.2.1. Panorama mundial do mercado de produtos orgânicos	20
8.2.2. Regulamentação brasileira da cadeia produtiva de produtos orgânicos	21
8.2.3. Panorama da produção orgânica certificada no Brasil	24
8.2.4. Canais de comercialização para a produção orgânica no Brasil	25
8.2.4.1. Cadeias Longas de Comercialização (CLC)	26
8.2.4.2. Cadeias Curtas de Comercialização (CCC)	27
8.2.5. Tendências e perspectivas para a produção orgânica da agricultura familiar no Brasil	29
8.3. Cooperativismo no Brasil	30

8.3.1. Cooperativas Centrais.....	32
8.3.2. Economia Solidária.....	32
9. Resultados e Discussões.....	34
9.1. Motivações para a organização de uma Cooperativa Central de organizações de agricultores familiares e consumidores de alimentos orgânicos de Santa Catarina.....	34
9.2. O Cepagro e a Rede Ecovida de Agroecologia como facilitadores dessa organização.....	35
9.3. Organização de uma Central de reunião e distribuição de produtos orgânicos da Agricultura Familiar de Santa Catarina na Grande Florianópolis.....	36
9.4. Diretrizes e gestão da Cooperativa Central de agricultores familiares e consumidores de Santa Catarina.....	39
9.5. Comparação entre o potencial e a realidade da comercialização de produtos orgânicos da Agricultura Familiar de Santa Catarina na Grande Florianópolis.....	40
9.6. Condições para a ampliação da comercialização de produtos orgânicos da Agricultura Familiar de Santa Catarina na Grande Florianópolis.....	45
9.7. Estado Atual da organização da Cooperativa Central de organizações de agricultores familiares e consumidores de alimentos orgânicos de Santa Catarina.....	46
10. Considerações Finais	47
11. Referências Bibliográficas	48
Anexos	

1. INTRODUÇÃO

O Estado de Santa Catarina apresenta um forte histórico de agricultura familiar, instalados em pequenas propriedades em meados do século XVIII, este modo de vida colonial compreende uma forma de organização, que se baseia em laços de parentesco e relação com uma pequena propriedade de terra, caracterizando uma forma particular de produzir e sociabilizar (SCHNEIDER, 2003).

Esses produtores costumam apresentar capital reduzido, recebem forte pressão do modelo capitalista de produção agropecuária, e muitas vezes acabam marginalizados do sistema. Sendo assim, segundo Mattei (2001), surge a necessidade de encontrar estratégias que viabilizem a permanência dos agricultores na unidade familiar, que tradicionalmente lhes pertence.

A Agricultura Orgânica surge como uma importante alternativa para promover o desenvolvimento rural, pois considera dimensões ecológicas e sociais no sistema produtivo (EMBRAPA, 2006). Principalmente no que se refere à Agroecologia, que busca construir alternativas de organização, produção, processamento e comercialização baseada numa ética de valores e princípios de respeito ao ambiente, resgate da cultura local, cooperação, valorização dos seres humanos e da vida. Busca trabalhar com sistemas agrícolas complexos, onde as interações e sinergismos entre os componentes, sociais e ambientais, criam entre eles próprios, meios para minimizar a utilização de insumos externos, e manter a produtividade das culturas a longo prazo (ALTIERI, 2004).

Para atingir o mercado consumidor, o pequeno produtor encontra grandes dificuldades devido à falta de infraestrutura, sazonalidade e baixa escala de produção. Não conseguindo acessar canais de comercialização mais justos, muitas vezes são obrigados a negociar com empresas atacadistas, que exigem preços baixos nos produtos, porém, segundo Willer e Yussefi (2004), os revendem com valores de 20 a 200% mais caros que os convencionais.

A comercialização se constitui, dessa forma, em um grande desafio para a agricultura familiar. A temática da Economia Solidária, e o Cooperativismo entre produtores e consumidores, pode auxiliar na elaboração de estratégias que visem superar entraves relacionados à logística de reunião e distribuição de produtos, ajudando assim, a viabilizar social e economicamente a cadeia produtiva de produtos orgânicos no âmbito da agricultura familiar.

Nesse contexto, Associações e Cooperativas de agricultores familiares de Santa Catarina vinculados à Rede Ecovida de Agroecologia, se articularam com o objetivo de organizar através de uma Cooperativa Central, um espaço para reunião e distribuição de produtos orgânicos da Agricultura Familiar de Santa Catarina, para dessa forma ampliar a comercialização desses produtos na Grande Florianópolis.

2. DELIMITAÇÃO DO TEMA

A Rede Ecovida de Agroecologia é uma Associação de grande importância nacional, pois surgiu devido à necessidade de cooperação entre agricultores familiares que optaram pela produção ecológica, possibilitando dessa forma, a conquista de espaço nas políticas públicas, tecnologias de produção, além de trocas de informações e experiências. A Rede envolve cerca de 3.500 famílias, organizadas em Grupos e Associações regionais, abrangendo 175 municípios dos Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná e São Paulo, é organizada através de 27 Núcleos Regionais, conforme semelhanças climáticas e culturais. Seu objetivo principal é o desenvolvimento e a viabilização da Agroecologia no Sul do país, através da realização de ações para integração entre agricultores e organizações, trocas de experiências, assistência técnica, discussões e construção coletiva de conhecimentos e soluções, que visam valorizar a biodiversidade, a cultura e o trabalho das famílias de agricultores envolvidos com a Rede, além de incentivar o acesso a mercados locais e aproximação entre produtores e consumidores (ECOVIDA, 2012).

A Rede Ecovida é também um Organismo Participativo de Avaliação de Conformidade (OPAC), credenciado oficialmente pelo MAPA, ela foi uma das iniciativas pioneiras no desenvolvimento de Sistemas Participativos de Garantia (SPGs), as normas de produção para realização da Certificação Participativa, foram construídas principalmente a partir da Instruções Normativas orientadas pela legislação brasileira, encontros com Grupos e Associações de agricultores, e seminários sobre produtos e

insumos na produção ecológica, visando adequar as compreensões e peculiaridades práticas da produção ecológica no contexto em que está inserida.

Assim, através de informações e experiências coletadas nos Núcleos Regionais, foi realizado um Caderno de Certificação Participativa de Produtos Ecológicos, que padroniza e orienta quanto às normas e funcionamento da organização. Dessa forma, para a obtenção do Selo de Garantia da Rede Ecovida, o agricultor precisa primeiramente se associar a uma organização regional vinculada a Rede, seja ela um Grupo, Associação ou Cooperativa de agricultores familiares, através das quais ocorrerão reuniões, cursos, acompanhamento técnico, realização de planos de conversão, pactos de responsabilidades e auto-fiscalização entre os participantes. Esta organização estará vinculada a um Núcleo Regional da Rede Ecovida, dentro do qual será estabelecido uma comissão de ética, formado por consumidores, técnicos ou outros participantes “externos”, que realizarão visitas periódicas para avaliação da conformidade orgânica, a partir dos Núcleos é mantido também o monitoramento, acordos e instâncias decisórias (SANTOS, 2002).

Constituindo dessa forma, uma Rede que prioriza experiências práticas e conhecimentos endógenos dos agricultores no estabelecimento de sistemas de produção orgânica, possibilitando também maior acesso a informações, e aproximação entre produtores e consumidores.

O CEPAGRO é uma ONG que atua como responsável pelo Núcleo Litoral Catarinense da Rede Ecovida de Agroecologia. Esta instituição apoia o desenvolvimento da Agricultura Familiar através de atividades como, mobilização e organização comunitária, atividades de extensão rural, promoção da Agroecologia, incluindo questões de gênero e Economia Solidária, viabilizando assim, a permanência das famílias no meio rural.

Dessa forma, o CEPAGRO juntamente com o Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar (LACAF), CCA/UFSC, apoiam Cooperativas e Associações de agricultores familiares, vinculados à Rede Ecovida de Agroecologia, na construção de um espaço na Grande Florianópolis para reunião e distribuição de produtos orgânicos da Agricultura Familiar de Santa Catarina. Essa Central funcionará através de uma Cooperativa Central de organizações de agricultores familiares e consumidores de alimentos orgânicos. Para assim, garantir uma oferta mais constante que permita a ampliação da comercialização desses produtos na Grande Florianópolis.

3. FORMULAÇÃO DO PROBLEMA

Apesar da crescente demanda por produtos orgânicos na região da Grande Florianópolis, há relatos de agricultores familiares de Santa Catarina, que mesmo após superarem dificuldades relacionadas ao início do processo de certificação da produção orgânica, tiveram que vender seus produtos como convencionais, ou por preços muito baixos, por não possuírem espaço e condições específicas para comercializá-los. Neste sentido, perguntamos: quais as condições para a organização de uma Central de reunião e distribuição de produtos orgânicos da Agricultura Familiar de Santa Catarina na Grande Florianópolis?

4. HIPÓTESE

Através de uma Central de reunião e distribuição de produtos orgânicos na Grande Florianópolis, organizada e gerida através de uma Cooperativa Central de agricultores familiares e consumidores de alimentos orgânicos de Santa Catarina, vinculados à Rede Ecovida de Agroecologia, seria possível a estruturação de logísticas e melhores condições para a ampliação da comercialização desses produtos.

5. OBJETIVO GERAL

Analisar as condições para a organização de uma Central de reunião e distribuição de produtos orgânicos da Agricultura Familiar de Santa Catarina na Grande Florianópolis.

5.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1) Acompanhar as reuniões envolvendo os interessados em participar de uma Cooperativa Central de organizações de agricultores familiares e consumidores de alimentos orgânicos de Santa Catarina.

- 2) Acompanhar o processo de organização de uma Central de reunião e distribuição de produtos orgânicos da Agricultura Familiar de Santa Catarina na Grande Florianópolis.
- 3) Coletar informações junto aos representantes das organizações envolvidas, visando levantar motivações, expectativas, oferta de produtos disponível para comercialização, e transações comerciais realizadas durante o período de estudo.
- 4) Identificar entraves e potenciais para a ampliação da comercialização de produtos orgânicos da Agricultura Familiar de Santa Catarina na Grande Florianópolis.

6. JUSTIFICATIVA

Ao se analisar questões relacionadas à comercialização de alimentos orgânicos, é possível observar uma tendência à presença de muitos intermediários ao longo da cadeia produtiva, os quais agregam altas margens de lucro aos preços finais dos produtos, valor que não é repassado aos agricultores e suas organizações.

Dessa forma, é necessário buscar maneiras de viabilizar as Cadeias Curtas de Comercialização, que possibilitem a aproximação entre produtores e consumidores, estabelecendo assim uma relação de confiança, e preços mais justos. Além de possibilitar a criação de uma consciência de consumo do público urbano, para que em conjunto com os agricultores, torne possível a abertura das primeiras centrais de reunião e distribuição de produtos orgânicos.

Nesse sentido, a temática da Economia Solidária apresenta papel consolidado na Grande Florianópolis, com organizações de consumidores que buscam canais de comercialização alternativos, que possibilitam a diminuição da distância entre produtor e consumidor, como grupos de compras coletivas, e feiras de produtos orgânicos.

Devido ao apelo ambiental que a AO traz, os mercados locais deveriam ser priorizadas. Nesse sentido, a Rede Ecovida de Agroecologia, que apresenta um de seus Núcleos Regionais, denominado de 'Núcleo Litoral Catarinense', na região da Grande Florianópolis, busca atender primeiramente à comercialização local e regional, no intuito de construir um mercado que fosse compatível com os fundamentos éticos da Agroecologia, que prioriza em sua cadeia produtiva, não só as particularidades do ecossistema em questão, mas também a valorização da cultura local.

Considerando a grande concentração de população urbana entre as Mesorregiões Geográficas Norte e Sul Catarinense (IBGE, 2010), há ali um grande potencial comercial para os produtos orgânicos da agricultura familiar de Santa Catarina.

7. METODOLOGIA

O Estágio de Conclusão de Curso que fundamenta a elaboração deste trabalho, foi realizado numa ONG denominada Centro de Estudos e Promoção da Agricultura de Grupo (CEPAGRO) durante o período de março a maio do ano de 2012.

Além do CEPAGRO, outros atores foram diretamente envolvidos com o trabalho, como o Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar (LACAF/UFSC), e agricultores familiares vinculados às seguintes organizações de Santa Catarina: Cooperativa da Agricultura Familiar do Vale do Rio Tijucas e Itajaí Mirim (Coopertrento); Associação de Produtores Rurais, Pesqueiros, e Artesanais de Garopaba; Associação Água Corrente, do município de São Bonifácio; Associação dos Colonos Ecologistas do Vale do Mampituba (Acevam); Cooperativa Ecológica dos Agricultores Artesãos e Consumidores da Região Serrana (Ecoserra); o Instituto ECO, do município de Paulo Lopes; o Centro de Motivação Ecológica Alternativas Rurais (Cemear); a Associação das Cooperativas e Associações de Produtores Rurais do Oeste de Santa Catarina (Ascooper); e a Cooperativa de Desenvolvimento Regional (Cooperfamília).

Para o desenvolvimento do estudo, buscaram-se referências do assunto em diversos materiais como documentos, periódicos, livros, dissertações e revistas. A pesquisa bibliográfica teve por objetivo conhecer as diferentes contribuições científicas disponíveis sobre o tema (SEVERINO, 1993).

O trabalho foi metodologicamente orientado pela abordagem da pesquisa participante, a qual além do objetivo de conhecimento próprio da pesquisa científica, também está preocupada com o caráter de participação das partes envolvidas no processo de investigação. Deseja-se, com ela, que os grupos sociais estudados conheçam melhor a sua própria realidade, participem da construção deste conhecimento, tomem posse dele (BRANDÃO, 1987). Além disso, foi utilizada a pesquisa-ação, a qual busca compreender e integrar a interação entre pesquisadores e membros das situações problematizadas. Tendo base empírica, é realizada em estreita associação com

uma resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes estão envolvidos de modo participativo (THIOLLENT, 1986).

O ponto de partida para efetivação da pesquisa, seguindo a abordagem da pesquisa participante e pesquisa-ação, foi através de encontros envolvendo os interessados, visando uma integração mais efetiva de todos nas atividades. Todas as informações desta pesquisa foram coletadas em documentos das instituições envolvidas, entrevistas diretas, e reuniões.

A observação participativa, ocorreu através de reuniões realizadas na Ceasa e no MAPA, ambos localizados no município de São José/SC. Durante estas reuniões, discutiu-se a organização de uma Central de reunião e distribuição de produtos orgânicos da Agricultura Familiar de Santa Catarina na Grande Florianópolis, assim como, a formação de uma Cooperativa Central.

Nas entrevistas diretas com os representantes das organizações envolvidas, foram levantadas as motivações para participarem da organização, os entraves que esperavam superar, a oferta de produtos disponível para o mês de março de 2012, data prevista para abertura de um Box na Ceasa de São José/SC, e as transações comerciais realizadas entre as organizações envolvidas, mesmo sem entreposto disponível até a conclusão do estudo.

A interpretação dos dados foi realizada conforme a análise de conteúdo do referencial teórico pesquisado, observações participantes, documentos gerados nas reuniões, e nas entrevistas realizadas, e visão da pesquisadora (ALMEIDA, 1989). A partir dos dados organizados e ordenados iniciou-se o trabalho de análise.

8. REFERENCIAL TEÓRICO

8.1. AGRICULTURA FAMILIAR

Segundo Gasson e Errington (1993), essa temática está associada ao trabalho e gestão da unidade produtiva por membros de uma família, além de aspectos quanto aos sistemas produtivos, envolve também aspectos sociais, econômicos, ambientais e culturais. Nesse sentido, analisar essas relações ajuda a compreender a inserção desse modelo de produção familiar no atual sistema agroalimentar.

Utilizando o conhecimento empírico, criatividade, e recursos naturais disponíveis, agricultores familiares desenvolveram sistemas agrícolas equilibrados, com menor exigência de insumos externos (GUANZIROLI et al., 2001).

Uma característica notável desses sistemas é o grau de diversidade de espécies vegetais e animais, geralmente na forma de policultivos, ou padrões agroflorestais. Além de estabilizar a produtividade a longo prazo, o cultivo de várias espécies também promove a segurança alimentar das famílias de agricultores (GRAZIANO DA SILVA, 1981).

8.1.1. CONTEXTUALIZAÇÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR NO BRASIL

Marcada pela alta concentração fundiária, o Brasil optou pela estratégia urbana de desenvolvimento rural. Segundo Castilho e Ramos (2009), no final da década de 1960 grandes incentivos políticos e financeiros foram oferecidos para a modernização e industrialização da agricultura, possibilitando respostas mais ágeis às exigências do mercado mundial. Dessa forma, comunidades antes isoladas, foram inseridas no processo de desenvolvimento da sociedade capitalista, gerando desastres sociais e ambientais, vistos atualmente através da concentração populacional nos centros urbanos, baixos IDHs, e crescentes áreas de desmatamento.

Devido ao cenário sócio-político brasileiro no final da década de 1980, marcado pela abertura comercial e econômica, movimentos sociais surgiram em busca da consolidação do papel e espaço dos pequenos produtores rurais, principalmente na região Sul do Brasil.

Dessa forma, em meados de 1990, ocorreu a emergência da expressão ‘Agricultura Familiar’, segundo o INCRA/FAO (2000) este termo se estende a um conjunto de categorias sociais, como assentados, arrendatários, parceiros, integrados, posseiros, trabalhadores temporários, sem-terras, agregados, moradores consolidados, em transição e periféricos.

A Agricultura Familiar brasileira foi legitimada institucionalmente com a criação do Pronaf na década de 1990, atualmente é regulamentada pela Lei 11.326, de 24 de julho de 2006 (BRASIL, 2006), e conta com três Secretarias, a Secretaria da Agricultura Familiar (SAF), a Secretaria de Desenvolvimento Territorial (SDT) e a

Secretaria de Reordenamento Agrário (SRA), todas vinculadas ao Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), além de diversos Programas de apoio, como o PAA.

A região Sul do Brasil é conhecida nacionalmente pela importância política, econômica e social que a Agricultura Familiar exerce na sua formação e desenvolvimento. Dessa forma, retrata não apenas as dificuldades enfrentadas, mas também o potencial e capacidade de resistência desse segmento da agricultura (ROCHE, 1969).

O estado de Santa Catarina apresenta um forte histórico de Agricultura Familiar marcado pela instalação já no século XVIII de sociedades camponesas em pequenas propriedades. Este modo de vida em sociedade compreende uma forma de organização predominantemente autossuficiente, onde os membros são ligados por laços de parentesco e relação com uma pequena propriedade de terra (SCHNEIDER, 1999).

Atualmente a Agricultura Familiar de Santa Catarina é caracterizada pelo sistema de integração amplamente difundido, no qual grandes indústrias de diferentes setores do sistema agroalimentar, como fumo, aves, suínos e leite, fazem contratos com os produtores, os quais continuam donos de seus meios de produção, porém precisam seguir padrões tecnológicos e administrativos determinados pelas agroindústrias.

8.1.2. INSERÇÃO SOCIAL E ECONÔMICA DA AGRICULTURA FAMILIAR

Para entender melhor a Agricultura Familiar, é fundamental compreender seu processo de formação e ocupação fundiária, instalados em regiões isoladas, com densas florestas e muitas vezes ocupadas por índios, as famílias de colonos tiveram que se reunir para derrubar florestas e realizar as primeiras plantações (LAMARCHE, 1994).

Diferenciados e excluídos, esses agricultores passaram nas últimas décadas por diversas transformações sociais, econômicas e culturais. Segundo Almeida (1989), a forma de trabalho familiar era baseada em relações precárias de vendas dos excedentes, atuando no mercado esporadicamente, com forte atuação de intermediários. Prevalcia também, a sociabilidade local, marcada por relações de reciprocidade e solidariedade dentro da comunidade. No entanto, cada vez mais inserida na divisão industrial de

trabalho, a Agricultura Familiar perdeu muito da sua autonomia perante a sociedade capitalista como um todo (PLOEG, 1992).

Na maioria dos países desenvolvidos, a Agricultura Familiar é uma forma social reconhecida e legitimada. Segundo Veiga (1991), os países que apresentam os melhores índices de desenvolvimento humano, apresentam como fator comum a forte presença da Agricultura Familiar.

Nesses países a expansão da Agricultura Familiar ocorreu através da garantia do acesso a terra, e apoio de políticas públicas. Como resultado, além do crescimento econômico, verificou-se uma transição socialmente equilibrada entre economia rural e urbana (ABRAMOVAY, 1992).

Nesse sentido, Buainain e Pires (2003) afirmam que a inserção da Agricultura Familiar no cenário sócio-econômico, apresenta correlação positiva entre crescimento econômico e distribuição de renda. Se ocupadas com planejamento e apoio político adequado, a enorme disponibilidade de terras que o Brasil apresenta, garantiria uma sociedade mais justa, e estável, social e economicamente.

A Agricultura Familiar é também, uma importante fornecedora de alimentos para o mercado interno brasileiro, garantindo boa parte da distribuição alimentar do país. Do total de estabelecimentos agropecuários brasileiros, 84,4% são da agricultura familiar, ocupando cerca de 80,25 milhões de hectares, 24,3% da área total dos estabelecimentos, e envolvendo 12,3 milhões de pessoas que trabalham na agricultura familiar (IBGE, 2010).

Segundo esse mesmo levantamento, dos 80,25 milhões de hectares da agricultura familiar, 45% são destinados à pastagens, 30% à matas, florestas ou sistemas agroflorestais, e 25% à lavouras. Com destaque para as áreas de preservação permanente ou reserva legal nos estabelecimentos familiares. Dessa forma, além do importante papel em relação à segurança alimentar nacional, a Agricultura Familiar favorece também a preservação ambiental.

8.1.3. TENDÊNCIAS E PERSPECTIVAS PARA A AGRICULTURA FAMILIAR NO BRASIL

Campanhola e Valarini (2001), afirmam que entre as possibilidades que se apresentam aos agricultores familiares brasileiros, destacam-se as atividades e mercados

especializados, como produtos orgânicos, produtos típicos, mercado local e institucional, manejo sustentável de áreas de proteção ambiental, e ecoturismo.

Alternativas que levem em consideração, além da preocupação econômica, variáveis sociais e ambientais, sem as quais se torna impossível a conformação de um modelo sustentável ao longo do tempo (MATTEI, 2001).

Nesse contexto, a Agroecologia surge como uma importante alternativa para promover o desenvolvimento rural, por se tratar de um sistema de produção que leva em consideração aspectos sociais e culturais dos agricultores, e gera produtos diferenciados, possibilitando a elevação de renda das famílias, além de promover a preservação da saúde dos agricultores, consumidores e ecossistemas.

Além disso, a Agroecologia é uma das redes temáticas da Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural (PNAter) do Governo Federal, para desenvolvimento da Agricultura Familiar no Brasil, conta também com uma Coordenação de Agroecologia (COAGRE), vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA).

O governo brasileiro criou também um Programa de linhas de crédito específicos para a Agricultura Familiar, o Pronaf, que tem como objetivo “financiar projetos individuais ou coletivos, que gerem renda aos agricultores familiares e assentados da reforma agrária” (MDA, 2012).

Além disso, instituído pelo artigo 19 da Lei 10.696 de 2003, o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) surgiu como ação estruturante desenvolvida com recursos dos Ministérios do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS) e do Desenvolvimento Agrário (MDA), a qual prevê a aquisição de alimentos de agricultores familiares, a preços compatíveis aos praticados nos mercados regionais, os quais são destinados a Equipamentos Públicos de Alimentação e Nutrição e para famílias em situação de vulnerabilidade social. O PAA contribui também para a formação de estoques para o abastecimento do mercado institucional, que compreende as compras governamentais de gêneros alimentícios para fins diversos, permitindo assim que os agricultores familiares comercializem seus produtos a preços mais justos (MDS, 2012).

Mesmo após superar entraves relativos ao sistema produtivo e a certificação orgânica, o agricultor familiar ainda precisa superar entraves relativos ao acesso desses produtos aos canais de comercialização. Dificuldade agravada devido ao baixo volume e sazonalidade de produção, e também pela falta de articulação entre os agricultores.

Nesse contexto, a comercialização se constitui como um grande desafio para a agricultura familiar brasileira, sendo necessária a criação de estratégias que facilitem a reunião e distribuição de produtos no mercado interno.

8.2. CADEIA PRODUTIVA DE PRODUTOS ORGÂNICOS

Segundo Castro (2002), cadeia produtiva é um sistema de produção de bens, onde diversos atores operam e se conectam através de um fluxo de materiais e informações, cujo resultado, são produtos que irão abastecer o consumidor final.

No caso dos produtos orgânicos, o diferencial é sua regulamentação que busca diferenciar e garantir a qualidade dos produtos, possibilitando o acesso à mercados cada vez mais segmentados e específicos.

8.2.1. PANORAMA MUNDIAL DO MERCADO DE PRODUTOS ORGÂNICOS

Segundo Willer e Yussefi (2004), a demanda mundial por produtos orgânicos cresce a taxas elevadas, sendo 40% a média de crescimento nos últimos anos. No entanto, há uma concentração do comércio global no hemisfério Norte, com destaque para os EUA e Alemanha.

O comércio entre hemisfério Sul e Norte se caracteriza pela exportação de matéria prima orgânica certificada, enquanto no hemisfério Norte, ocorre principalmente o comércio de produtos beneficiados, com maior valor agregado.

Segundo Willer e Yussef (2004) a Agricultura Orgânica certificada ocupa uma área de 37 milhões de hectares, e está presente em 160 países do mundo, a maior área de produção orgânica certificada está localizada na Austrália, seguida pela Argentina e Itália. No entanto, é necessário ressaltar que esses países assumem a liderança devido principalmente, ao grande aumento de áreas de pastagem certificada como orgânica para a produção pecuária extensiva.

As políticas públicas, sempre tiveram grande importância no desenvolvimento da Agricultura Orgânica em países desenvolvidos. Nessas nações, com estruturas econômicas estáveis, marcos regulatórios claros e disponibilização de conhecimento e apoio nas escolhas estratégicas dos agricultores, se observou o rápido crescimento da participação de produtos orgânicos certificados no mercado.

No Brasil, é um setor com institucionalização recente, as áreas produtivas se encontram em fase de expansão, assim como a geração de informações sobre esses alimentos e ampliação do conhecimento para os consumidores. Apesar de haver entraves relativos à produção e comercialização, o mercado interno apresenta grande demanda por alimentos orgânicos, assim como o mercado institucional, sendo uma área da agricultura brasileira com forte perspectiva de crescimento.

8.2.2. REGULAMENTAÇÃO BRASILEIRA DA CADEIA PRODUTIVA DE PRODUTOS ORGÂNICOS

As características que diferenciam os produtos orgânicos dos convencionais, geralmente não podem ser observadas com facilidade no momento da compra. Dessa forma, o comércio de produtos orgânicos, depende da relação de confiança entre produtores e consumidores e dos Sistemas de controle de qualidade.

Devido a grande demanda nos últimos anos por produtos orgânicos nos Países de Alta Renda (PAR), houve um forte impulso no processo de regulamentação da produção e comercialização de produtos orgânicos em Países de Baixa Renda (PBR), como o Brasil.

O processo de regulamentação nos PAR teve início no fim da década de 1990, com o estabelecimento pela Comissão do Codex Alimentarius (CAC) de diretrizes internacionais para produção e processamento de produtos orgânicos. Estas diretrizes, regulam a produção orgânica na União Européia, e são reeditadas a cada dois ou três anos, o que por consequência causa forte impacto nas diretrizes estabelecidas em países exportadores.

É importante ressaltar que as Normas Internacionais para a Agricultura Orgânica não consideram a diversidade global de realidades sociais, ambientais, climáticas, tecnológicas, econômicas e culturais.

No Brasil, só podem ser considerados produtos orgânicos, aqueles que forem cultivados respeitando as Instruções Normativas institucionalizadas através da Lei

10.831, de 23 de dezembro de 2003 (BRASIL2, 2003), que regulamenta a cadeia de produção orgânica no Brasil.

Segundo essa Lei:

“Sistema de produção orgânica é 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”.

O Decreto 6.323, de 27 de dezembro de 2007 (BRASIL3, 2007), estabelece as definições, diretrizes, disposições gerais e finais, para efetuação das atividades pertinentes ao desenvolvimento da agricultura orgânica.

Conforme esse Decreto, 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.”

O Regulamento Técnico para os Sistemas Orgânicos de Produção Animal e Vegetal, assim como as listas de substâncias permitidas para uso nestes sistemas, foram estabelecidos através da Instrução Normativa No 46, de 06 de outubro de 2011 (BRASIL4, 2011), a qual deve ser seguida por toda pessoa física ou jurídica responsável por unidades de produção orgânica. Este documento define os requisitos gerais dos sistemas orgânicos de produção, como objetivos, documentação, registro, plano de manejo, período de conversão e outros aspectos relacionados aos sistemas produtivos.

O Controle da Conformidade Orgânica no Brasil, ocorre através dos Organismos de Avaliação da Conformidade Orgânica, responsáveis pela atualização dos dados das unidades produtivas que estejam sob seu controle, no Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos. Segundo o MAPA (2008), em função da diversidade ambiental e cultural que o Brasil apresenta, pode ocorrer através de três mecanismos, as Organizações de Controle Social (OCSs), as Empresas Certificadoras, ou os Organismos Participativos de Avaliação de Conformidade (OPACs). Apenas as duas últimas permitem o uso do Selo do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica (SisOrg).

Se vinculado a um OCS, o agricultor familiar pode vender seus produtos orgânicos diretamente para o consumidor final, mesmo sem o uso de selo. No caso dos OPAC, a certificação ocorre através de organizações de produtores, consumidores, e simpatizantes, que elegem um conselho de ética, para verificação e avaliação das propriedades, esse Sistema é conhecido como Sistema Participativo de Garantia (SPG).

O SPG foi uma conquista através de muitas lutas dos movimentos sociais defensores da Agroecologia, em que a participação da Rede Ecovida foi de fundamental importância. Essa forma de Certificação representa uma grande oportunidade para a Agricultura Familiar, pois além de garantir a qualidade da sua produção, requer baixo investimento inicial (SILVEIRA, 2008).

No caso das Empresas Certificadoras, a Avaliação da Conformidade Orgânica ocorre através de inspeções e auditorias, os clientes que desejam obter o Selo do SisOrg, pagam geralmente, elevados preços pelo serviço. Normalmente essas Empresas oferecem também o serviço de articulação de mercado, viabilizando transações

comerciais com nichos específicos de mercado. Neste caso, os produtos são destinados principalmente ao mercado externo, ou às grandes redes varejistas do mercado interno.

8.2.3. PANORAMA DA PRODUÇÃO ORGÂNICA CERTIFICADA NO BRASIL

A crescente demanda por alimentos saudáveis e menos agressivos ao meio ambiente é uma tendência mundial presente também no Brasil. Esse interesse tem impulsionado o crescimento da produção orgânica certificada no Brasil, especialmente no Sul e Sudeste. Nessas regiões, a produção foi originada em movimentos agroecológicos que têm como base associações de pequenos produtores.

Atualmente, há uma grande diversidade de produtos orgânicos brasileiros disponível para comercialização no mercado interno e externo. A alta procura por produtos tropicais como, guaraná, café, cacau, ervas, óleos, grãos e frutas variadas, assim como o amparo pela legislação quanto a produção, certificação e comercialização desses produtos, gera uma grande oportunidade aos produtores que desejam trabalhar nessa linha da agricultura, que além de gerar produtos com maior valor agregado, proporciona maior proteção à diversidade ambiental e cultural brasileira.

No Brasil, a produção destinada preferencialmente à exportação, representa cerca de 10% do total de produtores orgânicos certificados. O mercado interno é abastecido principalmente por pequenos e médios agricultores, os quais representam cerca de 90% do total (IBGE, 2010).

As informações sobre a produção orgânica certificada brasileira podem ser encontradas nos arquivos dos Organismos que realizam a Avaliação da Conformidade Orgânica, como Organizações de agricultores e consumidores, Empresas Certificadoras, e ONGs. Não existe ainda, um controle sistemático dos dados de produção e comercialização de produtos orgânicos no Brasil. Alguns Estados estão iniciando esse controle, com destaque para o Paraná que há seis anos realiza o levantamento anual de sua produção orgânica certificada. Além disso, órgãos internacionais como a International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), realiza levantamentos anuais e disponibiliza dados relacionados à produção e comercialização de alimentos orgânicos de diversos países do mundo.

8.2.4. CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO PARA A PRODUÇÃO ORGÂNICA NO BRASIL

A comercialização de produtos orgânicos certificados, ou em transição, pode ser realizada de diversas formas, podendo se caracterizar pela presença de muitos intermediários ao longo da cadeia produtiva, os quais trabalham com grandes volumes de produtos, e agregam altas margens de lucro nos serviços realizados. Ou ainda, se caracterizar pela aproximação entre produtor e consumidor, por meio de feiras, cestas à domicílio, lojas especializados, e mercado institucional (SANTOS, 2003).

Segundo levantamento realizado pelo Sebrae (2004), do total de canais de comercialização de alimentos orgânicos encontrados no Brasil, 37% eram Associações e feiras livres, 33% eram supermercados, 19% lojas especializadas e 11% realizavam entregas de cestas à domicílio. Segundo esta mesma pesquisa, São Paulo detém o maior número de pontos comerciais, seguido por Santa Catarina, Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro.

Em Santa Catarina, 86% dos pontos de comercialização de produtos orgânicos levantados eram Associações e feiras, 9% eram supermercados, 4% lojas especializadas e 1% entregas à domicílio. Este mercado ainda apresenta grande potencial de expansão, devido principalmente a predominância da Agricultura Familiar no Estado.

Segundo os autores Cerveira e Castro (1999), a valorização do alimento orgânico, ocorre principalmente por sua identificação com a saúde pessoal, seguido pela qualidade organoléptica superior, e preocupação com o meio ambiente. Devido a esses fatores, consumidores aceitam pagar até 30% a mais que o produto convencional.

Segundo Fonseca e Ribeiro (2003), a demanda crescente, somado a uma oferta ainda em consolidação, faz com que os produtos orgânicos apresentem preços de 20 a 200% mais caros que os convencionais, dependendo do produto e do ponto de venda. Sendo que, o preço pago pelos consumidores finais, é em média 250% a mais, dependendo do canal de comercialização, do que o preço pago aos produtores.

Dessa forma, canais de comercialização que possibilitem a aproximação entre produtores e consumidores, assim como a viabilização de mecanismos que permitem atender a demanda apresentada pelos mercados institucionais, representam importantes ferramentas para o fortalecimento da agricultura orgânica no Brasil, principalmente no que se refere à Agricultura Familiar e o abastecimento do mercado interno.

8.2.4.1. CADEIAS LONGAS DE COMERCIALIZAÇÃO (CLC)

O Sistema de Abastecimento Atacadista no Brasil, mais conhecido por “Sistema Ceasas”, é constituído por 57 entrepostos atacadistas, situados em 21 Estados brasileiros, e pertencentes a 35 pessoas jurídicas. Segundo Cunha e Campos (2007), esse Sistema é responsável por grande parte do volume de FLV comercializados a nível nacional, seguindo uma lógica de equilíbrio entre oferta e demanda, é responsável pela distribuição de cerca de 14 milhões de toneladas desses produtos anualmente.

O Sistema pode ser analisado como uma rede de logística complexa, composta por um conjunto de agentes que disponibilizam de entrepostos e capacidade de transportes de grande porte, possibilitando a reunião dos produtos a nível nacional, facilitando a distribuição através dos mais diversos canais de comercialização, em centros urbanos, e mercados regionais. Esses agentes, agregam altas margens de lucro ao longo do sistema, principalmente no caso dos produtos orgânicos, que devido a sua qualidade superior, apresentam alta aceitação no mercado, fazendo com que os produtos cheguem ao consumidor final a preços elevados.

Dessa forma, as redes atacadistas, estabelecem articulações com Empresas Certificadoras, que direcionam os produtos a nichos específicos do mercado, tanto externo, como interno. Nos últimos anos os varejistas estenderam sua influência ao longo da cadeia produtiva de produtos orgânicos certificados, ditando especificações de qualidade, e definindo condições de plantio, colheita, embalagem, transporte e entrega.

Segundo Fonseca e Ribeiro (2003), o lucro com a venda de produtos orgânicos para o setor supermercadista fica em torno de 55%, enquanto que o obtido com alimentos convencionais fica em torno de 32%. Este cenário ganha importância devido à tendência apontada pelos autores Alcântara e Souza (2005), dos supermercados se tornarem o local preferido para as compras de produtos alimentícios no Brasil.

8.2.4.2. CADEIAS CURTAS DE COMERCIALIZAÇÃO (CCC)

A comercialização de alimentos em feiras e outras formas de vendas diretas representa historicamente uma das principais formas de aquisição de alimentos frescos pela população urbana, no entanto sua importância diminuiu rapidamente devido ao forte crescimento da indústria alimentar, da distribuição organizada, e da mudança de estilo de vida dos consumidores.

Segundo Granovetter (1985) o mercado é constituído por redes sociais, as quais facilitam a circulação de informações e asseguram a confiança ao limitar comportamentos oportunistas, dessa forma, além dos objetivos econômicos, os atores procuram também atingir objetivos sociais como reconhecimento de identidade, sociabilidade, estatuto e poder. Assim, num mesmo país ou região, diversos grupos sociais terão resultados econômicos diferenciados, dependendo de sua estrutura e inserção social.

Atualmente apesar da grande oferta de alimentos disponíveis nos centros urbanos, é grande o número de pessoas preocupadas com a procedência dos produtos ofertados, dessa forma preferem buscar canais alternativos de comercialização que garantem alimentos de qualidade superior, sem o uso de conservantes e agrotóxicos, provenientes de sistemas produtivos que respeitam a cultura local dos agricultores e permitem o pagamento justo aos produtores (AGUGLIA, 2009).

Assim, a importância da temática das cadeias curtas de comercialização vai além do número reduzido de intermediários apresentado entre produtores e consumidores, remete a uma valorização social e cultural, na qual existe a possibilidade de trocas de informações, conhecimentos e resgate de estilos de vida mais conscientes e saudáveis. O alimento passa a não atender somente as necessidades básicas nutricionais, mas também aquelas relacionadas a identidade do indivíduo.

Segundo Cicatiello e Franco (2008) é crescente a popularidade dos chamados “mercado do produtor”, principalmente em países da Europa e América do Norte, onde são comercializados alimentos frescos e produtos típicos da região. Além disso, nesses países existe um forte mercado de produtos de Denominação de Origem Controlada (DOC), e outras certificações que garantem a procedência e a forma tradicional de produção, havendo também uma significativa preferência por parte dos consumidores por esses produtos.

Outro importante movimento internacional é o “Slow Food” que tem como principal objetivo promover a valorização de alimentos considerados “bons, limpos e justos”, ou seja, produtos de qualidade, produzidos e comercializados com respeito ao meio ambiente e a cultura local, auxiliando na preservação da biodiversidade e sistemas tradicionais de produção de alimentos. Atualmente são mais de 100.000 associados em todo o mundo, incluindo nesse número cozinheiros famosos que promovem a alta gastronomia com o uso de produtos típicos, auxiliando a maior visibilidade e valorização da alimentação saudável e consciente (SLOW FOOD, 2012)

Além dessa manifesta preocupação quanto a aquisição de alimentos de qualidade por parte dos consumidores, os preços abusivos praticados no Sistema de Abastecimento Atacadista brasileiro, pressionaram pequenos produtores a procurarem outros canais de comercialização. Segundo Vossenaar e Wynen (2004), em alguns casos, o próprio produtor é quem distribui seus produtos, como nas feiras de produtos orgânicos, entregas de cestas à domicílio, vendas na unidade de produção, e vendas institucionais.

As cestas de produtos orgânicos são entregues diretamente nas residências, consistem principalmente de FLV disponíveis na época. Nas feiras, a oferta de produtos é semelhante, ambas funcionam como um meio de aproximação entre produtor e consumidor, promovendo um espaço de trocas, não apenas comerciais, mas também de experiências (AMADOR, 2003).

Em diversos países da América Latina, o governo local, ONGs e instituições de desenvolvimento internacionais, têm estimulado experiências em feiras de produtos orgânicos, com o objetivo de desenvolver os mercados locais. No Peru, desde meados de 1990 as BioFeiras funcionam como canais de comercialização e fonte de intercâmbio de “saberes e sabores” (DE LA CRUZ, 2004).

Nesse contexto, a Rede Ecovida de Agroecologia, também estimula o desenvolvimento do mercado local por meio de feiras ecológicas, mercado institucional e agroturismo. No processo de sua construção, foi priorizada a comercialização local e regional, no intuito de construir um mercado, que priorize em sua cadeia produtiva, não apenas as particularidades do ecossistema, mas também das culturas tradicionais.

Nas articulações entre os integrantes da Rede Ecovida, como por exemplo, através da Feira de Saberes e Sabores, realizada nos Encontros Ampliados, é possível verificar a comercialização de produtos orgânicos, troca de sementes, conhecimentos, contatos, e estímulos, sendo esses espaços de fundamental importância para a consolidação de sistemas de produção agroecológicos.

Outra importante iniciativa que promove a aproximação entre produtores e consumidores ocorre no Estado de Santa Catarina através da Associação de Agroturismo Acolhida na Colônia, inspirada na rede francesa *Accueil Paysan*, seu objetivo é receber turistas em propriedades rurais familiares, possibilitando uma troca de conhecimentos e experiências, auxiliando assim no resgate cultural da população urbana e no desenvolvimento rural sustentável (ACOLHIDA NA COLÔNIA, 2012).

8.2.5. TENDÊNCIAS E PERSPECTIVAS PARA A PRODUÇÃO ORGÂNICA DA AGRICULTURA FAMILIAR NO BRASIL

Além de incluir um estudo e harmonização dos processos naturais e sociais, a institucionalização e adoção da certificação da AO, são definidas principalmente em torno de técnicas definidas através das Instruções Normativas.

Considerando que as características da AO, em especial da Agroecologia, sejam adequadas ao perfil da Agricultura Familiar brasileira. É importante direcionar esforços para que este setor da agricultura consiga acessar o crescente mercado de produtos orgânicos. Os principais desafios nesse sentido estão relacionados ao custo e exigências para a obtenção da certificação orgânica, além disso, o pequeno agricultor enfrenta problemas relacionados às atividades de transporte, armazenamento e comercialização de seus produtos (INCRA/FAO, 2000).

Apesar de pouco considerada, as etapas da cadeia produtiva que seguem após a obtenção do produto orgânico certificado, são de fundamental importância para a entrada e permanência da Agricultura Familiar nesse setor de produção, permitindo também que um maior número de consumidores do mercado interno, tenha acesso a esses produtos.

Segundo Willer e Yussefi (2004), a demanda crescente por produtos orgânicos, e oferta ainda em consolidação, faz com que estes produtos apresentem no geral, alto valor agregado, impedindo o acesso por grande parte dos consumidores. A situação é agravada devido a dificuldade de acesso a informações relacionadas a produção e comercialização de produtos orgânicos, cerca 92,5% dos consumidores manifestam interesse em saber mais a respeito dos produtos orgânicos. Entre as informações mais desejadas, estão aquelas referentes ao valor nutricional, receitas e formas de consumo dos produtos orgânicos (DAROLT, 2002).

Dessa forma, para consolidação da cadeia produtiva de produtos orgânicos certificados no âmbito da Agricultura Familiar brasileira, é necessário maior apoio do poder público, para estruturação de logísticas que facilitem a reunião e distribuição desses produtos. Permitindo assim, o atendimento as exigências do mercado institucional e auxiliando também na viabilização das CCC, criando maior proximidade entre produtores e consumidores, fortalecendo assim, uma economia mais justa, que respeite diversidades ambientais, sociais e culturais.

8.3. COOPERATIVISMO NO BRASIL

O Cooperativismo está ligado a uma longa história da classe operária, marcada por diversas manifestações sociais, porém ganhou força no contexto dos anos 60 e 70, momento de fortalecimento da economia de livre mercado, em que os produtores se tornam competitivos conforme sua posse de capital, marginalizando aqueles com pouco, ou nenhum capital (BITTENCOURT, 2001).

Surge assim, uma nova forma de gestão coletiva, exercida por produtores livremente associados, e caracterizada pela igualdade de direitos e responsabilidades, na qual cada membro tem direito a um voto. Parte do ideal de que “a libertação dos trabalhadores será obra dos próprios trabalhadores” Karl Marx.

Na longa conjuntura dos anos 60 e 70, marcada por diversas lutas operárias, ocorreu a Revolução dos Cravos (1974), que teve como repercussão a ocorrência de experiências de comissões de trabalhadores, que motivaram a realização da Conferência pelo Socialismo Autogestionado, realizada em Lisboa em maio de 1978, durante a qual foi definida a autogestão:

“A autogestão é a construção permanente de um modelo, em que os diversos centros de decisão, gestão e controle, e os mecanismos produtivos sociais, políticos e ideológicos, se encontram nas mãos dos produtores-cidadãos, organizados livres e democraticamente em formas associativas”.

Atualmente, 10% da população do mundo faz parte de cooperativas vinculadas à Aliança Cooperativa Internacional, sendo esta instituição responsável pela união política de todas as cooperativas do mundo, e revisão periódica dos princípios universais do cooperativismo. Sua importância para o desenvolvimento humano recebe reconhecimento de diversos órgãos internacionais, como a ONU.

O Cooperativismo surge no Brasil no final do século XIX, simultaneamente ao movimento que acontecia ao redor do mundo. Incentivado pelo poder público, que o identificou e regulamentou como instrumento na dinâmica das atividades agrícolas (NASCIMENTO, 2003).

No Brasil, o Cooperativismo é regulamentado pela Lei No 5.764, de 16 de dezembro de 1971 (BRASIL5, 1971), que exige um número mínimo de 20 sócios para a sua constituição. Conta também com o Departamento de Cooperativismo e Associativismo Rural (Denacoop), vinculado ao MAPA, o órgão é responsável por

Programas de apoio e fortalecimento, como o Programa Nacional de Fomento ao Cooperativismo do Trabalho (Pronacoop).

Nesse sentido, através da cooperação e formação de associações, pequenos produtores que apresentam dificuldades em comum, têm um mecanismo que lhes permite construir uma estrutura coletiva, possibilitando assim, melhores condições para participação na concorrência de mercado.

8.3.2. COOPERATIVAS CENTRAIS

As cooperativas costumam ser frágeis isoladamente, sendo constituídas em grande parte por pessoas de baixo poder aquisitivo, e difícil acesso à linhas de crédito e oportunidades de mercado. Nesse contexto, surge a tendência da intercooperação, em que as cooperativas devem cooperar entre si.

Devido ao modelo capitalista, no qual grandes empresas se fundem com menores, transformando-se em gigantes, as cooperativas quando unidas tornam-se também mais competitivas. Articuladas, podem formar Cooperativas de Segundo Grau, ou Cooperativas Centrais, para usufruírem serviços e estruturas em comum (SINGER, 2008).

O caso mais famoso no mundo é o Complexo Cooperativo de Mondragón, localizado no País Basco, Espanha. São mais de cem cooperativas, formando um complexo de cooperativas, em que serviços são prestados por cooperativas de segundo grau às suas sócias, cooperativas de primeiro grau.

Muito associado a uma forma alternativa de economia, o cooperativismo se trata de um modelo de gestão que busca maior justiça social e econômica. Dessa forma, o atual desafio das estruturas cooperativas, é manter o desenvolvimento de estratégias que assegurem o espaço de produtores menos capitalizados em um sistema comercial que visa primeiramente o lucro.

8.3.3. ECONOMIA SOLIDÁRIA

A dinâmica de resistência popular decorrente dos movimento operários da primeira metade do século XIX , resultaram no surgimento de experiências solidárias, baseadas na ajuda mútua (CHAYANOV, 1974).

De modo geral, a noção de ‘Economia Solidária’, surge no Brasil no final da década de 70, acompanhado de altas taxas de desemprego e fortalecimento do cooperativismo aparece na forma de práticas socio-econômicas que priorizam as iniciativas locais. Devido à heterogeneidade dessas iniciativas, pode-se considerar quatro campos principais: o comércio justo, as finanças solidárias, as empresas sociais e a economia sem dinheiro (FRANÇA, 2003).

O desenvolvimento de estruturas econômicas alternativas ao modelo de produção capitalista remete a uma perspectiva de auto regulação da sociedade, na medida em que o modelo de vida se baseia em ações escolhidas pela referência coletiva, e não apenas imposições.

A noção de Economia Solidária está vinculada ao desenvolvimento de atividades econômicas que favoreçam a afirmação de ideais de cidadania, o que implica em um processo de “democratização da economia a partir do engajamento dos cidadãos” (LAVILLE, 2001)

Ações realizadas nesse contexto, ganham progressivo reconhecimento do poder público, como a criação da Secretaria Nacional de Economia Solidaria (Senaes), vinculada ao MTE. Através dela é fomentado o Sistema de Informações da Economia Solidária (Sies), instrumento que facilita a articulação entre Cooperativas e Associações, permitindo assim, a formação de redes e parcerias, que podem resultar em Cooperativas de Segundo Grau. Visto que, a Economia Solidária ainda se encontra em fase de consolidação, e dessa forma, muitos entraves ainda precisam ser superados, é de grande importância iniciativas de integração nacional, como a União Nacional das Cooperativas da Agricultura Familiar e Economia Solidária (Unicafes) e a União e Solidariedade das Cooperativas e Empreendimentos de Economia Social no Brasil (Unisol).

No presente estudo, a temática da Economia Solidária é de grande importância, pois remete à Cadeias Curtas de Comercialização, que buscam aproximar o produtor do consumidor, garantindo assim maior acesso da população brasileira à alimentos saudáveis, e maior oportunidade para a viabilização econômica da produção orgânica no âmbito da Agricultura Familiar.

9. RESULTADOS E DISCUSSÃO

9.1. Motivações para a organização de uma Cooperativa Central de organizações de agricultores familiares e consumidores de alimentos orgânicos de Santa Catarina

A organização de uma Cooperativa Central de organizações de agricultores familiares e consumidores de alimentos orgânicos de Santa Catarina, tem como principal objetivo a viabilização de uma Central de reunião e distribuição de produtos orgânicos da Agricultura Familiar na Grande Florianópolis. Incentivada principalmente pela necessidade de criarem uma articulação que facilite a logística e gestão operacional da comercialização, permitindo o melhor atendimento ao mercado.

O objetivo principal dessa iniciativa é a constituição de uma plataforma de apoio e estudos da comercialização de produtos orgânicos da Agricultura Familiar de Santa Catarina. Servindo como um canal de comercialização alternativo aos encontrados atualmente, facilitando a aproximação e comunicação entre produtores e consumidores.

A articulação entre essas organizações, possibilitaria também o planejamento da logística de reunião e distribuição de produtos. Através da elaboração de rotas comerciais, permitindo que as organizações compartilhem o transporte, e o acesso aos canais de comercialização. Dessa forma, menos caminhões teriam que circular nas estradas e cidades, diminuindo os gastos, econômicos e ambientais.

A gestão operacional centralizada, permitiria a criação de um ponto de referência para os clientes da Grande Florianópolis, facilitando a articulação entre oferta e demanda, auxiliando assim, o planejamento da produção, e maior acesso ao mercado consumidor.

As organizações envolvidas nessa iniciativa são: a Cooperativa da Agricultura Familiar do Vale do Rio Tijucas e Itajaí Mirim (Coopertrento); a Associação de produtores rurais, pesqueiros, e artesanais de Garopaba; a Associação Água Corrente,

do município de São Bonifácio; a Associação dos Colonos Ecologistas do Vale Mampituba (Acevam); a Cooperativa Ecológica dos Agricultores Artesãos e Consumidores da Região Serrana (Ecoserra); o Instituto ECO, do município de Paulo Lopes; o Centro Motivação Ecológica Alternativas (Cemear); a Associação das Cooperativas e Associações de Produtores Rurais do Oeste de Santa Catarina (Ascooper); e a Cooperativa de Desenvolvimento Regional (Cooperfamília).

Todas organizações apresentam um grau de vinculação à Rede Ecovida de Agroecologia. Grande parte dos agricultores apresentam produção certificada, outros no entanto, já iniciaram o processo de certificação, mas ainda se encontram em fase de transição. Sendo assim, apesar de atenderem às Instruções Normativas para Produção Orgânica Certificada, e estarem credenciados no MAPA, os produtos dessa categoria devem ser diferenciados daqueles certificados.

A Cooperativa Central prevê a comercialização de produtos em transição, com o objetivo de incentivar a transição de agricultores convencionais para a AO. Dessa forma, as famílias de agricultores teriam maior oportunidade de viabilizarem economicamente suas produções.

Conforme entrevistas realizadas com os representantes das organizações, as principais expectativas com a organização da Cooperativa Central são: Compartilhar a logística de transporte; Transportar cargas completas, barateando assim o frete; Centralizar a oferta de produtos próxima a Florianópolis; Aumentar o volume e diversidade da oferta de produtos; Abrir mercados na capital e outras regiões; Atingir mais consumidores; Incentivar mais agricultores a transitarem da agricultura convencional para a orgânica.

9.2. O Cepagro e a Rede Ecovida de Agroecologia como facilitadores dessa organização

O Cepagro atua como responsável pelo Núcleo Litoral Catarinense da Rede Ecovida de Agroecologia, realizando atividades de de extensão rural, apoio técnico, mobilização e organização comunitária, controle e encaminhamento de documentos para a realização da certificação participativa, e outras ações que visam promover a Agroecologia, incluindo questões de gênero e Economia Solidária, auxiliando assim, a permanência das famílias no meio rural.

Dessa forma, o Cepagro em parceria com o Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar (LACAF), CCA/UFSC, apoiaram a iniciativa das organizações na construção de uma Central de reunião e distribuição de produtos orgânicos, com funcionamento através de uma Cooperativa Central, possibilitando a ampliação da comercialização na Grande Florianópolis.

No processo de sua construção, a Rede Ecovida de Agroecologia priorizou a comercialização local e regional, no intuito de construir um mercado que fosse compatível aos fundamentos éticos da Agroecologia, que prioriza em sua cadeia produtiva não só as particularidades do ecossistema em questão, mas também a valorização da cultura local.

Visto que, grande parte dos produtos orgânicos certificados brasileiros, são destinados à exportação, ou são comercializados no mercado interno através de canais que agregam altas margens de lucro aos preços finais, os consumidores da Grande Florianópolis teriam através dessa iniciativa, maior oportunidade de adquirir esses produtos a preços acessíveis, principalmente através de Cadeias Curtas de Comercialização.

9.3. Organização de uma Central de reunião e distribuição de produtos orgânicos da Agricultura Familiar de Santa Catarina na Grande Florianópolis

No dia 04 de Outubro de 2011, ocorreu o encontro na Ceasa de São José/SC, que deu início a organização da Central de reunião e distribuição de produtos orgânicos, e em transição, da Agricultura Familiar de Santa Catarina na Grande Florianópolis, denominada inicialmente de Central Orgânicos Florianópolis (COF). Nesta reunião, ficou definido que seu objetivo principal seria articular e realizar vendas e trocas de produtos entre as organizações envolvidas, assim como, centralizar a gestão operacional, para facilitar o atendimento aos mercados institucionais e varejistas da Grande Florianópolis (COF ATA1, 2011).

Com previsão de abertura para o mês de março de 2012, a Central funcionaria a princípio em um Box no Pavilhão da Agricultura Familiar da Ceasa de São José/SC, responsável pelo abastecimento agroalimentar da região da Grande Florianópolis.

Conforme ressaltou o diretor presidente da Ceasa de São José/SC, sr. Ari João Martendal, também presente na reunião, “a tendência dos orgânicos é mundial, por estarem associados à qualidade de vida e à saúde. Os países estão expandindo esse tipo

de cultivo. Com o funcionamento do Box no Ceasa serão ampliados a oferta e o consumo.” (AGROMERCADO, 2011)

Em parceria com o CEPAGRO e o LACAF/UFSC, a Central seria estruturado através de um Projeto aprovado pelo MDA (Anexo 1), “para estudos e articulações de mercado para ampliar o potencial de comercialização de alimentos, particularmente os orgânicos”. A proposta tinha ainda como objetivo, reforçar a nível de Santa Catarina e de Brasil, a Ação do Programa Nacional de Diversificação das Áreas de Cultivo de Tabaco/SAF/MDA. O Projeto previa a cobertura de gastos referentes ao aluguel do espaço, e pagamento de funcionários para a gestão operacional da comercialização no primeiro ano de funcionamento

Em reunião realizada no dia 24 de Outubro de 2011, foi apresentado para o Grupo, o estudo de viabilidade econômica para abertura do Box na Ceasa de São José/SC. Foi estimado que o custo fixo seria de R\$7.000,00, no qual está incluso o aluguel do Box, salários dos funcionários, encargos sociais, combustível, seguro, e manutenção de veículos, taxa de administração, entre outros. Esse valor representaria a venda de 30 toneladas/mês de arroz ou banana. Dessa forma, foi solicitado o levantamento da oferta real disponível nas organizações.

Nesta reunião, também foi estabelecido pelas organizações, a ordem de prioridade das atividades que devem acontecer através da COF, sendo estas: Realizar vendas e trocas entre agricultores e cooperativas deste coletivo; Realizar vendas do Box para entregas na Grande Florianópolis; Reunir e organizar produtos e processos para atender mercados institucionais; Realizar venda direta no Box; Realizar trocas de cargas entre os veículos transportadores das organizações; Auxiliar na venda para fora da região; Realizar a compra de outros coletivos ou associações (COF ATA2,2011).

Em reunião realizada no dia 25 de Novembro de 2011, foi apresentado ao Grupo as demandas de restaurantes, escolas, e outros pontos comerciais, privados ou públicos, da Grande Florianópolis, a qual garantiria o escoamento da oferta disponibilizada no Box. Nesta reunião ficou estabelecido também, que os agricultores determinariam o padrão de qualidade dos produtos, a ser seguido por todos envolvidos.

Foi levantada a importância do planejamento e adequação da produção, de forma que atenda a demanda e exigências de mercados potenciais para os produtos disponibilizados na Central, diminuindo assim o risco de perda e recusa dos produtos. Além disso, foi concluído que para a efetiva viabilização do Box, o Grupo teria que se organizar através de uma Cooperativa Central, se adequando assim às exigências legais

e fiscais exigidas para comercialização dos produtos, além de facilitar a comunicação entre produtores e consumidores (COF ATA3,2011).

Em reunião realizada no dia 09 de janeiro de 2012, as organizações apresentaram suas rotas comerciais, possibilitando assim a articulação para a realização de trocas e reunião de cargas, reduzindo dessa forma, os custos com transporte. Foi discutido também o estatuto da Cooperativa Central das organizações de agricultores familiares e consumidores de alimentos orgânicos da Santa Catarina, na qual se estabeleceu os objetivos e diretrizes do Grupo.

Na reunião do dia 27 de fevereiro de 2012, foi lembrado que a COF serviria como Laboratório para experiências de comercialização de produtos orgânicos da Agricultura Familiar, vinculado ao CCA/UFSC. Foi estabelecido, que a taxa cobrada sobre as vendas realizadas através do Box na Ceasa de São José/SC, seria de 15%, referente a administração e fundo de segurança, foi também concordado o regimento interno para gestão da COF. Além disso, as organizações apresentaram a oferta real de produtos disponíveis para comercialização em março de 2012 (COF ATA4, 2012).

Na reunião do dia 13 de março de 2012, um dos agricultores ressaltou o número crescente de produtores que deixam suas terras, enquanto cresce também a demanda por alimentos de qualidade na população urbana, apesar desses produtos serem ainda pouco valorizados. Nesta reunião, foi informado também, que não ocorreu a liberação da verba do projeto do MDA. Além disso, a previsão de disponibilização do Box para março de 2012 não se consolidou, as negociações com o diretor presidente da Ceasa prosseguem, mas não havia previsão de liberação de espaço na Ceasa de São José/SC.

No entanto, os representantes das organizações, afirmaram que independentemente da liberação da verba do projeto, eles continuariam dispostos em viabilizar o funcionamento de uma Central de reunião e distribuição de produtos, mesmo que para isso seja necessário investimentos próprios. Houve também o relato das transações comerciais ocorridas entre as organizações durante o período de organização do Grupo, no qual foi ressaltado as dificuldades, devido principalmente à falta de local adequado, ocorrendo na maioria das vezes, em beiras de estrada ou postos de gasolina (COF ATA5, 2012).

Na reunião realizada no dia 26 de março de 2012, esteve presente o representante da organização de consumidores das Compras Coletivas de Florianópolis (CCF) , assim como, uma nutricionista do Estado responsável pela orientação quanto ao processo legal das compras institucionais, ambos demonstraram grande interesse em

acessar os produtos orgânicos das organizações, que seriam disponibilizados para Grande Florianópolis através de uma Central de reunião e distribuição de produtos orgânicos, e em transição, da Agricultura Familiar de Santa Catarina (COF ATA6, 2012).

9.4. Diretrizes e gestão da Cooperativa Central de agricultores familiares e consumidores de Santa Catarina

Conforme previsto em proposta de estatuto social (Anexo 2), a Cooperativa Central de organizações de agricultores familiares e consumidores de alimentos orgânicos de Santa Catarina, tem por objetivo “promover a comercialização de produtos orgânicos e em transição, conforme previsto na legislação, através da união de Associações e Cooperativas de agricultores familiares e consumidores, orientando e organizando suas atividades”.

O estatuto ainda estabelece que pode ingressar na Cooperativa Central, “(...) qualquer Cooperativa ou Associação de agricultores familiares e consumidores de produtos orgânicos que se dedicarem a atividades de produção, industrialização, comercialização, prestação de serviços e consumo relativos a alimentos orgânicos”.

Quanto a sua gestão, foi estabelecido que seria realizada em três instâncias, sendo a primeira, em assembléia com os associados, a segunda em reuniões do conselhos fiscal e administrativo, e por fim, com a gestão operacional. Os funcionários desse setor, seriam também responsáveis pelo registro de todas transações comerciais realizadas.

Os responsáveis pela gestão operacional, em parceria com o LACAF/UFSC, organizariam um catálogo de clientes, como restaurantes, lojas, e mercados institucionais, para compra dos produtos orgânicos, e em transição. A articulação e realização de vendas, seria dessa forma, centralizada, com organização e segmentação dos produtos conforme sua data de entrega e destino, priorizando sempre vendas locais ou regionais. Todas as vendas seriam realizadas mediante a emissão de notas fiscais da Cooperativa Central, constituída para este fim.

Conforme definido em proposta de regimento interno (Anexo 3), as operações comerciais previstas para ocorrerem através da Central Orgânicos Florianópolis são: realização de vendas e trocas de cargas entre Associações e Cooperativas participantes do coletivo, vendas diretas, articulação para abertura de novos mercados e atendimento

a demanda já apresentada por organizações de consumidores, pontos de varejo, restaurantes e mercado institucional, desta e outras regiões.

Os serviços previstos a serem oferecidos são: armazenamento por curtos períodos, havendo diferenciação entre espaço e equipamentos para produtos orgânicos e em transição, oferecimento de informações atualizadas quanto à padrões legais de produção, transporte, embalagens, entre outros.

Além disso, seriam oferecidos serviços de apoio, como organização de pedidos e entregas, agendamento de carga e descarga, e disponibilização de caixas e embalagens. E por fim, serviços administrativos, como produção de demonstrativos mensais dos movimentos financeiros e transações comerciais realizadas.

Está previsto também um sítio na internet, o qual facilitaria a comunicação entre as organizações de agricultores familiares e consumidores, e os funcionários responsáveis pela gestão operacional. Nele constariam informações atualizadas referente à disponibilidade e condições para uso dos espaços, assim como, datas de liberação dos mesmos, produtos mais demandados, épocas do ano em que há escassez de determinados produtos, informações quanto a rastreabilidade, entre outras.

9.5. Comparação entre o potencial e a realidade da comercialização de produtos orgânicos da Agricultura Familiar de Santa Catarina na Grande Florianópolis

O levantamento da oferta disponível, e das transações comerciais realizadas entre as organizações durante o período de estudo, possibilitou a realização de uma comparação entre o potencial, e a comercialização real de produtos orgânicos, e em transição, da Agricultura Familiar de Santa Catarina que ocorre atualmente na Grande Florianópolis.

A comparação foi feita baseada no volume de produtos disponível para comercialização no mês de março de 2012, data prevista para abertura da COF na Ceasa de São José/SC, e no volume de produtos comercializado durante o período de estudo entre as organizações envolvidas. Mesmo sem a disponibilização de um espaço e funcionários para a realização da gestão operacional, as organizações se articularam e através de rodadas de negócios, comercializaram volumes significativos de produtos.

A Cooperativa da Agricultura Familiar do Vale do Rio Tijucas e Itajaí Mirim (Coopertrento), apresentou para o mês de março de 2012 a seguinte oferta de produtos:

Produtos		Volume disponível
Orgânicos	em transição	
Suco de Uva (750 ml)		12.000 un.
Geléia de uva (250g)		5.000 un.
Doce de uva (500g)		2.000 un.
Geléia de morango (250g)		2.000 un.

Volume comercializado:

Produtos		Volume disponível
Orgânicos	em transição	
Suco de Uva (750 ml)		444 un.
Geléia de uva (250g)		72 un.
Geléia de morango (250g)		72 un.

Ou seja, 2,8% do volume disponível para comercialização.

A Associação de produtores rurais, pescueiros, e artesanais de Garopaba, apresentou para o mês de março de 2012 a seguinte oferta de produtos:

Produtos		Volume disponível
Orgânicos	em transição	
Alface		1000 un.
Rúcula		500 un.
Cebolinha		1000 un.
Couve folha		200 un.
Brócolis		200 un.
Abobrinha		100 kg
Pepino salada		120 kg
Pepino Japonês		40 kg
Batata doce		300 kg
Alho poro		500 un.
Pimenta		20 kg

Volume comercializado:

Produtos		Volume disponível
Orgânicos	em transição	

Alface		200 un.
Rúcula		420 un.
Cebolinha		30 un.
Couve folha		80 un.
Pepino salada		40 kg
Batata doce		100 kg

Ou seja, 21,9% do volume disponível para comercialização.

A Cooperativa Ecológica dos Agricultores Artesãos e Consumidores da Região Serrana (Ecoserra), apresentou para o mês de março de 2012 a seguinte oferta de produtos:

Produtos		Volume disponível
Orgânicos	em transição	
Abóbora cabutiá		1000 kg
Laranja		1250 kg
Bergamota		1250 kg
Caqui		2500 kg
Kiwi		800 kg
Cebola		1000 kg
Pinhão em natura		3000 kg
Pinhão processado		300 kg
Beterraba		200 kg
Maçã		1500 kg
Repolho		300 un.
Banana branca		2500 kg
Banana caturra		2500 kg
Batata doce		300 kg
Morango		50 kg
Melancia		500 kg
Batata inglesa		600 kg
Batata salsa		100 kg
Feijão preto		120 kg
Feijão carioca		60 kg
Feijão vermelho		60 kg

Volume comercializado:

Produtos		Volume disponível
Orgânicos	em transição	
Cebola		145 kg
Banana branca		1200 kg
Melancia		200 kg
Maçã		225 kg
Abóbora cabutiá		170 kg
Feijão carioca		30 kg

Ou seja, 9,9% do volume disponível para comercialização.

O Instituto ECO, do município de Paulo Lopes, apresentou para o mês de março de 2012, a seguinte oferta:

Produtos		Volume disponível
Orgânicos	em transição	
Feijão preto		500 kg
Feijão carioca		180 kg
Feijão vermelho		120 kg
Tomate		200 kg

Volume comercializado:

Produtos		Volume disponível
Orgânicos	em transição	
Feijão carioca		120 kg
Tomate		100 kg

Ou seja, 22% do volume disponível para comercialização.

A Associação Água Corrente, do município de São Bonifácio, apresentou para o mês de março de 2012 a seguinte oferta de produtos:

Produtos		Volume disponível
Orgânicos	em transição	
Alface		400 un.
Rúcula		400 un.
Alho poro		200 un.
Couve folha		300 un.

Nenhum produto disponível foi comercializado com outras organizações.

A Cooperativa de Desenvolvimento Regional (Cooperfamília), apresentou para o mês de março de 2012 a seguinte oferta de produtos:

Produtos	Volume
----------	--------

		disponível
Orgânicos	em transição	
Abóbora cabutiá		300 kg
Aipim		150 kg
Alface		200 un.
Cebola		250 kg

Nenhum produto disponível foi comercializado com outras organizações.

O Centro de Motivação Ecológica Alternativa (Cemear), a Associação das Cooperativas e Associações de Produtores Rurais do Oeste de Santa Catarina (Ascooper), e a Associação dos Colonos Ecologistas do Vale Mampituba (Acevam), não apresentaram oferta de produtos para o mês de março de 2012.

No total, foi comercializado durante o período de estudo, 1.318 unidades de produtos, entre uma diversidade de sete ítes, sendo estes, alimentos processados, como sucos e geléias, e maços de hortaliças, como alface, rúcula, cebolinha e couve. Foi comercializado também, um total de 2.330 kg de produtos, entre uma diversidade de nove ítems, sendo estes, pepino, batata-doce, cebola, banana branca, melancia, maçã, abóbora cabutiá, feijão carioca e tomate.

É importante ressaltar, que mesmo as organizações que não apresentaram oferta disponível para comercialização no mês de março de 2012, ou que não realizaram transações comerciais com outras organizações, as realizaram através de outros canais de comercialização.

Como é o caso da Associação Água Corrente, do município de São Bonifácio, e o Instituto Eco, do município de Paulo Lopes, que apesar de não apresentarem oferta significativa de produtos disponível para comercialização no mês de março de 2012, foram responsáveis pela compra de produtos orgânicos de outras organizações do Grupo, e realização da distribuição em feiras semanais da Grande Florianópolis, as quais apresentam demanda consolidada. Dessa forma, essas organizações podem ser consideradas possíveis agentes comerciais para negociações e ampliação da comercialização na Grande Florianópolis.

No geral, podemos constatar que a articulação das organizações, possibilitou a comercialização de volumes significativos de produção, alcançando em alguns casos, cerca de 20% do volume disponível para comercialização, no entanto, ainda se encontra muito aquém de seu potencial.

Foi observado também, que produtos processados, como sucos e geléias, facilitam a logística de comercialização, principalmente devido a maior capacidade de armazenamento que esses produtos apresentam, sendo dessa forma, uma importante oportunidade para comunidades de agricultores familiares que se encontram em locais de difícil acesso.

9.6. Condições para a ampliação da comercialização de produtos orgânicos da Agricultura Familiar de Santa Catarina na Grande Florianópolis

O papel de uma Cooperativa Central de organizações de agricultores familiares e consumidores de produtos orgânicos é de grande importância, devido principalmente a escassez de apoio do poder público, dessa forma, ações coletivas podem auxiliar na superação de dificuldades operacionais, como relacionadas a centralização e distribuição de produção. Sob a ótica da agricultura familiar, esses fatores ganham dimensão ainda maior, devido à baixa escala de produção e grandes distâncias entre unidades produtoras e pontos comerciais.

A construção de alternativas comerciais para a Agricultura Familiar, deve ser construída através da articulação entre produtor e consumidor, possibilitando a troca de experiências, sugestões e críticas. Favorecendo assim, o planejamento e ampliação da produção, e compartilhamento de seus custos e dificuldades.

O apoio do consumidor, além de atender às necessidades individuais, expressa também, a valorização ao meio ambiente e à culturas tradicionais. Na sociedade atual, que prioriza as relações e atividades urbanas, é na alimentação que encontramos o elo mais forte entre o campo e a cidade. A procura por produtos orgânicos, engloba além da busca pela saúde, uma busca pela identidade, onde no prazer de comer bem, relações sociais e vínculos com a natureza podem ser estabelecidos. Dessa forma, a relação entre produtor e consumidor, deixa de ser apenas comercial e passa a se basear em valores.

O mercado institucional é também uma importante alternativa comercial para produtos orgânicos da Agricultura Familiar, como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA. Dessa forma, a alimentação escolar como um direito humano, além de oferecer segurança nutricional aos escolares, e promover a educação alimentar, pode

auxiliar na ampliação da comercialização de produtos orgânicos da Agricultura Familiar de Santa Catarina na Grande Florianópolis.

9.7. Estado Atual da organização da Cooperativa Central de organizações de agricultores familiares e consumidores de alimentos orgânicos de Santa Catarina

A situação atual da organização pode ser considerada como em espera, as organizações continuam interessadas e dispostas a participarem da Cooperativa Central de agricultores familiares e consumidores de alimentos orgânicos de Santa Catarina, com utilização de uma Central de reunião e distribuição de produtos orgânicos, e em transição, na Grande Florianópolis.

Apesar do manifesto interesse e participação das organizações, para a efetiva consolidação dessa iniciativa é necessário a liberação por parte de diretores e responsáveis administrativos, como da própria Ceasa de São José/SC, que devido a motivos não esclarecidos prorrogaram a data da liberação do Box, dificultando assim a continuidade dos trabalhos iniciados.

Pode-se considerar, que a viabilização econômica para a ocupação de um espaço, e pagamento de funcionários para a gestão operacional da comercialização, se encontra em fase final, seja através de proposta administrativa e regimental do Grupo, seja através de apoio do poder público.

A adesão ao Grupo foi crescente, pois os trabalhos iniciaram com cinco, e ao final do estudo, totalizavam dez organizações de agricultores familiares e consumidores de alimentos orgânicos de Santa Catarina. Vale ressaltar, que não houve nenhum caso de desistência. Pelo contrário, as organizações manifestaram interesse em continuarem a organização da Central de reunião e distribuição de produtos, mesmo sem apoio do poder público, o que demonstra a importância que essa iniciativa representa para a

ampliação da comercialização de produtos orgânicos da Agricultura Familiar de Santa Catarina na Grande Florianópolis.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo inicial desse estudo foi avaliar o funcionamento de um Box de produtos orgânicos na Ceasa de São José/SC, com início previsto para março de 2012. No entanto, devido a alguns entraves, isso não se consolidou. Sendo assim, o estudo foi realizado com base no acompanhamento da articulação entre organizações de agricultores familiares e consumidores de alimentos orgânicos de Santa Catarina, para construção de uma Central de reunião e distribuição de produtos orgânicos da Agricultura Familiar de Santa Catarina, na Grande Florianópolis.

O manifesto interesse dessas organizações, através da participação nas reuniões, e disponibilidade para estruturar uma Cooperativa Central de agricultores familiares e consumidores de alimentos orgânicos de Santa Catarina, mostra que uma iniciativa como essa é de grande importância para a superação de entraves relativos à logística de reunião e distribuição de produtos, assim como, gestão operacional da comercialização.

A demanda por produtos orgânicos apresentada em feiras, restaurantes, pequenos mercados, organizações de compras coletivas, mercado institucional, entre outros canais de comercialização, e significativa disponibilidade de oferta apresentada pelas organizações de agricultores familiares, vinculados à Rede Ecovida de Agroecologia, mostra que através da organização e funcionamento de uma Central de reunião e distribuição de produtos, é possível ampliar a comercialização dos produtos orgânicos da Agricultura Familiar de Santa Catarina no mercado da Grande Florianópolis.

Para consolidação de Cadeias Curtas de Comercialização de produtos orgânicos da Agricultura Familiar brasileira, além do apoio do poder público, é necessário também o apoio dos consumidores, optando por adquirir produtos em pontos comerciais

que possibilitem a aproximação com os produtores, fortalecendo assim, uma economia mais justa, que respeite as diversidades sociais e culturais.

Por fim, é importante lembrar que o crescimento da Economia Solidária, está vinculado à possibilidade de escolha entre um modelo e outro, sendo as ações realizadas no cotidiano, a principal expressão do ‘estilo de vida’ de cada indivíduo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMOVAY, R. **Paradigmas do capitalismo agrário em questão**. São Paulo/ Rio de Janeiro/ Campinas: Ed. da UNICAMP, 1992.

ACOLHIDA NA COLÔNIA. **A proposta da Acolhida**. Disponível em: <http://acolhida.com.br>. Disponível: 19/07/2012.

AGUGLIA, L. **La filiera corta: una opportunità per agricoltori e consumatori**. *Agriregionieuropa*, ano 5, n.17, 2009. Disponível em: http://agriregionieuropa.univpm.it/dettart.php?id_articolo=451. Acessado em: 22/07/2012.

AGROMERCADO. **Jornal de Produtores, Comerciantes e Transportadores de Hortifrutigranjeiros e das Agroindústrias de Santa Catarina**. Florianópolis, Out. 2011.

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

ALMEIDA, M.W. **Redescobrimo a família rural**. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. São Paulo, n.1, v.1, 1989.

ALTIERI, M. **Agroecologia: a dinâmica produtiva da agricultura sustentável**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 4 ed. 2004.

AMADOR, M. **Taller mercados locales de productos orgânicos y comercialización justa em América Latina**. Havana, Cuba, Junio, 2003.

BRANDÃO, C. R. **Repensando a pesquisa participante**. Ed. Brasiliense. 3 ed. São Paulo, 1987.

BRASIL1. **Planalto online - LEI 11.326/2006 de 24 de julho de 2006**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/111326.htm. Acessado em: 20/05/2012.

BRASIL2. **Planalto online – LEI 10.831, de 23 de dezembro de 2003**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.831.htm. Acessado em: 24/03/2012.

BRASIL3. **Planalto online – Decreto 6.323, de 27 de dezembro de 2007**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/Decreto/D6323.htm. Acessado em: 16/06/2012.

BRASIL4. **Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento - Instrução Normativa No 46, de 06 de outubro de 2011**. Disponível em: http://www.ibd.com.br/Media/arquivo_digital/949e7fda-d8d4-45da-949d-2e923a90f4d2.pdf. Acessado em: 14/05/2012.

BRASIL5. **Camara online - LEI 5.764, de 16 de dezembro de 1971**. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/sileg/integras/258460.pdf>. Acessado em: 18/04/2012.

BUAINAIN, A.M.; PIRES, D. **Reflexões sobre Reforma Agrária e Questão Social no Brasil**. Ref. Agrária Questão Social, 2003. Disponível em: <http://www.abda.com.br/texto/AntonioBuainain.pdf>. Acessado em: 21/05/2012.

CAMPANHOLA, C.; VALARINI, P.J. **A Agricultura orgânica e seu potencial para o pequeno agricultor**. Cadernos de Ciência & Tecnologia, Brasília, v.18, n.3, p.69-101, set./dez. 2001

CASTILHO, M.L.; RAMOS, J.M. **Agronegócio e desenvolvimento sustentável**. Francisco Beltrão: Ed. Grafica, 166 p. 2009.

CASTRO, A.M. **Cadeia Produtiva: Marco Conceitual para Apoiar a Prospecção Tecnológica**. Doc. XXII Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica. Salvador, Bahia, Nov. 2002

CERVEIRA, R.; CASTRO, M. C. **Consumidores de Produtos Orgânicos da Cidade de São Paulo: características de um padrão de consumo**. Inf. Econômicas, São Paulo, Vol. 29, No12, Dezembro, 1999.

CHAYANOV, A.V. **La organización de la unidad econômica campesina**. Buenos Aires: Nueva Visión, 1974. Disponível em: <http://seer.sct.embrapa.br/index.php/cct/article/view/8851/4981>. Acessado em 26/04/2012.

CICATELLO, C.; FRANCO, S. **La vendita diretta: produttori, consumatori e collettività**. Agriregionieuropa, ano 4, n.14, 2008. Disponível em: http://agriregionieuropa.univpm.it/dettart.php?id_articolo=370. Acessado em 22/07/2012.

COF ATA1. **Ata 1 - Reunião para organização da Central Orgânicos Florianópolis**. Ceasa, São José/SC, 04. Out.2011.

COF ATA2. **Ata 2 - Reunião para organização da Central Orgânicos Florianópolis**. Ceasa, São José/SC, 24. Out.2011.

COF ATA3. **Ata 3 - Reunião para organização da Central Orgânicos Florianópolis**. Ceasa, São José/SC, 25. Nov.2011.

COF ATA4. **Ata 4 - Reunião para organização da Central Orgânicos Florianópolis**. MAPA, São José/SC, 27. Fev.2012.

COF ATA5. **Ata 5 - Reunião para organização da Central Orgânicos Florianópolis**. MAPA, São José/SC, 13.Mar.2012.

COF ATA6. **Ata 6 - Reunião para organização da Central Orgânicos Florianópolis**. MAPA, São José/SC, 26.Mar.2012.

CUNHA, A.R.; CAMPOS, J.B.O **Sistema de Abastecimento no Brasil: Uma rede complexa de logística**. Rev. Política Agrícola No4, Brasília, 2007. Disponível em: <http://www.abracen.org.br/Artigos/ceasa.pdf>. Acessado em: 19/05/2012.

DAROLT, M. R. Agricultura orgânica: inventando o futuro. Curitiba: IAPAR, 250 p. 2002.

DE LA CRUZ, C. Promoción del mercado local de productos orgânicos. Anais 8 Encuentro Nacional de Agricultura Ecológica. Lima, Peru, 5-6 diciembre, 2004

ECOVIDA. **Apresentação da Rede Ecovida de Agroecologia**. Disponível em: <http://www.ecovida.org.br>. Acessado em: 09/04/2012.

EMBRAPA. **Marco referencial em Agroecologia - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária**. Brasília, DF : Embrapa Informação Tecnológica. 70 p. 2006

FONSECA, M.F.; RIBEIRO, C. **Cenário mundial e problemas na certificação de produtos orgânicos: A visão dos produtores brasileiros e das certificadoras.** Pesagro, Rio de Janeiro, 2003.

FRANÇA, C.L. **Comércio Ético e Solidário no Brasil.** São Paulo, Fund. ILDES, Dez. 2003.

GASSON, R.; ERRINGTON, A. **The farm family business.** Wallingford, Cab. International, 1993.

GRANOVETTER, M. **Economic action and social structure: the problem of embeddedness.** P. 481- 510, 1985.

GRAZIANO DA SILVA, J. **Progresso técnico e relações de trabalho na agricultura.** São Paulo: Hucitec, 1981.

GUANZIROLI, Z.; ROMEIRO, A.; BUAINAIN, A.; SABBATO, A.; BITTENCOURT, G. **Agricultura familiar e reforma agrária no século XXI.** Rio de Janeiro, Garamond, 2001. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=fzCJFVodiN0C&oi=fnd&pg=PA15&dq=comercializa>. Acessado em: 16/05/2012.

IBGE. **Censo agropecuário de 2010.** Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acessado em: 19/04/2012.

INCRA/FAO. **Novo retrato da agricultura familiar: O Brasil redescoberto.** Projeto de cooperação técnica INCRA/FAO, Brasília, 2000. Disponível em: www.comunidades.mda.gov.br Acesso em: 25/05/2012.

LAMARCHE, H. **A agricultura familiar: comparação internacional: uma realidade multiforme.** Campinas: Ed. da UNICAMP, 1994.

LAVILLE, J.L. **Economia Solidária, a perspectiva européia .** Soc. Estado. Vol.6, No 1, Brasília, Dec. 2001

MAPA. **Mecanismos de Controle para a Garantia da Qualidade Orgânica.** Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Brasília: MAPA/ACS, 2008. Disponível em: http://www.prefiraorganicos.com.br/media/25107/mecanismos_de_controle.pdf. Acessado em: 23/04/2012.

MATTEI, L. **Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar: balanço e perspectivas.** UFSC/Economia: Texto para Discussão nº 05, 2001.

MDA. **Programas de Crédito Rural , sobre o Pronaf**. Brasília: MDA/SAF, 2012. Disponível em <http://www.mda.gov.br/portal/saf/programas/pronaf>. Acessado em: 22/04/2012.

MDS. **Programa de Aquisição de Alimentos**. Brasília: MDS/SISAN, 2012. Disponível em: <http://www.mds.gov.br/segurancaalimentar/alimentoseabastecimento/paa>. Acessado em: 18/06/2012.

NASCIMENTO, C. **A Autogestão e o “Novo Cooperativismo”**. Sem. Nacional de Autogestão. Joinville, SC, Dez. 2003. Disponível em: http://ivip.org.ve/wp-content/uploads/2011/09/Autogestao_e_novo-Coop_por_Nascimento.pdf. Acessado em: 30/03/2012.

PLOEG, J.D. **El proceso de trabajo agrícola y La mercantilizacion**. Las Ediciones de La Piqueta, 1992.

ROCHE, J.A **colonização alemã e o Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Globo, 1969.

SANTOS, L.C.R. **A certificação participativa de produtos ecológicos desenvolvida pela Rede Ecovida de Agroecologia – limites e desafios**. Florianópolis, 2002. 28p.

SANTOS, L.C.R. **Um processo de certificação adequado à agricultura ecológica familiar no Sul do Brasil**. Resumo do encontro: Qual o futuro da produção orgânica brasileira frente o comércio internacional? Campinas-SP, Julho, 2003.

SCHNEIDER, S. **Agricultura familiar e industrialização: pluriatividade e descentralização industrial no Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Ed. da UFRS, 1999.

SCHNEIDER, S. **Teoria social, agricultura familiar e pluriatividade**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, Vol. 18 nº. 51 fevereiro, 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/%0D/rbcsoc/v18n51/15988.pdf>. Acessado em: 12/05/2012.

SEBRAE. **Cenário da produção e mercados dos orgânicos no Brasil**. Biofach América Latina, Rio de Janeiro, setembro, 2004.

SEVERINO, A.J. **Metodologia do trabalho científico**. Ed.19, São Paulo: Cortez, 1993.

SILVEIRA, A.A. **Sistema Participativo de Garantia – SPG – e a Rede Ecovida de Agroecologia**. Doc. Publicado no VI Encontro Ampliado do Núcleo Litoral Catarinense da Rede Ecovida de Agroecologia, Junho, 2008.

SINGER, P. **Economia Solidária**. Estud. Ava. vol.22 No.62, São Paulo Jan./Apr. 2008. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40142008000100020&script=sci_arttext. Acessado em: 24/03/2012.

SLOW FOOD. **About us – Our Philosophy.** Disponível em: <http://www.slowfood.com/international/2/our-philosophy>. Acessado: 23/07/2012.

THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa-ação.** São Paulo. Cortez: Editores Associados, 1986.

VEIGA, J. E. **O desenvolvimento agrícola: uma visão histórica.** São Paulo: Hucitrec, 1991

VOSSENAAR, R.; WYNEN, E. **Trading opportunities for organic food products from developing countries.** Índia: UNCTAD, Impression Communications, 2004.

WILLER, H.; YUSSEF, M. **The World of Organic Agriculture Statistics and Emerging Trends 2004.** IFOAN, Bonn, Germany, 2004. Disponível em: http://www.soel.de/fachthemen/downloads/s_74_06.pdf. Acessado em: 29/04/2012.

ANEXOS

Anexo 1

PT-1/5	PLANO DE TRABALHO						
1 DADOS CADASTRAIS							
Órgão ou entidade proponente						CGC ou CNPJ/MF	
Universidade Federal de Santa Catarina						83.899.526/0001-82	
Endereço				Cidade		UF	CEP
Campus Universitário Reitor João David Ferreira Lima Trindade				Florianópolis		SC	88040900
DDD/Telefone		Home page		E-mail			
48- 3721 9312		www.ufsc.br		gabinete@reitoria.ufsc.br			
Conta corrente		Banco		Agência		Praça de pagamento	
UG 153163		GESTÃO 15237					
Responsável				CI/Órgão expedidor		CPF	
Roselane Neckel				1812211-6 SSP/SC		641.354.119-91	
Cargo/Função						E-mail	
Reitora						gabinete@reitoria.ufsc.br	
Endereço				Cidade		UF	
Campus Universitário				Florianópolis		SC	
2 OUTROS ÓRGÃOS OU ENTIDADES PARTICÍPES							
Nome						CGC	
Endereço				Cidade		UF	CEP
DDD/Telefone		Home page		E-mail			

3 DESCRIÇÃO DO PROJETO					
Título do Programa			Duração (dd/mm/aa)		
PRONAF-Fomento ao Desenvolvimento Rural Sustentável em Áreas de Produção de Tabaco			Início	1/7/2012	
			Término	31/7/2013	
Título do Projeto					
Pesquisa e acompanhamento para viabilidade de alternativas produtivas e comerciais à atividade do fumo na região Litoral Catarinense					
Identificação do Objeto					
<p>O trabalho atuará em duas frentes: <u>numa</u>, analisará a renda da atividade de produção de fumo e a comparará com a renda de outras atividades produtivas: leite, olericultura e fruticultura. Seu objetivo é verificar a hipótese de que não é a renda por área plantada por intensidade de trabalho humano que faz com que muitos agricultores se mantenham produzindo fumo. Se esta hipótese for demonstrável, se terá argumentos mais consistentes e comprováveis para orientar os agricultores produtores de fumo a alterarem modos de produção. <u>Noutra</u>, se realizará levantamentos, estudos e acompanhamentos para viabilizar uma central para reunião e distribuição de alimentos orgânicos na Grande Florianópolis. Esta central se refere a um box, no qual se reunirá alimentos orgânicos ou em transição para a produção orgânica, de agricultores das regiões Litoral Catarinense, distribuindo-os junto a lojas, restaurantes e outros pontos de varejo que utilizam alimentos orgânicos ou em transição.</p>					
Área de abrangência do projeto					
	Nacional		Estadual	x	Regional
Justificativa da Proposição					
<p>Uma das justificativas para estimular os agricultores à produção de fumo é a sua alta rentabilidade por área de terra. Na região Litoral Catarinense se verifica que a maioria dos produtores de fumo são agricultores com pouca área de terra. Mesmo assim, há outras atividades que tem se destacado na região com capacidade de produzir bons resultados, seja por área de terra, seja por mão de obra ocupada. Destas podemos citar a bovinocultura de leite, a fruticultura e a olericultura. Especialmente se praticadas em modo de produção orgânico, se tem verificado que os agricultores têm obtido bons retornos econômicos, além de outros resultados ligados à saúde da família e à satisfação de produzir alimentos limpos aos consumidores. Neste sentido, se considera fundamental verificar, do ponto de vista econômico, as diferenças de resultados entre propriedades que se dedicam prioritariamente ao fumo, comparando com outras que se dedicam prioritariamente à bovinocultura de leite, fruticultura e olericultura, nestas procurando analisar aquelas em transição ou já praticando a agricultura orgânica. Porém, para os agricultores adotarem sistemas de produção mais sustentáveis, produtores de alimentos, como alternativa ao fumo, não basta se ter dados da maior rentabilidade, ainda por comprovar, destes sistemas. É necessário se viabilizar canais de comercialização que dêem aos agricultores a garantia de venda e de uma boa rentabilidade. Assim, realizar estudos e articulações de mercado para ampliar o potencial de comercialização de alimentos, particularmente os orgânicos, pode abrir espaço de mercado para que mais agricultores se insiram neste modo de produção. Os produtos orgânicos vivem um contexto de demanda aquecida, o que remete a realizar estudos e organizar mecanismos de ampliação da oferta destes produtos, para aproveitar este contexto e gerar alternativas para diversificação dos sistemas de produção. A referida proposta atende ainda as diretrizes previstas na Convenção Quadro para o Controle do Tabaco, atuando diretamente na implementação de seu <u>Artigo 17</u>, Apoio a atividades alternativas economicamente viáveis, e ao <u>Artigo 18</u>, Proteção ao meio ambiente e à saúde das pessoas, reforçando a nível de Santa Catarina e de Brasil a Ação do Programa Nacional de Diversificação em Áreas de Cultivo de Tabaco/SAF/MDA.</p>					

PROPOSTA DE ESTATUTO SOCIAL DA COOPERATIVA DA CENTRAL DAS ORGANIZAÇÕES DE AGRICULTORES FAMILIARES E CONSUMIDORES DE ALIMENTOS ORGÂNICOS DE SANTA CATARINA

CAPÍTULO I - DENOMINAÇÃO, SEDE E NATUREZA

Art. 1º A cooperativa central das organizações de agricultores familiares e consumidores de alimentos orgânicos de Santa Catarina, com sigla-nome fantasia ... , rege-se por este Estatuto e pelas disposições legais vigentes tendo:

- a) Sede e administração na cidade de Florianópolis e Fórum Jurídico na Comarca do mesmo município.
- b) A área de ação no Estado de Santa Catarina.

CAPÍTULO II - DOS OBJETIVOS

Art. 2º A cooperativa central das organizações de agricultores familiares e consumidores de alimentos orgânicos de Santa Catarina, tem por objetivo promover a comercialização de produtos orgânicos e em transição para esta condição, conforme a legislação, através da união de organizações de agricultores familiares e consumidores, orientando e organizando suas atividades e coordenando as atividades das filiadas, nas seguintes finalidades:

- a) Constituir-se como uma plataforma de apoio e serviços para a comercialização orgânica e como espaço de estudos para alternativas comerciais para a agricultura familiar
- b) Ser uma organização de articulação de famílias agricultoras e suas organizações para a reunião, distribuição, venda e troca de produtos orgânicos e em transição.
- c) Ser uma central de reunião e armazenagem de produtos orgânicos e em transição.
- d) Ser um ponto para troca e escambo de produtos entre as organizações participantes, tendo uma atuação que vá além de um mero ponto comercial.
- e) Ser um ponto de reunião, distribuição e venda de produtos orgânicos e em transição.
- f) Servir como espaço de aprendizado e construção coletiva de alternativas comerciais para a agricultura familiar.

Art. 3º. A Cooperativa Central promoverá convênios com outras entidades cooperativas, organismos públicos ou organizações não governamentais para melhor consecução dos seus objetivos.

Art. 4º. A Cooperativa Central apoiará as iniciativas relacionadas com a promoção e realização da organização em Rede de Cooperativas.

CAPÍTULO III - DAS ASSOCIADAS

Art. 5º. Poderá ingressar na cooperativa central qualquer cooperativa de agricultores familiares e de consumidores que se dedicar a atividades de produção, industrialização, comercialização, prestação de serviços e consumo relativos a alimentos orgânicos.

§ Não haverá número máximo de associadas e o mínimo não será inferior a 03 (três).

§ Serão aceitas como filiadas da cooperativa central, em caráter excepcional, formas associativas juridicamente constituídas, sem fins lucrativos, de caráter pré - cooperativo.

Art. 6º. O ingresso à Cooperativa Central será solicitado mediante preenchimento de formulário específico à diretoria, acompanhado de documentos da entidade.

§ Único: cada pedido de ingresso não precisará ser submetido à Assembléia.

Art. 7º. São direitos da entidade filiada;

- a) Exigir dos organismos administrativos informações sobre atividades da Cooperativa Central.
- b) Participar em todas as assembléias gerais, votar e ser votado em qualquer processo decisório.
- c) Participar em todas as atividades da Cooperativa Central.
- d) Demitir-se da Cooperativa Central quando lhe convier.

Art. 8º. São obrigações da entidade filiada:

- a) Subscrever as quotas partes que lhe correspondem.
- b) Contribuir com as taxas de serviços e encargos sociais determinados em Regimento Interno.
- c) Cumprir o Estatuto Social, o regimento interno e as deliberações da lei.
- d) Participar ativamente da vida societária de Cooperativa Central.
- e) Prestar à Cooperativa Central informação relacionada às suas atividades e necessidades.
- f) Designar e credenciar os delegados às reuniões e Assembléias Gerais da Cooperativa Central.
- g) Comunicar, imediatamente, toda e qualquer modificação nos quadros de sua administração.
- h) Não desenvolver atividades contraditórias ou que colidam com as atividades da Cooperativa Central.
- i) Zelar pelo bom funcionamento da Cooperativa Central.

Art. 9º. A entidade filiada responde subsidiariamente pelos compromissos da Cooperativa Central em face de terceiros, até o valor da quota capital (cota parte) por ela subscrito.

§ Único: A responsabilidade da filiada somente poderá ser invocada depois de exigida judicialmente pela Cooperativa Central.

Art. 10º. A demissão ou exclusão da filiada será feita, a seu pedido ou da diretoria da Cooperativa Central, devido a ela:

- a) Deixar de atender os requisitos estatutários, de ingresso e permanência na Cooperativa Central.
- b) Dissolução da pessoa jurídica.
- c) Pela cassação de registro.

§ 1º A demissão, a pedido da diretoria da Cooperativa Central, apenas poderá ocorrer face ao descumprimento do estatuto social, do regimento interno e da legislação pertinente.

§ 2º A demissão a pedido da Diretoria dá direito a recurso junto à Assembléia Geral.

§ 3º No caso de demissão ou exclusão, a assembléia geral decidirá a forma e prazo de devolução de suas quotas-partes, conforme parecer dos órgãos de administração, acrescidas das sobras ou deduzidas as perdas proporcionais que tiverem sido registradas naquele exercício.

§ 4º Restituição somente será feita após realizado balanço geral do exercício em que se proceder o desligamento.

CAPÍTULO IV - DO CAPITAL

Art. 11º. O capital da Cooperativa, representado por quotas parte, não terá limite quanto ao máximo e pode variar conforme o número de quotas partes subscritas.

Art. 12º. O valor de cada quota parte será de R\$...

Art. 13º. A sociedade poderá receber doações para melhor consecução dos seus objetivos, em dinheiro ou bens, de pessoas, entidades ou organismos públicos.

Art. 14º. O Conselho de Administração e as Assembléias Gerais fixarão os percentuais de contribuição sobre a comercialização ou prestação de serviços para cooperados ou terceiros, em conformidade com este estatuto e os objetivos da Cooperativa Central.

§ Único: Valores e especificações do caput deste artigo estarão todos previstos em regimento interno.

CAPÍTULO V - DA ASSEMBLÉIA GERAL

Art. 15º. A Assembléia Geral dos cooperados, ordinária ou extraordinária, é o órgão supremo da Cooperativa Central.

Art. 16º. Realizar-se-á uma Assembléia Geral Ordinária anualmente, a qual deliberará sobre a seguinte ordem do dia:

- a) Prestação de contas anual.
- b) Destinação de fundos e sobras, e/ou prejuízos.
- c) Avaliação das atividades em geral.
- d) Plano de atividades para o ano.
- e) Outros assuntos de interesse da sociedade, mencionados no edital de convocação.

Art. 17º. Realizar-se-á, sempre que necessário Assembléia Geral Extraordinária, que poderá deliberar sobre qualquer assunto de interesse da sociedade, desde que mencionado no edital de convocação e, especificamente, para reformas de Estatutos, fusão, incorporação, desmembramento, dissolução ou mudanças de objetivos da sociedade.

Art. 18º. As Assembléias Gerais Extraordinárias serão convocadas com um prazo mínimo de 10 dias de antecedência, por uma das seguintes formas:

- a) Pela Diretoria.
- b) Pelo Conselho Fiscal.
- c) Por abaixo-assinado com assinatura de 25% dos associados em dia.

Art. 19. O quórum mínimo para instalação da Assembléia Geral será de:

- a) 2/3 dos Associados em dia, em primeira convocação, no local e hora convocados.
- b) Metade mais um dos associados, uma hora após a primeira convocação.

Art. 20. O funcionamento das Assembléias Gerais seguirá as seguintes normas:

- a) Serão presididas por um dos membros da diretoria da Cooperativa Central.
- b) Todas as deliberações serão tomadas por maioria do total de votos e, no caso de Assembléias Gerais Extraordinárias, ou mudanças de Estatutos, 2/3 do total de votos.
- c) A votação deverá ser sempre aberta e declarada.
- d) Quando se tratar de assunto que envolve interesse particular da Diretoria, ou de alguma filiada, os envolvidos não poderão votar.

Art. 21. Não poderá votar ou ser votada a cooperativa filiada, que:

- a) Tenha sido admitida após a convocação da Assembléia.
- b) Esteja em infringência de qualquer disposição de que trata o artigo sobre os deveres da organização associada.

Art. 22. Para qualquer processo decisório, o voto das entidades filiadas será proporcional ao número de associadas, sendo que as cooperativas filiadas ou ainda como associações terão o valor de 01 (um) voto para cada associada.

§ Único. Não será permitido o voto por procuração em nenhuma hipótese.

Art. 23. Cada entidade filiada será representada nas assembleias e reuniões, por até três delegados, com direito a voz, sendo que apenas um delegado terá direito a manifestar o voto proporcional da filiada.

§ Único. A delegação da filiada será indicada por ofício da Diretoria da mesma, apontando o delegado com direito a voto.

CAPÍTULO VI - DA ADMINISTRAÇÃO

Art. 24º. A Cooperativa Central será administrada por uma Diretoria de cinco membros, composta por Presidente, vice-Presidente, Secretário Geral, Tesoureiro e vice- Tesoureiro.

§ Único. Cada filiada poderá ter no máximo um membro compondo a Diretoria.

Art. 25º. Os membros da Diretoria deverão estar em gozo de seus direitos nas Cooperativas e associações filiadas e terão um mandato de 2 (dois) anos, podendo ser renovados por apenas um período no mesmo cargo.

§ Único. Os membros da Diretoria serão eleitos entre os delegados indicados pelas filiadas.

Art. 26º. A cada eleição deve-se renovar no mínimo dois diretores dentre os cinco.

Art. 27º. Compete a Diretoria decidir, encaminhar e zelar coletivamente por todos os rumos e entidades da Cooperativa Central.

§ 1º: A Diretoria estabelecerá sua sistemática e periodicidade de reuniões.

§ 2º: Nenhum cargo receberá salário ou terá vínculo empregatício com a Cooperativa Central.

§ 3º: Algum membro da diretoria poderá receber gratificação mensal de até 03 (três) salários mínimos, a qual caberá à Assembléia Geral fixar.

Art. 28º. Compete ao Presidente da Cooperativa Central:

- a) Representar social, política e judicialmente a Cooperativa Central.

- b) Assinar cheques e movimentar contas financeiras em conjunto com o Tesoureiro.
- c) Assinar convênios e contratos de prestação de serviço com órgãos e ou entidades públicas e privadas.

Art. 29°. Compete ao vice- Presidente, substituir ao Presidente em caso de impedimento deste.

Art. 30°. Compete ao Secretário Geral zelar pelos livros e registros dos atos administrativos da Cooperativa Central.

Art. 31°. Compete ao Tesoureiro zelar pela ordem financeira e contábil da Cooperativa Central, movimentar as contas bancárias em conjunto com o Presidente e representar a Cooperativa Central para assuntos trabalhistas.

Art. 32°. Compete ao vice - Tesoureiro substituí-lo em caso de impedimento.

Art. 33°. Compete ainda à Diretoria, coletivamente:

- a) Convocar as Assembléias Gerais.
- b) Realizar a prestação de contas de todas as atividades econômicas e financeiras da Cooperativa Central, emitindo relatório mensal de receitas e despesas e relatório anual completo de prestação de contas.
- c) Garantir seu funcionamento para consecução de seus objetivos.
- d) Contratar operações de todo tipo com agências bancárias.
- e) Contratar e demitir funcionários.
- f) Propor à Assembléia Geral um Regimento Interno, além de outras normas de funcionamento sobre operações econômicas e comerciais.
- g) Propor à Assembléia Geral sanções, punições ou penalidades a filiadas.
- h) Indicar à Assembléia Geral as propostas de admissão, demissão, desligamento e exclusão de filiados.
- i) Zelar pelo cumprimento dos Estatutos e do regimento Interno.
- j) Alienar ou onerar bens imóveis da sociedade.
- k) Contratar assessoria técnica para consecução dos seus objetivos.
- l) Assinar as atas das Assembléias Gerais.

Art. 34°. Qualquer presidente de uma entidade filiada terá direito a participar em reuniões da Diretoria, sem ter direito à voz e voto.

Art. 35°. Ao início de cada gestão, a Diretoria deverá elaborar um plano de ação para o período, envolvendo todas as atividades da Cooperativa Central, o qual deverá ser submetido à aprovação da próxima Assembléia Geral.

Art. 36°. A Diretoria preparará um Regimento Interno e o submeterá à Assembléia Geral para regular as normas internas de trabalho, produção, prestação de serviços e funcionamento da Cooperativa Central.

Art. 37°. Poderão ser criados órgãos consultivos com membros representativos das entidades filiadas, temporários ou não, com funções específicas, a critério da Assembléia Geral.

§ 1°. A Diretoria poderá criar organismos consultivos apenas de caráter técnico, que poderão ser remunerados por prestação de serviços

§ 2°. Qualquer organismo consultivo de caráter técnico criado deverá receber o aval da próxima Assembléia Geral e sua remuneração não poderá ser por tempo superior à gestão da Diretoria em vigor.

CAPÍTULO VII - DO CONSELHO FISCAL

Art. 38 A administração da sociedade será fiscalizada por um Conselho Fiscal composto de três membros efetivos e três suplentes, eleitos a cada 02 (dois) anos, em Assembléia Geral, podendo ser reeleito apenas 1/3 (um terço) dos seus componentes.

Art. 39 Compete ao Conselho Fiscal estabelecer uma sistemática de trabalho que permita a fiscalização permanente das contas e atividades da administração.

§ Único. O Conselho fiscal receberá da Diretoria, mensalmente, um relatório de receitas e despesas da cooperativa e, anualmente, 30 dias antes da Assembléia Geral Ordinária, o relatório anual completo de prestação de contas.

Art. 40 O Conselho Fiscal poderá contratar auditoria externa, caso assim achar necessário, para cumprimento de suas atividades.

Art. 41 O Conselho Fiscal apresentará relatório e parecer na Assembléia Geral Ordinária de cada ano, ou quando solicitado pelas filiadas.

Art. 42 Não poderá haver grau de parentesco de primeiro e segundo grau dos membros da Diretoria entre si e com membros do Conselho Fiscal em linha reta e colateral.

Art. 43 Os membros do Conselho Fiscal respondem coletivamente por suas funções e os membros serão automaticamente substituídos por suplentes, na impossibilidade do cumprimento das funções.

Art. 44 O Conselho Fiscal poderá pedir vistas às contas e procedimentos da administração sempre que desejar.

Art. 45 No caso de omissão do Conselho Fiscal, 35% das entidades filiadas poderão contratar auditoria externa às expensas da Cooperativa Central, mediante abaixo-assinado em documento para esse fim.

CAPITULO VIII - DAS ELEIÇÕES

Art. 46 Cada entidade filiada em dia com suas obrigações, poderá indicar até três delegados que estarão aptos a concorrer a qualquer cargo eletivo.

§ Único. Os delegados eletivos serão os mesmos delegados indicados para a Assembléia Geral que elegerá os cargos.

Art. 47 As eleições serão realizadas durante a Assembléia Geral Ordinária que coincide com o final da gestão de 02 (dois) anos.

Art. 48 Haverá votação secreta para cada um dos organismos e serão proclamadas eleitas as chapas que obtiverem metade mais um dos votos existentes na Cooperativa Central.

§ Único. Em caso de existência de várias chapas, e não se conseguir a votação necessária, se repetirá às inscrições de chapas e votações quantas vezes forem necessárias para garantir-se a votação mínima exigida.

Art. 49 Poderão ser apresentadas chapas separadas ou completas para os cargos de Diretoria e para o Conselho Fiscal.

Art. 50 Qualquer membro da Assembléia poderá impugnar nomes das chapas baseando-se nas disposições legais do Estatuto e, nesse caso, o nome deverá ser substituído sem prejuízo da chapa.

Art. 51 Quando houver algum cargo da Diretoria ou do Conselho Fiscal vacante, por demissão ou exclusão, efetuar-se-á a eleição do seu substituto na próxima Assembléia Geral, para cumprir o mandato.

CAPITULO IX - DOS FUNDOS E SOBRAS

Art. 52 Serão constituídos os seguintes fundos, recolhidos a partir das sobras líquidas anuais:

- a) 10% (dez por cento) para FUNDO DE RESERVA DE CAPITAL, destinado a reparar prejuízos ou atender necessidades do desenvolvimento.
- b) 5% (cinco por cento) para FUNDO DE ASSISTÊNCIA técnica, educacional e social, destinado à assistência junto às filiadas.
- c) 35% (trinta e cinco por cento) para FUNDO DE INVESTIMENTO, que será destinado a investimentos produtivos na Cooperativa Central, para alcançar seus objetivos.

Art. 53 O saldo das sobras restantes, descontados os percentuais anteriores, terão seu destino decididos pela Assembléia Geral Ordinária.

Art. 54 O rateio das sobras líquidas entre as filiadas, será feito pelo critério da proporcionalidade da participação de cada filiada nas operações e serviços da Cooperativa Central.

Art. 55 Em caso de existência de prejuízos, a Assembléia Geral deverá decidir sobre recorrer ao FUNDO DE RESERVA, ou a alienação de algum bem ou contribuição especial dos filiados.

Art. 56 A Assembléia poderá criar fundos e provisões temporários ou permanentes, com recursos destinados a fins específicos fixando o modo de formação, duração, aplicação e liquidação.

CAPITULO X - DOS LIVROS

Art. 57 A Cooperativa Central deverá ter os seguintes livros:

- a) Livro de registro das filiadas;
 - b) Atas das Assembléias Gerais;
 - c) Atas da Diretoria;
 - d) Atas do Conselho Fiscal;
 - e) De presença das filiadas nas Assembléias;
 - f) Todos os livros e registros contábeis e fiscais estabelecidos por lei;
- § Único. Será possível a utilização de fichas ou sistemas informatizados que cumpram os mesmos objetivos dos livros.

CAPITULO XI - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 58 O ano fiscal da Cooperativa Central será de janeiro a dezembro de cada ano, sendo que a sociedade tem duração indeterminada.

Art. 59 A sociedade poderá dissolver-se, fusionar-se ou desmembrar-se voluntariamente, por deliberação da Assembléia Geral Extraordinária, convocada para estes fins e com a deliberação de 2/3 do total de votos das filiadas em dia com suas obrigações.

Art. 60 Os fundos que determinam os Estatutos serão indivisíveis entre as filiadas em caso de liquidação da sociedade.

Art. 61 A Cooperativa Central poderá associar-se ou filiar-se a outras Cooperativas Centrais ou sociedades que busquem os mesmos objetivos a que ela se propõe.

Art. 62 Os casos omissos desse Estatuto serão resolvidos de acordo com a lei.

Art. 63 O presente Estatuto entra em vigor imediatamente após sua Aprovação na Assembléia Geral.

Anexo 3

PROPOSTA DE REGIMENTO INTERNO PARA GESTÃO DO “BOX ORGÂNICOS FPOLIS” ou “CENTRAL ORGÂNICOS FPOLIS”.

1. O “BOX ORGÂNICOS FPOLIS” funcionará como uma central de reunião de produtos orgânicos da agricultura familiar na Grande Fpolis e distribuição para esta e outras regiões.
 - No intuito de estimular a inclusão de novos agricultores familiares e suas organizações, o “BOX ORGÂNICOS FPOLIS” também atuará com produtos em transição para a condição de “orgânicos”, desde que as devidas documentações para a certificação orgânica tenham sido encaminhadas.
 - No espaço do “BOX ORGÂNICOS FPOLIS” funcionará também o Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar, o qual é um laboratório de estudos e extensão universitária, vinculado ao Centro de Ciências Agrárias da Universidade Federal de Santa Catarina
2. Objetivos do “BOX ORGÂNICOS FPOLIS”:

Geral: Constituir-se como uma plataforma de apoio e serviços para a comercialização orgânica e como espaço de estudos para alternativas comerciais para a agricultura familiar

Específicos:

- a) Ser uma organização de articulação de famílias agricultoras e suas organizações para a reunião distribuição, venda e troca de produtos orgânicos e em transição.
 - b) Ser uma central de reunião e armazenagem de produtos orgânicos e em transição.
 - c) Ser um ponto para troca e escambo de produtos entre as organizações participantes, tendo uma atuação que vá além de um mero ponto comercial.
 - d) Ser um ponto de reunião, distribuição e venda de produtos orgânicos e em transição.
 - e) Servir como espaço de aprendizado e construção coletiva de alternativas comerciais para a agricultura familiar.
3. Operações comerciais trabalhadas no “BOX ORGÂNICOS FPOLIS”
- a. Articular e realizar a venda e a troca entre as organizações que compõem este coletivo;
 - b. Realizar vendas do Box para entregas na Grande Florianópolis;
 - c. Reunir e organizar produtos e processos para atender mercados institucionais;
 - d. Realizar venda direta do Box, prioritariamente para a região e também para fora dela;
 - e. Realizar troca de cargas entre os veículos transportadores das organizações;
 - f. Auxiliar na venda para fora da região;
 - g. Realizar a compra de outros coletivos ou associações.
4. Serviços oferecidos pelo “BOX ORGÂNICOS FPOLIS”
- a) Armazenamento
 - O princípio para utilização do espaço do Box será para recepção e venda dos produtos, sendo que o armazenamento que ali ocorrer será apenas por período curto de tempo.
 - Serão separados espaços, caixas e demais equipamentos de forma diferenciada para produtos orgânicos e em transição, devidamente identificados.
 - Serão cobrados valores sobre os produtos armazenados no Box, conforme o tempo de permanência. Estes valores e tempo de permanência de diferentes produtos em diferentes áreas do Box serão definidos a posteriori, na medida que se inicie com a utilização do espaço.
 - O armazenamento de produtos no Box será permitido apenas a organizações de agricultores familiares
 - As organizações que utilizarem o espaço em tempo superior ao acordado quando do depósito do mesmo, receberão multa
 - Quando da aquisição de câmara/s fria/s, haverá a diferenciação de valores de armazenamento (quanto ao depósito nas câmaras frias e fora delas) a serem pagos.
 - A disponibilidade de espaço de armazenamento no box será informada on line.
 - Todo uso do espaço do Box será feito mediante agendamento prévio (nos primeiros meses se trabalhará com três dias como referência).

- Para cada venda no Box as organizações deverão fornecer informações, como por exemplo, tipo de caixa em que estão vindo os produtos.
 - A responsabilidade pelas embalagens para comercialização é da organização vendedora.
 - As embalagens (caixas e sacos) movimentadas devem conter identificação da empresa impressa, estar em bom estado de conservação, limpas, higienizadas, produzidas com material adequado e dentro da legislação sanitária. É proibida a utilização de caixas plásticas ou madeiras com identificação adulterada (raspadas, recortadas ou remarcadas).
 - Os produtos comercializados deverão conter rótulo ou selo para identificação se se são orgânicos ou em transição. Além disto, deve-se avançar para que os rótulos tenham: nome e a inscrição do produtor, endereço, cidade e estado, identificação do produto, peso líquido e a data da embalagem.
 - É responsabilidade da “gestão operacional” devolver o mesmo número de caixas recebeu para cada organização.
 - A “gestão operacional” e o site do Box deverão manter informadas e atualizadas as organizações quanto aos padrões legais de embalagens, e de mercado, etc., para vendas.
- b) Serviços de apoio (secretaria, organização de pedidos e entregas, carga/descarga, disponibilidade de caixas, embalagens de produtos);
- A responsabilidade pela descarga de produtos no Box será da organização que os enviou.
 - No agendamento da chegada de carga no Box deverá ser informada à “gestão operacional” a necessidade de hamar ajudantes para descarga.
 - A gestão operacional deve evitar a chegada de sobrecarga de produtos semelhantes ao Box Orgânicos. Exceto quando houver grande demanda desses produtos.
 - Produtos de grande oferta das associações e cooperativas deve-se distribuir as entregas entre todas organizações.
 - O preço final dos produtos a serem comercializados no box incluirá: taxas (do box e cooperativa regional), custos de logística da cooperativa regional, entrega para os compradores do box e impostos
- c) Produção de demonstrativos mensais: contábil/administrativo.
- Os responsáveis pela “gestão operacional”¹ do funcionamento do Box deverão registrar todas as transações realizadas
 - Todo mês deverá ser emitido um relatório consolidando o movimento financeiro e de produtos do Box
 - Todos demonstrativos de movimentação de produtos e financeiros deverão ser disponibilizados *on line*.
- d) Articular e realizar vendas
- Os responsáveis pela “gestão operacional” do Box, quando necessário, organizarão a segmentação dos produtos em menores volumes, para vendas e entregas a serem realizadas na Grande Fpolis.
 - Os responsáveis pela “gestão operacional” do Box realizarão vendas no local, na Grande Fpolis e para outras praças, sempre priorizando as vendas locais e regionais.

- Os responsáveis pela “gestão operacional” do Box construirão, em parceria com o Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar da UFSC, um catálogo de clientes de restaurantes, lojas de varejo e mercados institucionais, para compra de produtos do box e das organizações a ele vinculadas.
- Todas as vendas serão realizadas mediante a emissão de notas fiscais da cooperativa constituída para este fim.

e) Sítio na internet

- O “BOX ORGÂNICOS FPOLIS” terá um sítio na internet, com informações *on line* sobre: espaços do box ocupados ou liberados para uso; condições para uso de cada espaço; datas de liberação de espaços; produtos mais demandados pelos varejistas e consumidores da Grande Florianópolis; épocas do ano em que há escassez de quais produtos; informações que permitam a rastreabilidade dos produtos; dentre outras.
- O *site* deverá gerar a condição de realizar pedidos *on line* para o Box

Conforme estatuto, a gestão do “BOX ORGÂNICOS FPOLIS” será realizada em 03 instâncias: a) assembleia dos associados; b) reuniões dos Conselhos de Administração e Fiscal; c) gestão operacional, a qual será a gestão do dia-a-dia de funcionamento do Box, realizada tanto por pessoa/s contratada/s, quando por eventual liberação de membros do Conselho de Administração para este fim.

5. Custos para funcionamento do “BOX ORGÂNICOS FPOLIS

- a) Para o primeiro ano de funcionamento será realizada uma estimativa de custos fixos do Box, a partir da qual serão divididos para pagamento igualitário entre todos os grupos usuários, 50% deste total.
- b) No 1º ano, o restante 50% dos custos será pago através de um "fundo do Box”, que todo mês será alimentado com a ajuda financeira do projeto aprovado junto ao MDA e com taxas cobradas de cada grupo, de acordo com os serviços que utilizar do Box.
- c) Quando o “fundo do Box” for capaz de pagar o restante dos custos fixos, o excedente será carregado para o período seguinte. Quando não for, o montante que estiver faltando será dividido igualmente entre os usuários.
- d) Caso se consiga constituir um fundo que se sustente positivamente ao longo do tempo, o mesmo poderá ser utilizado para necessidades excepcionais, definido em assembleia .
- e) As taxas por serviços do Box deverão considerar os volumes de produtos, os valores de vendas, os espaços ocupados e o tempo de ocupação, além de outros itens que alguma organização se beneficie do espaço e do trabalho do Box.