

PRINCIPAIS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO PARA A AGRICULTURA FAMILIAR: CONTEXTOS E PROCEDIMENTOS DE ACESSO



Foto: Projeto Dom Tavora _Artesãs Formiguinhas em Ação – Fotógrafa: Manuela Cavadas

CONSULTORES: Fabiana Dumont e Moisés Lima

Este terceiro documento é parte integrante de uma série de 3, que contemplam, no seu todo, diversos conteúdos relacionados ao tema de comercialização de produtos da agricultura familiar no Brasil

Neste estudo, a consultoria aborda os principais canais de comercialização para o segmento da agricultura familiar, apresentando as especificidades de cada um, bem como as estratégias que possam contribuir com informações que tornem os produtores mais preparados para superar os desafios de acesso a mercados.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	6
2 FEIRAS.....	7
2.1 FEIRAS LIVRES LOCAIS.....	7
2.1.1 Principais Características	8
2.1.2 Importância.....	10
2.1.3 Funcionamento	11
2.2 FEIRAS AGROECOLÓGICAS.....	15
2.2.1 Feira da Redenção de Porto Alegre – Caso de Sucesso	16
2.3 FEIRAS REGIONAIS E NACIONAIS.....	17
2.3.1 Casos de Sucesso	18
2.4 FEIRAS INTERNACIONAIS	25
2.5 FEIRAS DE ARTESANATO	28
2.5.1 A relevância das Feiras de Artesanato.....	29
2.5.2 Fatores Determinantes para Alcançar Melhores Resultados.....	36
2.6 CONCLUSÃO	38
3 MERCADOS INSTITUCIONAIS	39
3.1 Programa de Aquisição de Alimentos - PAA	40
3.1.2 Informes Gerais	43
3.1.3 As Modalidades do PAA	46
3.1.4 O Passo a Passo Para se Cadastrar e Vender Pelo Programa.....	68
3.1.5 Dinâmica dos Limites Entre as Modalidades Para o Produtor	69
3.1.6 Sintetizando	70
3.2 PROGRAMA NACIONAL DE ALIMENTAÇÃO ESCOLAR - PNAE.....	72
3.2.1 Breve Histórico	72

3.2.2 Informes Gerais	75
3.2.2.1 Objetivo do programa.....	76
3.2.2.2 Diretrizes do programa	76
3.2.2.3 Participantes do programa.....	77
3.2.2.4 – Quem compra pelo PNAE.....	79
3.2.2.5 Venda para o programa	79
3.2.2.6 O limite de venda para o Programa.....	80
3.2.3 Funcionamento do Programa	80
3.2.3.1 Passo a Passo - Principais procedimentos para participação no programa.	82
3.3 CONCLUSÃO	93
4 COMÉRCIO JUSTO E SOLIDÁRIO.....	95
4.1 PRINCÍPIOS DO COMÉRCIO JUSTO E SOLIDÁRIO.....	96
4.1.1 Gerar Oportunidades Para Produtores Economicamente Desfavorecidos	97
4.1.2 Transparência nas Relações	98
4.1.3 Pré-Financiamento	98
4.1.4 Preço Justo	98
4.1.5 Não Utilização de Mão de Obra Escrava ou Infantil	99
4.1.6 Igualdade de Gênero	99
4.1.7 Condições de Trabalho	99
4.1.8 Fornecer Capacitação	100
4.1.9 Promoção do Comércio Justo	100
4.1.10 Respeito ao Meio Ambiente.....	100
4.2 ATORES DO COMÉRCIO JUSTO.....	100
4.2.1 Os Produtores.....	101
4.2.2 Trades ou Exportadores.....	101
4.2.3 Os Importadores.....	102

4.2.4 AS <i>WORLD SHOPS</i> –LOJAS DO MUNDO	103
4.3.5 Lojas Convencionais.....	104
4.2.6 Os Licenciados	105
4.2.7 Iniciativas Nacionais de Certificação.....	105
4.2.4. Principais Mercados.....	113
4.2.8 WFTO- World Fair Trade Organization	116
4.2.9 Artesanato e Produtos Não Alimentícios.....	122
4.3 CONCLUSÕES	123
5 MERCADOS CONVENCIONAIS.....	124
5. 1 A AÇÃO DOS ATRAVESSADORES	127
5.2 AS PRINCIPAIS EXIGÊNCIAS PARA O FORNECEDOR.....	131
5.3 OS PRINCIPAIS ASPECTOS MOTIVADORES PARA O FORNECEDOR.....	137
5.4 OS PRINCIPAIS ASPECTOS DESMOTIVADORES PARA O FORNECEDOR.....	141
5.5 SUPERMERCADOS	146
5.5.1 Considerações Sobre a Viabilidade de Ser Fornecedor Deste Importante Canal	147
5.5.2 Construção da Parceria.....	149
5.5.3 Níveis das Exigências	150
5.5.4 Influência do Consumidor	152
5.5.5 Novas Tendências.....	154
5.6 ESTRATÉGIAS DE ACESSO.....	157
5.6.1 Empresas Sociais Comercializadoras	157
5.6.2 Assessores de Comercialização	164
5.6.3 Campanhas de Sensibilização de Consumidores.....	165
5.7 COMENTÁRIOS FINAIS.....	166
6 ALTERNATIVAS CRIATIVAS/CASES.....	167
6.1 REDE ECOLÓGICA – COMPRAS COLETIVAS DE PRODUTOS ORGÂNICOS.....	168

6.2 REDE ASTA	170
6.3 LOJAS COLABORATIVAS	171
6.3.1 Vantagens	172
6.3.2 Exemplos	173
6.4 APLICATIVO RESPONSA	174
6.5 SELO DA AGRICULTURA FAMILIAR	175
6. 5.1 As Vantagens	176
6.5.2 Procedimentos Para Solicitação do Selo.....	178
6.5.3 Aprovação do Pedido.....	178
6.6 SELOS QUILOMBOS DO BRASIL	179
6.6.1 Vantagens	180
6.6.2 Quem Pode Utilizar.....	181
6.6.3 Como obter a Permissão de Uso	181
7 CONCLUSÃO.....	182
8 REFERÊNCIAS	184

1 INTRODUÇÃO

Diversas pesquisas apontam que atualmente o conceito de mercado não deve ficar restrito aos aspectos de interação entre demanda e oferta. Neste sentido, os mercados compreendem aspectos de interações sociais, culturais e cognitivas, extrapolando a ideia de limitar o conceito a um processo de compra e venda. Embora o conceito de mercado seja normalmente entendido como um espaço onde ocorrem trocas, conversações, negociação que resultem efetivamente numa transação comercial entre as partes envolvidas, como é o caso das feiras, das casas de comércio em geral, supermercados, etc, é fato que os mercados possuem importância crucial na vida das pessoas, influenciando aspectos da organização social, política e cultural das sociedades. Em se tratando da agricultura familiar, até pouco tempo o estudo do papel dos mercados ficava limitado ao entendimento de como se davam os mecanismos de comercialização da produção e acesso aos insumos para se produzir, desconsiderando que os processos de mercantilização precisam ser vistos também da perspectiva da interação social e cultural.

Neste terceiro produto, a consultoria foca em apresentar os canais que possibilitam os produtores da agricultura familiar acessar a diferentes mercados, analisando as diversidades e exigências de cada um, bem como apontando alternativas e estratégias que possam contribuir para dar aos produtores informações que os tornem mais preparados para superar as barreiras que restringem as operações comerciais, considerando suas particularidades, contextos organizacionais e estruturais, visto que é impraticável conceber a existência de uma agricultura, mesmo em pequena escala, desconecta e desconsiderando a importância dos mercados. Por essa razão, muitos estudiosos enfatizam a necessidade dos pequenos agricultores terem mais autonomia sobre suas decisões e conseqüentemente menos dependência dos mecanismos tradicionais, para que possam ser capazes viabilizar procedimentos que lhes outorguem sustentabilidade social, ambiental e econômica. Neste estudo, são apresentadas as opções de acesso oferecidas pelos mercados convencionais, bem como dos mercados alternativos, como por exemplo, os mercados institucionais (PAA e

PNAE), os mercados para produtos agroecológicos, da economia solidária, e os diversos formatos de feiras.

A principal intenção deste estudo é dar uma contribuição no sentido de apresentar as alternativas que possibilite o encontro do produtor com o consumidor, numa relação de ganho para ambos, considerando a importância da interação dos fatores sócio-econômico-ambiental com os mercados.

2 FEIRAS

Esta parte dos estudos foca a temática das feiras como opção de acesso a mercado para os agricultores da agricultura familiar. As feiras são de formatos, estruturas e funcionamento variados, indo de modelos simples como as feiras livres locais, a modelos sofisticados como as feiras internacionais. O objetivo deste estudo é prover, de forma prática, as principais informações para o leitor que contribuam para potencializar os resultados que ele pode obter por meio das feiras, uma vez que elas são consideradas um dos canais de mais fácil acesso e maior volume em vendas, em termos do investimento a ser feito, não apenas para os produtos agrícolas, mas também para os produtos artesanais.

O documento buscou também exemplificar iniciativas exitosas que já são realidade no país, demonstrando, com base em relatos de próprios produtores, de que é viável escoar a produção da agricultora familiar por meio das feiras, obtendo uma renda que os possibilite suprir as necessidades familiares, além de contribuir para o desenvolvimento de capacidades e melhorias dos processos de gestão, preparando os produtores familiares para dar novos passos em direção a canais de comercialização que demanda maior preparo e organização.

2.1 FEIRAS LIVRES LOCAIS

As feiras livres locais são normalmente as mais próximas e familiares dos produtores. Por serem feiras que acontecem em espaços públicos, permanentes ou

variados, geralmente contam com apoio das prefeituras e órgãos vinculados a agricultura familiar para existirem e funcionarem.

As feiras locais se apresentam como um dos canais fundamentais para a inserção dos produtos da agricultura familiar no mercado. Sua origem tem registro no período Colonial, gerando uma rápida multiplicação devida sua característica em disponibilizar o acesso a variados alimentos para uma grande parte da população (SACCO DOS ANJOS et. al., 2005).

Para a agricultura familiar, as feiras livres locais se apresentam como soluções de inserção de produtos e geração de renda, como uma das alternativas de mais fácil acesso aos mercados, permitindo ao agricultor familiar um canal de escoamento de seus produtos que não demanda muitas exigências, sendo uma opção à dependência do atravessador, que, apesar de buscar a mercadoria *in loco* e pagar o total da compra à vista, impõe preços injustos e que muitas vezes causam prejuízos ao produtor. Em algumas pequenas cidades do Brasil, as feiras se apresentam como a única opção de comércio da população.

IMAGEM 01 – FEIRA LIVRE – AMARAJI - PE



Foto: Consultoria Contratada

2.1.1 Principais Características

As características das feiras dependem de uma série de fatores, porque sofrem significativa influência das próprias condições situacionais onde são realizadas, das condições de infraestrutura, das diversidades de oferta dos produtos, de aspectos culturais, dentre outros. No entanto, algumas características são comuns a esse tipo de canal de comercialização, muito utilizado pelos produtores da Agricultura Familiar, em

razão de ter nível de exigência frequentemente compatível com a capacidade de resposta dos produtores, favorecendo-lhes a participação de forma regular neste canal de vendas, destacando-se as principais:

- Exigência de baixa qualificação da mão-de-obra.
- Demanda de baixo nível tecnológico.
- Volume comercializado pequeno, podendo propiciar o escoamento da produção agrícola local, proporcionado aos produtores com baixa capacidade produtiva (inclusive os dos quintais produtivos) não se encontrarem em desvantagem frente aos grandes produtores, como ocorre em outros canais.
- Composta de um número significativo de feirantes, levando a uma formação de preços com base na oferta e procura de produtos, sem a interferência de um único comprador ou vendedor.
- A entrada e/ou saída de feirantes não altera os preços praticados.
- Preço recebido pelo produtor é igual ao pago pelo consumidor, isentos de pagamento de impostos e taxas, proporcionado como resultado a queda nos preços dos produtos, que se tornam inferiores aos praticados no comércio formal vizinho, gerando um ganho real para a comunidade por meio do acesso a produtos de qualidade a preços mais baixos.
- Vendas geralmente feitas em dinheiro (principalmente para produtos agrícolas, feiras de artesanato demandam a disponibilidade de outras formas de pagamento).
- Periodicidade semanal, permitindo ao consumidor acesso regular aos produtos.
- Fidelização do cliente ocorre tanto pela qualidade do produto, quanto pela qualidade do atendimento.
- Possibilidade de contato direto entre o agricultor familiar e consumidor final, permitindo a troca direta de informações que irá beneficiar a relação comercial entre ambos, não somente na hora da negociação, mas em termos de ajuste de oferta futura de produtos.
- Organizada como serviço de utilidade pública pela municipalidade com um

grande potencial como espaço de comercialização e relações sociais, podendo colaborar com programas e estratégias de desenvolvimento local.

- Dimensões variadas de tamanho, tendo cada lugar sua identidade particular, de acordo com a tradição local.
- Não há demanda por embalagens elaboradas, específicas.
- Flexibilidade que permite ao produtor ajustes nos preços durante o dia, geralmente apresentando oscilação de preço entre o início e fim da feira, de forma a facilitar o não retorno com mercadoria não vendida até determinado horário.
- Proximidade. Normalmente ocorrem em locais próximos às áreas de produção, facilitando o deslocamento do produtor e exigindo menor nível de logística.

2.1.2 Importância

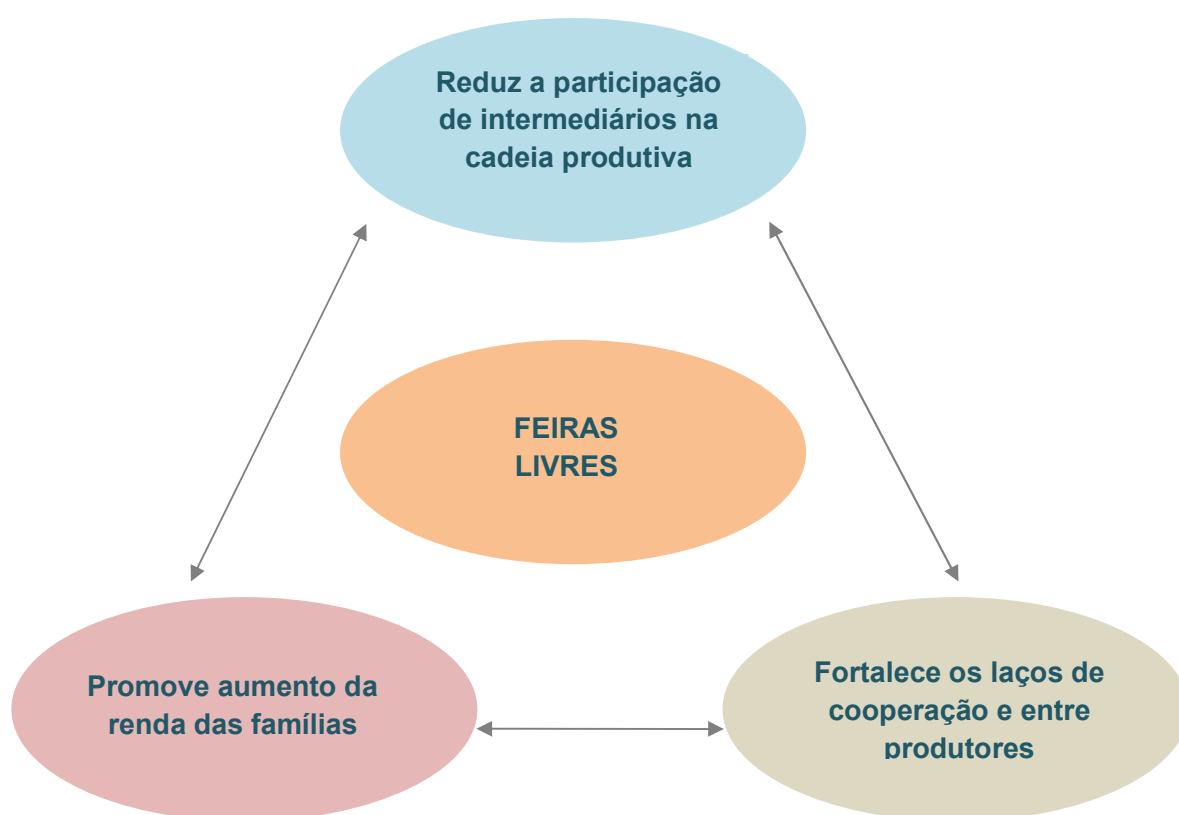
Para a sociedade, no contexto atual em que vivemos, no qual os debates em torno da segurança alimentar e nutricional com frequentes questionamentos que envolvem o consumo de produtos industrializados, frente a uma sensibilização sobre a importância de valorização de alimentos social, ambiental e culturalmente referenciados, as feiras livres se mostram um importante canal de acesso a estes produtos, com preços viáveis à grande parcela de consumidores locais. Os alimentos frescos, *in natura*, oferecidos nas feiras, tem reconquistado cada vez mais espaço na opção de compra dos consumidores que tem buscado um via mais saudável de vida, também por meio da alimentação.

O fortalecimento da agricultura familiar (Ribeiro et al. apud Queiroz; Pierri, 2009), está intrinsecamente ligado às feiras livres, pois elas possibilitam ao pequeno produtor agregar valor aos produtos, colocá-los de forma regular no mercado alcançando não apenas geração de renda, mas um pagamento mais justo pela sua produção, uma vez que há o encurtamento da cadeia comercial, importantes para dinamizar a economia local.

As feiras podem ser compreendidas também, como um canal no qual se expressa a resistência camponesa, um local no qual se reproduz uma identidade e

cultura de um território, da articulação política e o modo de produção sustentável, portanto, espaços privilegiados de grande potencial para ações coletivas (QUEIROZ;PIERRI, 2009).

Assim a importância das feiras livres pode ser sintetizada nas suas capacidades de promoverem a interação entre relevantes aspectos, que ao atuarem em conjunto resultam em benefícios diretos para os produtores, conforme demonstra o diagrama abaixo:



2.1.3 Funcionamento

Embora as feiras livres sejam de fato e de longe, dentre os diversos canais de acesso a mercados disponíveis para o pequeno produtor e suas famílias, o menos exigente e burocrático, portanto de fácil acesso, seu funcionamento é regido por procedimentos que, quanto mais aperfeiçoados sem serem restritivos, possibilitam o alcance de melhores resultados em termos de comercialização. Toda feira livre, por

menor que seja, é realizada com o mínimo de planejamento e organização, que é regra básica para qualquer negócio funcionar.

INFOGRÁFICO 01 – FUNCIONAMENTO DAS FEIRAS



Fonte: Consultoria Contratada – Criação: Paloma Rolim

São muitos e variados os procedimentos adotados para que uma feira seja funcional e atrativa para o consumidor, dentre os quais destacamos:

- a) Contatar a equipe administrativa que organiza e fiscaliza a feira, de forma a obter informações sobre regulamentos, assinatura de contratos e pagamento de taxas, quando houver. Geralmente as feiras livres são administradas pelas prefeituras e o contrato é, na maioria das vezes, simplificado, referindo-se ao aluguel do espaço de cada feirante, e as barracas que são disponibilizadas pelo governo local;

- b) Definir quais produtos irá vender. As feiras apresentam uma grande variedade de produtos. É interessante verificar quem são os outros expositores que fornecem o mesmo produto que se planeja vender e quais são os preços praticados. Além disso, pesquisar produtos potenciais para o consumo local que ainda não são ofertados e, sendo possível, ajustar a produção para oferecê-los;
- c) Calcular os custos envolvidos na operação, que considere todas as etapas envolvidas no processo: custo da produção, custo do aluguel da barraca, embalagens, transporte, custo de alimentação durante a feira, dentre outros, de forma a chegar ao preço mínimo de venda de cada produto ofertado, que garanta segurança de lucratividade na comercialização;
- d) A qualidade dos produtos é outro aspecto determinante numa feira livre, uma vez que é um dos fatores que mais influenciam os consumidores na hora da compra e haverá outros concorrentes no mesmo local (na barraca ao lado), oferecendo o mesmo produto. Sendo assim, a escolha dos melhores produtos, o cuidado no transporte e na exposição são importantes para oferecer produtos de qualidade, conquistar e manter os clientes;
- e) Preço praticado. A flutuação de preços é muito sensível numa feira livre. Novamente, por ter concorrentes muito próximos, a atenção aos preços de venda deve ser considerada do início ao final da feira, com o cuidado de não oferecer os produtos abaixo do valor mínimo previamente calculado, que garanta lucro na comercialização, mas também permitam margem de negociação, principalmente no final da feira, quando os produtos geralmente caem de preço, pelo fato, por exemplo, dos feirantes que comercializam produtos *in natura*, não desejarem retornar com as mercadorias pra casa, que, devido serem altamente perecíveis, podem representar perda financeira;
- f) Há casos em que a feira ocorre em espaços com barracas desmontáveis, no qual cada expositor é responsável por levá-las e montá-las em cada dia da feira. Uma das vantagens deste formato é que o aluguel do espaço tende a ser mais baixo do que uma barraca fixa. Um ponto negativo é o fato de ser

mais trabalhoso, uma vez que o expositor tem a responsabilidade de transportar, montar e desmontar a barraca a cada dia de feira, além de transportar os produtos;

- g) O local no qual a barraca será montada deve ganhar uma atenção especial, verificando a facilidade de acesso dos clientes, visibilidade, proteção em caso de chuva inesperada, dentre outros;
- h) Os clientes buscam qualidade não somente do produto, mas também no atendimento. A feira é um dos canais que permite maior interação do agricultor familiar com o consumidor direto, possibilitando a este produtor agregar um importante valor ao seu produto, que é um atendimento diferenciado que contribui para a fidelização de clientes. Sendo assim, um atendimento cordial e personalizado ajuda a se sobressair frente aos concorrentes;
- i) A apresentação dos produtos, inclusive a questão da higiene e limpeza da barraca, tanto no local de exposição dos produtos, quanto embaixo e ao lado da barraca, deve ter atenção especial do expositor, principalmente dos produtos alimentícios, pelo fato de estar lidando com alimentos, geralmente *in natura*, que envolvem questões de saúde, tanto de quem consome, mas também para quem comercializa. No caso de produtos artesanais, importante o artesão ter em mente que quem vende artesanato, vende mais que uma peça. Vende arte, cultura, decoração. Sendo assim um diferencial é atrair o cliente com uma bela exposição do produto, que irá chamar sua atenção e despertar o desejo de compra. Encher o stand com muitas peças, umas sobrepostas à outras, com risco de danificá-las, causando uma poluição visual, não ajuda a vender mais, pelo contrário, poderá manter o cliente longe do stand, por imaginar que, não haverá nenhuma peça que o agrade no meio de uma “bagunça”;
- j) Aceitar formas diversas de recebimento de pagamento, principalmente para os expositores de produtos artesanais. As peças artesanais não apresentam, geralmente, um valor muito baixo, que permita ao consumidor ir para uma feira levando apenas dinheiro como forma de pagamento de suas

compras. Há uma expectativa de poder pagá-las com cartão de crédito e débito. Existem alternativas que permitem aos produtores, nos dias de hoje, adquirir sistemas de vendas a crédito, que podem ser utilizados por meio dos smartphones, como é o caso do pagseguro. Ademais, em muitas feiras de porte nacional, por exemplo, os organizadores fecham parcerias com empresas de cartão de crédito que, por um valor muito pequeno, fornecem máquinas de cartão para que os expositores as utilizem durante o evento. Além de ampliar a possibilidade de vendas, por meio da facilidade de meios de pagamento oferecida ao cliente, é uma segurança para o produtor que não transitará com muitos recursos na saída da feira, e não correrá o risco do recebimento de cheque que possam ser devolvidos.

2.2 FEIRAS AGROECOLÓGICAS

A população brasileira tem acrescentado mais alimentos saudáveis à sua dieta em busca de prevenção de doenças e uma melhor qualidade de vida, aumentando a procura por alimentos sem agrotóxicos. Esta demanda tem criado oportunidades para expansão de feiras de agricultores familiares, que produzem alimentos orgânicos.

As feiras específicas para produtos agroecológicos são importantes para criar um espaço de comercialização confiável para o consumidor, uma vez que, quando os produtos são comercializados em meio às feiras livres convencionais, pode haver o aproveitamento de outros feirantes, gerando insegurança por parte do consumidor, como relata a agricultora familiar Élide Rosa Vieira, do povoado de Rio das Pedras em Areia Branca, Sergipe:

“Antes a gente não tinha onde comercializar. Trazia o cestão e vendia no mercado de folhas verdes aqui de Aracaju. Hoje não, eu só planto o que vou vender aqui. Tudo o que eu vendo é orgânico. Muitos consumidores ainda não acreditam e produtores também não, acham que não dá para a gente sobreviver só com isso. Para mim está dando. Hoje não vale a pena ir para feira livre, ninguém acredita. A gente tem que ter um espaço próprio, se colocar no meio deles não adianta, não acreditam. Tem muita gente dizendo que é natural, mas não é. Falo por experiência própria porque na minha região o que mais tem é hortaliça e eles dizem que é natural, mas não é. O consumidor pode exigir o

certificado da OCS1 (Organização de Controle Social) e se não tiver na banca não adianta comprar”.

O mercado de produtos orgânicos pode ser extremamente competitivo economicamente para os agricultores familiares, principalmente em função da demanda crescente por este tipo de produto, e as feiras agroecológicas se tornaram um importante canal a ser fomentado, pois possibilitam o contato direto entre comprador e consumidor permitindo o fortalecimento deste vínculo e segurança quanto à procedência do produto.

2.2.1 Feira da Redenção de Porto Alegre – Caso de Sucesso

Um caso de sucesso é a tradicional Feira da Redenção, realizada semanalmente aos sábados, na cidade de Porto Alegre. A feira é organizada por uma cooperativa de produtores, reunindo 150 expositores da Agricultura Familiar que

1 Segundo a alínea VIII do Art. 2 do Decreto Nº 6.323/07, a Organização de Controle Social é definida como "grupo, associação, cooperativa ou consórcio a que está vinculado o agricultor familiar em venda direta, previamente cadastrado no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, com processo organizado de geração de credibilidade a partir da interação de pessoas ou organizações, sustentado na participação, comprometimento, transparência e confiança, reconhecido pela sociedade." "Nessa forma de regularização, quem dá a garantia da qualidade orgânica é o produtor, acompanhado de perto pela sociedade. Ainda que o número de produtores ligados a uma OCS seja reduzido, se o controle da sociedade é exercido e registrado, ela cumpre sua finalidade. A garantia se baseia na relação de confiança entre quem vende e quem compra. Os produtores devem permitir que seus consumidores visitem sua propriedade, para que possam verificar o quê é produzido e de que forma. Também permitem a entrada dos órgãos de fiscalização, sempre que preciso". Para poder comercializar seus produtos diretamente ao consumidor, as OCS devem se cadastrar junto à Superintendência Federal de Agricultura da unidade federada (Art. 25 e 28 do Decreto Nº 6.323/07), atendidas às exigências da IN 19/09 contidas em seus Art. 96 e 97 e nas Seções I e II de seu Capítulo III. AS OCS só podem ser formadas por agricultores familiares legalmente reconhecidos; devem estar ativas, possuir formas de controle e registro de informações que sejam capazes de assegurar a qualidade orgânica dos produtos e identificar claramente que produtor é responsável por cada produto. Os produtores assinam um Termo de Compromisso juntos, comprometendo-se a atender ao Decreto Nº 6.323/07 nos princípios e diretrizes da produção orgânica. Como grupo, todos se responsabilizam por todos. MAPA, 2016.

comercializam uma variedade de hortigranjeiros e produtos como, cereais, frutas, legumes, verduras, mel e derivados, sucos, laticínios, massas, pães, dentre outros, tendo como diferencial: a produção comercializada é 100% orgânica.

A importância econômica da feira é destacada pelo agricultor familiar José Odair, ao mencionar que toda renda que sustenta sua família vem das vendas realizadas na feira, o que lhe permitiu criar as filhas, que são seu braço direito na produção e comercialização dos produtos. Parte da produção da família do Sr. Odair é beneficiada para a produção de açúcar mascavo, geleias e chips, também comercializados na feira, o traz agregação de valor aos produtos (MDA, 2016).

IMAGEM 02 – AGRICULTORA FAMILIAR
EXPOSITORA FEIRA DA REDENÇÃO



Foto: MDA, 2016

Os benefícios da feira não são percebidos somente pelos agricultores. A população local, de jovens a idosos, marca presença frequente na feira para consumir produtos saudáveis no seu dia a dia, como explica a consumidora Marília Parichello:

Sempre que dá, aproveito os sábados para cuidar da saúde, dar uma caminhada no parque e já fazer algumas compras. Tenho certeza de que pessoas bem alimentadas duram mais. E aqui compensa bastante, porque o preço é bem próximo dos produtos tradicionais, cheios de agrotóxicos, que compramos no supermercado (MDA, 2016).

2.3 FEIRAS REGIONAIS E NACIONAIS

As feiras regionais normalmente se situam num patamar mais elevado do que as feiras livres. São habitualmente realizadas em espaços mais estruturados, com melhores condições, tanto para o vendedor como para o comprador, e geralmente são realizadas com suporte dos estados e órgãos de apoio aos produtores a nível nacional.

Os produtos agrícolas, oriundos da agricultura familiar, têm ganhado cada vez mais destaque em importantes espaços de vendas por todo país, sejam em feiras específicas e exclusivas para este público, ou em pavilhões criados e destinados aos agricultores familiares, nas quais o foco principal não seja necessariamente produtos deste segmento.

Com o passar do tempo, tem se percebido um maior movimento para o fomento de feiras estaduais com o objetivo de promoção de produtos da Agricultura Familiar. Organizações de apoio aos agricultores familiares e governantes tem percebido o potencial deste canal, os resultados que ele gera para os produtores, e, desta forma, tem-se investido para a estruturação de feiras estaduais, como oportunidade de expansão da comercialização de produtos da agricultura familiar.

2.3.1 Casos de Sucesso

Em alguns estados da região Nordeste, tais como Sergipe, Maranhão, Pernambuco e Ceará já se podem constatar exemplos exitosos de iniciativas implementadas, que tem contribuído para possibilitar ao pequeno produtor escoar suas produções por esta via de comercialização, em que se pode verificar a expressividade e o potencial que ela tem em termos de geração de renda e aproximação do agricultor familiar com o mercado.

2.3.1.1 Feira de agricultura familiar e agrotecnologia do Maranhão (AGRITEC)

O Governo do Maranhão, segundo dados oficiais, realiza em oito municípios de diversas regiões do Estado, a Feira de Agricultura Familiar e Agrotecnologia do Maranhão (AGRITEC), por meio da Secretaria de Agricultura Familiar (SAF), da Agência de Pesquisa Agropecuária e de Extensão Rural do Maranhão (AGERP) e do Instituto de Colonização e Terra do Maranhão (ITERMA), em parceria com a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e Prefeituras Municipais.

Nas edições da feira há participação dos movimentos sociais e entidades que representam os trabalhadores rurais, como a Associação das Comunidades Negras Rurais Quilombolas do Maranhão (ACONERUG), o Movimento Interestadual das Quebradeiras de coco Babaçu (MIQCB), A federação dos Trabalhadores e Trabalhadoras da Agricultura Familiar do Maranhão (FETRAF-MA), A federação dos trabalhadores na Agricultura do Maranhão (FETAEMA) e o Movimento dos trabalhadores Rurais sem Terra (MST).

IMAGEM 03 – AGRICULTOR FAMILIAR – EXPOSITOR FEIRA AGRITEC



Foto: (Teixeira/Secap)

“O Maranhão é um estado extremamente rural e é a partir do campo que temos trabalhado para desenvolvermos o nosso estado. Essas feiras se tornam a oportunidade para o agricultor familiar conhecer e ter acesso a tecnologias simples que impulsionarão o desenvolvimento de sua produção e da agricultura local”. Adelmo Soares – Secretário de Estado de Agricultura Familiar.

Nestes espaços, além da comercialização de produtos, os agricultores familiares participam de treinamentos, oficinas, palestras e cursos relacionados à produção agrícola, com o objetivo de terem acesso a conhecimentos que irão servir de auxílio na melhoria do processo produtivo, comercialização, dentre outros.

2.3.1.2 Feiras da agricultura familiar em Sergipe

De acordo com dados do Governo do Estado de Sergipe, em Aracaju existem 3 feiras da agricultura familiar, como forma de escoamento da produção deste segmento na capital, que acontecem na sede da Secretaria de Inclusão Social (SEIDH), na sede da Secretaria de Estado da Educação e na Secretaria do Meio Ambiente, nas quais 28 agricultores de dez municípios são beneficiados. Além da capital, o projeto das feiras de agricultura familiar está presente em mais de 13 municípios sergipanos, com aproximadamente 350 agricultores cadastrados (AGÊNCIA DE NOTICAS DE SERGIPE, 2015).

IMAGEM 04 – FEIRA DA AGRICULTURA FAMILIAR SEIDH



“Estamos abertos para expandir para parcerias, esperando os convites de outras secretarias. Há um projeto de expansão para tornar a feira semanal”. Lucileide Rodrigues – Diretora do depto de Segurança Alimentar e Nutricional da SEIDH (AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DE SERGIPE.

Fonte: Internet (AGÊNCIA DE NOTICAS DE SERGIPE, 2015).

2.3.1.3 Feira da agricultura familiar – Pernambuco

Em Pernambuco a agricultura familiar ganha destaque com a realização da Feira Nacional da Agricultura Irrigada – Fenagri 2016, que acontece na cidade de Petrolina. Com o apoio do SEBRAE, agricultores familiares puderam participar pela primeira vez do evento este ano, tendo a oportunidade de se aproximar de hotéis, restaurantes, supermercados e minimercados, atacadistas regionais que estão desconectados da produção oriunda da agricultura familiar. Segundo Domingos Sávio Guimarães, gestor do projeto de Agronegócios do SEBRAE, as cooperativas não sabem chegar a esses mercados, sendo a feira um instrumento de aproximação entre eles, gerando uma expectativa de movimentar R\$ 5 milhões em negócios.

Aproximadamente 100 agricultores familiares dos municípios de Lagoa Grande, e dos projetos de irrigação Fulgêncio, em Santa Maria da Boa Vista, e Brígida, em Orocó, são beneficiados com transporte, pagos pelo SEBRAE, que os possibilitam participar da feira, num dos 10 stands cedidos pelo SEBRAE.

A Fenagri 2016 é realizada pela Prefeitura de Petrolina, Câmara de Fruticultura e Sindicato da Agricultura Familiar com média de público visitante de cerca de 50 mil pessoas.

2.3.1.4 Feira Cearense da Agricultura Familiar – FETACEAF

A FETACEAF é uma das maiores feiras estaduais da Agricultura Familiar que acontece na Região Nordeste. É realizada no Ceará, contando com a exposição de 300 agricultores de todas as regiões do estado. O evento movimenta cerca de R\$ 1,1 milhão, com um público de aproximadamente 20 mil pessoas. São 3 dias de programação, nos quais os consumidores, além de produtos hortigranjeiros, encontraram aves, caprinos, ovinos, peixes, ovos caipiras, mel e artesanato (DIÁRIO DO NORDESTE, 2016.)

O objetivo da feira é o fortalecimento da cultura dos homens e mulheres do campo, por meio da aproximação com os consumidores da área urbana, privilegiando o cultivo agroecológico, uma vez que todos os participantes da feira não utilizam produtos agrotóxicos em suas lavouras.

A feira é uma realização da Federação dos Trabalhadores Rurais Agricultores e Agricultoras Familiares do Estado do Ceará (FETRACE) e a Secretaria de Desenvolvimento Agrário (SDA).

“A feira Cearense da Agricultura Familiar se apresenta com um espaço tradicional para os agricultores e as agricultoras familiares demonstrarem com investimento e adoção de tecnologias sociais como os quintais produtivos, as mandallas, as pequenas irrigações, entre outras, é capaz de produzir, mesmo o Ceará enfrentando o quinto ano de seca” José Francisco de Almeida Carneiro, Secretário de Política Agrícola da FETRAECE (SDA, 2016).

2.3.1.5 Casos de sucesso em outras regiões do Brasil

2.3.1.5.1 Feira da agricultura familiar de Minas Gerais – AGRIMINAS

Com o objetivo de abrir novos mercados para os produtos da Agricultura Familiar do Estado de Minas Gerais, a FETAEMG e parceiros, realizam desde 2006 a Feira da Agricultura Familiar de Minas Gerais, que possibilita a promoção de produtos dos produtores familiares de Minas Gerais, e tem se consolidado como importante canal

de comercialização para fortalecer o segmento neste estado. Além da comercialização de produtos a feira é também um espaço de capacitação voltada para organização da produção e preparar os agricultores para a comercialização de seus produtos.

AGRIMINAS em números ao longo de 10 anos de feira:



FETAEMG, 2016.

2.3.1.5.2 Feira da agricultura Familiar - EXPOINTER

Uma das grandes feiras Nacionais em que se podem encontrar produtos da agricultura familiar no sul é a Feira da Agricultura Familiar, que acontece no Rio Grande do Sul todos os anos, considerada uma das maiores da América latina do setor. Um pavilhão dentro da Expointer, coordenado pela Secretaria de Desenvolvimento Rural, Pesca e Cooperativismo (SDR) viabiliza a participação dos agricultores familiares, que

em sua edição de 2016 contemplou 227 expositores de vinhos, sucos, queijos, embutidos, artesanato, plantas e flores produzidos por 1.607 famílias de pequenos agricultores de 131 municípios do Rio Grande do Sul. As praças de alimentação da feira também utilizam produtos oriundos da agricultura familiar, elevando as oportunidades de participação dos agricultores familiares no evento.

Segundo dados do MDA, o volume de vendas dos agricultores familiares é expressivo, ultrapassando os R\$ 2.000.000,00 na última edição.

IMAGEM 05 - GALPÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR - EXPOINTER



Fonte: EXPOINTER, 2016.

A participação em feira deste porte traz diversos benefícios para os produtores. Além do resultado financeiro, as perspectivas se ampliam, como cita a produtora Angelisa Kirst, “Vimos que não é só para a nossa cidade que poderíamos vender os nossos produtos, mas para todo país e todo o mundo”, bem como aprimoram o

conhecimento sobre as melhores formas de expor os produtos, e a interação com outros produtores na troca de experiências, como Angelisa ainda menciona:

“Ano passado a gente veio com os produtos, mas não sabíamos como era aqui dentro, como era essa feira. A gente não tinha nem como pendurar as peças de embutidos, porque não tínhamos trazido nada para isso, mesmo assim, conseguimos vender tudo e isso deu um fôlego pra gente. Para este ano, depois já ter uma noção de como era, a gente montava, testava em casa, como ficaria o nosso estande. Tem produtores que estão há mais de 10 anos na feira e a experiência deles nos ajudou bastante”.

IMAGEM 06 – AGRICULTOR FAMILIAR – EXPOSITOR EXPOINTER

As oportunidades de comercialização de produtos da agricultura familiar são bem diversificadas nas feiras. Um exemplo de produto, pouco difundido na agricultura familiar, são as flores e plantas, inclusive as medicinais.



Foto: EXPOINTER, 2016

2.3.1.5.3 EXPOTCHÊ – Brasília

Realizada em Brasília pela Federação dos Trabalhadores na Agricultura no Rio Grande do Sul (FETAG- RS), a feira conta com um pavilhão no qual 23 empreendimentos da agricultura familiar, de vários municípios do Rio Grande do Sul, comercializam seus produtos para os cerca de 150 mil visitantes que anualmente frequentam o evento.

“A Expotchê é uma feira muito conhecida pelos produtores rurais gaúchos. Eu acredito que as feiras da agricultura familiar são vitrines e trazem grande visibilidade para o nosso trabalho”. Rafael dos Santos – Agricultor Familiar expositor (MDA, 2016).

O governo Federal, por meio do MDA tem apoiado a participação de cooperativas da Agricultura Familiar em feiras internacionais, com o objetivo de abrir o mercado internacional para estes produtores.

Atualmente o foco principal é a participação em 3 grandes feiras internacionais: a **BioFach**, que acontece em Nuremberg, na Alemanha, a **Saitex**, na África do Sul e a **Expoalimentaria**, no Peru.

O apoio se dá pelas seguintes ações:

- a) Montagem do estande com a marca “**Brasil - Agricultura Familiar**”, onde os agricultores podem expor e comercializar seus produtos;
- b) Capacitação das cooperativas para participação nos eventos.

Após definição das feiras mais estratégicas para divulgação dos produtos, é aberta uma chamada pública para credenciamento e habilitação de empreendimentos que estejam aptos para participar.

Os principais critérios para seleção são:

- a) A cooperativa deve possuir a Declaração de aptidão ao Pronaf ativa (DAP Jurídica);
- b) Quantidade de famílias envolvidas;
- c) Abrangência territorial;
- d) Relevância do produto para a sociobiodiversidade;
- e) Capacidade de exportação;
- f) Exigências específicas de da feira, como por exemplo a BIOFACH, que exige o certificado de produto orgânico para o mercado europeu, dentre outros.

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

Segundo Leonardo Recupero, chefe substituto da Assessoria para Assuntos Internacionais da Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário, os principais retornos para os agricultores familiares ao participarem das feiras internacionais são:

- a) Financeiro. Somente as negociações na Biofach, edição de 2016, geraram negócios, já concretizados, da ordem de US\$ 555 mil (aproximadamente R\$ 1.940.000,00);
- b) Melhoria na eficiência dos processos internos de gestão;
- c) Melhoria dos processos da comercialização;
- d) Empoderamento dos agricultores;
- e) Promoção da imagem da agricultura familiar no exterior e de seus produtos.

“Na BioFach 2016, fechamos contratos com empresas europeias. Outro benefício foi que conseguimos exportar as castanhas para Estados Unidos, Austrália e estamos em negociação com Alemanha”, Melise Santos de Souza, gerente de vendas da COOPEACRE.

Os produtos da agricultura familiar brasileira têm encontrado muito interesse por parte dos consumidores externos, principalmente produtos como a castanha do Brasil, pela diversidade de produtos e a forma de organização e produção dos agricultores familiares. Este interesse tem impactado nos resultados das exportações de 2015, realizada por 53 empreendimentos familiares, chegando a um volume superior a US\$ 1 bilhão, com destino para 110 países, para os quais foram exportados principalmente mel, suínos, café, soja, arroz, castanha, polpas de frutas, produtos de sisal, dentre outros, segundo dados do MDA (MDA, 2016).

IMAGEM 07 – STAND BRASIL AGRICULTURA FAMILIAR - BIOFACH



Fonte: MDA, 2016.

2.5 FEIRAS DE ARTESANATO

Tradição cultural no mundo inteiro, as feiras locais de artesanato estão presentes em diversas cidades e municípios do país. Elas destacam, principalmente, a regionalidade e características de cada local, mostrando a cultura de um povo transformada em arte, que o consumidor não encontra facilmente, principalmente em grandes centros de compras, onde a maior parte dos produtos é industrializada e, em muitas vezes, de origem externa, produzidos em grande escala.

As feiras locais de artesanato tem uma importância vital para o artesão, pois elas têm uma característica de cativar um público fiel, permitindo ao artesão desenvolver relações de longo prazo com os consumidores e a possibilidade de exposição e venda das peças, principalmente pelo fato de muitos artesãos produzirem em casa, não dispondo de um local fixo para comercialização.

2.5.1 A relevância das Feiras de Artesanato

As feiras de artesanato, assim como as feiras para os produtos agrícolas, representam um expressivo mercado para os pequenos artesãos e famílias da agricultura familiar. Suas realizações tem demonstrado ser uma estratégia positiva para promover a comercialização de produtos artesanais no Brasil, sendo uma das alternativas mais eficazes, pois tornam os artesãos menos dependentes dos atravessadores.

IMAGEM 08 – ARTESÃO FENEARTE

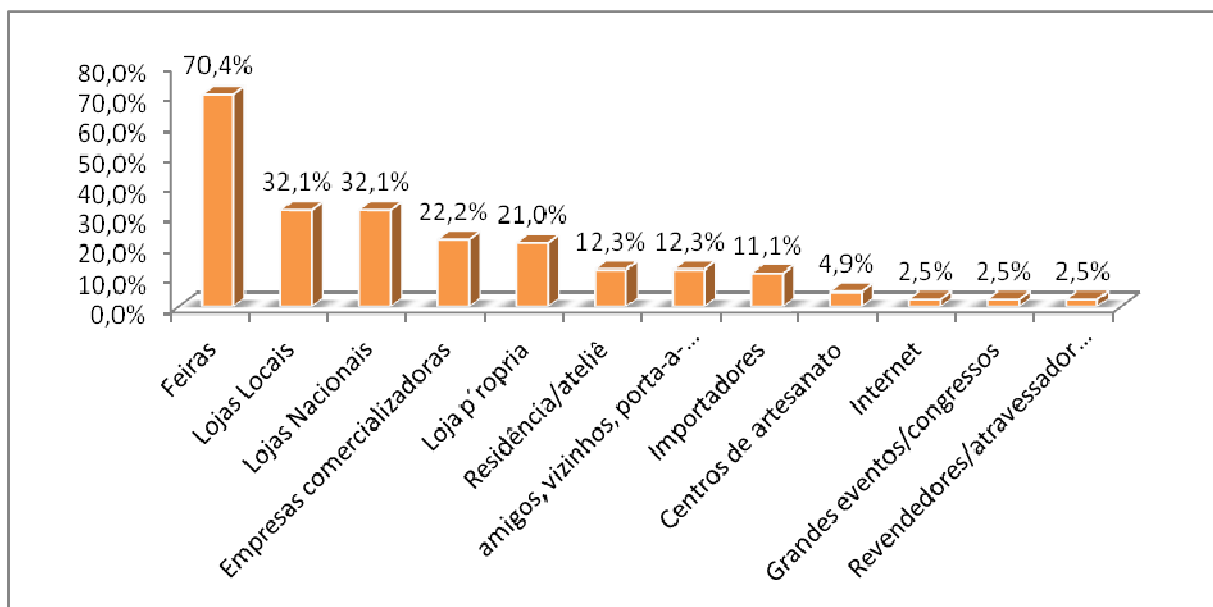


“Cheguei com um carro grande lotado e vendi todas as peças até sábado. Só sobraram duas peças.” Mestre Heleno de Tracunhaém, Zona da Mata Norte de Pernambuco, participante da Fenearte, realizada todos os anos em Olinda/ Pernambuco (G1, 2016).

Foto: Moema França/G1

A relevância deste canal para os produtores é confirmada com base numa pesquisa junto a um grupo de artesãos do Estado de Pernambuco, a qual revela que 70,4% dos entrevistados responderam comercializar seus produtos por meio das feiras, conforme gráfico 01, seguido por lojas locais e lojas nacionais, ambas com 32,1%.

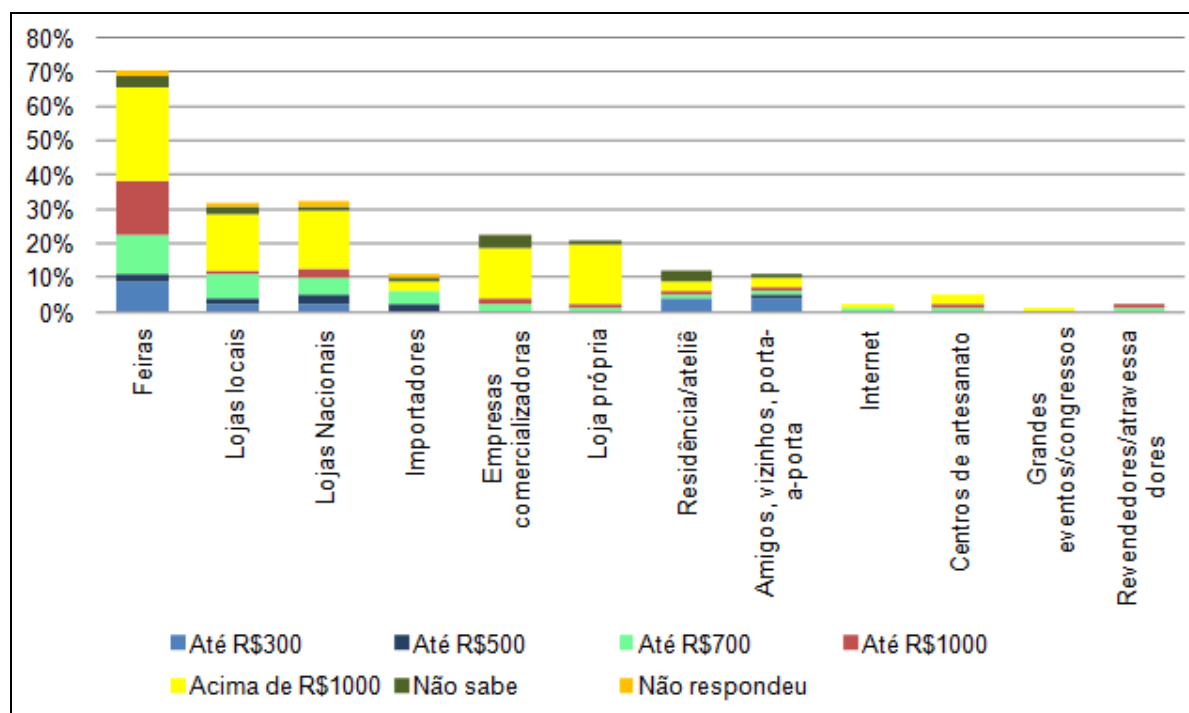
GRÁFICO 01 – PRINCIPAIS CANAIS DE VENDAS UTILIZADOS POR ARTESÃOS
(admite mais de uma resposta)



Fonte: DUMONT, 2015

Outro dado interessante relevado pela pesquisa (DUMONT, 2015) se refere à importância do artesão diversificar seus canais de comercialização. Quanto menor a diversificação dos canais de comercialização, menor é a renda do artesão. Entretanto, para todos os níveis de renda, as feiras contribuem com a maior parcela das vendas, totalizando 70,4%, conforme gráfico 02.

GRÁFICO 02 - PRINCIPAIS CANAIS DE VENDAS SEGUNDO A RENDA MÉDIA MENSAL (Admite mais de uma resposta)



Fonte: DUMONT, 2015.

2.5.1.1 Principais feiras nacionais

O segmento artesanal tem visto crescer nos últimos anos feiras nacionais com a capacidade de movimentar consideráveis recursos, com expressivos números de visitantes, cujo elevado consumo por parte dos clientes gera uma renda que permite a alguns artesãos viverem durante todo ano, com os resultados comerciais obtidos durante o evento.

Uma destas feiras está localizada no Nordeste e é realizada no mês de Julho: a Feira Nacional de Negócios do Artesanato (FENEARTE), no Estado de Pernambuco. Os resultados que os artesãos participantes alcançam, segundo dados dos organizadores, comprovam o potencial e relevância deste canal em termos de volume comercializado.

IMAGEM 09 – ARTESÃO FENEARTE



“Não tem essa história de crise no artesanato, porque não tem necessidade de ter uma peça de arte em casa. Então quem compra está podendo comprar. Eu vivo da feira, tudo surge daqui, não tenho necessidade de participar de nenhuma outra”. Mestre Mazinho – Lagoa Grande, Sertão/PE (G1, 2016).

Foto: Moema França/G1

Segundo o diretor-presidente da AD Diper, Jenner Guimarães Rêgo, em 2016 o volume de negócios realizados durante a FENEARTE superou os R\$ 40 milhões, com a comercialização de mais de 108 mil peças artesanais (FENEARTE, 2016).

Em Belo Horizonte também é realizada uma feira do porte da FENEARTE, a Feira Nacional do Artesanato. Segundo dados da organização, em 2015 a feira atingiu um movimento financeiro da ordem de R\$ 60 milhões, com um público de 120 mil pessoas, durante os 6 dias do evento. (FEIRA NACIONAL DE ARTESANTO, 2016).

Tanto a FENEARTE quanto a Feira Nacional de Artesanato são eventos abertos ao público, com o objetivo de vendas diretas ao consumidor final, mas também promovem rodadas de negócios com compradores nacionais e internacionais, o que pode garantir aos artesãos participantes negócios e renda pós-feira.

Para participar das feiras os artesãos devem se inscrever nos sites e aguardar a análise dos produtos que é feita por uma curadoria, de forma a garantir que os produtos comercializados sejam realmente artesanato, e as feiras não sejam descaracterizadas. Os pequenos artesãos, que não dispõem de recursos para pagar seus próprios stands, contam com a possibilidade de participação por meio de espaços patrocinados por algumas prefeituras e pelo Programa do Artesanato Brasileiro,

promovido pelo SEBRAE. Para participar, o artesão deve entrar em contato tanto com a prefeitura de seu município e com o SEBRAE de sua cidade para verificar os processos de seleção, que podem variar em cada cidade/município.

Geralmente, as feiras de porte nacional apresentam oportunidades que vão além da comercialização das peças para o consumidor final. São organizadas rodadas de negócios com lojistas nacionais e importadores de artesanato, de forma a gerar possíveis negócios que trarão oportunidades para o artesão pós-feira, ampliando os resultados decorrentes do evento.

2.5.1.1.1 Principais feiras nacionais realizadas no Brasil – Perfil/Contato

TABELA 01 - PRINCIPAIS FEIRAS NACIONAIS REALIZADAS NO BRASIL

EVENTO	CONTATO
Fiart- Feira Internacional de Artesanato – Nata/RN Realizada anualmente atraindo 80 mil visitantes durante 10 dias de evento	http://espacialeventos.com.br/atracoes.html
Paralela Gift – São Paulo/SP Alta decoração e artesanato contemporâneo apresenta trabalho de designers e artesãos, sendo uma feira de oportunidades para conhecer as tendências e inovações do segmento.	http://paralelagift.com.br/paginas/default.aspx
Craft Design - São Paulo/SP Feira de tendência de decoração e arte. Há espaços para valorização do artesanato de comunidades.	http://www.craftdesign.com.br/
Brazilian International Gift	http://www.giftfair.com.br/

Fair – São Paulo/SP
 Maior feira de decoração e design da América Latina. Desde 1990 apresenta tendências e novidades sobre itens voltados para o lar.

Feincartes - Feira Internacional de Artesanato e Decoração - O evento tem edições em: Florianópolis – SC, Petrolina-PE, Vitória-ES e Fortaleza-CE. Busca o intercâmbio cultural e comercial entre visitantes e artesãos, promovendo negócios no atacado e varejo.

<http://www.feincartes.com.br/>

Finnar – Feira Internacional do Artesanato – Brasília/DF
 Feira com mais de 700 para comercialização de produtos, bem como palestras, workshops e oficinas para os artesãos. A sustentabilidade também ganha destaque na feira.

<http://www.finnar.com.br/>

Fenearte - Feira Nacional de Negócios do Artesanato – Olinda/PE
 Ação que faz parte do Programa do Artesanato de Pernambuco tem como objetivo valorizar e difundir a riqueza

<http://www.fenearte.pe.gov.br/>

cultural do artesanato brasileiro, bem como estimular o crescimento dos artesãos.

Salão do Artesanato -
Brasília/DF
O objetivo deste evento é incentivar a constante venda de produtos artesanais, gerando emprego e renda para diversas famílias que tiram do artesanato seu sustento.

<http://www.salaodoartesanato.com.br/>

Feiarte – Feira Internacional de Artesanato – Curitiba /PR
Objetivo de promoção do artesanato e comercialização das peças do varejo e atacado.

<http://www.artesanatodiretriz.com.br/>

Feira Nacional de Artesanato
- Belo Horizonte/MG
A feira conta com mais de 50 mil itens artesanais expostos em um espaço de 23 mil metros quadrados. São quase oito mil artesãos em 1,1 mil estandes. Segundo os organizadores, é considerada a maior feira do segmento na América Latina.

<http://www.feiranacionaldeartesanato.com.br/>

SEBRAE, 2016

2.5.2 Fatores Determinantes para Alcançar Melhores Resultados

INFOGRÁFICO 02 – FATORES DETERMINANTES

FATORES DE SUCESSO PARA OBTER MELHORES RESULTADOS EM FEIRAS NACIONAIS DO SEGMENTO ARTESANAL



Fonte: Consultoria Contratada – Criação Paloma Rolim

Para alcançar melhores resultados é importante o artesão:

- Buscar informações junto à organização da feira sobre o perfil dos compradores que participarão das rodadas de negócios. Geralmente estes compradores enviam informações sobre o tipo de produto que tem interesse, com base na demanda de seus consumidores. De posse desta informação os artesãos poderão realizar ajustes em seus produtos e desenvolver amostras de produtos que vão de encontro a esta expectativa do comprador;
- Elaborar tabelas de preços para compras no atacado. Um bom preparo para participação em uma rodada de negócios passa pela disponibilidade ao comprador de uma tabela de preços com indicações para preços e volumes

para compra em atacado e capacidade produtiva mensal. A maioria dos artesãos e órgãos de apoio ao segmento não se detém neste ponto, que invariavelmente será abordado pelos lojistas e importadores. Muitos artesãos simplesmente adotam um percentual de desconto comum (geralmente 20% de desconto) para compradores sobre o preço de varejo, sem, entretanto, este valor ser proveniente de um estudo de custos e uma planilha de preços para venda no atacado, o que leva à maioria das negociações não avançar;

- c) Logística. Durante uma rodada de negócios todas as etapas envolvidas no processo de compra estarão sendo discutidas, dentre eles, a logística de entrega. Portanto, o produtor, de posse das informações sobre os compradores que estarão presentes na feira e seus locais de origem, necessita de fazer uma pesquisa mínima que considere, por exemplo: Se sua região dispõe de transportadoras que realizam entregas em todo território nacional. Em se tratando do mercado externo, poderá entrar em contato com órgãos de apoio ao segmento em seu município e a organização do evento para checar se possuem programas que auxiliem nesta operação, caso venham a fechar negócios com importadores durante a feira e quais seriam os caminhos e custos envolvidos nesta operação;
- d) Formalidade. Para concretizar a venda para lojistas e importadores, mesmo no caso de Micro Empreendedores Individuais (MEI), haverá obrigatoriedade de emissão de nota fiscal de venda. Caso não possua nota fiscal eletrônica, checar qual o procedimento para tirar nota fiscal em seu município;
- e) Desenvolver produtos diferenciados, que não sejam cópias de outros expositores da feira ou que não se renovam por muitos anos. Se possível, adequar os produtos desenvolvidos às tendências de mercado. A internet é uma poderosa ferramenta no auxílio de busca por informações, não para cópia de produtos, mas para inspiração de cores, tendências de materiais, novas técnicas, comparativos de preços, dentre outros;
- f) Primar pelo acabamento das peças, ofertando um produto de qualidade;

- g) Verificar o perfil do público esperado na feira e desenvolver produtos dentro de uma faixa de preço que estejam de acordo com a expectativa deste consumidor;
- h) Desenvolver um cartão com informações, tais como telefone, email, no qual o comprador consiga contato de forma fácil. A dificuldade em contatar o artesão pode ser fator decisivo para desistência de uma negociação, ainda que o produto e o preço sejam atrativos a este cliente;
- i) Oferecer um atendimento diferenciado, demonstrando gentileza e disposição para falar sobre o produto.

2.6 CONCLUSÃO

É notório que as feiras, sejam elas locais, nacionais ou internacionais se apresentam como um dos mais significativos canais de acesso a mercados para os agricultores familiares, tendo sido isto validado pelos dados apresentados neste estudo e os diversos relatos de pequenos produtores que efetivamente participam de feiras, tanto de produtos agropecuários quanto artesanais.

Uma das estratégias de comercialização mais importantes para os agricultores familiares está relacionada, sem dúvida, pelo fomento de feiras locais e regionais, e a viabilização da participação dos agricultores familiares em grandes feiras nacionais e internacionais, que não apenas geram um resultado imediato de venda de produtos, mas abrem as possibilidades para contatos com possíveis compradores de diversos mercados, que tem demandado por produtos oriundos da agricultura familiar, além de proporcionar o empoderamento e o desenvolvimento de capacidades nos agricultores familiares, que irão prepará-los para alcançar novos mercados no futuro.

Entretanto, vale ressaltar a importância dos agricultores familiares se prepararem para participação nestes eventos, de forma a obterem os melhores resultados na comercialização direta de seus produtos aos consumidores finais, bem como aproveitar as oportunidades de possíveis pedidos com diversos varejistas que participam das rodadas de negócios realizadas durante as diferentes feiras nacionais e internacionais que têm se expandido.

3 MERCADOS INSTITUCIONAIS

Não é propósito deste produto fazer um estudo específico e detalhado do assunto, o que mereceria a elaboração de um produto exclusivo e aprofundado, tanto pela vastidão de conteúdo que é inerente ao tema, mas principalmente porque o foco deste estudo é apresentar os canais que podem ser utilizados pelo produtor da agricultura familiar para escoar sua produção para o mercado.

O assunto compras institucionais é extremamente abrangente porque como municípios, estados e órgãos federais da administração direta e indireta podem comprar alimentos da agricultura familiar através de chamadas públicas, com seus próprios recursos financeiros, sem a necessidade de processo licitatório, a legislação, normativos e procedimentos são vastos e com muitas especificidades. Algumas unidades da federação já criaram seus próprios programas de aquisição da produção da Agricultura Familiar, adquirindo uma grande quantidade de produtos agropecuários e extrativistas, *in natura* ou manufaturados, bem como os artesanais, produzidos pelos produtores, suas famílias, e suas organizações sociais.

Portanto nesta parte do estudo serão apresentadas as principais informações que dizem respeito aos dois mais importantes programas atualmente disponível para possibilitar que os agricultores efetivem a venda de suas produções via política pública, que são o PAA (Programa aquisição de alimentos) e PNAE (Programa nacional de alimentação escolar).

Pelo próprio ambiente em que os programas foram criados e são operacionalizados, as formalidades são muitas e nem sempre em linguagem de fácil assimilação pelo pequeno produtor, razão pela qual neste item a consultoria procurará detalhar as informações mais relevantes dos programas de forma simplificada e com foco na perspectiva de facilitar ao leitor o entendimento dos programas, possibilitando a utilização deste importante canal de acesso a mercados.

3.1 Programa de Aquisição de Alimentos - PAA

O Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) é uma política pública criado pelo artigo 19 da Lei nº 10.696, de 2 de julho 2003 (Legislação -Anexo 1 e Anexo2) que se utiliza da capacidade e poder de compra do Estado para promover crescimento e renda local, além de garantir à população o direito à alimentação adequada. Em razão disto, o programa tem basicamente duas finalidades básicas, quais sejam: **promover o acesso à alimentação e incentivar a agricultura familiar.**

Para alcançar estas finalidades, o Programa compra alimentos produzidos pela agricultura familiar e os destina às pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional e àquelas atendidas pela rede socioassistencial, pelos equipamentos públicos de segurança alimentar e nutricional e pela rede pública e filantrópica de ensino. O PAA atua também na constituição de estoques públicos de alimentos produzidos por agricultores familiares e na formação de estoques pelas organizações da agricultura familiar.

O processo de compra da agricultura familiar é realizado para o atendimento de demandas não só de consumo de alimentos, mas também de sementes e de outros materiais propagativos, por parte de órgão, entidade ou instituição da administração direta e indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

O programa atualmente tem seu orçamento composto por recursos dos atuais Ministérios, MDS (Ministério Desenvolvimento Social e Agrário) e MAPA (Ministério Agricultura Pecuária e Abastecimento). É desenvolvido com 6 modalidades, quais sejam:

COMPRA E DOAÇÃO SIMULTÂNEA

COMPRA DIRETA DA AGRICULTURA FAMILIAR

APOIO À FORMAÇÃO DE ESTOQUE PELA
AGRICULTURA FAMILIAR

INCENTIVO À PRODUÇÃO/CONSUMO DE LEITE

COMPRA INSTITUCIONAL

AQUISIÇÃO DE SEMENTE

De acordo com o decreto Nº 7.775, de 04.07.2012 (Anexo 2), no capítulo 1, art. 2º, define que o PAA tem as seguintes finalidades:

I - incentivar a agricultura familiar, promovendo a sua inclusão econômica e social, com fomento à produção com sustentabilidade, ao processamento, à industrialização de alimentos e à geração de renda;

II - incentivar o consumo e a valorização dos alimentos produzidos pela agricultura familiar;

III - promover o acesso à alimentação, em quantidade, qualidade e regularidade necessárias, às pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional, sob a perspectiva do direito humano à alimentação adequada e saudável;

IV - promover o abastecimento alimentar por meio de compras governamentais de alimentos, inclusive para prover a alimentação escolar nos âmbitos municipal, estadual, distrital e federal, e nas áreas abrangidas por consórcios públicos;

V - constituir estoques públicos de alimentos produzidos por agricultores familiares;

VI - apoiar a formação de estoques pelas cooperativas e demais organizações formais da agricultura familiar;

VII - fortalecer circuitos locais e regionais e redes de comercialização;

VIII - promover e valorizar a biodiversidade e a produção orgânica e agroecológica de alimentos, e incentivar hábitos alimentares saudáveis em nível local e regional; e

IX - estimular o cooperativismo e o associativismo.

Para se efetivar as compras, as entidades ou instituições da administração pública não precisam fazer o processo de licitação, mas precisam obedecer, cumulativamente, as seguintes exigências disciplinadas no art. 17 da Lei nº 12.512, de 2011, a saber:

I - os preços sejam compatíveis com os vigentes no mercado, em âmbito local ou regional, aferidos e definidos segundo metodologia instituída pelo Grupo Gestor do PAA; e

II - seja respeitado o valor máximo anual ou semestral para aquisições de alimentos, por unidade familiar, cooperativa ou por demais organizações formais da agricultura familiar, conforme definido em regulamento (MDS, 2016).

Além disso, deverão ser obedecidos os normativos presentes na Resolução do GGPA2 nº 50, de 26 de setembro de 2012, e suas alterações (Anexo 2).

É Responsabilidade do GGPA2 definir:

A forma como cada modalidade do programa vai funcionar.

As metodologias que definem os preços de referência de aquisição de alimentos de acordo com a realidade da agricultura familiar e das variações regionais, bem como a que define os preços e as condições de venda dos produtos comprados.

A forma como o programa deve funcionar, considerando a aprovação de regime interno.

Em que condições podem ser feitas as doações dos produtos adquiridos e da formação de estoques públicos, assim como para aquisição e doação de sementes, mudas e outros materiais propagativos.

Quais critérios para priorização dos benefícios dos fornecedores.

Quaisquer outros procedimentos que sejam necessários à operacionalização do programa.

A partir de 1º de janeiro de 2016, pelo Decreto nº 8.473, de 22 de junho de 2015, ficou definido que **pelo menos 30% (trinta por cento)** do total de

2 GGPA2 – Grupo gestor que define as regras do PAA, sendo um órgão colegiado de caráter deliberativo e formado por representantes dos seguintes ministérios: Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome; Ministério do Desenvolvimento Agrário, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento; Ministério do Planejamento, orçamento e gestão; Ministério da fazenda e Ministério da Educação.

recursos no exercício financeiro destinados à aquisição de gêneros alimentícios aos órgãos e entidades da Administração Pública Federal direta, autárquica e fundacional, deverão ser destinados à aquisição de produtos da agricultura familiar, podendo esta aquisição ser realizada por meio desta modalidade Compra Institucional.

Considerando a grandeza e complexidade do programa, que além de possuir 6 modalidades de execução com diferentes finalidades, ter fontes orçamentárias distintas, e, ser executado por diversas instituições, primando pelo fato de que o foco deste estudo é orientar e auxiliar os produtores no processo de venda de seus produtos, detalharemos especialmente as informações que dizem respeito aos produtores (fornecedores), sem entrar no detalhamento das informações que devem ser dominadas pelos compradores, a não ser quando a informação seja relevante para que o produtor tenha melhor entendimento do programa e suas nuances.

3.1.2 Informes Gerais

3.1.2.1 Executores do programa

Os municípios e estados em parceria com o Ministério do Desenvolvimento Social e Agrário (MDSA), Companhia Nacional de Abastecimento (Conab), Secretaria Especial da Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário.

3.1.2.2 Público beneficiário

a) Fornecedores: Agricultores familiares que vendem/fornecem seus produtos ao Programa, individualmente ou por meio de suas organizações, como associações e cooperativas;

b) Consumidores: Indivíduos em situação de insegurança alimentar e nutricional e aqueles atendidos pela rede socioassistencial, pelos equipamentos de alimentação e nutrição, pelas demais ações de nutrição financiadas pelo Poder Público e, em condições específicas definidas pelo Grupo Gestor do PAA-GGPAA, pela rede pública e filantrópica de ensino e saúde.

3.1.2.3 Quem pode vender para o PAA

a) Beneficiários fornecedores:

Agricultores familiares, assentados da reforma agrária, silvicultores, aquicultores, extrativistas, pescadores artesanais, indígenas e integrantes de comunidades remanescentes de quilombos rurais e de demais povos e comunidades tradicionais, que tenham produção própria e atenda aos requisitos previstos no art. 3º da Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006 (Anexo 4) e possuam **Declaração de Aptidão ao Pronaf – DAP** (Anexo 5), que é o documento que qualifica o portador como produtor da agricultura familiar;

b) Organizações Fornecedoras:

Cooperativas e outras organizações formalmente constituídas como pessoa jurídica de direito privado que detenham a Declaração de Aptidão ao Programa Nacional de Agricultura Familiar - PRONAF - **DAP Especial Pessoa Jurídica** ou outros documentos definidos por resolução do GGPAA. Modelo de contrato (Anexo 6)

DAP

1 - A primeira iniciativa do agricultor familiar precisa ter para obtenção da DAP, é fazer um levantamento dos dados que são exigidos, relativos a seu estabelecimento de produção (área, número de pessoas residentes, composição da força de trabalho e da renda);

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

3 – São convencionalmente chamados de Grupos formais, o conjunto de agricultores familiares portadores de DAP física que se organizam informalmente, portanto sem posse da DAP jurídica.

3.1.2.4 Quem compra os produtos da agricultura familiar pelo PAA

Os agricultores familiares e suas organizações vendem seus produtos para o poder público. As compras são permitidas para fornecedores de refeições e os produtos são destinados às mais diversas instituições, chamadas de Unidades Receptoras, que recebem os alimentos e os distribuem aos beneficiários consumidores. Estas entidades podem ser:

- a) Entidades e organizações de assistência social sem fins lucrativos que, isolada ou cumulativamente, prestem atendimento e assessoramento aos beneficiários da Assistência Social, bem como atuem na defesa e garantia de direitos, e que obrigatoriamente estejam inscritas no conselho municipal de assistência social – CMAS;
- b) Equipamentos de segurança alimentar e nutricional, tais como: Restaurantes Populares; Cozinhas Comunitárias; Bancos de Alimentos; Estruturas públicas que produzam e disponibilizem refeições a beneficiários consumidores, no âmbito das redes públicas de educação, conforme regulamento do Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE, de justiça e de segurança; Redes públicas e serviços públicos de saúde que ofereçam serviços de saúde básicos, ambulatoriais e hospitalares por meio do Sistema Único de Saúde – SUS, e estabelecimentos de saúde de direito privado sem fins lucrativos que possuam Certificado de Entidade Beneficente da Assistência Social (CEBAS), que produzam e disponibilizem refeições a beneficiários consumidores;
- c) Centros de Referência de Assistência Social (CRAS);
- d) Centros de Referência Especializados para População em Situação de Rua;
- e) Equipamentos que ofereçam o serviço de acolhimento a famílias e/ou indivíduos com vínculos familiares rompidos ou fragilizados, a fim de garantir proteção integral;
- f) Centro de Referência Especializado em Assistência Social (CREAS).

3.1.3 As Modalidades do PAA

A seguir descrevemos de forma sucinta as informações mais importantes das modalidades disponíveis do programa. Dada a extensão das informações de cada modalidade, são pontuados apenas os aspectos mais relevantes, que mais interessam aos produtores e suas organizações.

IMPORTANTE: Os prazos para cadastramento no Programa podem variar, de acordo com a modalidade e órgão gestor do processo. O agricultor familiar deve estar atento para entregar toda a documentação exigida de uma única vez, o que pode contribuir para agilizar o processo. Todos os documentos necessários, em cada modalidade do PAA, estão relacionados nos anexos deste estudo.

3.1.3.1 Compra com doação simultânea – CDS

3.1.3.1.1 Informações gerais

TABELA 02 – INFORMAÇÕES GERAIS - CDS

Finalidade	Aquisição de alimentos de organizações fornecedoras da agricultura familiar com vistas à doação para unidades receptoras que atendam pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional do público
Produtos amparados	Produtos alimentícios próprios para consumo humano, observando-se: 1) produtos <i>in natura</i> : da safra vigente; 2) produtos industrializados/ processados/beneficiados: pelo menos um dos produtos caracterizados como matéria-prima deve ser da produção própria do beneficiário fornecedor; 3) produtos orgânicos/agroecológicos:

	certificados por auditoria, por sistema participativo ou por organização de controle social.
Abrangência	Todo o território nacional.
Limite de aquisição	1) até R\$ 8.000,00 (oito mil reais) por unidade familiar/ano civil; 2) até R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais) por organização fornecedora por ano civil.
Funcionamento	A origem do recurso para a modalidade é do MDS (Ministério Desenvolvimento Social e Agrário) e é executada pela Conab (Companhia Nacional de Abastecimento) ou pelos governos estaduais, municipais ou consórcios de municípios. Cada forma de execução tem exigências diferentes e o beneficiário fornecedor tem de optar por uma das formas, sendo que quem opta pela Conab não pode acessar a modalidade através de Termo de Adesão com estados e municípios, nem individualmente ou por meio de sua organização.
Documentação exigida	Relação completa no anexo 7.

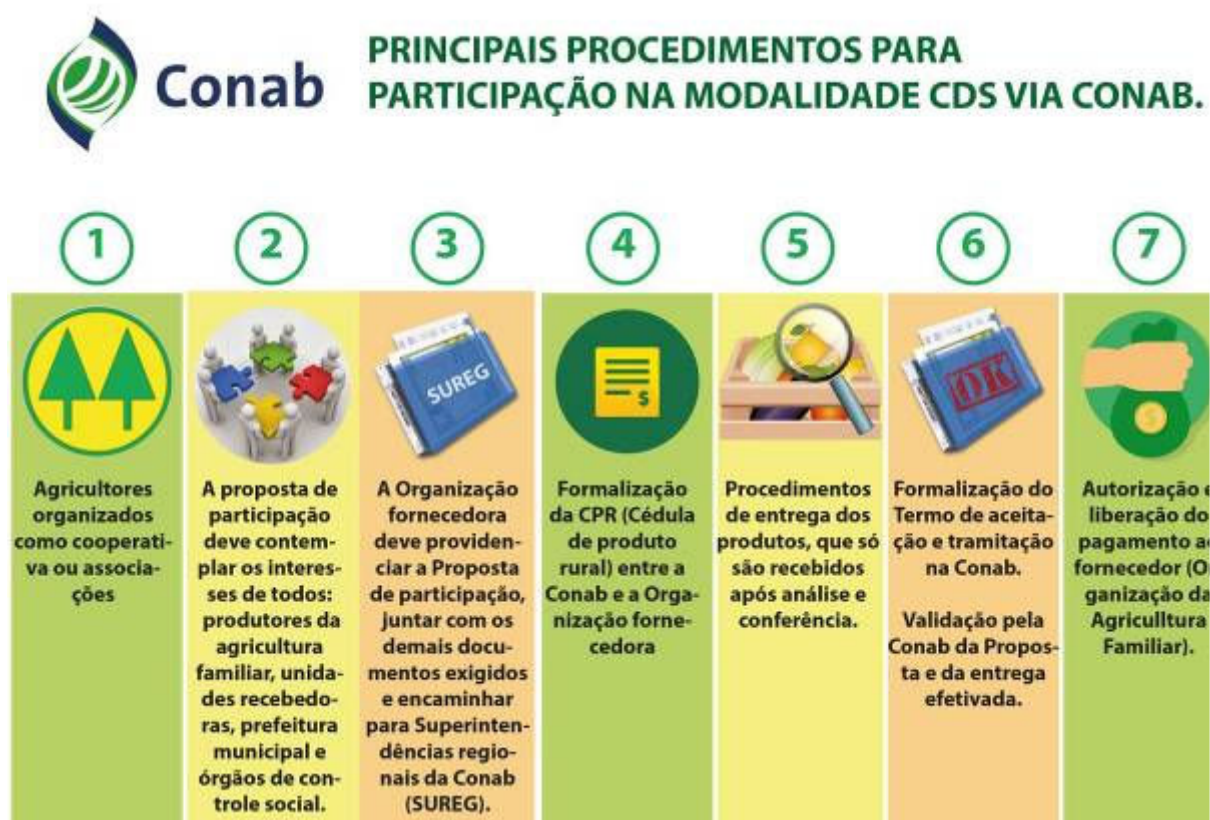
3.1.3.1.2 Passo a passo

A seguir o passo a passo dos procedimentos para participação pelas duas vias (Conab ou Estados/Municípios).

3.1.3.1.2.1 Principais procedimentos para participação na modalidade CDS via CONAB

Quando executada pela Conab é exigida a organização formal dos agricultores familiares em cooperativas ou associações, sendo necessárias as seguintes ações :

INFOGRÁFICO 03 – PRINCIPAIS PROCEDIMENTOS PARA PARTICIPAÇÃO NA



MODALIDADE CDS VIA CONAB

Fonte: CONAB, 2014 – Criação: Paloma Rollim

Desenvolvimento do processo de articulação entre os principais atores envolvidos com a Agricultura Familiar na localidade para que haja o máximo possível de representatividade, possibilitando que a Proposta de participação, a ser elaborada, seja acordada entre todos e contemple os interesses de todos. Neste sentido, é importante

que os produtores da agricultura familiar, a organização fornecedora formalmente constituída, as unidades recebedoras, prefeitura municipal e órgãos de controle social, e outros atores sociais estejam envolvidos no planejamento e na organização da Proposta, para que haja conciliação dos aspectos de oferta pelos produtores e demanda das Unidades produtoras.

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

A SUREG faz a avaliação da Proposta e documentos para deferir a habilitação.

Formalização da CPR (Cédula de produto rural) entre a Conab e a Organização fornecedora.

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

Formalização do Termo de aceitação e tramitação na Conab.

Validação pela Conab da Proposta e da entrega efetivada.

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

3.1.3.1.2.2 Principais procedimentos para participação na modalidade CDS via Estados e Municípios.

Quando executada pelo MDS em parceria com estados, municípios e consórcios públicos, através do Termo de Adesão, os recursos são transferidos diretamente aos agricultores familiares e suas organizações, por meio das seguintes ações:

INFOGRÁFICO 04 – PRINCIPAIS PROCEDIMENTOS PARA PARTICIPAÇÃO NA MODALIDADE CDS VIA ESTADOS E MUNICÍPIOS



Fonte: CONAB, 2014 – Criação: Paloma Rollim

Formalização do interesse em aderir ao Programa pelo interessado (Estado ou Município ou Consórcio público), elaborando enviando ofício para o MDS, atendendo edital de abertura de adesões publicado.

Formalização do vínculo de compromisso entre MDS e Unidade executora através da assinatura do Termo de adesão.

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

Construção e cadastramento da Proposta de participação no SISPA (Sistema do programa de aquisição de alimentos). Deve ser precedida de um processo de articulação dos diversos atores locais, com participação dos produtores, e as unidades receptoras para compatibilizar a oferta e demanda de alimentos e definição dos

preços.

Tramitação da Proposta de participação pelo MDS, que avalia e aprova.

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

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

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

3.1.3.1.2.3 Documentação exigida

Nesta modalidade as operações via estados e municípios, os principais documentos necessários:

- a) Termo de adesão;
- b) Plano operacional (pacto de valores e metas);
- c) Plano operacional aprovado (MDS via SISPA), DAP jurídica (comercialização via organização) ou DAP física dos agricultores familiares participantes (comercialização individual);
- d) Estatuto e ata de eleição e da posse da atual diretoria da organização fornecedora (DAP jurídica);
- e) Proposta apresentada pela instância de Controle Social.

A íntegra das informações estão no anexo 7.

3.1.3.2 Compra direta da agricultura familiar – CDAF

3.1.3.2.1 Informações gerais

TABELA 03 – INFORMAÇÕES GERAIS CDAF – VIA ESTADOS E MUNICIPIOS

Finalidade	Garantir, com base nos preços de referência, a compra de produtos agropecuários.
-------------------	--

Produtos amparados	Arroz, castanha-de-caju, castanha-do-brasil, farinha de produtos processado-beneficiados próprios para o consumo humano, a critério do comprador. 1) produto <i>in natura</i>: deverá estar limpo, seco e enquadrado nos padrões de identidade e qualidade estabelecidos pelo MAPA. 2) produto processado/beneficiado: acondicionado e nos padrões estabelecidos pelos Órgãos competentes.
Abrangência	Todo o território nacional.
Documentação obrigatória	Relação completa no anexo 8.
Limite de compra	1) até R\$ 8.000,00 (oito mil reais)/unidade familiar/ano civil, não sendo cumulativo com a modalidade “Apoio à Formação de Estoques pela Agricultura Familiar com Liquidação Financeira”. 2) caso o fornecedor tenha realizado operações de “Apoio à Formação de Estoques pela Agricultura Familiar com Liquidação Física” ou Compra com Doação Simultânea – CDS, a soma com a Compra Direta, não poderá ultrapassar o limite de R\$ 8.000,00 /unidade familiar/ano civil; 3) as operações de compra da agricultura familiar para alimentação escolar com recursos do Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE e a modalidade Compra Institucional não têm vínculo com os limites da Compra com Doação Simultânea – CDS.

3.1.3.2.2 Passo a passo - Principais procedimentos para participação na modalidade CDAF

INFOGRÁFICO 05 – PRINCIPAIS PROCEDIMENTOS PARA PARTICIPAÇÃO NA MODALIDADE CDAF



Fonte: CONAB, 2014 – Criação: Paloma Rollim

Para participar da modalidade são necessárias as seguintes ações:

A Conab efetiva o monitoramento dos preços comerciais dos produtos amparados pela modalidade e, se estiverem abaixo do preço de referência, a Conab poderá estabelecer os polos de compra.

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

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

São autorizados os pagamentos aos produtores dos produtos vendidos.

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

3.1.3.3 Apoio a formação de estoque pela agricultura familiar – CPR Estoque

3.1.3.3.1 Informações gerais

TABELA 04 – INFORMAÇÕES GERAIS – CPR-ESTOQUE

Finalidade	Apoio financeiro para constituição de estoques de alimentos por organizações fornecedoras, para posterior comercialização e devolução dos recursos ao Poder Público.
Produtos amparados	Produtos alimentícios próprios para consumo humano, observando-se: 1) produtos <i>in natura</i> : da safra vigente; 2) produtos industrializados/processados/beneficiados: o prazo de validade deverá estar compatível com o período de execução do projeto; 3) produtos orgânicos/agroecológicos: devem seguir a regulamentação com apresentação dos atestos de conformidade orgânica/agroecológica.
Abrangência	Todo o território nacional.
Documentação	A integra da documentação está no anexo 9.
Limite de compra	1) Dos Beneficiários Fornecedores: até R\$ 8.000,00 (oito mil reais) /unidade familiar/ano civil não sendo cumulativo com as demais modalidades do PAA;

2) Das Organizações Fornecedoras: até R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), para participantes com personalidade jurídica, sendo a primeira operação limitada a R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais);

2.1) não poderá ser formalizada mais de uma proposta simultânea por organização fornecedora.

3.1.3.3.2 Passo a Passo - Principais procedimentos para participação na modalidade CPR Estoque

INFOGRÁFICO 06 – PRINCIPAIS PROCEDIMENTOS PARA PARTICIPAÇÃO NA MODALIDADE CPR ESTOQUE



Fonte: Conab, 2014

Criação: Paloma Rollim

Para participar da modalidade são necessárias as seguintes ações:

Processo de articulação da Proposta de participação da Organização proponente fornecedora e os diversos mediadores sociais locais, para que a Proposta atenda interesses coletivos e tenha envolvimento dos agricultores familiares.

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

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

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

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

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

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

3.1.3.4 Aquisição de Sementes

3.1.3.4.1 Informações gerais

TABELA 05 – INFORMAÇÕES GERAIS – AQUISIÇÃO DE SEMENTES

Finalidade	Aquisição de sementes de Organizações Fornecedoras para doação.
Produtos amparados	Sementes de culturas alimentares.
Demandas	1) As operações de aquisição de sementes terão início com a apresentação do “PLANO DE DISTRIBUIÇÃO” pelos Órgãos Demandantes. 2) Os Órgãos Demandantes:

2.1) Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), inclusive por intermédio das Delegacias Federais do Desenvolvimento Agrário;

2.2) Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA), inclusive por meio das Superintendências Regionais da Conab;

2.3) Fundação Nacional do Índio (FUNAI);

2.4) Fundação Cultural Palmares (FCP);

2.5) Instituto Chico Mendes (ICMBIO);

2.6) Governos estaduais, inclusive por meio de suas Secretarias Estaduais de Agricultura ou afins e suas entidades públicas de Assistência Técnica e Extensão Rural.

3) A demanda por sementes pode ser oriunda de ações próprias dos Órgãos Demandantes, ou gerada por ações de Organizações/Movimentos Sociais/Entidades da Agricultura Familiar que desenvolvam ações de fortalecimento da segurança alimentar dos beneficiários consumidores.

As Organizações/Movimentos Sociais/Entidades devem solicitar formalmente as sementes a um dos Órgãos Demandantes que, se de acordo, reunirá as demandas e enviará à Conab.

4) Cada Órgão Demandante poderá apresentar apenas um “PLANO DE DISTRIBUIÇÃO” por safra, respeitando o calendário agrícola, contendo a totalidade de sua demanda.

5) São considerados prioritários os “PLANOS DE DISTRIBUIÇÃO” que atendam:

Famílias inscritas no Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal (CadÚnico); Mulheres; Assentados; Povos indígenas; Quilombolas e demais povos e comunidades tradicionais; Público beneficiário do Plano Brasil sem Miséria; Público da Política Nacional de Agroecologia e Produção

	Orgânica (PLANAPO). Todos os atendidos devem ser detentores de DAP Física.
Características das sementes	1) É vedada a aquisição de sementes geneticamente modificadas. 2) Para sementes de cultivo local, tradicional ou crioula, apresentar: 2.1) inscrição da entidade que pretende ser fornecedora e da cultivar a ser fornecida no Cadastro Nacional de Cultivares Crioulas, instituído pela Portaria MDA N.º 51, de 03 de outubro de 2007; 2.2) termo de conformidade e comprovação do valor de cultivo e uso (teste de pureza, germinação e vigor), obtido em laboratório oficial de análise de sementes; - O testes serão realizados de acordo com normativos do MAPA; - Tais testes deverão ser contratados e providenciados pela Organização Fornecedora; 2.3) resultado de teste de transgenia; 2.4) as despesas para realização dos testes poderão ser ressarcidas, às custas do PAA. A coleta da amostra representativa de cada lote a ser adquirido para sua realização será feita por funcionário da Conab ou amostrador credenciado pelo MAPA. 3) Para sementes convencionais, apresentar: 3.1) inscrição da cultivar no Registro Nacional de Cultivares, prevista no art. 11 da Lei n.º 10.711/2003; 3.2) inscrição do produtor das sementes no Registro Nacional de Sementes e Mudas (RENASEM), prevista no art. 8 da Lei N.º 10.711/2003; 3.3) termo de conformidade e comprovação do valor de cultivo e uso (teste de pureza, germinação e vigor), obtido em

	laboratório oficial de análise de sementes, com a devida expedição do Certificado de Análise; 3.3.1) a coleta da amostra representativa de cada lote será feita por funcionário da Conab ou amostrador credenciado pelo MAPA; 3.3.2) os testes serão realizados de acordo com normativos do MAPA; 3.3.3) tais testes deverão ser contratados e providenciados pela Organização Fornecedora; 3.3.4) resultado de teste de transgenia. 4) A aceitabilidade será realizada após a emissão do Certificado de Análise de Sementes, devidamente emitido por laboratório oficial de análise de sementes, devendo estar dentro dos limites estabelecidos no padrão e especificação descrito para cada cultura.
Abrangência	Todo o território nacional.
Limite de aquisição	1) até R\$ 16.000,00 (Dezesseis mil reais) por unidade familiar/ano civil; 2) até R\$ 6.000.000,00 (Seis milhões de reais) por Organização Fornecedora por ano civil; 3) as operações de aquisição executadas pela Conab, acima de R\$ 500.000,00 (Quinhentos mil reais), serão realizadas mediante “CHAMADA PÚBLICA”.

A íntegra das informações está no anexo 10.

3.1.3.4.2 Passo a Passo - Principais procedimentos para participação na modalidade Aquisição de Semente.

INFOGRÁFICO 07 – PRINCIPAIS PROCEDIMENTOS PARA PARTICIPAÇÃO NA MODALIDADE AQUISIÇÃO DE SEMENTES



Fonte: Conab, 2014

Criação: Paloma Rollim

Para participar da modalidade são necessárias as seguintes ações:

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

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

O órgão demandante planeja e elabora o Plano de distribuição, que enviado a Conab

para Conab.

A Conab faz a análise do Plano de distribuição.

Sendo o Plano de distribuição aprovado, a Conab efetiva a compra das sementes requeridas.

A Organização fornecedora providencia a entrega da semente para o Órgão demandante.

O Órgão demandante efetiva a emissão da nota fiscal de venda para Conab e realiza a distribuição das sementes, conforme previsto no Plano de distribuição.

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

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

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

3.1.3.5 Incentivo à Produção e Consumo de Leite – PAA Leite

3.1.3.5.1 Informações gerais

TABELA 06 – INFORMAÇÕES GERAIS

Finalidade	Aquisição do produto (Leite) para contribuir com o aumento do consumo de leite pelas famílias que se encontram em situação de insegurança alimentar e nutricional e também incentivar a produção leiteira dos agricultores familiares.
Produtos amparados	Aquisição de leite de vaca e também de cabra, que deve ser de produção própria dos agricultores familiares e deve cumprir os requisitos de controle de qualidade dispostos nas normas vigentes.
Abrangência	Estados do Nordeste e Minas Gerais (Região Norte, Vale Jequitinhonha e Mucuri).

Limite de compra	Até R\$ 8.000,00 (oito mil reais) por unidade familiar/ano civil, sendo R\$ 4.000,00 (quatro mil reais) / semestre.
Funcionamento	As Unidades Executoras contratam laticínios que serão responsáveis por recepcionar, coletar, pasteurizar, embalar e transportar o leite para os pontos de distribuição, locais pré-definidos onde as famílias beneficiadas retiram sua cota diária de leite. O agricultor familiar fornecedor deve entregar sua produção diária de leite no laticínio contratado mais próximo da sua propriedade ou depositar o produto em tanques de resfriamento, de onde será coletado pelo laticínio em caminhões adequados para o transporte. Para participar do PAA Leite, o agricultor familiar deve seguir as seguintes exigências: possuir Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP), produzir no máximo 150L de leite/dia e ter comprovante de vacinação dos animais. Esta é a única modalidade que estipula um limite por unidade familiar por semestre para venda de seu produto (até R\$ 4.000,00 (quatro mil reais). Caso este valor não seja utilizado totalmente no semestre, não poderá ser compensado no semestre seguinte. O valor do litro de leite pago ao produtor é prefixado de acordo com metodologia definida pelo Grupo Gestor do PAA. As famílias que recebem o leite são selecionadas pela Unidade Executora e devem preencher no mínimo os seguintes critérios: ter renda <i>per capita</i> de até meio salário mínimo e possuir, dentre os membros da família, crianças de 2 a 7 anos de idade, nutrízes até seis meses após o parto, gestantes ou idosos a partir de 60 anos de idade. Para outros casos, é preciso autorização do Conselho

Estadual de Segurança Alimentar e Nutricional.

Em geral, cada família beneficiada recebe 1 litro de leite por dia. Para as famílias com mais de um membro que preencha aos critérios acima mencionados, poderão ser distribuídos até dois litros de leite.

3.1.3.5.2 Passo a Passo - Principais procedimentos para participação na modalidade PAA Leite

INFOGRÁFICO 08 – PRINCIPAIS PROCEDIMENTOS PARA PARTICIPAÇÃO DA MODALIDADE PAA LEITE



Fonte: MDSA, 2016 Criação: Paloma Rollim

Para participar da modalidade são necessárias as seguintes ações:

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

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

Realização de convenio entre as Unidades executoras e o MDS.

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

O leite sem pasteurizar é entregue pelos produtores da agricultura familiar necessariamente para uma organização formalizada. As organizações formais fazem o processo de beneficiamento do produto pasteurizado ou contratam laticínios para fazer o processo de pasteurização e embalagem. O leite em condições comprovadas de consumo é distribuído em locais previamente definidos para serem recebidos pelos consumidores finais.

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

A íntegra das informações ver anexo 11.

3.1.3.6 Compra institucional

3.1.3.6.1 Informações gerais

TABELA 07 – INFORMAÇÕES GERAIS

Finalidade	Garantir que estados, Distrito Federal e municípios, além de órgãos federais, também possam comprar alimentos da agricultura familiar, com seus próprios recursos financeiros, dispensando-se a licitação, para atendimento às demandas regulares de consumo de alimentos. Poderão ser abastecidos hospitais,
-------------------	---

	quartéis, presídios, restaurantes universitários, refeitórios de creches e escolas filantrópicas, entre outros.
Produtos amparados	Produtos alimentícios próprios para o consumo humano, incluindo alimentos perecíveis e característicos dos hábitos alimentares locais. Podem estar “ <i>in natura</i> ” ou processados. Os alimentos devem ser de produção própria dos agricultores familiares e devem cumprir os requisitos de controle de qualidade dispostos nas normas vigentes.
Abrangência	Todo o território nacional.
Limite de compra	R\$ 20.000,00 (vinte mil reais) por unidade familiar/ano, independente dos fornecedores participarem de outras modalidades do PAA e do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE).
Funcionamento	Após a definição da demanda, o órgão comprador elabora Edital de Chamada Pública, que deve ser divulgado em locais de fácil acesso a organizações da agricultura familiar. As organizações da agricultura familiar elaboram suas propostas de venda de acordo com os critérios da Chamada Pública. O órgão comprador habilita as propostas que contenham todos os documentos exigidos no edital e preços de venda dos produtos compatíveis com o mercado. O órgão responsável pela compra realiza, no mínimo, três pesquisas no mercado local ou regional. Para produtos orgânicos ou agroecológicos, caso não tenha como fazer pesquisa de preço, é possível o acréscimo em até 30% do valor do produto em relação ao preço dos produtos convencionais.

O comprador e o fornecedor assinam o contrato que estabelece o cronograma de entrega dos produtos, a data de pagamento aos agricultores familiares e todas as demais cláusulas de compra e venda.

O início da entrega dos produtos deve atender ao cronograma previsto e os pagamentos são realizados diretamente aos agricultores ou suas organizações.

3.1.3.6.2 Passo a Passo - Principais procedimentos para participação na modalidade - Compra institucional

INFOGRÁFICO 09 PROCEDIMENTOS PARA PARTICIPAÇÃO NA MODALIDADE COMPRA INSTITUCIONAL



Fonte: MDSA, 2016 – Criação: Paloma Rollim

Para participar da modalidade são necessárias as seguintes ações:

Cabe ao órgão comprador a definição da demanda de gêneros alimentícios, devendo sempre considerar os princípios da alimentação adequada e saudável. Deve também verificar a oferta de alimentos da agricultura familiar na região, considerando a diversidade de produtos, volume e a sazonalidade, e fazer uma consulta de preços dos produtos nos mercados locais.

É necessário que o órgão responsável pela compra faça pelo menos 3 (três) pesquisas devidamente documentadas no mercado local ou regional, sendo facultada a utilização dos preços de referência estabelecidos nas aquisições do PNAE. Para a compra de produtos orgânicos ou agroecológicos, os preços poderão ser acrescidos em até 30% (trinta por cento) em relação aos preços estabelecidos para produtos convencionais, se não for possível a pesquisa de preço (conforme disposto no art. 17, parágrafo único, da Lei nº 12.512, de 2011).

Como é uma modalidade que exige chamada pública, esta deve ser elaborada e publicada com todas as especificações e demandas necessárias a compra.

Dar publicidade à Chamada Pública por meio de divulgação em local de fácil acesso à agricultura familiar ou por meio do Portal de Compras da Agricultura Familiar - www.comprasagriculturafamiliar.gov.br, pelo prazo mínimo de 10 (dez) dias.

Os produtores ou suas organizações da agricultura familiar devem elaborar as propostas de venda de acordo com os critérios da chamada pública e dar encaminhamento da documentação solicitada para habilitação.

O comprador faz a avaliação e habilita as propostas que contenham todos os documentos exigidos no edital de chamada pública e preços de venda que não ultrapassem o preço de aquisição definido para cada produto na chamada pública, para posterior assinatura do contrato entre a Unidade executora e os agricultores familiares ou suas organizações selecionadas.

Comprador e o fornecedor assinam o contrato que estabelece as entregas conforme o cronograma, os locais de entrega dos produtos, as condições do controle de qualidade e classificação, data de pagamento aos agricultores familiares e demais as cláusulas de compra e venda.

Início da entrega dos produtos, que deve atender ao cronograma previsto e os pagamentos serão realizados diretamente aos agricultores ou suas organizações,

mediante apresentação de nota fiscal.

3.1.4 O Passo a Passo Para se Cadastrar e Vender Pelo Programa

Principais procedimentos para se efetivar o cadastramento e participar do programa :

Passo 1

Acessar o Portal de Compras da Agricultura Familiar do Ministério do Desenvolvimento Social e Agrário, cujo endereço é: www.comprasagriculturafamiliar.gov.br e clicar no banner: CADASTRO DE EMPREENDIMENTOS.

Passo 2

Encaminhar e-mail para paacomprainstitucional@mds.gov.br, para solicitação de Chave de Acesso para efetuar cadastramento, informando os seguintes dados:



Nome do empreendimento:
CNPJ:
DAP-PJ válida:
e-mail oficial do empreendimento ou da área comercial:
Telefones:

Só é aceita a DAP principal, portanto com uso da DAP Jovem e a DAP Mulher não é possível vender para o PAA. Todos os produtos fornecidos precisam estar de acordo com as exigências da legislação, qualquer que seja sua origem (animal, processados, refrescos, doces, panificados, dentre outros).

Passo 3

Após encaminhamento dos dados acima elencados, o empreendimento receberá uma mensagem por e-mail, na qual constará uma senha de acesso (na forma de um link) redirecionará para a página do formulário eletrônico intitulada: “Venda Mais para o Governo!”. Nesta página o empreendimento dará início ao preenchimento do Cadastro de Fornecedor, no Portal de Compras da Agricultura Familiar.

Passo 4

O formulário de Cadastro está inserido em tela única, portanto, para o completo preenchimento é necessário utilizar a barra de rolagem, situada no canto direito da tela.

Passo 5

Ao final do preenchimento do Cadastro, assinalar o item “Termo de Aceite” e em seguida clicar na barra de cor verde “Atualizar”.

Importante: É obrigatório assinalar o “**Termo de Aceite**”. Se isso não for feito, o sistema abrirá uma janela indicando sua obrigatoriedade, para que só assim seja concluído o cadastramento.

Passo 6

Após assinalar o “Termo de Aceite” e clicar na barra de cor verde “**Atualizar**” se abrirá uma nova janela para que seja realizada a conferência e a confirmação dos dados cadastrados.

Passo 7

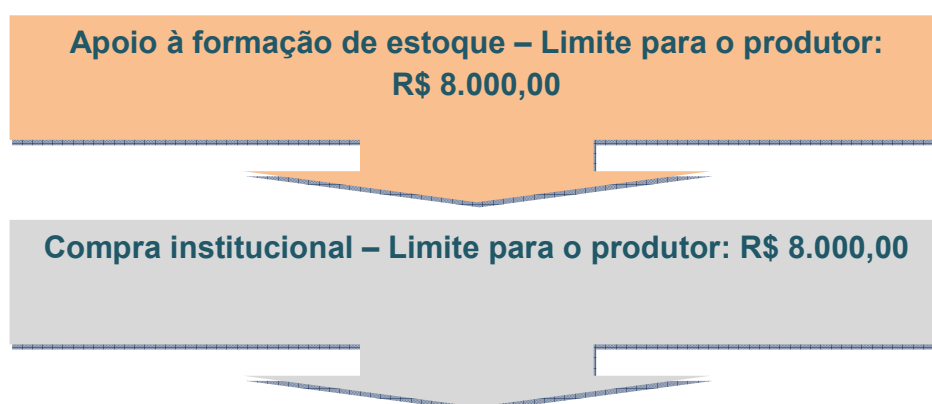
Ao conferir se todos os dados estão corretos, deve-se clicar na barra de cor verde “**Confirmar Informações**”.

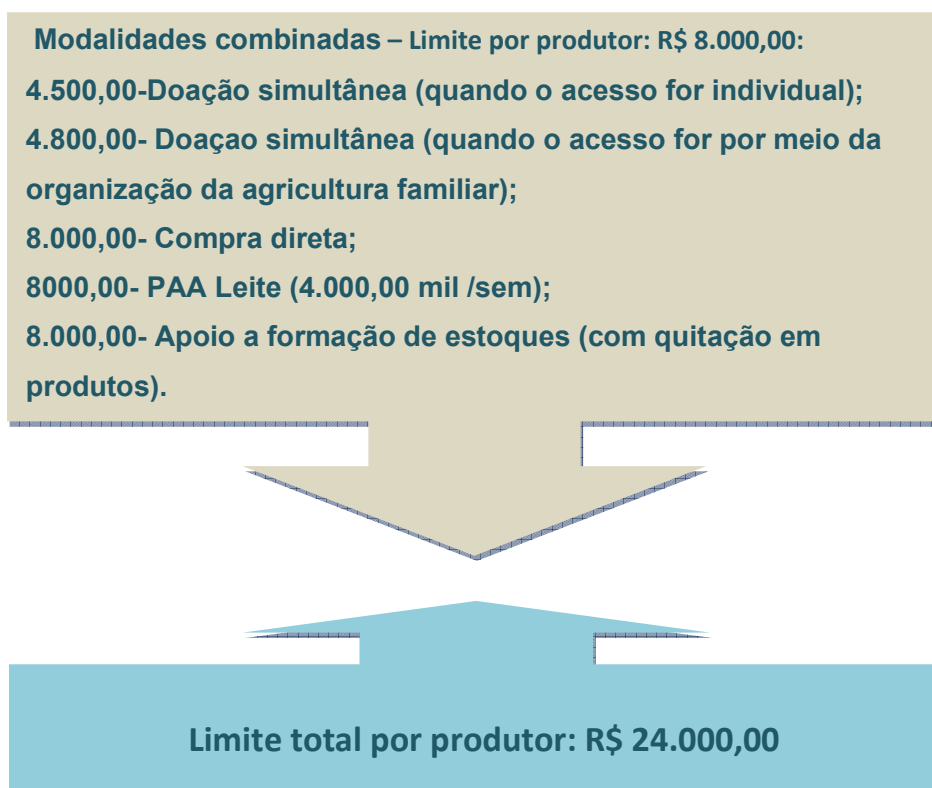
Passo 8

Na sequência aparecerá uma nova janela informando a conclusão do Cadastramento e o processo estará concluído.

3.1.5 Dinâmica dos Limites Entre as Modalidades Para o Produtor

Como pode haver interação entre as várias modalidades do programa, o limite total é estabelecido com a seguinte dinâmica:





3.1.6 Sintetizando

Na tabela abaixo, segue a síntese das principais informações relativas a cada modalidade do PAA, as formas de acesso, os limites normativos, executores com fontes provedoras dos recursos e as finalidades básicas.

TABELA 08 – SÍNTESE DAS MODALIDADES DO PAA

Modalidades	Forma de acesso	Limites/ano	Executores	Finalidade
Compra Doação Simultânea	Produtor	- individual: R\$ 6.500,00 - Por meio da organização fornecedora: R\$ 8.000,00	Conab ou por estados ou municípios, com recursos do MDS. Os	Compra de alimentos diversos próprios para consumo, para doação simultânea a entidades da rede socioassistencial, aos

	Organizações	R\$ 2,0 milhões	agricultores podem participar na forma individual ou por meio de suas organizações.	equipamentos públicos de alimentação e nutrição, ou outras finalidades definidas pelo GGPA.
Apoio a Formação de Estoques	Produtor	R\$ 8 mil	Conab, com recursos do MDS e MDA	Disponibiliza recursos para que organizações da agricultura familiar formem estoques de produtos para posterior comercialização.
	Organizações	R\$ 1,5 milhões (primeira participação limitada a R\$ 300 mil)		
Compra Direta	Produtor	R\$ 8 mil	Conab, com recursos do MDS e MDA. Os agricultores precisam estar organizados em grupos formais ou informais	Compra de produtos diante de baixa de preço ou pela necessidade de atender demandas de alimentos de populações em condição de insegurança alimentar.
	Organizações	R\$ 500 mil		
Incentivo à Produção/ Consumo de Leite – PAA Leite	Produtor	R\$ 4 mil por semestre	Governos estaduais da Região Nordeste do Brasil e regiões selecionadas de MG, com recursos do MDS.	Assegura a distribuição gratuita de leite em ações de combate à fome e à desnutrição de cidadãos que estejam em situação de vulnerabilidade social e/ou em estado de insegurança alimentar e nutricional.
	Organizações	Limite é por produtor		

Compra Institucional	Produtor	R\$ 20 mil	Estados, municípios e órgãos federais da administração direta e indireta. Recursos financeiros da administração pública.	Compra de agricultores individuais ou suas organizações) por meio de Chamada Pública, para o atendimento de demandas de consumo de alimentos por parte de órgão comprador da administração pública. Compra voltada para o atendimento de demandas regulares de consumo de alimentos por parte da União, Estados, Distrito Federal e Municípios;
	Organizações	R\$ 6 milhões		

3.2 PROGRAMA NACIONAL DE ALIMENTAÇÃO ESCOLAR - PNAE

3.2.1 Breve Histórico

O Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) é a política pública que faz efetiva conexão entre Agricultura Familiar e alimentação escolar. O PNAE é o programa mais antigo do governo brasileiro quando se trata de alimentação escolar e de segurança alimentar e nutricional, se destacando no mundo como um dos maiores programas de atendimento a alimentação escolar e de garantia de direito humano à alimentação adequada e saudável.

A linha do tempo construída tem como objetivo demonstrar que é antiga a preocupação do poder público do Brasil com adoção de políticas que contemplem a educação no país com alimentação de melhor qualidade.

1930 - A história do Programa no Brasil inicia ainda na época do Governo provisório de Getúlio Vargas, quando foram feitos inquéritos nutricionais feitos por Josué de Castro, reconhecimento do problema de saúde pública no Brasil. Já nesta época são adotadas as primeiras ações governamentais direcionadas à alimentação e nutrição no país.

1940 - Período do Estado Novo. Nasce o primeiro Embrião do atual PNAE, quando o Instituto Nacional de Nutrição defendia a proposta de o Governo Federal oferecer alimentação escolar.

1950 – É estruturado o Programa de Merenda Escolar através do Plano Nacional de Alimentação e Nutrição, com distribuição de gêneros para municípios carentes, por meio de recursos principalmente de organismos internacionais.

1956 – Criação da Campanha de Merenda Escolar (CNME) em âmbito nacional.

1965 – Período do Governo Militar. O nome da campanha é alterado para Campanha Nacional de Alimentação Escolar (CNAE). Neste período surgem diversos programas de ajuda com recursos do Governo dos Estados Unidos, tais como, Programa Alimentos para a Paz, financiado pela USAID; Programa de Alimentos para o Desenvolvimento, voltado ao atendimento das populações carentes e à alimentação de crianças em idade escolar; e Programa Mundial de Alimentos, da FAO/ONU.

1979 - No Governo do Presidente João Figueiredo o Programa passou a ser chamado de PNAE – Programa Nacional de Alimentação Escolar.

1988 - No Governo do Presidente José Sarney, na Constituição promulgada em 1988, no Artigo 208 fica assegurado o direito à educação, efetivado por meio do atendimento à alimentação escolar.

1994 - Até 1993 a execução do PNAE era centralizada, ou seja, o órgão gerenciador planejava os cardápios, adquiria os gêneros, fazia controle de qualidade e distribuía os alimentos em todo o território nacional. Em 1994 esta forma de gerenciamento é mudada e a administração da alimentação escolar é descentralizada, fortalecendo a autonomia dos Estados, Municípios e Distrito Federal. É neste período que são adotadas medidas de Incentivo à inserção da agricultura e pecuária local, com utilização na alimentação escolar de alimentos básicos, *in natura* e regionais.

1998 - No Governo de Fernando Henrique Cardoso o PNAE passa a ser gerenciado pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação- FNDE e tem início a descentralização dos recursos por meio de transferência automática. Neste período muitas medidas foram implementadas para aperfeiçoamento e fortalecimento do Programa.

2001 – Implementada a Medida Provisória nº 2.178-36, de 24 de agosto que instituiu a obrigatoriedade de que 70% dos recursos transferidos pelo governo federal fossem aplicados exclusivamente em produtos básicos, fortalecendo o respeito aos hábitos alimentares regionais e à vocação agrícola do município, fomentando o desenvolvimento da economia local.

2005 - Nos Governos do Presidente Lula os avanços continuaram com implementação de várias medidas, tais como, definição das atribuições do nutricionista no âmbito do Programa de alimentação, a instituição dos Centros Colaboradores em Alimentação e Nutrição do Escolar (CECANEs).

2009 - Implementação da **Lei nº 11.947 – 17.06.2009** - Resolução CD/FNDE nº 38, de 16 de julho de 2009 - maior conquista para Agricultura Familiar que instituiu na Política Nacional de Alimentação Escolar a exigência que, dos recursos financeiros repassados pelo FNDE, **no mínimo 30% devem ser utilizados na compra de gêneros alimentícios oriundos da agricultura familiar e de empreendimentos familiares rurais**. É incluído o atendimento aos alunos do Ensino Médio, da Educação de Jovens e Adultos, do Programa Mais Educação e das escolas filantrópicas, comunitárias e confessionais, e posteriormente é feita a ampliação do atendimento dos programas suplementares da educação para toda a educação básica.

2010 - Instituição do Comitê Gestor do PNAE, formado por representantes de Governo e instituição do Grupo Consultivo, com representantes da sociedade civil.

Recorte Lei no. 11.947/2009 – Dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar e do Programa Dinheiro Direto na Escola aos alunos da educação básica.

Art. 14 – “Do total dos recursos financeiros repassados pelo FNDE, no âmbito do PNAE, no mínimo **30% (trinta por cento)** deverão ser utilizados na aquisição de gêneros alimentícios diretamente da agricultura familiar e do empreendedor familiar

rural ou de suas organizações, priorizando-se os assentamentos da reforma agrária, as comunidades tradicionais indígenas e comunidades quilombolas.”

Parágrafo 1o. “A aquisição de que trata este artigo poderá ser realizada dispensando-se o procedimento licitatório.” Resolução nº38 do FNDE/2009 – Dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar aos alunos da educação básica no Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE.

VI - da aquisição de gêneros alimentícios da agricultura familiar e do empreendedor familiar rural.

Art. 18, parágrafo 4º, na análise das propostas e na aquisição, deverão ser priorizadas as propostas de grupos do município. Em não se obtendo as quantidades necessárias, estas poderão ser complementadas com propostas de grupos da região, do território rural, do estado e do país, nesta ordem de prioridade.

Art 20. Os produtos da agricultura familiar e dos empreendedores familiares rurais a serem fornecidos para alimentação escolar serão gêneros alimentícios, priorizando, sempre que possível, os alimentos orgânicos e/ou agroecológicos.

3.2.2 Informes Gerais

Com a Lei nº 11.947/2009, a Agricultura Familiar passa a ser uma excelente opção de canal de acesso ao mercado institucional, principalmente porque a Lei traz a grande vantagem de dispensar o procedimento licitatório, o que desburocratiza e facilita significativamente os procedimentos para o produtor acessar ao programa. A vigência da Lei foi importante para fomentar na agricultura familiar a necessidade de implementar processos de aperfeiçoamento contínuos, tanto nos aspectos produtivos como organizacionais, para atendimento das exigências naturais da comercialização. Para os compradores dos alimentos fornecidos pelos produtores, o resultado mais relevante é o ganho na qualidade da alimentação a ser fornecida aos consumidores, visto que o fornecimento de produtos locais ajuda na manutenção e apropriação de hábitos alimentares saudáveis, além de serem instrumentos de fomento do desenvolvimento local de forma sustentável.

3.2.2.1 Objetivo do programa

Segundo o Ministério Educação o PNAE tem por objetivo contribuir para o crescimento e o desenvolvimento biopsicossocial, a aprendizagem, o rendimento escolar e a formação de hábitos saudáveis dos alunos, por meio de ações de educação alimentar e nutricionais e da oferta de refeições que cubram as suas necessidades nutricionais durante o período em que permanecem na escola.

3.2.2.2 Diretrizes do programa

Para a execução do PNAE, a Lei nº 11.947, de 16 de junho de 2009, define como diretrizes da alimentação escolar, quadro 01 abaixo:

QUADRO 01 – DIRETRIZES DO PNAE

Alimentação Saudável e Adequada

Orienta para o uso de alimentos variados, seguros, que respeitem a cultura, as tradições e os hábitos alimentares saudáveis, contribuindo para o crescimento e o desenvolvimento dos alunos e para a melhoria do rendimento escolar, em conformidade com a sua faixa etária e seu estado de saúde, inclusive dos que necessitam de atenção específica.

Educação Alimentar e Nutricional

Fomenta a inclusão da educação alimentar e nutricional no processo de ensino e aprendizagem, que perpassa pelo currículo escolar, abordando o tema alimentação e nutrição e o desenvolvimento de práticas saudáveis de vida, na perspectiva da segurança alimentar e nutricional.

Universalização

Atende a todos os alunos matriculados na rede pública de educação básica.

Participação social

Favorece o acompanhamento e ao controle da execução por meio da participação da comunidade no controle social, por meio dos Conselhos de Alimentação Escolar (CAE).

Desenvolvimento Sustentável

Incentiva a aquisição de gêneros alimentícios diversificados, produzidos em âmbito local e preferencialmente pela agricultura familiar e pelos empreendedores familiares rurais, priorizando as comunidades tradicionais indígenas e de remanescentes de quilombos.

Direito à alimentação Escolar

Garante a segurança alimentar e nutricional dos alunos, com acesso de forma igualitária, respeitando as diferenças biológicas entre idades e condições de saúde dos alunos que necessitem de atenção específica e aqueles que se encontram em vulnerabilidade social.

FONTE: MEC, 2015.

3.2.2.3 Participantes do programa**3.2.2.3.1 Fundo nacional de desenvolvimento da educação – FNDE**

É a autarquia federal vinculada ao Ministério da Educação (MEC), que tem por missão prestar assistência técnica e financeira e executar ações que contribuam para uma educação de qualidade a todos, visando ser referência na implementação de políticas públicas. É o FNDE que realiza o repasse de recursos financeiros do governo federal, em caráter complementar, aos Estados, Municípios e Distrito Federal, em cumprimento a responsabilidade de assegurar o direito à alimentação escolar. Compete à autarquia efetuar o cálculo dos valores financeiros a serem repassados, responder pelo estabelecimento de normas, acompanhamento, monitoramento, fiscalização e avaliação da execução do PNAE.

3.2.2.3.2 Entidade executora – EEx

As Entidades Executoras são os Estados, os Municípios, o Distrito Federal e as escolas federais, responsáveis pela execução do PNAE, inclusive pela utilização e complementação dos recursos financeiros transferidos pelo FNDE, pela prestação de

contas do Programa, pela oferta de alimentação nas escolas por, no mínimo, 800 horas/aula, distribuídas em, no mínimo, 200 dias de efetivo trabalho escolar, e pelas ações de educação alimentar e nutricional a todos os alunos matriculados.

QUADRO 02 – VALORES DO REPASSE

Calculo do repasse per capita		
Nº de dias x nº de alunos x per capita		
Etapas de ensino	Per capita	
	Parcial	Integral
Creche (0 a 3 anos)	R\$ 1,00	R\$ 1,00
Pré escola (4 a 5 anos)	R\$ 0,50	R\$ 1,00
Ensino fundamental: (8 anos) series 1ª a 8ª e (9 anos)	R\$ 0,30	R\$ 1,00
Ensino médio: series 1ª a 4ª	R\$ 0,30	R\$ 1,00
Educação Jovens e Adultos (EJA)	R\$ 0,30	R\$ 1,00
Quilombolas	R\$ 0,60	R\$ 1,00
Indígena	R\$ 0,60	R\$ 1,00
Atendimento educacional especializado	R\$ 0,50	

FONTE: COEFA – FNDE – MEC - 2015.

3.2.2.3.3 Unidade executora - UEx

A Unidade Executora é uma entidade privada sem fins lucrativos, representativa da comunidade escolar, responsável pelo recebimento dos recursos financeiros transferidos pela EEx em favor da escola que representa, bem como pela prestação de contas do PNAE ao órgão que a delegou. Considera-se também como UEx aquela constituída para execução do Programa Dinheiro Direto na Escola – PDDE.

3.2.2.3.4 Conselho de alimentação escolar - CAE

O Conselho de Alimentação Escolar é um órgão colegiado de caráter fiscalizador, permanente, deliberativo e de assessoramento, instituído no âmbito dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, composto por, no mínimo, 7 membros titulares e os respectivos suplentes: representantes do Poder Executivo, trabalhadores da educação e discentes, entidades civis e pais de alunos.

3.2.2.4 – Quem compra pelo PNAE

Quem compra os produtos oriundos da Agricultura Familiar são as Entidades Executoras (EEx), que são as instituições da rede pública de ensino federal, estadual e municipal que recebem recursos diretamente do FNDE para a execução do PNAE:

- a) Secretarias estaduais de educação;
- b) Prefeituras;
- c) Escolas federais;

As compras podem ser feitas de forma centralizada, pelas secretarias estaduais de educação e prefeituras, ou de forma descentralizada, pelas Unidades Executoras das escolas (UEx).

3.2.2.5 Venda para o programa

Para vender para o PNAE é indispensável que os agricultores familiares e/ou suas organizações representativas que possuam a DAP (Declaração de Aptidão ao Pronaf).

Os agricultores familiares podem participar como fornecedores da alimentação escolar nas seguintes condições:

Grupos formais: detentores de Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP jurídica) – cooperativas e associações de agricultores familiares devidamente formalizadas.

Grupos informais: grupos de agricultores familiares detentores de Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP física), que se articula para apresentar o projeto de venda.

Fornecedores individuais: agricultores familiares detentores de Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP física).

3.2.2.6 O limite de venda para o Programa

Fornecedores individuais e Grupos informais: O limite individual de venda do agricultor familiar e do empreendedor familiar rural para a alimentação escolar deverá respeitar o valor máximo de **R\$ 20.000,00 (vinte mil reais)**, por DAP/Ano/Entidade Executora;

Grupos formais: Para a comercialização com grupos formais o montante máximo a ser contratado será o resultado do número de agricultores familiares inscritos na DAP jurídica multiplicado pelo limite individual de comercialização, utilizando a seguinte fórmula:

Valor máximo a ser contratado = N° de agricultores familiares inscritos na DAP jurídica x R\$ 20.000,00.

Maiores informações ver Resolução no. 04 de 02/04/2015 que trata dos limites de venda para o Programa no seguinte endereço eletrônico:

http://www.mda.gov.br/sitemda/sites/sitemda/files/user_arquivos_383/https___mai.l.mda_.gov_.pd

3.2.3 Funcionamento do Programa

Como o PNAE não é dividido em várias opções de modalidades para enquadramento do produtor, seu funcionamento é mais simples e direto. No entanto, para que o processo de acesso aconteça com êxito, é indispensável o cumprimento de várias etapas, com procedimentos que envolvem os vários atores e interessados.

A seguir é dada uma síntese de cada etapa e a quem cabe a responsabilidade de liderar os procedimentos exigidos.

É importante que o produtor conheça as etapas, visto que mesmo que não seja sua responsabilidade direta de executá-la, é fundamental que esteja envolvido no processo.

INFOGRÁFICO 10 – PROCEDIMENTOS PARA PARTICIPAÇÃO NO PROGRAMA PNAE

PRINCIPAIS PROCEDIMENTOS PARA PARTICIPAÇÃO NO PROGRAMA PNAE



Fonte: MEC, 2016 Criação Paloma Rollim

3.2.3.1 Passo a Passo - Principais procedimentos para participação no programa.

1ª Etapa - Passo 1: O Orçamento

Responsabilidade: Entidade Executora (EEx)

Nesta etapa é preciso fazer o levantamento dos recursos orçamentários disponíveis. É necessário identificar o valor do repasse realizado pelo governo federal com base no censo escolar do ano anterior, e definir o percentual de compra da agricultura familiar a ser efetuado, que, como já enfatizado, deve ser, no mínimo, 30% do valor repassado pelo FNDE no âmbito do PNAE. De posse dessas informações, a Entidade Executora deve utilizá-las para o planejamento do cardápio e informar esses valores ao CAE e às organizações da agricultura familiar.

2ª Etapa - Passo 2: A Articulação envolvendo os atores sociais

Responsabilidade: Entidade Executora, com participação de todos com parceiros.

Nesta etapa é feita o mapeamento da disponibilidade dos produtos da agricultura familiar que podem ser ofertados. Esta etapa é fundamental para garantir a boa execução do programa, porque é nesta fase que é identificada a diversidade e a quantidade dos gêneros alimentícios ofertados pela agricultura familiar que poderão ser utilizados no cardápio da alimentação escolar. Daí a importância de se fazer uma ampla articulação para que o maior número possível de produtores da agricultura familiar participe do processo e disponibilizem seus produtos para o programa.

É muito importante que haja interação e desenvolvimento de um trabalho conjunto dos órgãos governamentais que trabalham com educação e agricultura (normalmente Secretarias de Educação e de Agricultura) com a entidade executora, e destas com os agricultores e suas representações, bem como dos órgãos locais que assessoram os produtores, sejam eles governamentais ou não, para fazer uma interlocução eficiente e garantir que o mapeamento contemplou o maior número de produtos da agricultura familiar local. O mapeamento deve conter, no mínimo, a discriminação dos produtos locais, quantidade de produção e época de colheita, ou seja, deve ser feito o calendário agrícola para definição da oferta.

Outro ator que tem importante participação nesta etapa é o profissional nutricionista, visto ser dele a responsabilidade de compor o cardápio escolar, e fará o procedimento de acordo com o levantamento dos produtos da agricultura familiar local. O nutricionista deve sempre contar com o apoio das entidades representativas da agricultura familiar, para conhecer os agricultores locais e seus níveis de organização, capacidade logística, de beneficiamento da produção, entre outros, de forma a identificar e estimular o potencial para diversificar a sua produção e atender à demanda para o programa. É uma etapa de grande mobilização de esforços, cujo sucesso só é garantido pela capacidade dos envolvidos de fazer uma articulação bem feita para resultar num mapeamento confiável e garantidor da oferta.

3ª Etapa - Passo 3: A Elaboração do cardápio

Responsabilidade: Nutricionista (Especialista técnico)

De acordo com o levantamento feito constando todos os produtos que os agricultores familiares podem disponibilizar, o profissional elabora os cardápios da alimentação escolar, incluindo alimentos regionais, com respeito às referências nutricionais e aos hábitos alimentares locais, e conforme a safra.

O nutricionista tem um papel fundamental em planejar um cardápio nutritivo, com produtos de qualidade para a alimentação escolar. Com a compra da agricultura familiar, tem condições de adquirir produtos frescos, saudáveis, respeitando a cultura e a vocação agrícola local. Por isso, é muito importante que o planejamento seja feito com base no mapeamento dos produtos da agricultura familiar local, considerando a sua sazonalidade e a quantidade produzida na região.

4ª Etapa - Passo 4: A definição dos preços

Responsabilidade: Entidade Executora, com participação de todos com parceiros.

Nesta etapa é feita a definição prévia de preços pela EEx que deverão constar no edital da Chamada Pública e que serão os preços pagos ao agricultor familiar ou suas organizações pela venda do gênero alimentício. A Chamada Pública é o

procedimento administrativo voltado à seleção de proposta específica para aquisição de gêneros alimentícios provenientes da agricultura familiar e/ ou empreendedores familiares rurais ou suas organizações. É um instrumento firmado no âmbito das estratégias de compras públicas sustentáveis, que assegura o cumprimento dos princípios constitucionais da administração pública, ao passo que permite a veiculação de diretrizes governamentais importantes, relacionadas ao desenvolvimento sustentável, ao apoio à inclusão social e produtiva local e à promoção da segurança alimentar e nutricional. Assim, apresenta maior possibilidade de atender às especificidades necessárias à aquisição da agricultura familiar, desde que respeitadas as normas do programa.

Os preços dos produtos contratados no âmbito da Chamada Pública devem obrigatoriamente refletir os preços de mercado, sendo previamente definidos por pesquisa realizada pela Entidade Executora. Dessa forma, aquisições de gêneros alimentícios da agricultura familiar, por meio de Chamada Pública, permanecem em estreita conciliação com os princípios jurídicos que regem as aquisições feitas pela Administração Pública.

TABELA 09 – DEFINIÇÃO DE PREÇOS

Composição dos preços	Todos os insumos necessários devem ser considerados para composição dos preços, tais como despesas com frete, embalagens, encargos e quaisquer outros necessários para o fornecimento do produto. Se o edital tem previsão da entrega dos gêneros em cada escola, os custos da entrega ponto a ponto deverão ser considerados no levantamento de preços para aquisição da agricultura familiar e esses custos deverão compor o preço final do produto, para que o preço final de compra incorpore as condições necessárias à aquisição dos produtores. Todas as condições deverão estar detalhadas no âmbito da Chamada Pública, bem como no contrato a ser assinado, com o objetivo de conferir eficiência e transparência à contratação.
------------------------------	--

Pesquisa de preços	Os preços devem ser definidos após a realização de ampla pesquisa de preços. Por esta razão, a EEx poderá contar com parceiros que contribuam para a construção da metodologia a ser utilizada na aferição dos preços de mercado, tais como o CAE, entidades de assistência técnica e extensão rural, universidades, organizações da agricultura familiar, secretarias de agricultura e outros. O preço de aquisição de cada produto será o preço médio pesquisado por, no mínimo, três mercados em âmbito local, acrescido dos insumos exigidos no edital de chamada pública, tais como despesas com frete, embalagem, encargos e quaisquer outros necessários para o fornecimento do produto. Quando houver feira local da agricultura familiar, a pesquisa de preços deverá dar prioridade a este espaço como referência. Quando não houver mercado local para produtos específicos da agricultura familiar, a pesquisa de preços deverá ser realizada em âmbito territorial, estadual ou nacional, nessa ordem. É definido como mercado de âmbito local, aquele que a comercialização realizada no próprio município onde se localizam as escolas. Por mercado territorial, estadual e nacional, entende-se, respectivamente, a comercialização realizada no âmbito dos municípios que compõem o território rural (nos casos em que os municípios componham algum território rural, tal como definido pelo MDA), no âmbito do estado e do país.
Preços de produtos orgânicos e/ou agroecológicos	Se a chamada pública contempla a compra de produtos orgânicos ou agroecológicos, a EEx poderá realizar pesquisa de preços específica para os alimentos orgânicos ou agroecológicos a serem adquiridos. Caso a chamada pública não seja específica para produtos orgânicos ou agroecológicos, e/ou não seja realizada uma pesquisa específica para estes produtos, o gestor tem a

possibilidade, considerando-se a pesquisa de preços dos produtos convencionais, de acrescer os preços de tais alimentos em até 30% dos preços estabelecidos para os produtos convencionais.

CERTIFICAÇÃO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS E AGROECOLÓGICOS

De acordo com o Art.1o. DA Lei 10.813/2003, “considera-se sistema orgânico de produção agropecuária todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não renovável, empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente”.

No segundo parágrafo do mesmo artigo diz “vários métodos de produção sustentáveis são inseridos nesse conceito. O conceito de sistema orgânico de produção agropecuária e industrial abrange os denominados: ecológico, biodinâmico, natural, regenerativo, biológico, agroecológico, permacultura e outros que atendam os princípios estabelecidos por esta Lei”.

Atualmente o Governo Federal reconhece três formas possíveis de certificação de produtos orgânicos. São elas:

- Sistemas Participativos de Garantia – SPG;
- Certificação por Auditoria; e
- Organização de Controle Social – OCS.

Como a comercialização para o PNAE é considerada venda para o consumidor final a modalidade OCS pode ser considerada para efeito classificação do produto.

5ª Etapa - Passo 5: A Chamada Pública

Responsabilidade: Entidade Executora.

A chamada pública é o formato que apresenta maior possibilidade de atender às especificidades necessárias à aquisição da agricultura familiar, sendo a ferramenta mais adequada porque contribui para o cumprimento das diretrizes do PNAE, no que se refere à priorização de produtos produzidos em âmbito local de forma a fortalecer os hábitos alimentares, a cultura local e a agricultura familiar, aspectos fundamentais na garantia da segurança alimentar e nutricional.

Cada EEx pode realizar mais de uma Chamada Pública por ano se, por razões de conveniência e oportunidade, facilitando o processo de compra, em respeito à sazonalidade dos produtos, bem como a problemas climáticos ou de outra ordem.

A Chamada Pública poderá ter vigência superior ao ano civil, se assim melhor atender às necessidades do processo de aquisição da agricultura familiar.

Por todas estas razões a Chamada Pública é o instrumento mais adequado para facilitar e possibilitar que o limite mínimo obrigatório de 30% de aquisição de alimentos da agricultura familiar seja atendido.

É importante que a Chamada Pública contenha informações suficientes para que os fornecedores formulem corretamente os projetos de venda, como tipos de produtos, quantidades, cronograma de entregas (diárias, semanal, período de fornecimento etc.) e locais de entrega, bem como os preços.

DIVULGAÇÃO DA CHAMADA PÚBLICA

No caso específico da aquisição da agricultura familiar, deve ser dada ampla publicidade à Chamada Pública. As Entidades Executoras precisam publicar os editais de Chamada Pública para alimentação escolar em jornal de circulação local, na forma de mural em local público de ampla circulação.

Deverá ainda divulgar em seu endereço na internet, caso haja, e divulgar para organizações locais da agricultura familiar (como sindicatos rurais, cooperativas, associações, movimentos sociais e demais entidades da agricultura familiar) e para entidades de assistência técnica e extensão rural do município ou do estado.

A publicação poderá ser feita também em outros locais com potencial de divulgação das chamadas, como rádios comunitárias locais e jornais de circulação regional, estadual ou nacional.

Os editais deverão permanecer abertos para recebimento dos projetos de venda por um período mínimo de 20 dias.

6ª Etapa - Passo 6 : A Elaboração do Projeto de Venda

Responsabilidade: Agricultores familiares, e/ou suas organizações (associações e cooperativas).

É a etapa em que os produtores da agricultura familiar são os principais protagonistas do processo. O projeto de venda é o documento que formaliza o interesse dos agricultores familiares em vender sua produção para a alimentação escolar.

A responsabilidade pela elaboração e entrega dos projetos de venda é dos agricultores familiares ou suas organizações, embora possam e devam contar com apoio dos órgãos de assistência técnica para cumprimento da tarefa. É necessário que os agricultores familiares se atentem à Chamada Pública na elaboração de seus projetos de venda. O projeto deverá apresentar sua proposta de fornecimento de gêneros alimentícios (variedade, quantidade, cronograma de entrega), de acordo com o publicado na Chamada Pública, e conforme a possibilidade de atendimento de cada fornecedor.

Os projetos de venda são assinados de acordo com a habilitação pretendida, quais sejam:

- os representantes do grupo formal (agricultores familiares organizados em grupos formais da agricultura familiar como associações e cooperativas, detentoras de DAP jurídica. Nesse caso, os contratos serão firmados com a entidade);
- os agricultores fornecedores do grupo informal (agricultores familiares organizados em grupos informais, que não detém DAP jurídica. Nesse caso, serão formalizados contratos individuais) ou;

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

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

Ainda, na elaboração do projeto de venda, todo agricultor participante (individual e de grupo informal) deverá preencher uma declaração de que os produtos a serem entregues relacionados à sua DAP física são de produção própria.

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

IMPORTANTE: Os prazos para cadastramento no Programa podem variar, de acordo com o órgão gestor do processo. O agricultor familiar deve estar atento para entregar toda a documentação exigida de uma única vez, o que pode contribuir para agilizar o processo. O Anexo 12 apresenta a relação da documentação exigida para apresentação do Projeto de venda.

7ª Etapa - Passo 7: O Recebimento e seleção dos Projetos de Venda

Responsabilidade: Entidade Executora

É a etapa em que a EEx faz a habilitação dos projetos de venda. Após a habilitação, a Entidade Executora faz a seleção dos projetos de venda, de acordo com os critérios abaixo relacionados.

Inicialmente, os projetos são divididos nos seguintes grupos:

- Grupo 1 – projetos locais;
- Grupo 2 – projetos do território rural;
- Grupo 3 – projetos do estado;
- Grupo 4 – projetos do país.

Por projetos locais entendem-se aqueles oriundos de agricultores familiares ou de suas organizações com sede no próprio município onde se localizam as escolas. As compras de gêneros alimentícios devem ser feitas, sempre que possível, no mesmo município em que se localizam as escolas.

Os projetos do Grupo 1 tem prioridade de análise, e dentro do Grupo 1 deve ser observada a seguinte ordem de prioridade para seleção dos projetos:

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

Os demais grupos (2, 3 e 4) só são contemplados quando as entidades executoras não obtiverem as quantidades necessárias de produtos oriundos de agricultores familiares locais, fazendo a EEx a análise dos projetos na seguinte ordem: Grupo 2, depois Grupo 3 e por último o Grupo 4.

8ª Etapa - Passo 8: O Recebimento e seleção dos Projetos de venda

Responsabilidade: Entidade Executora

A Entidade Executora poderá prever na Chamada Pública a apresentação de amostras dos produtos a serem adquiridos, para que sejam previamente submetidos ao controle de qualidade, observando-se a legislação pertinente.

As amostras dos alimentos deverão ser apresentadas pelo classificado, primeiramente e provisoriamente para avaliação e seleção do produto a ser adquirido. A avaliação dos produtos a serem comercializados se dará a partir de três critérios:

- a) Se atenderem às especificações da Chamada Pública;
- b) Se possuírem certificação sanitária, quando houver essa exigência;

- c) Se atenderem ao teste de amostra, em que seja possível qualificar as suas características sensoriais.

Todos os produtos de origem animal, inclusive ovos e mel, necessitam da avaliação sanitária. O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) tem a responsabilidade de avaliar sanitariamente esses produtos. Eles podem ser inspecionados por uma das seguintes instâncias:

- a) Serviço de Inspeção Municipal – SIM (permite a comercialização em âmbito municipal);
- b) Serviço de Inspeção Estadual – SIE (permite a comercialização em âmbito estadual);
- c) Serviço de Inspeção Federal – SIF (permite a comercialização em todo território nacional).

Além dessas certificações, existe o Sistema Único de Atenção à Sanidade Agropecuária (SUASA), iniciativa de âmbito federal que visa unificar as formas de certificação sanitária para produtos de origem animal (em fase de implementação).

9ª Etapa - Passo 9: O Contrato de compra

Responsabilidade: Entidade Executora e Fornecedores

O contrato de compra é a formalização legal do compromisso assumido pela Entidade Executora e pelos fornecedores para a entrega dos gêneros alimentícios da agricultura familiar para a alimentação escolar.

Os contratos devem estabelecer com clareza e precisão as condições para sua execução, expressas em cláusulas que definam os direitos, obrigações e responsabilidades das partes, em conformidade com os termos da Chamada Pública e da proposta a que se vinculam (como, por exemplo, o cronograma de entrega dos alimentos, com datas, locais, produtos e qualidades, e as datas de pagamento dos agricultores familiares, além das demais cláusulas de compra e venda).

O contrato de aquisição dos gêneros alimentícios deve ser assinado pelas partes envolvidas: pela Entidade Executora e pelo representante legal da cooperativa/

associação, pelos agricultores familiares que compõem o grupo informal, ou pelo fornecedor individual.

Modelo de Contrato Anexo 13.

10ª Etapa - Passo 10: A Entrega dos produtos pelos produtores – O Termo de recebimento – O Pagamento aos produtores da agricultura familiar
Responsabilidade: Entidade Executora e Fornecedores

As entregas dos produtos devem ser de acordo com o cronograma previsto no edital de Chamada Pública bem como respeitando o Contrato.

No ato da entrega, é elaborado um Termo de recebimento, que é assinado pelo representante da Entidade Executora e pelo agricultor individual fornecedor ou por representante autorizado de organização. O Termo de recebimento é o instrumento que atesta que os produtos entregues estão de acordo com o cronograma previsto no contrato e dentro dos padrões de qualidade exigidos. Nesse documento são descritos os tipos de produtos entregues, suas quantidades e os seus valores. O termo de recebimento deve ser impresso em pelo menos duas vias, sendo uma delas destinada à EEx e a outra ao representante do grupo da agricultura familiar ou fornecedor individual.

Junto à assinatura do termo de recebimento, é obrigatória a emissão de documento fiscal:

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

Cumprida esta obrigatoriedade é feito o processo de pagamento do fornecedor. De acordo com o Decreto no 7.507, de 27 de junho de 2011, toda movimentação financeira dos recursos repassados pelo FNDE ao Estado, Distrito Federal e Municípios deverá ocorrer exclusivamente por meio de transferência eletrônica, assim, cada

agricultor vai receber diretamente na conta bancária aberta em instituições financeiras oficiais.

A QUESTÃO DAS ASSOCIAÇÕES

As associações são entidades sem fins econômicos e sem fins lucrativos, mas alguns estados estão permitindo que associações da agricultura familiar possam realizar a comercialização para as compras institucionais, e dentre elas para o PNAE.

Quando as associações estão autorizadas a emitir nota fiscal, e possuem a DAP jurídica, estão configuradas como grupo formal e o contrato deve ser celebrado diretamente entre a Entidade Executora e a associação. Quando as associações não podem emitir nota fiscal, mas representam os interesses dos seus associados na venda dos gêneros alimentícios da agricultura familiar, os contratos serão celebrados diretamente com cada agricultor familiar constante no projeto de venda. Nesse caso, os pagamentos serão feitos diretamente aos agricultores familiares, que emitirão as notas fiscais.

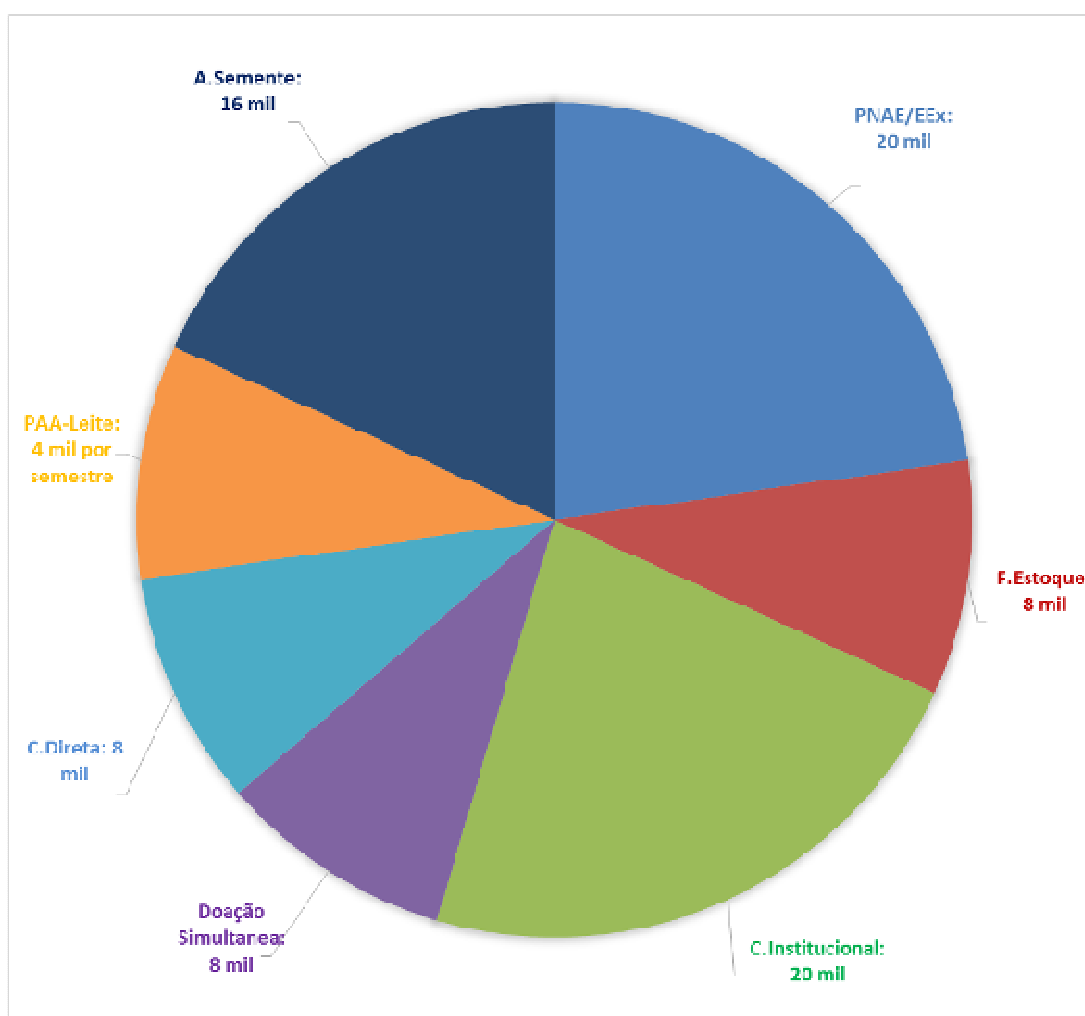
3.3 CONCLUSÃO

O Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), nas suas várias modalidades e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), especialmente por comprar produções locais, são os dois programas governamentais de compras públicas de alimentos produzidos por agricultores familiares no Brasil, fundamentais para fomentar a renda dos agricultores e dar significativa contribuição para o desenvolvimento da agricultura familiar no país.

A soma dos limites dos programas para o agricultor familiar, **em R\$ 44.000,00 por ano**, deixa margem confortável para que o acesso a este canal não restrinja a capacidade de oferta da grande maioria dos pequenos produtores, conforme estipula a figura abaixo.



GRAFICO 03 – LIMITE DE VENDA AOS AGRICULTORES FAMILIARES PARA OS PROGRAMAS DE COMPRAS PÚBLICAS



Fonte: Consultoria contratada

O valor do limite teto dos programas, para os produtores e suas organizações, lhes possibilita ampla margem de venda para este importante canal, que embora tenha suas exigências burocráticas, é uma excelente alternativa de comercialização para a agricultura familiar.

Os dois mais importantes programas atualmente disponíveis no Brasil, PAA (Programa aquisição de alimentos) e PNAE (Programa nacional de alimentação escolar), são sem dúvida, poderosos instrumentos de política pública, que apesar de precisarem de continuo aprimoramento, estão ao alcance dos produtores. Com resultados aperfeiçoados a cada ano, os programas tem possibilitado significativa melhoria na relação dos produtores com o mercado.

4 COMÉRCIO JUSTO E SOLIDÁRIO

A busca por alternativas ao processo de exclusão dos pequenos produtores dos mercados tem gerado, nos últimos anos, diversas possibilidades inovadoras que não somente criam condições reais de inserção de seus produtos em mercados específicos, mas também promovem o empoderamento de comunidades que, por meio de capacitações diversas, levam os agricultores familiares a ganhar independência para alcance de outros mercados.

É nessa perspectiva que vimos surgir nos anos 50, e se fortalecer no Brasil e no mundo desde então, o movimento de Comércio Justo e Solidário.

O acesso ao mercado justo passa pela certificação de produtos e credenciamento a redes internacionais que estabelecem os princípios a serem seguidos por produtores, comercializadoras, organizações de assessoria e suporte, dentre outras, cujo foco é principalmente a exportação de

Mais do que uma alternativa ao comércio convencional, o comércio justo é um canal necessário aos agricultores familiares pelo seu objetivo de fortalecimento do elo mais fraco das cadeias produtivas em diferentes segmentos de mercado, buscando relações comerciais justas desde o produtor até o consumidor final.

produtos para o mercado justo do hemisfério norte.

É um mercado que demanda produtos de extrema qualidade, alto nível de conhecimento e profissionalismo nas operações logísticas, viabilidade financeiro para arcar com os custos de certificação e comprometimento para seguir as normas e critérios do comércio justo.

4.1 PRINCÍPIOS DO COMÉRCIO JUSTO E SOLIDÁRIO

O comércio justo e solidário é baseado numa proposta concreta de alternativa às relações comerciais atuais, nas quais os pequenos produtores se deparam com um sistema global que contribui para inviabilizar o acesso de seus produtos, de forma justa, aos mercados, o que os leva a uma condição de dependência daqueles que dentem o poder econômico.

INFOGRÁFICO 11 – PRINCÍPIOS DO COMÉRCIO JUSTO E SOLIDÁRIO



Fonte: WFTO, 2016

Criação: Paloma Rollim

Segundo a WFTO³, o comércio justo é:

Uma parceria comercial, baseada em diálogo, transparência e respeito, que busca maior equidade no comércio internacional. Ele contribui para o desenvolvimento sustentável, por meio de melhores condições de troca e garantia dos direitos para produtores e trabalhadores marginalizados - principalmente do Sul (WFTO, 2016).

Para se tornarem parte do sistema do Comércio Justo, os produtores e comerciantes precisam atuar dentro de normas, por meio dos quais haverá garantia de condições justas para os produtores. Os Critérios do Comércio Justo são estabelecidos pela Fairtrade International (FLO-CERT) (empresa de certificação independente do Comércio Justo) que gerencia o processo de auditoria e certificação para garantir o cumprimento dos princípios do Comércio Justo.

Os produtos percorrem uma cadeia com o menor número possível de atravessadores, em que todos devem exercer a prática dos seguintes critérios:

4.1.1 Gerar Oportunidades Para Produtores Economicamente Desfavorecidos

Como estratégia de redução da pobreza e promoção do desenvolvimento local sustentável, o comércio justo tem como objetivo chave gerar oportunidades regulares para produtores que se encontram excluídos do sistema convencional de comércio, substituindo a lei do mais forte pela inclusão dos mais pobres.

A comercialização de produtos é o foco principal do comércio justo, entretanto é importante ressaltar as oportunidades criadas também para que os produtores e atores envolvidos no comércio justo possam expor suas ideias e propostas, de forma a gerar transformação da sociedade como um todo.

³ A Organização Mundial de Comércio Justo (WFTO) é uma rede global de organizações que representam a cadeia de abastecimento de Comércio Justo. A adesão WFTO fornece às organizações de Comércio Justo credibilidade e identidade por meio de um sistema de garantia internacional (WFTO, 2014).

4.1.2 Transparência nas Relações

A transparência é ponto fundamental no comércio justo. Todos os envolvidos no processo produtivo e comercial desenvolvem relações baseadas em transparência e justiça, garantindo que todas as informações importantes sejam compartilhadas entre todos, que sempre são envolvidos nos processos de tomada de decisões. As cadeias são acompanhadas e monitoradas por processos de auditorias, de forma a garantir que os aspectos econômicos, sociais e ambientais são respeitados.

4.1.3 Pré-Financiamento

Como forma de viabilizar os produtores cumprirem os acordos comerciais estabelecidos, o comércio justo estabelece que os compradores pré-financiem os pedidos fechados em 50%, no momento de finalizada a negociação. Esta prática só é possível em função de dois pilares base do comércio justo: confiança e respeito mútuo, sem os quais um terceiro pilar não se sustenta: as parcerias comerciais de longo prazo.

4.1.4 Preço Justo

Um desafio do comércio justo é garantir o pagamento do preço justo aos produtores. Entretanto, antes de criar os procedimentos que asseguram o recebimento de um preço justo por seus produtos, faz-se importante definir o que é considerado preço justo de um produto, sendo esta uma das maiores fontes de discussão entre produtores e compradores.

Com o objetivo de contribuir para o entendimento entre as partes envolvidas a a WFTO (2016) considera que:

Preço justo é aquele que foi mutuamente acordado por todos através do diálogo e da participação, que proporciona uma remuneração justa para os produtores e também pode ser sustentado pelo mercado. Onde existem estruturas de preços de Comércio Justo, estes são utilizados como um mínimo. Salário justo significa provisão de remuneração socialmente aceitável (no contexto local) considerado pelos próprios produtores para ser justo e que tenha em conta o princípio de mesmo salário igual de homens e mulheres.

Sendo assim, o preço justo não é necessariamente definido pelo mercado, mas está diretamente ligado a uma avaliação das necessidades de qualidade de vida dos produtores locais, sendo importante ressaltar que uma negociação entre compradores e produtores, dentro dos princípios de comércio justo, não existe barganha de preço por parte dos compradores, por entenderem que os produtores estão lhes apresentando o preço justo que cobrem os custos de uma produção socialmente justa e ambientalmente correta.

4.1.5 Não Utilização de Mão de Obra Escrava ou Infantil

É terminantemente proibido o trabalho forçado, sendo de responsabilidade das organizações comercializadoras garantirem aos consumidores que ele não ocorre em nenhuma etapa da produção. A participação de crianças adere à Convenção da ONU sobre os Direitos da Criança, e o direito nacional local sobre o emprego de crianças. A participação de crianças na produção, é permitido em processo de aprendizagem da arte ou ofício tradicional, devendo entretanto ser monitorado de forma a não prejudicar o bem estar, segurança, desempenho escolar e o direito da criança de brincar.

4.1.6 Igualdade de Gênero

O comércio justo estabelece que homens e mulheres possuem direitos e deveres iguais, tendo ambos o mesmo peso e importância, inclusive sendo estimuladas em ocupar posições de liderança, recebendo os valores correspondentes por seu trabalho realizado no processo produtivo.

4.1.7 Condições de Trabalho

O ambiente de trabalho deve apresentar condições que garantam segurança e não afetem a saúde dos produtores, respeitando as leis nacionais e a convenção da OIT sobre estas questões.

4.1.8 Fornecer Capacitação

O Comércio Justo é mais do que um canal de vendas de produtos para os pequenos produtores. Ele se desenvolve de forma a proporcionar a independência do produtor e para isso a capacitação e treinamento devem ocorrer periodicamente com o objetivo de melhorar as habilidades dos produtores em áreas como gestão, capacidade produtiva, acesso a mercados e comércio justo, com o objetivo de os impactos positivos de desenvolvimento para os produtores.

4.1.9 Promoção do Comércio Justo

As ações junto aos consumidores também são foco do comércio justo, com objetivo de ampliar a consciência sobre a necessidade de um comércio mundial mais justo e inclusivo, e a importância do papel do consumidor neste processo. As campanhas também promovem informações sobre os produtores, origem dos produtos, forma de produção, dentre outros.

4.1.10 Respeito ao Meio Ambiente

O comércio justo estimula práticas de produção sustentáveis, que causem menor impacto global sobre o meio ambiente, orientado que, sempre que possível, sejam utilizadas tecnologias renováveis de forma a reduzir o consumo de energia. A produção agrícola é direcionada à redução ao mínimo do uso de pesticidas, priorizando preferencialmente o cultivo de produção orgânica.

4.2 ATORES DO COMÉRCIO JUSTO

O Comércio Justo possibilita que produtores acessem mercados de exportação em condições mais justas, fortalecendo suas organizações no comércio internacional, conseguindo fontes de financiamento de sua produção, por meio do pré-financiamento de seus pedidos e acesso a programas de capacitação.

Para entender este mercado é importante conhecer os atores principais e seus papéis no processo de comercialização.

4.2.1 Os Produtores

Personagem central do movimento de comércio justo. Estimula-se que estejam organizados em associações ou cooperativas. Para efeitos de certificação, a FLO faz duas distinções sobre quem é considerado um pequeno produtor:

- a) Para os produtos: cacau, café, ervas e chás, mel, nozes, sementes de oleaginosas, cereais e algodão em caroço são considerados pequenos produtores aqueles que não dependem de mão de obra contratada permanentemente, somente em períodos de pico como semeadura e colheita, para o trabalho na lavoura e que gerenciam suas áreas produtivas, juntamente com suas famílias;
- b) Para cultivos de cana de açúcar, frutas e verduras beneficiadas, como em conservas e geléias, frutas frescas, vegetais frescos e chá, que podem requer contratos permanentes de trabalho durante todo o ano, os produtores devem cumprir os seguintes critérios (FAIR TRADE 2016):
 - 1) Apenas um número limitado de trabalhadores contratados permanentes, além da família, deve trabalhar na propriedade. O número depende do tamanho da terra (hectares) e das culturas;
 - 2) A atividade principal de trabalho dos produtores é o cultivo na terra onde trabalham;
 - 3) A venda da colheita de suas atividades agrícolas deve ser a principal fonte de renda;
 - 4) Um produtor não deve cultivar mais terra do que o tamanho normal de terra para essa cultura na região.

4.2.2 Trades ou Exportadores

O comércio justo procura desenvolver as cadeias de comercialização com o menor número possível de intermediários, de forma a possibilitar que os produtores recebam uma maior parcela do preço de venda alcançado, bem como proporcionar aos consumidores preços mais acessíveis.

Um desafio para os pequenos produtores se refere aos processos burocráticos e logísticos da exportação de produtos. Como forma de viabilizar as negociações com importadores, faz-se importante a figura do profissional desta área, garantindo o bom funcionamento da operação e os conhecimentos específicos que este processo demanda.

A prática tem demonstrado que os produtores, em sua grande maioria, não dispõem de todas as condições para gerenciar de forma adequada as diferentes etapas e conhecimentos necessários para a exportação de produtos, que envolvem logística, fechamento de câmbio, despacho aduaneiro, dentre outros, sendo o “*trader*” um prestador de serviços, orientador e não se apresentando como um comprador e revendedor de produtos.

4.2.3 Os Importadores

Dividem-se em dois grupos distintos:

- a) Especializados exclusivamente em produtos de comércio justo;
- b) Especializados em algum produto específico, como por exemplo, açúcar, café, artesanato, sendo os produtores de comércio justo apenas mais de seus fornecedores.

Os importadores, exclusivos de comércio justo, podem atuar em diferentes frentes, exercendo o papel de distribuidor para lojistas, bem como vender produtos diretamente para o consumidor final, principalmente por meio das lojas virtuais, tendo a necessidade de serem certificados pela FLO4.

A relação dos importadores com os produtores vai além da comercialização de produtos em canais diferenciados, mas também resulta em parcerias que permitem:

4 Fair Trade Labelling Organization

Uma organização global que trabalha para garantir cumprimento de acordos que sejam justos para agricultores e trabalhadores.

- a) Prover informações aos produtores sobre tendências de produtos no mercado consumidor, permitindo ajustes de produtos que pode levar a melhores resultados comerciais;
- b) Ajustes de embalagens, com repasse de informações sobre tipos de informações necessárias, tamanhos adequados ao mercado, dentre outras;
- c) Pré-financiamento dos pedidos;
- d) Pagamento do *Premium price*⁵ que permite ao grupo produtivo investir em melhorias que julgam necessárias ou financiar treinamentos e capacitações.

4.2.4 AS WORLD SHOPS –LOJAS DO MUNDO

Lojas especializadas em comércio justo que comercializam diversos produtos de diferentes países, tais como, café, chocolate, mel, açúcar, artesanato, dentre outros. Estima-se que existam cerca de 3.000 lojas do mundo ao redor do mundo (SCHNEIDER, 2007).



IMAGEM 10: LOJA DO MUNDO – HOLANDA



Fonte: Fair Support

⁵*Premium Price* é um valor adicional em dinheiro que vai para um fundo comunitário para trabalhadores e agricultores usarem - como melhor entenderem - para melhorar suas condições sociais, econômicas e ambientais. Os produtores determinam o que é prioridade de investimento para a comunidade. Podem escolher projetos voltados para educação ou cuidados de saúde para os seus filhos, melhorar os seus negócios ou construir infra-estruturas vitais, como estradas e pontes para a sua comunidade.

4.3.5 Lojas Convencionais

Supermercados e lojas convencionais, realidade mais comum em países do hemisfério norte, têm adaptado suas políticas comerciais como forma de introduzir em seus portfólios produtos de comércio justo e agregação de valor à sua marca, como é o caso da rede Wal-Mart, que vende alimentos de comércio justo em suas lojas.

A Grã-Brenha é um dos países europeu mais importante para produtos de comércio justo e a rede de supermercados Tesco, se tornou um dos maiores fornecedores destes produtos para este mercado. O interesse da Tesco pelo Comércio Justo aumentou quando um dos seus concorrentes principais, a cadeia de supermercados Co-operative Group, optou por produzir os seus chocolates mediante os princípios do comércio justo e dobrou a exposição destinada a estes produtos em suas lojas.

A empresa italiana de confeitaria Ferrero vai dobrar a quantidade de cacau que compra de fazendeiros de Comércio Justo - para 40.000 toneladas métricas nos próximos três anos. A Ferrero também anunciou uma nova colaboração com o Comércio Justo no açúcar de cana, com planos de obter 20.000 toneladas métricas de açúcar de cana do Comércio Justo entre meados de 2016 e 2019 (FAIR TRADE, 2016).



Fonte: Ferrero, 2016

IMAGEM 11: PRODUTOS COMÉRCIO JUSTO COMERCIALIZADOS EM SUPERMERCADO DA GRÃ-BRETANHA



Café Instantâneo



Castanha



Banana

FONTE: TESCO - Internet

4.2.6 Os Licenciados

As iniciativas nacionais de certificação concedem a empresas licenças para comercializar um produto com o selo de “comércio Justo”. Estas empresas podem ser organizações 100% de comércio justo ou ainda ser empresas convencionais, mas que desejam lançar produtos que são produzidos seguindo os princípios do comércio justo. As empresas recebem a autorização para uso do selo, por meio do pagamento de uma taxa anual de licença, utilizada para financiar a fiscalização de todo o processo produtivo e comercial.

4.2.7 Iniciativas Nacionais de Certificação

4.2.7.1 FLO – Fairtrade Labelling Organizations International

O caminho para acessar o mercado de Comércio Justo se inicia pela certificação, realizadas pelas chamadas organizações de certificação de produtos e



promoção do Comércio Justo em diferentes países, conhecidas como *Labelling Initiatives* ou somente “Lis”.

Estas iniciativas individuais nacionais se uniram em 1997, criando a FLO – *Fairtrade Labelling Organisations*, de forma a harmonizar os critérios de certificação, sendo responsável por coordenar e efetivar as certificações e monitoramento dos grupos associados. Atualmente 19 organizações nacionais, espalhadas em 24 países da Europa, América do Norte, Nova Zelândia e Austrália, comercializam produtos certificados *FairTrade*, sendo a FLO responsável pela auditoria e certificação, em conformidade com os padrões do Comércio Justo, estabelecidos por ela.

Para a FLO, os pequenos produtores aptos a comercializarem seus produtos no mercado de Comércio Justo, são:

- a) Aqueles que estejam reunidos em associações de produtores sejam cooperativas, associações ou outros tipos de organizações;
- b) São capazes de desenvolver atividades comerciais contribuindo para o desenvolvimento econômico e social de suas comunidades, dentro de processos produtivos ambientalmente sustentáveis;
- c) Suas organizações são controladas democraticamente por seus membros, significando que todas as pessoas têm direito de voto direto.

4.2.7.1.1 Certificação

Os pequenos produtores precisam percorrer algumas etapas, de forma a conseguir o selo que certifica que seu processo de produção e comercialização se enquadra nos princípios do comércio justo. Os passos para obtê-lo são os seguintes:

INFOGRÁFICO 12 – PASSOS PARA OBTER A CERTIFICAÇÃO FAIR TRADE (COMÉRCIO JUSTO)



Fonte: FAIR TRADE, 2016. Criação: Paloma Rollim

4.2.7.1.2 Passo 1 – Preenchimento de requerimento de candidatura

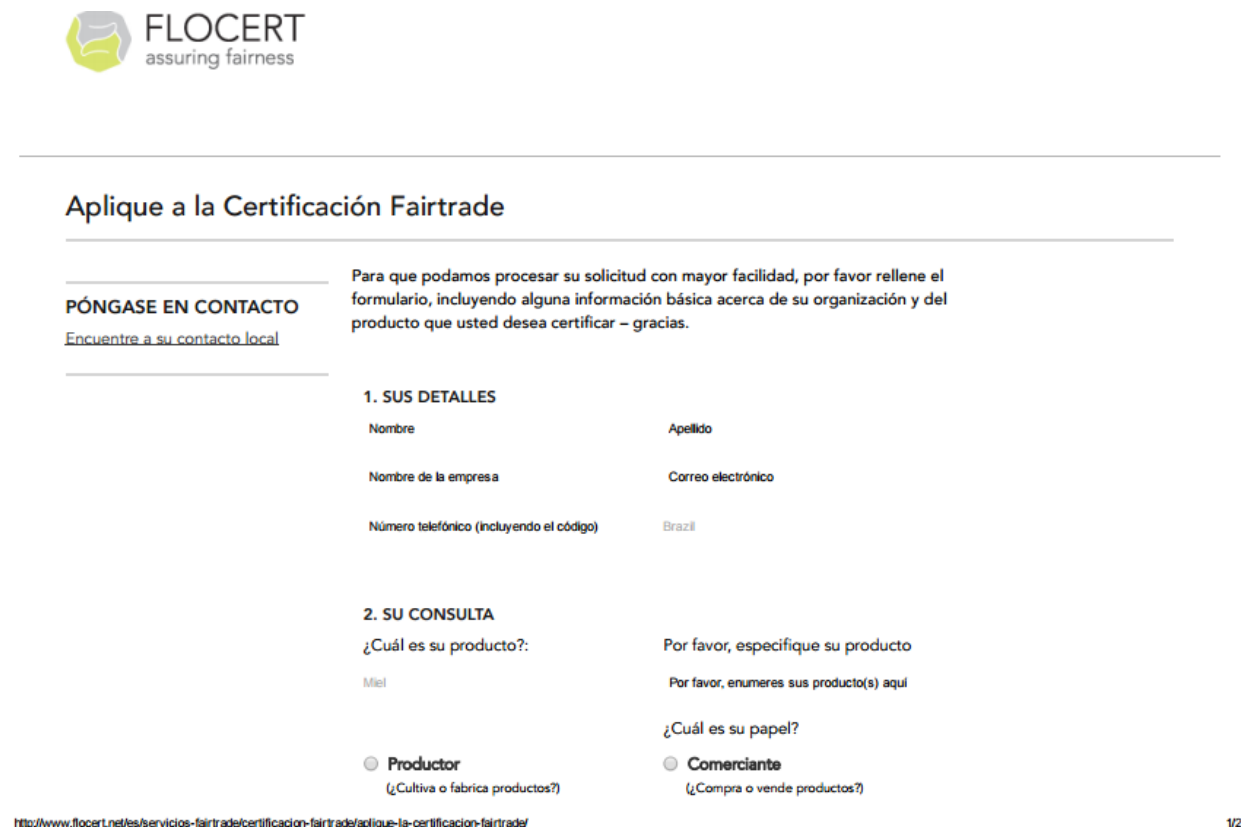
Entrar em contato com a FLO-CERT, preencher o requerimento disponível eletronicamente (em inglês ou espanhol), solicitando um dossiê de certificação.

A solicitação pode ser realizada por meio do site:

<http://www.flocert.net/es/servicios-fairtrade/certificacion-fairtrade/como-funciona/>

ou enviar um email para o escritório FLO que atende à América do Sul e Central e Caribe: la@flocert.net

IMAGEM 12: FORMULÁRIO DE CANDIDATURA À CERTIFICAÇÃO



FLOCERT
assuring fairness

Aplique a la Certificación Fairtrade

PÓNGASE EN CONTACTO
[Encuentre a su contacto local](#)

Para que podamos procesar su solicitud con mayor facilidad, por favor rellene el formulario, incluyendo alguna información básica acerca de su organización y del producto que usted desea certificar – gracias.

1. SUS DETALLES

Nombre	Apellido
Nombre de la empresa	Correo electrónico
Número telefónico (incluyendo el código)	Brazil

2. SU CONSULTA

¿Cuál es su producto?:

Miel

Por favor, especifique su producto

Por favor, enumere sus producto(s) aquí

¿Cuál es su papel?

☐ **Productor**
(¿Cultiva o fabrica productos?)

☐ **Comerciante**
(¿Compra o vende productos?)

<http://www.flocert.net/es/servicios-fairtrade/certificacion-fairtrade/aplique-la-certificacion-fairtrade/>

1/2

Fonte: (FAIR TRADE, 2016):

4.2.7.1.3 Passo 2 - Preenchimento de documentação

Após 30 dias do envio do formulário de requerimento de certificação, a organização receberá um contato da equipe FLO-CERT, que informará o ID prévio da candidatura e enviará um dossiê que contém (FAIR TRADE, 2016):

- Questionário de candidatura a ser respondido;
- Documentos relevantes a serem encaminhados;
- Informações sobre a certificação e requisitos do Comércio Justo, incluindo os custos envolvidos no processo de certificação;
- Contrato de certificação que regulamenta os direitos e as responsabilidades contratuais.

4.2.7.1.4 Passo 3 - Pagamento da taxa de candidatura

O candidato deverá pagar uma taxa fixa única de candidatura não reembolsável, que não depende do número de produtos a serem certificados ou do porte da organização, a saber:

TABELA 10 – TAXA INSCRIÇÃO

DESCRIÇÃO	VALORES - EURO
Taxa de inscrição	538.00

Fonte: FAIR TRADE, 2016.

4.2.7.1.5 Passo 4 - Auditoria

Após o pagamento da taxa de candidatura, será marcada a auditoria inicial, na qual será verificado se a organização atende aos critérios do Comércio Justo. Como forma de permitir às empresas comercializadoras e produtores se beneficiarem o mais rápido possível do mercado de comércio justo, caso não seja verificado nenhuma “não conformidade” considerada grave, será permitido participação no sistema de Comércio Justo antes do final do processo de certificação.

O tempo da auditoria está relacionado ao tamanho e complexidade das organizações, bem como o número de produtos que se deseja certificar. O auditor entrará em contato previamente com a organização requerente da certificação, informando os documentos que deverão ser disponibilizados para no momento de realização da auditoria.

Serão agendadas visitas ao local de produção, na qual serão entrevistados os produtores, os sindicatos, diretores e comissões. Ao final da visita o avaliador informa dos resultados, apontando, caso haja, as “não conformidades” com as normas de comércio justo, momento no qual poderão ser discutidas ações corretivas.

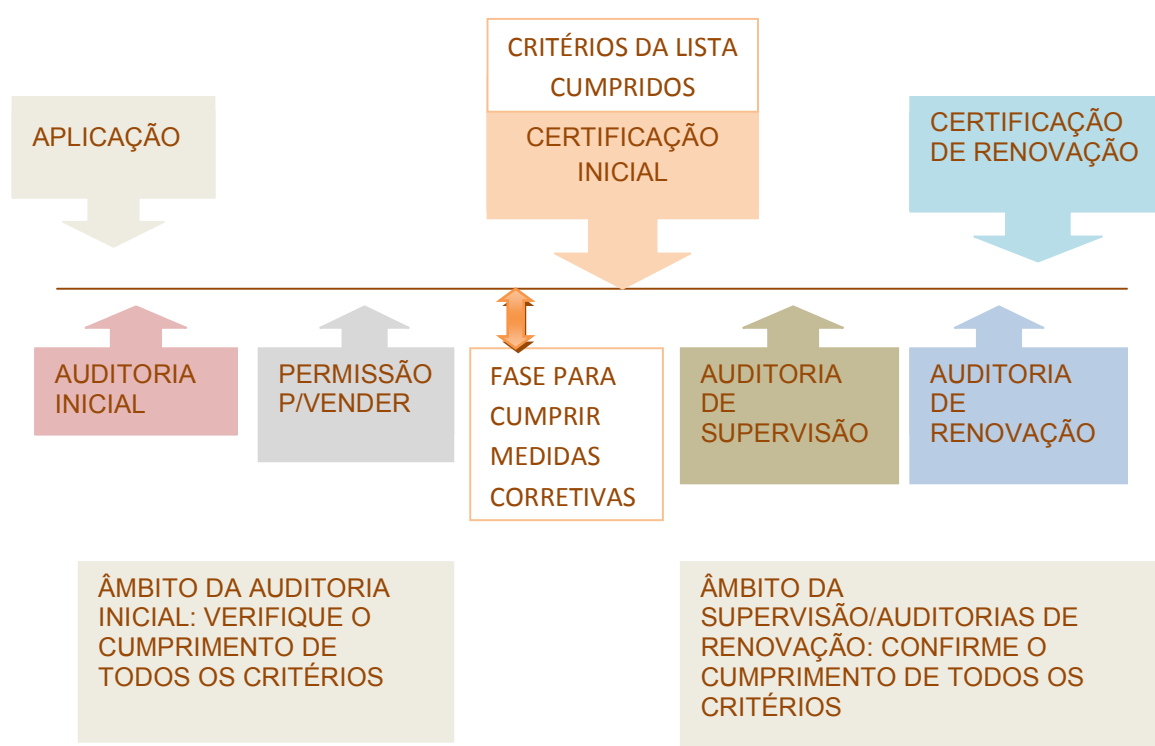
4.2.7.1.6 Passo 5 - Emissão da certificação

Não havendo “não conformidades” ou tendo sido providenciadas as correções necessárias identificadas pela auditoria, a FLOCERT emite o certificado.

A conclusão do processo de certificação termina com a emissão de ID permanente para a organização requerente, que substitui o ID da Candidatura atribuído anteriormente. A partir desse momento estará liberado o acesso ao portal de certificação web da FLOCERT (FLO-CERT, 2016).

4.2.7.1.7 Passo 5 - Validação

FIGURA 01: CICLO DE CERTIFICAÇÃO



Fonte: FAIR TRADE, 2016.

O “ciclo de certificação” tem um período de 3 anos, a contar da certificação inicial. Durante este prazo, são realizadas, pelo menos, mais duas auditorias: “controle

de inspeção" e "auditoria de renovação". Um novo certificado é emitido, caso este ciclo seja concluído com sucesso. Auditorias, sem aviso prévio também podem ser realizadas.

4.2.7.2 Taxa anual de certificação

Após a finalização do processo de candidatura será cobrada a Taxa Anual de Certificação, válida por um período de 12 meses. A permissão para comercialização é liberada após o pagamento desta taxa, que será novamente cobrada após o prazo de 12 meses da primeira certificação, durante um ciclo de 2 anos.

TABELA 11 – TAXA ANUAL DE CERTIFICAÇÃO

DESCRIÇÃO	VALORES - EURO
Verificação documental	52.50
Verificação da participação no projeto piloto	105.00
Verificação do Relatório da Auditoria de Conformidade Social	210.00
Análise Comparativa do Código de conformidade social	472.50
Auditoria Social da FLORCERT / por dia	800.00
Total	1640.00

Fonte : Fair trade, 2016

*Custos adicionais para a conformidade social da cadeia do algodão podem ser necessários.

** valor aproximado em Reais = R\$ 5928,60 (Cinco mil, noventa e oito reais e sessenta centavos) (VALOR ECONÔMICO, 2016)⁶.

O valor desta taxa é variável, dependendo do tipo de organização (de produtores, comerciantes), quantidade de produtos a serem certificados, porte da organização, dentre outros.

Uma simulação pode ser realizada previamente pela organização que está pleiteando a certificação, no seguinte endereço:

<http://www.flocert.net/es/servicios-fairtrade/certificacion-fairtrade/cargos-de-certificacion-2/>

⁶ Taxa do Euro EM 29/11/2016 - 3,6150 – (VALOR ECONÔMICO, 2016)

O preenchimento é simples, com informações básicas sobre a organização, sendo o formulário disponibilizado em inglês ou espanhol.

No exemplo a seguir simulamos uma organização de 20 associados que deseja a certificação de 01 produto, que possui apenas uma instalação de processamento/beneficiamento. O valor da taxa de certificação foi calculado em 2.200,00 Euros (aproximadamente R\$ 7.954,98)³

The figure displays four sequential screenshots of a web-based certification application form, all titled "Calcule su cuota estimada".

- Tela 01:** "Seleccione su tipo de organización." (Select your organization type). It lists six options with radio buttons: "Organización de Pequeños Productores" (selected), "Comerciante", "Producción por Contrato", "Trabajo Contratador Plantaciones", "Organización de Minería Artesanal y a Pequeña Escala", and "Pequeños Licenciarios". A "Siguiente" (Next) button is at the bottom right.
- Tela 02:** "Seleccione la cuota de certificación que quiere calcular." (Select the certification quota you want to calculate). It lists two options: "Inicial" (selected) and "Anual". A progress bar shows 22%. "Previo" (Previous) and "Siguiente" (Next) buttons are at the bottom.
- Tela 03:** "Introduzca el número de miembros de su organización." (Enter the number of members of your organization). It prompts to "Introduzca el número de miembros." with a text input field containing "20". A progress bar shows 44%. "Previo" (Previous) and "Siguiente" (Next) buttons are at the bottom.
- Tela 04:** "Introduzca el número de productos." (Enter the number of products). It prompts to "Introduzca el número de productos" with a text input field containing "1". A progress bar shows 67%. "Previo" (Previous) and "Siguiente" (Next) buttons are at the bottom.

Calcule su cuota estimada

Tela 05

Introduzca el número de instalaciones de procesamiento.

Introduzca el número de instalaciones ⓘ

Introduzca el número de trabajadores en cada instalación.

Número de trabajadores de la instalación 1: ⓘ

78%

Previo

Siguiente

Calcule su cuota estimada

Tela 06

Por favor, introduzca el número de entidades subcontratadas.

Introduzca el número de entidades subcontratadas ⓘ

89%

Previo

Siguiente

Calcule su cuota estimada

Tela 07

Sus cuotas estimadas son: €2.200,00

 [Download your estimate as a PDF document.](#)

100%

Previo

Resetear

Fonte: FAIR TRADE, 2016.

4.2.4. Principais Mercados

As vendas globais de produtos de comércio justo certificados alcançaram em 2015 o total de 7,3 bilhões de Euros. Os principais mercados mundiais estimados, em termos de faturamento, de produtos certificados em valores de varejo, de acordo com o relatório anual da FLO de 2015 são:

TABELA 12 – PRINCIPAIS MERCADOS PARA PRODUTOS CERTIFICADOS FLO

País	Valor Estimado - Euro
Reino Unido	2.193.325.069
Alemanha	978.000.000
Estados Unidos	916.767.344
Suíça	574.271.857
França	442.348.617
Suécia	348.500.015
Canadá	272.548.709
Irlanda	251.068.288
Holanda	223.000.000
Austrália	217.855.620
Áustria	185.000.000
Finlândia	173.526.878
Bélgica	115.000.000
Dinamarca	102.422.783
Itália	99.030.000
Noruega	80.574.715
Japão	74.210.687
Coréia do Sul	48.517.748
Espanha	28.107.033
Portugal	28.107.033
África do Sul	18.536.527
Luxemburgo	10.800.000
República Checa	8.557.691
Estônia	3.256.323
Eslováquia	1.308.000
Letônia	864.636
Lituânia	744.389
Brasil	60.598

Fonte: FLO Annual Report 15-16,2016.

4.2.7.3 Produtos certificados pela Flo-Cert

BANANA

CACAU

CAFÉ

ALGODÃO

FLORES

AÇÚCAR

CHÁ

FRUTA FRESCA

OURO

MEL

SUCO

ARROZ

ESPECIARIAS

BOLAS ESPORTIVAS

PRODUTOS COMPOSTOS- FEITOS A
PARTIR DE MAIS DE UM INGREDIENTE.

EX: CHOCOLATE, VINHO



Fonte: FAIR TRADE, 2016 - Fotos: FAIR SUPPORT

Em 2015 o total de produtores que possuem produtos certificados pela FLO-CERT é de **1,6 milhão de trabalhadores**, distribuídos em **75 países**. A tabela abaixo mostra o volume estimado dos principais produtos de comércio justo certificados vendidos em no ano de 2015. Estes 6 produtos representam 90% dos produtores do sistema de Comércio Justo da FLO:

TABELA 13 VOLUME ESTIMADO DE PRODUTOS DE COMÉRCIO JUSTO VENDIDOS EM 2015

PRODUTO	VOLUME	CRESCIMENTO	CONVENCIONAL	ORGANICO
BANANAS	553,047 MT	12% ↑	45%	55%
CACAU	102,067 MT	27% ↑	70%	21%
CAFÉ	179,119 MT	18% ↑	41%	59%
FLORES E PLANTAS	747,611 ITENS	6% ↑	100%	-
AÇÚCAR	154,287 MT	32% ↓	78%	22%
CHÁ	11,528 MT	3% ↑	71%	29%

Fonte Flo Annual Report 2015-2016, 2016.

- Bananas apresentam um forte crescimento (12% em comparação com o ano anterior), principalmente na França, Alemanha e Suécia. A maioria das bananas do Comércio Justo tem origem na República Dominicana, Colômbia, Peru e Equador;
- Por meio de uma ação específica da FLO-CERT em apoiar mais produtores de cacau na África Ocidental, houve um aumento nas vendas de 27% deste produto em 2015;
- O café apresentou um crescimento de 18%. O mercado de Comércio Justo tem se mostrado melhor aos produtores, uma vez que o preço do café no mercado convencional caiu para valores abaixo do Preço Mínimo pago pelo Comércio Justo;

4.2.8 WFTO- World Fair Trade Organization

A WFTO é uma rede global formada por organizações envolvidas na cadeia de comercialização do Comércio Justo. Ao aderir a esta



rede, as organizações, de produtores, comerciantes, exportadores, importadores, atacadistas e varejistas, ganham credibilidade e confiabilidade no mercado, de que seguem os princípios que regem o comércio justo, estando presente em mais de 70 países, em 5 regiões (África, Ásia, Europa, América Latina e América do Norte e na costa do Pacífico) com conselhos regionais e eleitos (WFTO, 2016).

Diferentemente da FLO, que certifica produtos, a WFTO certifica organizações, que obedecem 100% dos princípios do comércio justo. O interesse dos produtores, especialmente dos pequenos agricultores e artesãos, é o foco principal em todas as políticas, governança, estruturas e tomada de decisões dentro da WFTO. Ao se tornar membro da WFTO, os produtores aparecem nas listas de fornecedores de produtos de Comércio Justo, as quais todos os importadores que são membros desta rede tenham acesso a seus contatos, possibilitando a expansão de seus canais de comercialização.

As organizações certificadas recebem autorização para utilizar o selo, que as identifica como uma organização de comércio justo, facilitando a identificação dos consumidores e pressionando organizações a se aproximarem das práticas e princípios do comércio justo.

4.2.8.1 Quem pode requerer membresia à WFTO

A WFTO é uma rede aberta diversos atores envolvidos no Comércio justo:

- a) Organizações de produtores, de comercialização de Comércio Justo, bem como organizações que apoiam iniciativas de Comércio Justo, como, por exemplo, as entidades jurídicas cuja função principal é assessorar produtores de comércio justo;
- b) Indivíduos que exerçam atividades como pesquisadores, escritores, consultores e especialistas de Comércio Justo.

4.2.8.2 Requisitos para organizações

- a) cumprir os princípios de Comércio Justo;

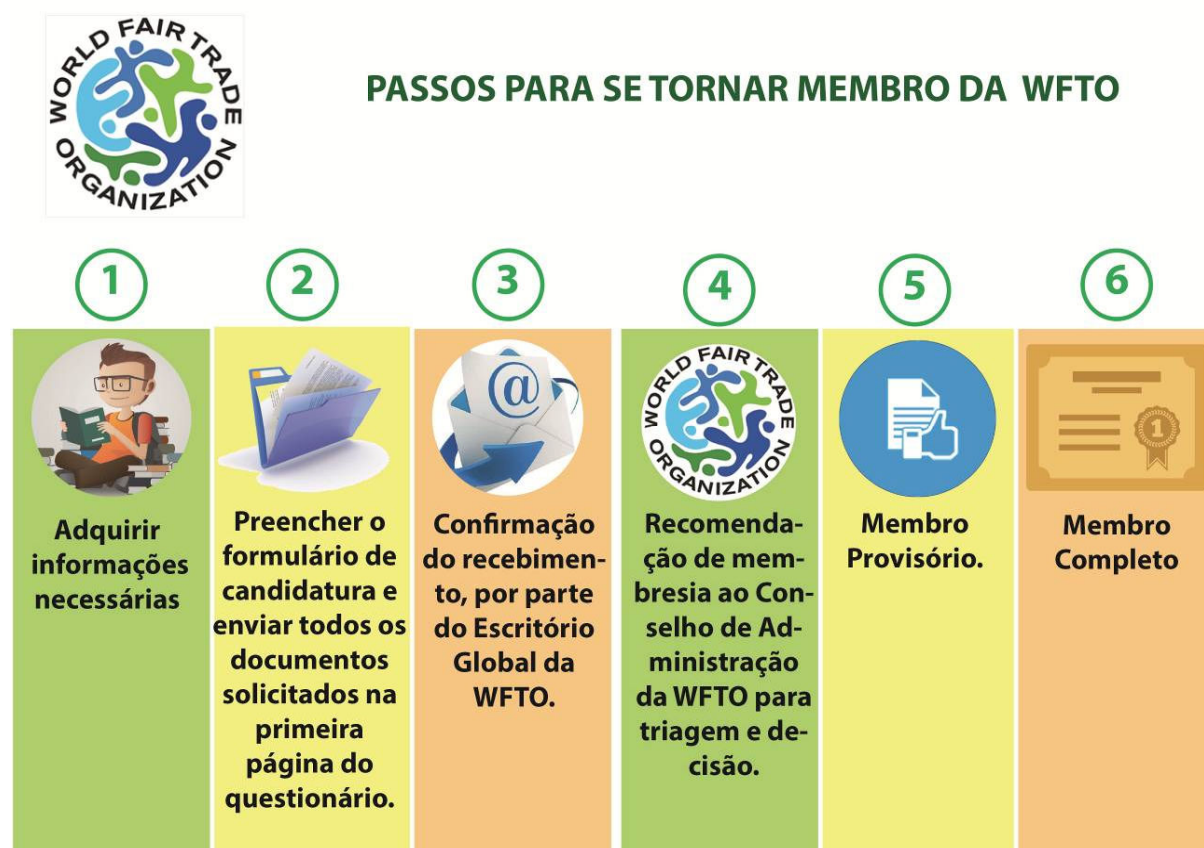
- b) as organizações devem estar devidamente registradas, ativas há pelo menos 2 anos;
- c) o volume de negócios (vendas), para organizações de produtores e comercializadoras, deve representar 50% ou mais do rendimento total do empreendimento;
- d) ser capaz de demonstrar um bom desempenho económico;
- e) ser sustentável, usar práticas sustentáveis em seus processos de produção/cadeia de suprimentos;
- f) envio de curriculum vitae para os pesquisadores, escritores, consultores e especialistas individuais;
- g) ter indicações externas, sendo pelo menos uma delas de um membro da WFTO.

4.2.8.3 como requerer a membresia

Os candidatos respondem a um questionário auto-avaliativo referente aos pré-requisitos de afiliação, para certificar a elegibilidade de sua candidatura. Os requerentes que são aprovados nesta etapa tornam-se automaticamente Membros Provisórios com direitos limitados. A adesão total é alcançada após a organização ser aprovada na primeira auditoria de monitoramento.

4.2.8.4 Passos para aplicar e associar-se

INFOGRÁFICO 13 – PASSOS PARA SE TORNAR MEMBRO DA WFTO



Fonte: wfto, 2016 Criação Paloma Rollim

4.2.8.4.1 Passo 1 - Adquirir informações necessárias

Ler e se familiarizar com as normas, critérios, taxas de candidatura, quem pode requer candidatura e demais procedimentos que regem os membros da WFTO.

4.2.8.4.2 Passo 2 - Formulário e documentação

Preencher o formulário de candidatura e enviar todos os documentos solicitados na primeira página do questionário, bem como o Código de Prática WFTO assinado, ao Escritório Global da WFTO.

4.2.8.4.3 Passo 3 - Confirmação

O requerente receberá uma confirmação por email confirmando o recebimento, por parte do Escritório Global da WFTO, do pedido de membresia. Será realizada uma análise pelo Gestor do Sistema de Garantia, na qual, se identificará se as informações e documentos estão de acordo.

4.2.8.4.4 Passo 4 - Recomendação

Estando os documentos e formulários de acordo, sem apresentar não-conformidades, será enviada uma recomendação de membresia ao Conselho de Administração da WFTO para triagem e decisão.

4.2.8.4.5 Passo 5 - Membro provisório

Com a aprovação de membresia, a organização/indivíduo aprovado assinará um contrato de membro da WFTO, no momento em que deverá pagar a taxa de adesão. Após este procedimento o candidato alcança o status de Membro Provisório.

4.2.8.4.6 Passo 6 - Membro completo

Todos os membros provisórios são obrigados a submeter-se ao primeiro ciclo de preenchimento do Relatório de Auto-Avaliação no prazo de 12 meses após terem

sidos aprovados para adesão provisória. O não preenchimento neste prazo implicará no cancelamento da membresia provisória.

A primeira auditoria deve ocorrer num prazo de 12 meses após o preenchimento e envio do Relatório de Auto-Avaliação.

Se a auditoria confirmar que o membro provisório cumpre a Norma WFTO, o Conselho desta organização receberá uma recomendação para aprovação como membro completo. Uma vez aprovado, a organização requerente recebe uma notificação de adesão total e o contrato para o uso da Etiqueta do produto/organização WFTO.

4.2.8.5 Taxa de associação

O valor cobrado como Taxa de Inscrição para cada pedido de adesão varia de acordo com o faturamento do requerente:

TABELA 14– TAXA DE ASSOCIAÇÃO

VENDAS / FATURAMENTO EURO	TAXA DE APLICAÇÃO EURO
Até – 135.000	100
De 135.000 a Até 1.000.000	250
De 1.000.001 Até 5.000.000	500
Acima de 5.000.000	750

Fonte: WFTO, 2016.

4.2.8.6 Taxa annual

A taxa anual para membros da WFTO é baseada no volume de negócios realizados/ano, tipo de associação e a taxa da região, quando aplicável.

4.2.8.6.1 Taxa de membros 2017

TABELA 15 - TAXA MEMBROS 2017

Tipo de Membro	Taxa anual para 2017 - Euros
Organizações de Comércio Justo	Maior que 135.000: 400 Euros De 135.001 a 1.000.000: 0.003x (volume de negócios)* Limitado à taxa máxima produtor/exportador: 2 600 Euros Limitado à taxa máximo importador: 10.400 Euros
Organizações de apoio ao comércio Justo	Maior que 135.000: 500 Euros De 135.001 a 1.000.000: 1.250 Euros De 1.000.001 a 5.000.000: 2.000 Euros Acima de 5.000.000: 3.000 Euros
Pesquisadores, escritores, consultores	100 Euros 35 Euros -Estudantes

*volume de negócios– Inclui rendimentos de todas as atividades de comercialização e rendimentos provenientes da prestação de serviços, dentre outros. Exclui as receitas de doações.

4.2.9 Artesanato e Produtos Não Alimentícios

Não há uma organização que certifique produtos artesanais de comércio justo, como o caso da FLO que certifica produtos alimentícios. Por esta razão, não se encontram dados específicos sobre a comercialização de artesanato para o comércio justo, apesar de ser um mercado expressivo, sendo possível identificar uma grande variedade de produtos artesanais de diferentes países nas “Lojas do Mundo”.

IMAGEM 13 – PRODUTOS ARTESANAIS LOJA DO MUNDO



Fonte: FAIR SUPPORT

Os grupos de artesãos, ao se associarem à WFTO, encontram uma forma de tornarem seus produtos visíveis aos importadores credenciados, expandindo as possibilidades de acesso ao mercado justo.

4.3 CONCLUSÕES

O Comércio Justo é estruturado de forma a criar oportunidades de acesso ao mercado por produtores que se encontram sem condições de competir, de forma justa, com grandes produtores do mercado convencional. É uma alternativa que assegura relações justas e acesso a um mercado exclusivo, que cresce a cada ano, não somente pela expansão de organizações comercializadoras 100% comércio justo, mas pelo interesse de empresas convencionais em alcançar consumidores que tem se tornado cada vez mais conscientes da importância que sua decisão de compra representa, podendo mudar a realidade de vida de milhares de produtores ao redor do mundo. Esta realidade é mais presente hoje nos países europeus e da América do Norte, estando o Brasil dando seus primeiros passos para a consolidação dessa nova forma de fazer negócios.

O desafio para os agricultores familiares brasileiros e suas organizações de apoio para acessar a este mercado, estão relacionados, principalmente:

- a) Aos custos para certificação de produtos e organizações, que, para a realidade do agricultor familiar brasileiro são considerados elevados;
- b) O alto padrão de qualidade exigidos para os produtos;
- c) O desenvolvimento de embalagens específicas, principalmente para os produtos alimentícios, que devem conter, por exemplo informações nutricionais, traduzidos em outra língua (geralmente o inglês), que mantenham as características do produto dentro dos prazos de validade informados na embalagem;
- d) O alto nível de profissionalismo requerido para gerenciar os processos logísticos em portos e aeroportos, o desembaraço aduaneiro de mercadorias e fechamento de câmbio junto às instituições bancárias;
- e) garantir que os princípios do comércio justo serão praticados ao longo dos anos.

Entendemos que, para acessar este mercado, as organizações de agricultores familiares (cooperativas, associações), precisam estar amadurecidas, com experiências de comercialização consolidadas em outros mercados, que as tenham capacitado e gerado desenvolvimento e melhorias dos seus processos de produção, comercialização e gestão. Quando se encontram neste estágio, estão mais bem preparadas para iniciarem o acesso ao mercado de comércio justo.

5 MERCADOS CONVENCIONAIS

Embora as conceituações de mercados convencionais e mercados alternativos seja uma discussão acadêmica, a literatura sobre mercados nas ciências sociais, independente de modelos, converge e reconhece o peso dos aspectos sociais e culturais como influencias determinantes da economia e, portanto importantes na estruturação dos mercados. Os mercados convencionais são entendidos como a grande maioria dos modelos de estabelecimentos que propiciam meramente os processos de compra e venda e são normalmente vistos como sinônimos de espaços

capitalistas onde ocorrem transações comerciais, enquanto que os mercados alternativos são vistos como espaços que propiciam outras interações, que prestigiam e valorizam outros princípios que não seja meramente uma transação comercial.

INFOGRÁFICO 14 – MERCADOS CONVENCIONAIS E MERCADOS ALTERNATIVOS

MERCADOS CONVENCIONAIS E MERCADOS ALTERNATIVOS

A IDEIA DE MERCADOS CONVENCIONAIS ESTÁ ASSOCIADA A CADEIAS LONGAS (GLOBAIS), NORMALMENTE CONTROLADAS POR GRANDES EMPRESAS, QUE NÃO APRESENTAM VÍNCULOS ESTREITOS COM AS LOCALIDADES EM QUE OPERAM, POR ISSO SÃO TIDOS COMO DESPERSONALIZADOS.



JÁ A IDEIA DE MERCADOS ALTERNATIVOS ESTÁ ASSOCIADA A CADEIAS CURTAS (VISTOS A PARTIR DO ÂMBITO LOCAL E DA RELAÇÃO DIRETA ENTRE COMPRADORES E VENDEDORES). SÃO TIDOS COMO MERCADOS QUE OPERAM BASEADOS EM NICHOS OU ESPECIFICIDADES, ALÉM DE SEREM CAPAZES DE VALORIZAR ASPECTOS DE RELAÇÕES SOCIOCULTURAIS E QUE FAZEM DA LIGAÇÃO COM LOCALIDADE, TRADIÇÃO, ORIGEM, NATUREZA OU MODO DE PRODUÇÃO SEUS MAIORES APELOS COMERCIAIS.

SÃO EXEMPLOS DESTE TIPO DE MERCADO : OS VÁRIOS TIPOS DE FEIRAS, NICHOS TEMÁTICOS COMO OS ORGÂNICOS E SOLIDÁRIO, MERCADO INSTITUCIONAL.



FONTE: Consultoria Contratada

Criação: Igor Lima

Na prática, as diferenças não são tão claras e há uma notória mistura e interações nas formas operacionais, mas o mais importante é compreender que nos diferentes espaços que a agricultura familiar opera, os desafios apenas mudam de formato. Nos chamados mercados alternativos, pode-se notar maior preocupação com o produtor da agricultura familiar como ator que precisa ser visto como um protagonista importante no processo, numa demonstração de que pelo menos precisam ser tratados com maior sensibilidade. Nos chamados mercados convencionais, são

consideravelmente menores as iniciativas que visam dar um tratamento diferenciado e compatível com a capacidade de resposta da grande maioria dos pequenos produtores. Ou seja, os chamados mercados convencionais, majoritariamente, estipulam condições operacionais baseados em padrões meramente mercantis e exigem que os possíveis fornecedores façam sua parte em cumprir rigorosamente o solicitado.

Assim, o acesso às diferentes alternativas disponíveis do mercado convencional, é um dos maiores desafios do produtor da agricultura familiar. Este mercado é particularmente diferente de todos os canais até agora citados neste estudo.

É muito diferente do mercado institucional, onde as políticas desenhadas são intencionalmente voltadas para propiciar o produtor da agricultura familiar um ambiente que favoreça seu desenvolvimento, onde a capacidade e poder de compra do Estado são utilizados para promover crescimento e incentivar a agricultura familiar.

Difere também dos mais diversos formatos de feiras, cuja principal característica é possibilitar ao produtor da agricultura familiar um espaço para que negocie seus produtos diretamente com o consumidor, tornando-o ator principal.

Também distingue muito da via de acesso pelo comércio justo solidário, onde os critérios, princípios e valores são construídos para possibilitar ao pequeno produtor um tratamento de valorização, fortalecendo a cooperação entre os trabalhadores e entre os empreendimentos coletivos para viabilizar a comercialização.

A venda direta do produtor para os mais diversos estabelecimentos de comercialização do mercado convencional, normalmente só é viável e vantajoso para os produtores que conseguem responder a uma série de exigências, tais como, qualidade, quantidade, periodicidade, pontualidade, apresentação e preço. Ou seja, a maioria dos compradores quer saber dos pequenos produtores se eles são capazes de entregar um dado volume de produto, diariamente, semanalmente, mensalmente, etc, com a regularidade estipulada, sem falha na entrega, no padrão de qualidade previamente estipulado, em embalagem especificada e com preço que interesse ao comprador, tornando o acesso praticamente impraticável tanto para os produtores como para suas organizações menos estruturadas.

Soma-se a estes fatores, outra enorme barreira dificilmente superada pela grande maioria dos pequenos produtores, que é a exigência de condições mínimas de

formalização dos contratos, visto que os grupos de produtores menos organizados e ou informalizados, comumente não estão aptos a cumprir exigências formais exigidas na legislação.

Diante de tantos entraves, com tantas e variadas as exigências, normalmente desproporcionais à capacidade de resposta de quem produz em pequena escala, é que aparece a figura do atravessador, que faz o papel de intermediar e possibilitar que o produto das pequenas propriedades cheguem aos mais diversos tipos de estabelecimentos do mercado convencional, tirando do produtor da agricultura familiar a primazia de ser protagonista da maioria dos processos de comercialização efetivadas através deste canal.

5. 1 A AÇÃO DOS ATRAVERSADORES

Por todas as razões comentadas no item anterior, está fortemente presente neste tipo de canal de acesso aos mercados, a atuação da figura que mais provoca controvérsia, o atravessador. Pela influência que exerce na vida do produtor da agricultura familiar e pela capacidade que tem de intermediar vários processos neste canal, destacamos a seguir alguns importantes aspectos da marcante atuação deste ator.

Para alguns, inclusive produtores, é graças a sua atuação que a atividade produtiva continua existindo em regiões onde as alternativas de escoamento da produção são limitadas ou mesmo restrita e dependente da forma de ação deste agente. Para outros, a ação do atravessador é intimamente relacionada à exploração dos produtores, lhes impondo regras e condições de dependência que lhes impossibilitam o processo de empoderamento, principalmente porque *pagam um preço injusto pela produção*.

Os produtores da agricultura familiar, que via de regra são menos estruturados, e na maioria das vezes tem muitas dificuldades para produzir, não podem e não querem se expor a riscos demasiados que são inerentes e exigidos pelos mercados convencionais. Não é por acaso que a maioria prefere ou opta em permanecer mantendo vínculos com alternativas que lhes assegurem continuidade da atividade,

mesmo cientes de que estes vínculos representam, na grande maioria dos casos, penalização de sua margem de lucro. Estão convencidos de que a manutenção da relação com atravessadores, embora não seja o ideal, é a que lhes garantem correr menos riscos e minimizar as incertezas, visto que toda abordagem e processo de negociação é feita diretamente no ambiente onde eles se encontram, além de serem estipulados critérios que favorecem a inserção do produtor.

É notório que os produtores têm conhecimento dos preços de mercado, principalmente porque é comum participarem de feiras, mas quando se trata de vendas para os atravessadores, eles não têm quase nenhum ou muito pouco poder de influenciar na definição dos preços dos seus produtos.

Podem se apresentar como pessoa física ou jurídica e normalmente se responsabiliza pela compra e transporte dos produtos adquiridos, mas é comum constatar a ação do atravessador até mesmo no financiamento da produção e prestando assistência técnica em regiões onde estes tipos de serviços oficiais são deficientes.

Uma das principais características do atravessador é sua capacidade de mobilidade no processo de comercialização, visto que ele faz todo processo de escoamento da produção comprando diretamente do produtor.

É uma prática muito normal, ver empresas fornecedoras de insumos atuando como atravessadores em regiões onde os produtores estão sem acesso a crédito, ou por falta de programas ou por estarem inadimplentes, fornecendo aos produtores os mais diversos insumos, tais como, sementes, fertilizantes, defensivos e prestação dos serviços de assistência, para terem o direito adquirido de receber e comercializar toda produção. Muitas vezes o produtor não tem controle sequer da quantidade que foi colhida e transportada, tendo esta informação apenas no momento do acerto, quando lhes são apresentadas as despesas e do quanto lhe cabe como resultado da operação.

Na maioria das vezes, o atravessador é dotado de melhor conhecimento de mercado do que o produtor da agricultura familiar e normalmente faz uso deste conhecimento para manter uma relação de liderança no processo de relação com os agricultores.

Em regiões mais distantes o problema se agrava, porque às vezes a ação do atravessador não fica limitada a apenas um agente, mas de outros intermediários, aumentando os elos da cadeia de intermediação. Por exemplo, é comum um atravessador que dispõe de um transporte, comprar a produção do pequeno produtor, transportar e vender para um segundo atravessador que atua como distribuidor na cidade mais próxima. Assim, o produto é distribuído para outros pontos de comercialização, tais como mercearias, mercados menores e supermercados. Nestes casos, os preços pagos aos pequenos produtores no local de produção são sempre menores e muitas vezes mal cobrem os custos de produção.



Criação: Paloma Rollim

Entre os aspectos que mais contribuem para consolidação da ação dos atravessadores no mercado convencional é a forma diferenciada como atuam. Em razão da proximidade que costumam ter dos produtores, há uma notória flexibilização dos processos de comercialização e muitas vezes as relações se dão no campo da confiança, ou seja, normalmente processos burocráticos são simplificados e muitas vezes não existe sequer qualquer compromisso formalizado em forma de contrato. O

atravessador que é um frequente comprador numa região, muitas vezes se torna amigo dos produtores e frequentemente extrapola a relação meramente comercial e exerce funções até de apoio a outras necessidades familiares do produtor.

É comum o pagamento ser feito à vista e o processo de compra ser contínuo durante todo ano, sempre que o produtor tem disponibilidade.

Há muita flexibilização quanto aos aspectos de qualidade e padronização dos produtos, visto que os atravessadores geralmente dispõem de variadas opções para distribuir os produtos, o que facilita significativamente a operação de venda para o produtor. É muito comum constatar o atravessador praticando um preço menor em razão da produção não ter um bom padrão único de qualidade, mas não deixando de comprar, o que cativa o produtor.

Como normalmente compram o produto in natura, todos os produtores que não possuem infraestrutura de beneficiamento, tem nos atravessadores uma alternativa de escoamento da produção, sem precisar investir em unidades de processamento, que na maioria das vezes, são de custos elevados em relação à capacidade de investimento dos produtores, principalmente quando os produtos são de cadeias produtivas perecíveis, como é o caso da piscicultura.

São conhecidas inúmeras tentativas tanto por iniciativa dos governos, como por organizações de apoio aos produtores, para reduzir a influência e importância destes atravessadores, mas a grande maioria não alcançou o resultado esperado. Por exemplo, a iniciativa governamental de competir com os atravessadores colocando um agente para comprar o produto dos produtores, até com valor superior ao pago pelos atravessadores, normalmente não dá o resultado esperado, porque quando a ação é proposta, muitas vezes, o produtor já se comprometeu previamente com o comerciante atravessador, que durante todo tempo esteve presente, por vezes financiando até o consumo de sua família, fazendo uma função social importante de atendê-lo em casos de emergência, como doença de um membro da família ou de um animal que precisa ser tratado.

Por sua própria formação e forma de agir, normalmente, o produtor da agricultura familiar garante o que foi pactuado e desconsidera a proposta de alguém que tem uma presença pontual na região e que opera com processos muito

burocráticos. Por isso qualquer que seja a intervenção para alterar a situação, precisa passar antes pelo profundo entendimento das estruturas sociais específicas de cada região para fazer com que os beneficiários sejam os implementadores do processo.

Todos estes aspectos demonstram as razões pelas quais a ação dos atravessadores muitas vezes se transforma em alternativa convidativa para os pequenos produtores e acabam sendo instrumentos de facilitação da tarefa de acesso aos mercados convencionais, principalmente porque ao longo do tempo os agricultores familiares sofreram com a falta de instrumentos públicos que garantissem a comercialização dos produtos da agricultura familiar e inibissem a ação dos que intermediam.

Uma das estratégias mais adotadas pelos grupos produtivos para se libertarem da ação dos atravessadores, nesta árdua tarefa de fazer a melhor integração dos produtores aos mercados, é através do fortalecimento do associativismo e cooperativismo. No entanto é notório que mesmo em regiões onde o produtor da agricultura familiar está representado por associações e cooperativas, os atravessadores ainda continuam desempenhando um papel preponderante nas transações com o mercado seja por sua capacidade de negociar e fazer links com diferentes compradores seja pelo domínio de conhecimento de aspectos mercadológicos e experiência que normalmente possuem, bem como pelo interesse dos próprios produtores de manter a alternativa existindo.

5.2 AS PRINCIPAIS EXIGÊNCIAS PARA O FORNECEDOR

São muitos e variados os entraves que o produtor da agricultura familiar encontra para acessar este canal, que mudam de acordo com o funcionamento de cada organização. Para a maioria dos estabelecimentos comerciais do mercado convencional é vantajoso adquirir produtos diretamente do produtor, mas o grande problema é encontrar fornecedores que sejam capazes de corresponder às suas exigências. A grande maioria dos produtores não está acostumada e preparada para cumprir as formalidades que este tipo de comercialização exige e, por isso, apenas uma minoria está disposta e apta para se tornarem e permanecerem fornecedores para este canal.

Para cumprir os requisitos normalmente exigidos, o pequeno produtor precisaria estar dotado de melhor infraestrutura e logística na sua unidade produtiva. O nível de exigência para o fornecedor varia muito, porque cada comprador tem sua política de aquisição dos produtos que revende, mas no geral algumas são comuns e exigidas para que a relação de produtor/fornecedor com o comprador aconteça e permaneça.

INFOGRÁFICO 15 – PRINCIPAIS EXIGÊNCIAS PARA ACESSO AO MERCADO CONVENCIONAL



Fonte: Consultoria Contrada Criação: Igor Lima

A seguir, um breve comentário sobre algumas destas exigências que são comuns, sendo praticamente impossível ser fornecedor para a grande maioria dos estabelecimentos do mercado convencional sem o cumprimento das mesmas:

QUALIDADE

Esse é o requisito considerado mais importante e por isso é inegociável pela grande maioria dos estabelecimentos. Produto com baixa qualidade dificilmente é aceito e comercializado pelos estabelecimentos do mercado convencional. Os pequenos mercados, mercearias, supermercados e grandes redes são exigidos pelos

consumidores a ofertarem sempre produtos de alta qualidade e por isso transferem esta exigência para o fornecedor. Todos os estabelecimentos primam por ter seu nome associado e reconhecido pela qualidade dos produtos que oferecem para os consumidores finais, portanto, expor produtos de padrão de qualidade inferior ao estipulado seria altamente prejudicial à imagem da loja. Assim, são vários os requisitos exigidos e cada estabelecimento tem catalogada uma lista de condições que devem ser observadas para que os diversos produtos sejam aceitos, tais como, defeitos no produto e limite máximo de resíduo dos defensivos, no caso dos produtos agrícolas. Cada estabelecimento que fornece produtos diretamente para o consumidor final tem muito cuidado em se tornar referência em qualidade, porque é uma estratégia de se diferenciar e assim conquistar a fidelização do consumidor, motivo pelo qual exige do produtor fornecedor alto compromisso com a qualidade. Por isso é importante o produtor da agricultura familiar ter conhecimento de que não é possível acessar e se manter como fornecedor do mercado convencional, sem antes melhorar seu padrão de qualidade, qualquer que seja o produto a ser ofertado.

PADRONIZAÇÃO

Além da exigência da qualidade, cada estabelecimento estipula padrões para aceitar e comprar os produtos. Os padrões variam em função de vários fatores, alguns por definição estratégica e forma de trabalhar de cada estabelecimento ou padrão da rede em que está inserido, mas, predominantemente em função do perfil do consumidor do local onde está situado. Um bom exemplo é a questão do calibre das frutas. Segundo informação da Associação Brasileira de Supermercados (ABAS), na região Sul do Brasil a preferência é por frutas de maior calibre, enquanto que a região Nordeste a preferência dos consumidores é por frutas de menor calibre. Os padrões podem variar de acordo com a análise de cada comprador, que considera sempre como os produtos adquiridos podem ser escoados o mais rapidamente possível, visto que nenhum estabelecimento tem interesse de manter produtos estocados por muito tempo, principalmente aqueles que são mais perecíveis. Um dos requisitos que está sendo cada vez mais aperfeiçoado pelas grandes redes, e que tem se apresentado como

fator favorável para o produtor da agricultura familiar, é a rastreabilidade, porque o consumidor final tem tido muito interesse em saber a origem dos produtos que estão consumindo, e tem tendência de prestigiar produtos dos pequenos produtores.

REGULARIDADE DE OFERTA

A capacidade de entrega com a periodicidade estipulada pelos compradores é outro grande desafio para os produtores da agricultura familiar, sendo um requisito básico para que o fornecedor de produtos para os estabelecimentos do mercado convencional se estabeleça. Produtos agrícolas, tais como frutas, legumes e verduras precisam ser constantemente renovados nas gôndolas dos locais de venda, exigindo dos fornecedores o cumprimento de rigorosa escala de entrega. Assim, os volumes pactuados com os fornecedores precisam ser fracionados em diversas entregas, com regularidade programada de modo a não permitir que os mais diversos produtos falem nos estabelecimentos compradores. Dessa forma, o produtor da agricultura familiar, para se tornar um fornecedor confiável neste competitivo mercado, precisa ser capaz de corresponder a esta necessária exigência, tendo competência não só de produzir nos volumes requeridos mas de entregar com a regularidade estipulada. O que valida a importância desta exigência é constatar nos supermercados o espaço que os principais produtos, comuns da agricultura familiar, ocupam nos mais diversos estabelecimentos de venda do mercado convencional. É praticamente impossível entrar em qualquer que seja o estabelecimento, independente do porte, e não encontrar legumes, frutas, verduras, tubérculos, e muitos outros produtos que são produzidos pelos pequenos produtores, contudo raramente o fornecimento é oriundo da agricultura familiar, exatamente porque a superação deste entrave é um grande desafio para a maioria dos produtores e suas organizações.

PREÇO

Este é um requisito que tem um peso significativo no processo de negociação com o fornecedor. No mercado convencional a concorrência é fator determinante para

permanência do estabelecimento no mercado. Por esta razão, cada estabelecimento que compra do fornecedor procura obter o menor preço possível de aquisição dos produtos, para que possa oferecer ao consumidor final o melhor preço de venda e, portanto, ser o mais competitivo possível. Como são muitos interessados em ofertar seus produtos neste mercado, o preço pago ao fornecedor na maioria dos estabelecimentos é baseado em negociações diretas com todos fornecedores cadastrados. Como existem muitos fornecedores, inclusive do agronegócio, que são muito mais estruturados que os produtores da agricultura familiar, a disputa travada fica muito desfavorável para os pequenos produtores. Nas grandes redes de supermercados, os responsáveis pela compra costumam realizar amplas e frequentes pesquisas de mercado com produtores e atacadistas, além de fazerem permanentes avaliações dos valores dos produtos nas gôndolas dos concorrentes. Por esta razão, os preços praticados nem sempre são convidativos e interessantes para os produtores da agricultura familiar.

BONIFICAÇÕES

Esta é uma das exigências mais contestadas e criticadas pela maioria dos fornecedores dos estabelecimentos que trabalham no mercado convencional. É também considerado um dos pontos mais negativos para fortalecer a relação, principalmente dos grandes compradores com os pequenos fornecedores desse mercado. É comum a prática da maioria dos compradores, principalmente supermercados e redes comerciais, exigirem dos fornecedores a entrega de produtos como bonificação para se tornarem parceiros comerciais. Alguns estabelecimentos argumentam que os fornecedores compreendem a necessidade desta exigência e custo, embutindo no valor de venda do produto esta obrigação. O argumento normalmente usado pelos compradores para o exercício desta prática, é que a bonificação é uma forma de rateio de parte de vários custos que os estabelecimentos, que vendem os produtos dos produtores fornecedores, têm com várias operações necessárias. Custos tais como, publicidade que é feita para a venda mais rápida possível dos diversos produtos fornecidos, custos com a logística de distribuição

interna, desde o momento em que a mercadoria é entregue aos centros de distribuição até a sua disposição nas gôndolas de venda para os consumidores, e com custos com a logística externa, que é relativa à distribuição da mercadoria para os estabelecimentos e suas várias lojas e custo de enxovais, em virtude de inauguração de nova loja da rede, que permitirá ao fornecedor também expandir seus canais de comercialização. Como o produtor da agricultura familiar normalmente já tem limitação de volume de produção, entregar produtos para os fornecedores sem receber por eles, torna o processo mais difícil e a entrada em muitos estabelecimentos que operam no mercado convencional fica mais limitada e muitas vezes totalmente desmotivadora.

EMBALAGENS

Esta é uma exigência cujo nível de padronização depende muito do tipo de produto fornecido. Produtos com maior capacidade de resistência normalmente não exigem embalagens sofisticadas, enquanto produtos muito frágeis, como por exemplo, ovos, precisam ser cuidadosamente embalados. Frutas e verduras precisam ser fornecidas frescas e com maturação adequada para suportarem o tempo exigido de exposição, o que requer do fornecedor capacidade de embalar e transportar em tempo hábil, do local de produção até o local de entrega, para que os produtos sejam aceitos sem grandes margens de descarte. Alguns estabelecimentos, como supermercados e redes, costumam padronizar as embalagens nas quais o fornecedor deve entregar o produto. Em alguns casos, os próprios estabelecimentos costumam fornecer as embalagens, mas, raramente o fornecimento não implique em elevação de custo para o fornecedor. Em outros casos é obrigação do produtor fornecedor adquirir as embalagens conforme o padrão exigido pelo respectivo comprador e apresentar seus produtos em conformidade com o padrão de exigência do estabelecimento. Para o pequeno produtor, cumprir esta exigência é um grande desafio, visto que nem sempre dispõem de estrutura adequada para superar com facilidade esta barreira.

DOCUMENTO FISCAL

Fazer venda para a grande maioria dos estabelecimentos do mercado convencional, sem emissão de nota fiscal, é praticamente impossível. Assim, os produtores e suas organizações que trabalham na informalidade se deparam com esse entrave para fazer o escoamento de suas produções. Cooperativas são necessariamente formalizadas, portanto, só precisam ter posse do documento fiscal com prazo de validade vigorando. Associações legalizadas, embora não tenham finalidade mercantil, também podem ter acesso ao documento fiscal. Os produtores e organizações informais precisam viabilizar o documento avulso sempre que efetivar uma negociação, o que nem sempre é um processo simplificado.

Por estes e outros motivos de menor relevância é que o produtor da agricultura familiar precisa atentar que acessar e se manter como fornecedor nos exigentes mercados convencionais é uma tarefa que requer adequação e cumprimento de muitos requisitos. É fato que tem havido progresso e aperfeiçoamentos dessa relação, principalmente quanto aos requisitos de qualidade, porque os fornecedores estão a cada dia mais conscientes de que os consumidores estão sempre exigindo melhores produtos para consumo. Para atender as exigências dos estabelecimentos, os fornecedores têm procurado se aperfeiçoar tanto nos processos produtivos como nos de comercialização. Apesar da agricultura familiar ainda ter muito pouco espaço de escoamento de seus produtos, principalmente em estabelecimentos de maior porte, algumas iniciativas tem sido implementadas e muitos entraves têm sido superados.

5.3 OS PRINCIPAIS ASPECTOS MOTIVADORES PARA O FORNECEDOR

Apesar do reconhecido nível de exigência que os mercados convencionais impõem para os produtores fornecedores, por se tratar de um canal com gigantesca capacidade de compra, os produtores da agricultura familiar devem estar informados e conscientes de que são muitos os pontos positivos que fazem desta via de acesso uma excelente opção para escoamento de seus produtos, dentre os quais destacamos:

INFOGRÁFICO 16 – ASPECTOS MOTIVADORES PARA O FORNECEDOR



Fonte: Consultoria Contratada Criação: Paloma Rollim

FORMA DE PAGAMENTO

Este é um aspecto considerado mais positivo pela grande maioria dos fornecedores dos estabelecimentos do mercado convencional. Raramente se tem notícia de estabelecimentos sérios que deixam de pagar seus fornecedores. As formas de pagamentos normalmente são pactuadas e cumpridas por forças contratuais. Os pagamentos são feitos em dia, seguindo procedimentos e vias acordadas. O fornecedor tem praticamente total garantia que vai receber pelo que foi vendido, sendo a inadimplência normalmente inexistente. Para o produtor, este é um aspecto de muita importância, visto que, para agricultura familiar, que não dispõe de capital de giro, ter a certeza do recebimento do valor do produto vendido, muitas vezes significa garantia da

continuidade da atividade e tranquilidade para cuidar da família. Pesquisas mostram que este é o fator que mais motiva os fornecedores, principalmente os de supermercados, a continuarem mantendo interesse em se relacionar com o segmento.

LIQUIDEZ E VENDA DE MAIORES VOLUMES

Quanto maior for o porte do estabelecimento comprador dos produtos dos fornecedores, maior é sua capacidade de escoar os produtos comprados. Este aspecto favorece os produtores que se dedicam à exploração de determinados produtos, por isso são capazes de ofertar maiores volumes dos mesmos. Por exemplo, uma organização de produtores (associação ou cooperativa) cuja especialidade é produção de mel, tem mais confiança de firmar uma parceria e ser fornecedora para uma grande rede do que para um só comprador, porque uma grande rede tem muito maior capacidade de escoamento de seu produto em menor tempo. Um produtor que se especializa em inhame, ao colher sua produção, se já tiver relação como fornecedor de um estabelecimento com alta capacidade de venda, sabe que sua produção vai ser absorvida e escoada num curto período de tempo, garantindo a qualidade do produto e manutenção da relação de parceria.

GARANTIA DE FORNECIMENTO

A grande maioria dos estabelecimentos compradores, principalmente os maiores, faz um cadastramento de fornecedores. Os produtores cadastrados têm garantia, de acordo com os contratos firmados, que seus produtos serão recebidos e colocados à venda. Muitas vezes estes estabelecimentos sequer garantem a compra do produto, alegando que não tem garantia da venda, principalmente se o preço for um fator complicador para fechar a venda. No entanto o fornecedor tem a garantia de que seu produto será exposto e sua saída vai depender muito da procura. Como normalmente os estabelecimentos tem rigoroso controle do fluxo de venda de cada produto, o volume recebido do fornecedor, normalmente é escoado possibilitando que o produtor renove a entrega nos prazos pactuados. Quando não há acordo entre as partes,

principalmente sobre preços, não sendo satisfatório para as partes, nem sempre a negociação é feita, mas isso não significa descadastramento do produtor fornecedor

PREÇOS

Embora este seja um item que mais pesa para que a parceria entre fornecedor e comprador se concretize, geralmente os estabelecimentos respeitam a média dos preços em vigor no mercado. Os preços pactuados são normalmente baseados na lei da oferta e procura. Quando se trata de supermercados, é comum a prática de preços superiores aos praticados por atacadistas, mas em razão dos descontos e bonificações que praticam, os preços finais acabam se equivalendo. Um aspecto que é apontado como positivo pelos fornecedores, é que não há intencionalidade dos estabelecimentos de ter uma relação de exploração com os fornecedores, porque os responsáveis pelas compras entendem que a parceria tem de ser interessante para os dois lados, visto que os estabelecimentos precisam dos produtos dos fornecedores e estes precisam do estabelecimento para escoamento da produção. Outro aspecto considerado positivo, quando se trata de fornecimento de produtos para grandes redes, é que estas não costumam seguir a alta volatilidade dos preços do atacado. Assim, quando as cotações do atacado sofrem quedas, o supermercado acaba pagando um pouco mais para o produtor fornecedor. Da mesma forma, quando há uma forte valorização no atacado, o supermercado também costuma não acompanhar rigorosamente a reação dos preços nos mesmos níveis.

FIDELIDADE DE COMPRA

Desde que o fornecedor respeite e se mantenha dentro das exigências e dos padrões de qualidade requerida pelo estabelecimento, normalmente os compradores não inventam motivos para dispensar ou tirar o produtor de seu cadastro. Este aspecto obriga os produtores a estarem sempre vigilantes e aperfeiçoando seus processos produtivos e de comercialização, considerando que a briga pela concorrência faz com que os estabelecimentos compradores estejam sempre inovando e implementando

medidas para atrair e conquistar novos consumidores, exigindo dos fornecedores frequentes adaptações. Para o produtor da agricultura familiar que é fornecedor, este é um aspecto que muito contribui para seu crescimento e melhoramento.

FIDELIDADE DE NEGOCIAÇÃO

Este é um aspecto que muitos produtores, principalmente os da agricultura familiar tem geralmente muita dificuldade, principalmente quando envolve processos formais, tais como negociação de cláusulas de contratos, que normalmente são exigidos e celebrados entre as partes. No entanto, não há intenção do comprador de burocratizar e dificultar o processo da negociação em si. Os compradores dos estabelecimentos, bem como os fornecedores, sabem o valor da negociação prévia, para garantir o cumprimento dos aspectos pactuados, protegendo a continuidade da parceria. Todos compreendem a necessidade da formalidade para que o processo aconteça com melhor organização e facilite o escoamento da Produção.

5.4 OS PRINCIPAIS ASPECTOS DESMOTIVADORES PARA O FORNECEDOR

Apesar de ser um canal com inquestionável capacidade de possibilitar o produtor de escoar as mais diversas formas de produção, tanto agrícola como artesanal, seu funcionamento tem aspectos que muitas vezes são difíceis de serem assimilados, principalmente para os fornecedores menos estruturados, como os da agricultura familiar, dentre os quais destacamos:

INFOGRÁFICO 17 – PRINCIPAIS ASPECTOS DESMOTIVADORES PARA O FORNECEDOR



Fonte: consultoria contratada – Criação: Paloma Rollim

DESCONTOS

É uma prática comum no mercado convencional os estabelecimentos solicitarem dos fornecedores uma série de descontos. Os descontos são solicitados em ocasiões especiais, tais como, quando são feitas promoções, em datas de aniversário de lojas, inauguração de novas unidades e em outras situações em que as administrações solicitam participação do fornecedor. Embora, normalmente não seja uma obrigação contratual, os fornecedores se sentem constrangidos em não dar reciprocidade e mesmo insatisfeitos costumam participar para manter o clima de bom relacionamento com o comprador. Para o pequeno produtor é uma prática que desmotiva muito, porque compromete seu ganho.

BONIFICAÇÕES

É prática comum no mercado convencional, os estabelecimentos solicitarem bonificações dos fornecedores. Diferente dos descontos, as bonificações são comumente obrigatórias, sendo um desconto que é solicitado do fornecedor em mercadoria ou financeiro. O valor depende e varia de estabelecimento para estabelecimento, cujo percentual oscila entre 5% e 20% sobre o valor da negociação, de acordo com o porte do estabelecimento. Nos supermercados e nas grandes redes, a bonificação é uma prática muito comum e regularmente efetivada. Para o produtor da agricultura familiar, a bonificação pode representar sua desistência de usar este canal.

PRAZO DE PAGAMENTO

Em razão de procedimentos internos, os pagamentos aos produtores fornecedores dificilmente é feito com menos de 30 dias, após a data da entrega. Normalmente o prazo oscila entre 40 a 50 dias, mas pode demorar ainda mais quando são questionados alguns aspectos dos produtos entregues. O pagamento à vista é uma prática que os estabelecimentos só fazem em casos excepcionais e negociados. Para os fornecedores de frutas, legumes e verduras, a exigência deste prazo é difícil de ser entendida, visto que os produtos são perecíveis e são rapidamente vendidos, portanto, os estabelecimentos compradores recebem do consumidor o valor em tempo muito menor. Apesar do prazo ser considerado longo e trazer desmotivação, alguns fornecedores entendem que esta desvantagem é compensada pela garantia do recebimento. Para o produtor da agricultura familiar, que dificilmente tem disponibilidade de capital de giro, este procedimento dos estabelecimentos desmotiva, fortalecendo a prática de vender seus produtos para os atravessadores que normalmente pagam à vista.

DEVOLUÇÃO DE MERCADORIA

Em razão do nível de exigência ser muito alto, os produtores/fornecedores reclamam que a devolução de mercadoria feita pelos estabelecimentos compradores é muito comum. Dependendo da situação, a devolução pode ser até total, principalmente

quando a venda é feita para supermercados e grandes redes. A mercadoria entregue pelo produtor/fornecedor passa por uma série de rigorosas análises, tais como, toxicológicas, de classificação e de índice de aproveitamento. Caso a mercadoria não encontre em conformidade com os padrões que foram previamente estabelecidos e acordados com o fornecedor, o estabelecimento comprador não hesita em devolver parte ou a totalidade do volume recebido ao produtor. Um bom exemplo, é a entrega pelo produtor de produtos agrícolas que foram cultivados com insumos que não estão em conformidade com a legislação. Normalmente, o estabelecimento comprador devolve e faz uma notificação ao produtor para que ele tome as devidas providências e regularize a situação. É comum também o estabelecimento fazer deságio pelo produto fora de padrão. Para o pequeno produtor, uma devolução pode ser desastrosa, porque pode ser fruto de toda uma safra, e representar um prejuízo que ele não pode assumir.

PADRONIZAÇÃO DA MERCADORIA

As exigências de padrões são muito rigorosas. Como os critérios podem variar de acordo com a análise de cada comprador, não é uma tarefa fácil para o produtor/fornecedor, principalmente os pequenos que são menos estruturados, se adequarem aos mais diversos padrões exigidos. Mercadorias fora de padrão não são aceitas e este é um fator que inibe o produtor, que normalmente prefere optar por vendas que representem menor risco e maior garantia de recebimento.

PROCESSO DE NEGOCIAÇÃO

Os estabelecimentos que operam no mercado convencional são normalmente muito organizados e adotam critérios de negociação sempre bem elaborados que preservam o interesse comercial dentro das margens de lucro estipuladas. Por esta razão, mesmo que não seja interesse do comprador prejudicar o fornecedor, nem sempre as condições estipuladas na negociação são vantajosas para o produtor. É rotina os estabelecimentos fazerem frequentes e amplas pesquisas de preços de vendas dos concorrentes, e o processo de negociação leva em consideração estes dados

apurados, que servem como argumento para definição dos parâmetros negociados. Como o produtor, principalmente os da agricultura familiar, tem muito pouco poder de contra argumentar, a negociação, com a grande maioria dos estabelecimentos que atuam no mercado convencional, é um processo difícil e nem sempre incentivador

PRODUTOS RASTREADOS E CERTIFICADOS

Embora seja um aspecto que tenha contribuído para facilitar o consumidor final a identificar a origem dos produtos e, portanto tenha favorecido que os produtores da agricultura familiar tenham seus produtos identificados nos locais de venda, não há por parte dos estabelecimentos nenhum prêmio sobre os preços. Desta forma, o produtor não obtém nenhum lucro ou remuneração diferenciada por tais mercadorias, a não ser a possibilidade do consumidor sensibilizado optar pela compra. Como são processos que elevam o nível de exigência nas fases produtivas e comerciais, a vantagem de obter prioridade de venda, sem significar aumento de lucro e melhor remuneração, não motiva o produtor.

EMBALAGENS

A forma de apresentação da mercadoria é uma das exigências que mais interessa ao comprador. Os estabelecimentos sabem que ocorrem grandes perdas por falta de acondicionamento adequado e comprometimento da qualidade da grande maioria dos produtos ofertados pelos produtores. Como é um fator que cria constrangimento, visto que o produto que está sendo entregue pode ter saído bem do local de produção e chegado mal no local de recebimento, os critérios de se fazer uma boa embalagem é um ponto que normalmente preocupa os produtores, principalmente porque representa aumento do custo e elevação do preço final.

TRANSPORTE

Quase que sem exceção, os estabelecimentos compradores que operam no mercado convencional, exigem que os produtores/fornecedores entreguem seus produtos nos

loais de recebimento pré-estabelecidos. Esta exigência obriga os produtores a terem ou providenciarem o transporte e fazerem as entregas obedecendo a escalas com dias e horários programados. Como nem sempre os produtores da agricultura familiar dispõem de transporte próprio, e na maioria das vezes dependem de terceiros e prestadores de serviços para cumprimento desta exigência, esta obrigação se torna uma tarefa desgastante e muitas vezes eleva o custo inviabilizando a alternativa.

GARANTIA DE VENDA

Normalmente a maioria dos estabelecimentos não costuma fazer contratos que garantam a compra do produto dos produtores fornecedores. O que convencionalmente existe é um cadastro dos fornecedores. Os fornecedores cadastrados têm garantia de entrega e a compra vai depender de aspectos considerados em cada negociação. As empresas adotam o critério da lei de oferta e procura, ou seja, os produtos ofertados precisam ser procurados pelos consumidores para serem interessantes para os estabelecimentos. Este é um risco que o produtor fornecedor evita correr.

5.5 SUPERMERCADOS

Os supermercados, com seus mais diversos formatos e tamanhos, se transformaram em um dos mais importantes canais de venda do mercado convencional. O consumidor brasileiro atualmente faz compras, cada vez mais, neste tipo de estabelecimento. Por essa razão, neste estudo, este tipo de canal de comercialização será melhor detalhado, para possibilitar ao leitor melhor nível de entendimento do funcionamento da relação produtor fornecedor com o comprador e consumidores.

A praticidade da compra nos supermercados é o principal fator levado em conta pelo consumidor. Neles, o consumidor pode adquirir os produtos de um dos principais tipos de exploração da agricultura familiar, que são os hortifrutícolas e outros

produtos que são normalmente produzidos em pequena escala, tais como ervas medicinais, produtos artesanais, etc.



As várias comodidades oferecidas pelos supermercados, tais como, estacionamento, recebimento com as mais diversas formas de pagamento (dinheiro, cheque, cartões das mais diversas bandeiras), segurança, organização, conforto (lojas refrigeradas), horário flexível, promoções, qualidade e variedade dos produtos oferecidos, são alguns dos muitos atrativos que fazem deste tipo de estabelecimento um dos mais fortes canais do mercado convencional.

Fonte: google

5.5.1 Considerações Sobre a Viabilidade de Ser Fornecedor Deste Importante Canal

Quando se trata de produtos hortícolas, frutas e legumes há uma tendência destes produtos serem adquiridos em supermercados em razão das comodidades que este tipo de estabelecimento oferece. Segundo a Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS), os produtos perecíveis, onde estão incluídos os hortifrutis, carnes, pães e laticínios, ocupam o terceiro lugar no ranking dos itens mais vendidos, perdendo apenas para as bebidas alcoólicas e não-alcoólicas. No grupo dos perecíveis, os hortifrutis têm um desempenho equivalente a carnes e estimativas indicam que são responsáveis, em média, por 10% do faturamento de um supermercado.

A importância das frutas, legumes e verduras é notada não só por sua representatividade em vendas, mas também por ajudar a fidelizar o consumidor. Um estudo especial feito em 2009 pela Associação Paulista de Supermercados (APAS) apontou que 61% das pessoas escolhiam o supermercado para compra destes produtos e que a tendência era de crescimento deste percentual.

De olho nesta tendência, os supermercados tem aumentado a importância dada a este setor e, por isso, a relação com o produtor de frutas, legumes e verduras tende a ser ainda mais valorizada.

Como os produtos industrializados são praticamente os mesmos em todas as bandeiras de supermercados, com semelhança de marcas, de apresentações e até preços, uma estratégia dos estabelecimentos para se diferenciar e ganhar da concorrência, é se diferenciar em segmentos atrativos, como é o caso dos perecíveis. Está nesta estratégia uma grande oportunidade para os produtores da agricultura familiar, visto que para conseguir se diferenciar na qualidade e preço dos produtos hortifrutícolas, muitos supermercados têm procurado adquiri-los diretamente dos produtores. A compra direta do produtor elimina a ação dos atravessadores, e por consequência possibilitam aos compradores a aquisição com menores preços, além de propiciar o acompanhamento dos produtos desde a origem, contribuindo para elevar a qualidade dos produtos adquiridos pelos estabelecimentos.

Para os produtores fornecedores, a opção de negociar diretamente com os departamentos de compras dos estabelecimentos, embora não seja uma tarefa com a qual estejam familiarizados, também pode trazer algumas vantagens. Uma delas é que em razão da organização e estabilidade do segmento, o produtor tem maior garantia de receber os valores. A estrutura das grandes redes de supermercados, por exemplo, pode dar ao produtor maior garantia de recebimento e a demanda por variedades e volumes é sempre maior. Apesar de todos os desafios, principalmente o atendimento das muitas exigências e a alta pressão sobre os valores de venda, o produtor da agricultura familiar tem no segmento uma grande oportunidade de escoar sua produção por meio desta via, desde que seja capaz de negociar mantendo uma remuneração atraente, cumprindo os requisitos de aperfeiçoar os processos produtivos e comerciais.

5.5.2 Construção da Parceria



Fonte: Consultoria Contratada Criação: Paloma Roliim

O produtor para se tornar e manter com fornecedor de supermercado, de fato precisa ser mais organizado e estruturado. Não é possível atender a um cliente de tamanha importância improvisando e negligenciando as exigências. Ter uma estrutura mínima de processamento é um pré-requisito básico para que o produto seja entregue nos padrões exigidos pelos supermercados. Como a grande maioria dos agricultores familiares tem poucos recursos estruturais, se tornar um fornecedor assíduo destes estabelecimentos exige determinação e capacidade de estar continuamente se aperfeiçoando, motivo pelo qual muitos produtores nem tentam ou desistem de continuar. Para os que já foram fornecedores, um dos principais motivos da desistência é a contínua exigência de qualidade imposta pelos supermercados, que muitas vezes é difícil de ser acompanhada, porque exige renovados investimentos. Soma-se a este

aspecto, a política adotada de que o fornecedor como parceiro, precisa participar das campanhas promovidas, que são muitas, e exige do produtor disponibilidade de conceder descontos e bonificações.

Outro fator que costuma acontecer é que, se o produtor não eleva sua qualidade, a devolução de produtos torna-se rotina e inviabiliza a rentabilidade do produtor e conseqüentemente sua desistência. O fato é que, apesar das iniciativas dos produtores, suas organizações e assessorias de apoio sabem que a negociação direta com supermercados é vantajosa por minimizar a participação de intermediários, ainda há um longo caminho para se percorrer para que muitos produtores se tornem adeptos desse tipo de parceria, porque se por um lado, requer avanços por parte dos produtores, por outro requer flexibilidade por parte dos estabelecimentos, para que as adequações e ajustes sejam processos construídos e compartilhados.

5.5.3 Níveis das Exigências

Apesar de muitas exigências serem comuns, independente do porte do supermercado, seu nível e rigor podem ter algumas diferenças. Assim, se tornar fornecedor de uma grande rede ou de supermercados de pequeno porte, que normalmente operam nos bairros e em periferias, geralmente tem processos de negociação que mudam. Esta flexibilidade tem relação direta com o perfil de exigência do consumidor. É comum, na negociação com os estabelecimentos de menor porte ou que se situam em regiões onde o consumidor é mais exigente em preço do que qualidade, o nível de exigência quanto ao padrão das mercadorias ser menor e haver maior margem de acordo entre o produtor fornecedor e o estabelecimento. Não que haja desconsideração quanto ao padrão de qualidade solicitado, mas, o nível de cobrança e os riscos de devolução dos produtos são relativamente pequenos. Além disso, os preços pagos ao fornecedor podem ser melhorados, considerando que as deduções sobre o valor final também são menores. A desvantagem, mas, que às vezes até ajuda o produtor da agricultura familiar, é que os estabelecimentos menores também efetivam volumes de compras menores, mas é comum compensar o menor volume pela aquisição de maior variedade de produtos. Os pequenos estabelecimentos

também costumam fazer menores deduções e descontos, o que ajuda o produtor a ter melhor lucratividade.

Como a negociação é normalmente feita diretamente com o gerente de compras e muitas vezes com o proprietário, o processo é mais fácil e menos burocrático, podendo, às vezes, serem dispensados procedimentos que oneram e atrapalham a parceria.

Por estas razões, é interessante que os produtores da agricultura familiar, que querem se tornar fornecedores deste tipo de segmento, iniciarem e fortalecerem a parceria com os estabelecimentos de menor porte, considerando as vantagens nos seguintes aspectos:

TABELA 16 VANTAGENS EM COMERCIALIZAR COM MERCADOS DE MENOR PORTE

Volume Negociado	Compras de vários estabelecimentos pequenos equivalem à compra de um só supermercado grande, minimizando riscos e facilitando para quem tem menos estrutura produtiva.
Padrão	Normalmente os pequenos estabelecimentos tem um padrão mínimo de qualidade e de classificação do produto, mais compatível com a realidade dos pequenos produtores.
Rastreabilidade	Essa inovação vem sendo exigida por praticamente todas as principais redes de supermercados, e embora seja uma tendência de generalizar, ainda não é uma realidade nos pequenos estabelecimentos, desonerando custos.
Fidelidade de Compra	Nas grandes redes o fornecedor é um número, e a troca é rotina. Nos pequenos estabelecimentos as relações são mais estreitas e o processo de fidelização da parceria é mais consistente.
Preço	Embora nem sempre os estabelecimentos menores paguem o melhor preço ao fornecedor, mas como fazem menos descontos que os grandes estabelecimentos, seus preços acabam sendo mais convidativos.

Descontos Bonificação	e Normalmente o menor valor líquido pago pelos grandes supermercados e redes está relacionado aos descontos/bonificações rotineiramente pedidos. Nos estabelecimentos de menor porte, esta prática é bem menos exigida, resultando em elevação dos preços líquidos pagos aos produtores fornecedores.
--	--

5.5.4 Influência do Consumidor

O consumidor é o principal agente de transformação na relação entre os produtores fornecedores e compradores. É um processo dinâmico que não para de evoluir, com acréscimos de renovados requisitos de qualidade demandados pelo consumidor.

Os consumidores, especialmente de verduras, legumes, frutas e de outros produtos dos pequenos produtores em supermercados, têm o mesmo nível de exigência dos que costumam comprar em feiras e outros estabelecimentos especializados. Os consumidores querem produtos frescos, de qualidade e com bons preços. Estas são razões que fazem os supermercados serem cada vez mais exigentes com os produtores fornecedores e procurando dar melhor tratamento aos produtores.

Com todos os meios de comunicação, nas mais diversas formas de mídias, programas e campanhas, sempre incentivando a população a ter uma alimentação mais saudável e natural, a procura pelos produtos hortifrutícolas de qualidade tem aumentado, fazendo com que os supermercados tenham maior atenção com esses produtos. Para atender a esse perfil de demanda, a relação produtor fornecedor e supermercado também tem evoluído, embora muito ainda precise ser feito para que a parceria seja equilibrada e vantajosa, principalmente para o pequeno produtor da agricultura familiar.

O produtor, que também é consumidor, está cada vez mais consciente do interesse da população por produtos de qualidade. É notório que os avanços não são proporcionais, tendo os produtores/fornecedores avançado num ritmo muito mais lento

do que os supermercados, naturalmente. Houve evolução no processo produtivo, desde o plantio, tratos culturais, colheita e distribuição. Os supermercados que fazem a rastreabilidade costumam ser exigentes em todas as etapas, obrigando os produtores a serem mais cuidadosos, aperfeiçoando o processo.

A concorrência entre os estabelecimentos aumenta o uso de estratégias competitivas entre eles e estimula o uso de descontos e os preços promocionais aos consumidores. Como esses, considerados custos, são geralmente rateados com os fornecedores, seus ganhos sofrem redução e geram desmotivação, embora haja a justificativa de que este aspecto pode ser considerado na composição de custo do produto fornecido.

Alguns aspectos permanecem conflituosos exigindo alternativas, para tornar a parceria mais vantajosa para o produtor. Sem dúvida o principal deles é a questão da bonificação, que continua sendo um fator extremamente desanimador para o fornecedor, que pela lógica do comprador, beneficia o consumidor.

Por outro lado, uma preocupação dos compradores, diz respeito à falta de regularidade da oferta por parte dos produtores, principalmente os pequenos que enfrentam muitos problemas, nos aspectos relacionados à capacidade organizativa, produtiva e de comercialização. Os produtores, especialmente os da agricultura familiar, precisam ter melhor capacidade de organizar seu planejamento para evitar imprevistos para serem fornecedores mais confiáveis para os supermercados.

Pelo lado dos supermercados precisam ser mais criteriosos no planejamento das promoções, visto que uma melhor sincronia entre o calendário de promoções com os ciclos produtivos, com melhor aproveitamento dos picos de safra, favorecem o produtor e beneficia o consumidor. Este planejamento nem sempre é adequado, e muitas vezes o produtor é obrigado a participar de promoções em períodos de baixa de oferta dificultando tanto a disponibilidade de produto quanto a redução do preço de venda para o consumidor, que em última instância é o agente consolidador da relação produtor fornecedor e supermercados compradores.

5.5.5 Novas Tendências

Como é o consumidor quem define os novos costumes e comportamentos, a relação entre produtor e supermercados precisa ser constantemente realinhada com novas exigências, sendo um processo em contínua evolução. Por isso, para ser um fornecedor para este segmento do mercado convencional é preciso estar preparado e ser capaz de se adaptar com agilidade aos novos requisitos. Muitas exigências já foram consolidadas e é impossível se tornar um fornecedor sem observá-las. Exigências tais como, fazer uma classificação mínima do produto e respeitar limites máximo legal de resíduos, já são consideradas rotinas consolidadas.

IIINFOGRÁFICO 18 – NOVAS TENDÊNCIAS



Fonte: Consultoria Contratada Criação Paloma Rollim

Atualmente está se consolidando a exigência de maior controle do produto desde a origem, através da rastreabilidade. Os especialistas do assunto apontam que,

num futuro próximo, é possível que o enfoque se volte sobre uma melhor coordenação dos estabelecimentos com a cadeia de suprimentos para oferecer ao consumidor mais praticidade. Consideram que a praticidade que no passado era considerado luxo, hoje já é uma tendência. O principal agente motivador dessa tendência é a redução do tempo livre do consumidor, que o faz querer minimizar o período gasto na cozinha. Como consequência, a tendência é que a procura por produtos já lavados, selecionados e picados, por exemplo, deve aumentar nos próximos anos. Esta tendência, que no primeiro momento deve ser atendida por quem atende o consumidor, paulatinamente vai sendo transferida para o fornecedor, exigindo dele melhor capacidade no processo produtivo e de beneficiamento. Por ser uma tendência que agrega valor ao produto comercializado, é vantajosa para a parceria fornecedor/comprador, mas exigem novas adaptações e investimentos, o que representa sempre crescentes desafios para os produtores da agricultura familiar que são ou pretendem acessar este canal do mercado convencional.

Os produtos minimamente processados também apresentam a vantagem de possibilitar maior aproveitamento dos produtos ofertados pelos produtores, minimizando os desperdícios, visto que os produtos embalados diminuem o tempo de escolha do consumidor, reduzindo o manuseio dos produtos e, como consequência, os danos a eles causados.

Além dos produtos minimamente processados e prontos para consumo, a tendência é que os produtos orgânicos, os produtos com certificação socioambiental e cultivares diferenciados também tenham crescente aumento de vendas. O desafio, tanto para os produtores/fornecedores quanto para os estabelecimentos vendedores, é garantir a disponibilidade de produtos que atendam essa demanda do consumidor, aprimorando seus métodos e investindo em qualidade, sem, no entanto, transferir o custo para o consumidor final, com aumento significativo de preços.

Os supermercados são, sem dúvida, o mais significativo canal com potencial para escoamento da produção dos produtores da agricultura familiar no mercado convencional. No entanto, conforme detalhado neste estudo, são muitos os desafios que precisam ser superados para que a relação do pequeno produtor com este gigante

canal se consolide. As muitas exigências requerem dos produtores capacidade de investimento, que lhes permitam se enquadrar nas normas, o que é um grande entrave.

A inclusão de pequenos produtores como fornecedores nessa cadeia de suprimentos requer muito aperfeiçoamento no nível de organização, na produção e nos processos de comercialização, tanto individualmente com através de suas organizações (cooperativas ou associações). A realidade é que hoje os médios e grandes produtores, que há muito tempo investem pesado nesse canal de escoamento, representam a maioria dos fornecedores do segmento. Mas, também é fato que, principalmente as grandes redes, têm procurado alternativas que possam abrir espaços para que os pequenos, especialmente os da agricultura familiar, tenham possibilidade de escoar suas produções, através de algumas estratégias.

Uma das estratégias mais comuns é abrir espaço para comercialização de produtos orgânicos, que normalmente é oriundo de pequenas explorações. Embora a produção da maioria desses produtos ainda seja limitada a pequenas escalas e normalmente vendida em locais específicos, mesmo dentro de supermercados, é uma alternativa que favorece a entrada dos pequenos nos estabelecimentos.

Outra forma de diferenciação é a certificação de qualidade e de origem, que principalmente alguns grandes supermercados vêm adotando, onde os produtos são identificados por selos com a marca do supermercado ou do produtor.

IMAGEM 14 – PRODUTO CERTIFICADO SELO DA AGRICULTURA FAMILIAR

Com o selo da agricultura familiar, criado pelo Ministério de Desenvolvimento Agrário, o produtor familiar ganha um importante instrumento certificador, que facilita a comprovação da origem de seus produtos, contribuindo para seu ingresso neste importante segmento do mercado convencional.



Foto: Google

No tema relacionado a iniciativas criativas (item 6 deste estudo), esse assunto será detalhado.

5.6 ESTRATÉGIAS DE ACESSO

Conforme enfatizado, o mercado convencional, por ser gigantesco, se apresenta como uma alternativa para escoamento da produção da agricultura familiar, com capacidade de compra praticamente ilimitado. Além dessa característica, este canal apresenta muitos outros aspectos positivos, mas também apresenta questões que podem levar ao produtor desistir deste mercado, principalmente pelo nível de exigência demandado.

Requerer, de imediato, do produtor da agricultura familiar, a capacidade de negociação e fornecimento para este mercado sem que haja um processo contínuo de amadurecimento, por meio da intermediação de terceiros, pode não ser a estratégia mais eficaz, devido às grandes variáveis que este mercado apresenta.

Abaixo listamos estratégias voltadas para acessar ao mercado convencional, que permite aos produtores familiares alternativas que os tornem independentes, principalmente da figura dos atravessadores que dominam este canal, uma vez que viabilizam maior profissionalismo nos processos e, desta forma, possibilitam a expansão dos canais de comercialização por parte dos agricultores familiares.

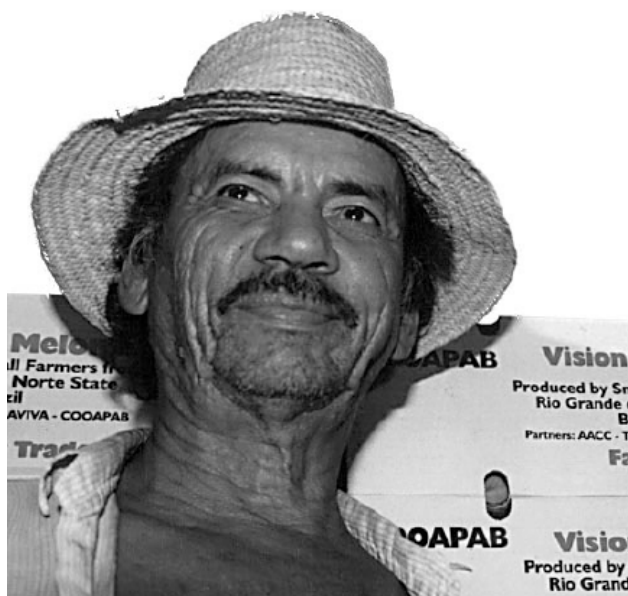
5.6.1 Empresas Sociais Comercializadoras

Os mercados têm se tornado cada dia mais exigentes demandando, no lado da oferta, um alto nível de conhecimento e profissionalização. A variedade de produtos colocada à disposição dos consumidores cresce a cada dia, na mesma velocidade em que os fornecedores precisam aprimorar, tanto seus produtos, quanto suas condições para fornecê-los, em vista do contexto de alta competitividade em que estão inseridos, e isto não é diferente quando se trata da agricultura familiar.

Há estudos que apontam que há demanda, por parte do mercado convencional, de produtos com valores sociais e que são produzidos de forma ambientalmente

responsável, mas, que não excluem esses produtos de cumprir as exigências dos consumidores (qualidade, preço acessível, dentre outros) e dos canais de comercialização, tais como, embalagens, logística de entrega, etiquetas, emissão de notas fiscais, dentre outros.

IMAGEM 15 – AGRICULTOR FAMILIAR PRODUTOR DE MELÃO



Agricultor familiar do Rio Grande do Norte, produtor de melão. Produção exportada pela Ética Comércio solidário (Empresa comercializadora idealizada pela Visão Mundial e Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID)).

Para muitos desses produtores, estes são desafios ainda a serem vencidos, uma vez que grande parte deles está voltada para as questões de melhorias nos processos produtivos, de forma a apresentar produtos de melhor qualidade, reduzir custos, buscar por assistência técnica e financiamentos. Sendo assim, entender detalhadamente as demandas e exigências de certos mercados, como o convencional, resulta em outro entrave a ser superado, principalmente pelo difícil acesso aos compradores destes mercados, que geralmente se encontram longe dos locais de produção.

Uma alternativa que busca servir de interlocutora a estes dois atores, são as empresas sociais comercializadoras. Estas organizações atuam de forma extremamente profissional, por meio de pessoas de mercado qualificadas, mas que também trabalham para sensibilizar as empresas em relação aos produtores da agricultura familiar, propondo condições especiais que os permitam tornarem suas fornecedoras, expandindo seus canais de comercialização. Sua atuação está focada nas seguintes ações:

Sensibilizar as empresas privadas convencionais de seu importante papel no escoamento da produção da agricultura familiar, contribuindo para a construção de uma sociedade inclusiva e mais justa.

Entender a realidade da produção da agricultura familiar no Brasil, contribuindo para a busca de soluções em termos de acesso a mercados para este público.

Se apropriar das exigências de fornecimento para estas empresas, capacitando os produtores da agricultura familiar no cumprimento das mesmas, a saber:

- 1) Tipo de produto demandado;
- 2) Preços praticados;
- 3) Embalagens exigidas que contenham, por exemplo, data de validade dos produtos, identificação de alguma campanha ou coleção específica, valores nutricionais do produto, origem dos produtos, dentre outros;
- 4) Documentação requerida, tais como nota fiscal, certificados fitossanitários;
- 5) Logística de entrega, que contemple a coleta do produto no local produzido até a entrega no destino final, se atentando que grandes compradores podem exigir dia de entrega pré-agendado, o que pode complicar muito a contratação de empresas de transporte.

Etiquetas específicas. Alguns compradores exigem que produtos, como por exemplo, os artesanais, sejam produzidos com etiquetas que contenham suas marcas, bem como a demanda de etiquetas com códigos de cuidados da peça (lavagem, como secar e passar, etc), além de etiquetas código de barras para viabilizar o registro no ponto de venda.

Ser a voz do produtor da agricultura familiar em negociar e reverter, por exemplo, bonificações, o que para os produtores familiares, é um recurso do qual não dispõem.

Atuar como consultores dos produtores em termos de tendências de produtos, ajustes na produção, capacitações sobre formação de preços, qualidade de produtos, dentre outros, por meio de recursos próprios ou em parcerias com outras organizações de fomento da agricultura familiar no Brasil.

Atuar como *traders* em processos logísticos de exportação de produtos, que

demandam conhecimento bastante específico e busca por soluções que viabilizem os custos logísticos desta operação.

Desenvolvimento de campanhas específicas de promoção de produtos da agricultura familiar no Brasil, junto às empresas privadas, com objetivo de sensibilização dos consumidores.

A estratégia de usar uma empresa comercializadora para atuar como interlocutora entre os produtores e os compradores do mercado convencional, é uma iniciativa que, além de eliminar a figura do atravessador, como figura que explora o produtor, possibilita o amadurecimento dos produtores na difícil tarefa de negociar seus produtos com profissionais do ramo. A empresa comercializadora não desempenha o papel de intermediar, mas de compartilhar com os produtores as etapas dos processos da comercialização, para que estes se aperfeiçoem e tenham na parceria uma aliada para superação de entraves e exigências do concorrido mercado.

5.6.1.1 Consórcio de Produtores Exportadores

Um dos grandes desafios é a viabilização financeira de exportação de produtos artesanais de pequenos produtores, por algumas razões:

- . Geralmente os importadores compram baixo volume/peça de cada artesão, às vezes se interessando por um único produto, mas o volume desejado não é grande;
- . Elevados custos logísticos (desembarço alfandegário, frete interno e externo) no Brasil, que, via de regra, inviabiliza a exportação de pequenos volumes.



Um modelo desenvolvido por uma das maiores importadoras de produtos de comércio justo brasileiro, a distribuidora holandesa Barbosa Fair Trade, que comercializa produtos para as mais de 3.000 Lojas do Mundo, surgiu para ser alternativa a estes problemas. Em parceria com empresas sociais comercializadoras, foi desenvolvido um sistema chamado de “Consórcio de Exportadores de Artesanato”.

Frieda e Dorien, importadoras da Barbosa Fair Trade em visita à feira de artesãos em Recife/Pernambuco, para captação de novos fornecedores e conhecimento da cultura local.

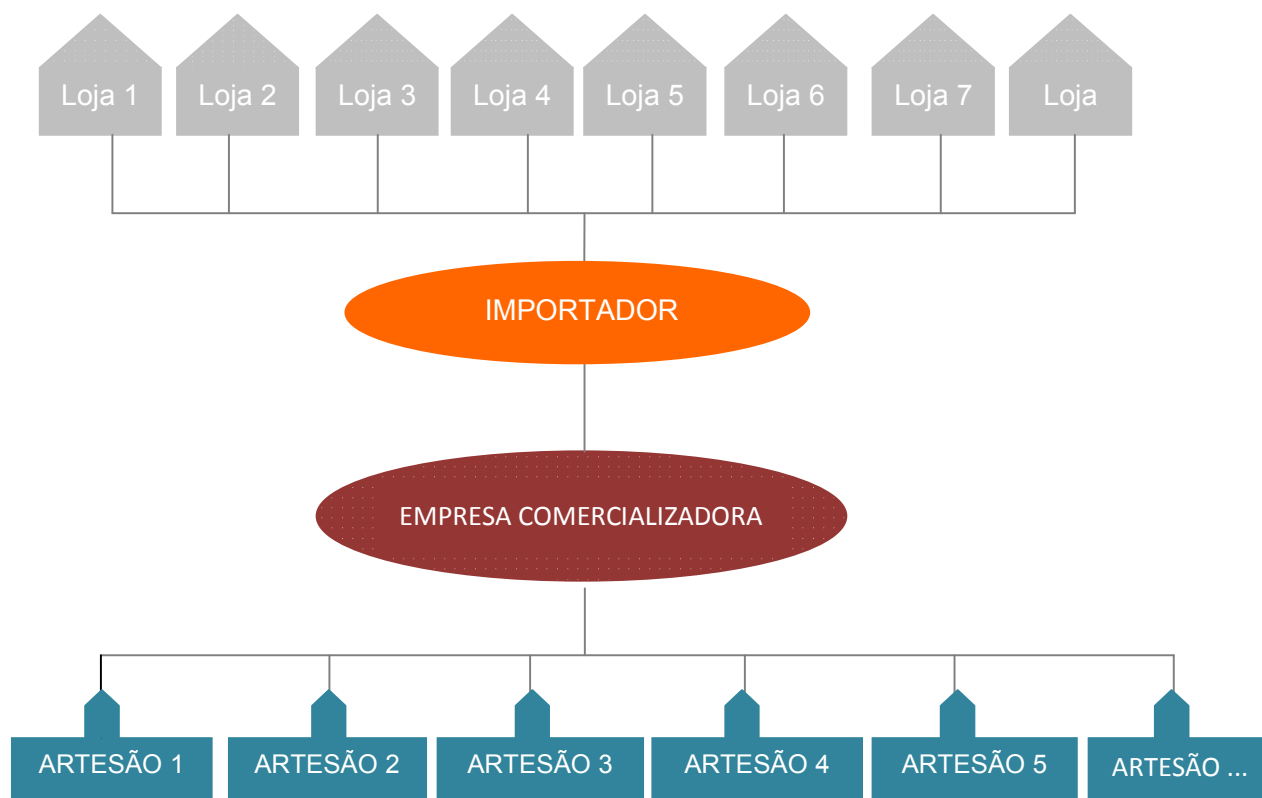


Foto: Consultoria Contratada

Há mais de 15 anos abrindo o mercado justo para pequenos grupos de artesãos de todo o território Nacional, a Barbosa sinalizou que busca investir ao menos 80.000 Euros/ano em produtos artesanais brasileiros (DUMONT, 2015). Para viabilizar as negociações, investe em participação em diversas rodadas de negócios realizadas no Brasil e em parcerias comerciais que possibilitem apoiar aos artesãos, de forma a viabilizar o processo de desenvolvimento de produtos e logística interna e externa.

A empresa comercializadora atua como uma *trade* se responsabilizando pelo repasse de informações de mercado aos grupos produtivos, acompanhamento do desenvolvimento de produtos, e toda operação logística. Para viabilizar os custos é contratado um container que irá transportar os produtos de aproximadamente 20 grupos produtivos/pequenos artesãos até a Holanda, possibilitando um rateio destas despesas em todo o volume comercializado que pode ultrapassar R\$ 150.000,00 por embarque.

Este consórcio permite que artesãos que conseguem fechar um pedido pequeno, que pode variar entre R\$1.000,00 e R\$ 5.000,00, tenham seus custos de exportação viabilizados ao exportar suas peças junto a outros pequenos ou médios artesãos/associações de produtores formando juntos um grande volume de peças comercializadas. Há somente um frete a ser contratado, um despacho alfandegário a ser pago e uma única taxa de câmbio a ser rateada, viabilizando os custos da operação para o importador.



5.6.1.1.1 Vantagens

TABELA 17 - VANTAGENS

Para o artesão	. Acesso a um novo canal de comercialização com grande capacidade de distribuição; .Aperfeiçoamento por meio das capacitações recebidas, referentes a processos de gestão e desenvolvimento de produtos que contribuem para que acessem outros canais de comercialização; . Aumento da renda; . Parceria de longo prazo com este comprador, por ser de comércio justo; . Promoção de seus produtos no mercado consumidor, por meio de campanhas específicas desenvolvidas pelo importador.
Para o Importador	. Acesso a grande número de artesãos e consequentemente

	grande variedade de produtos; . Redução dos custos logísticos, viabilizando a operação; . Parceria para o desenvolvimento de produtos de acordo com seu público consumidor; . Parceria que intermedia o acesso junto aos artesãos, facilitando a comunicação e tramitação de processos; . Segurança de que os pedidos realizados serão entregues nas condições acordadas.
Para as Empresas Comercializadoras	. Oportunidade de beneficiar um grande número de pequenos artesãos; . Parceria de longo prazo com compradores; . Viabilidade de redução de custos da operação; . Obter informações precisas sobre tendências de mercados que são cruciais para melhoria dos produtos desenvolvidos pelos artesãos beneficiados.

IMAGEM 16 - CONTAINER DE ARTESANATO A CAMINHO A HOLANDA



Fonte: Consultoria Contratada

IMAGEM 17 - CAMPANHAS DA BARBOSA COMÉRCIO JUSTO DE DIVULGAÇÃO DE ARTESANATO BRASILEIRO NAS LOJAS DO MUNDO



Fonte: Fair Support

5.6.2 Assessores de Comercialização

Um dos atores chaves para garantir resultados na melhoria do processo produtivo é o assistente técnico especializado, que atua junto aos agricultores familiares, com objetivo de capacitá-los em técnicas de produção, melhorando a produtividade, repasse de inovações tecnológicas, dentre outros.

Da mesma forma, o assessor de comercialização é o técnico que atuará juntamente aos agricultores familiares e os estabelecimentos comerciais da região, tais como mercados, padarias, farmácias, hotéis, pousadas, escolas privadas, lojas de conveniência, dentre outros, viabilizando a venda dos diversos produtos dos agricultores familiares beneficiários dos projetos FIDA.

São atribuições do assessor de comercialização:

- a) Abertura de canais de comercialização locais e regiões próximas aos grupos produtivos;
- b) Interlocução entre os clientes e os agricultores familiares, com objetivo de realizar vendas;

- c) Identificação das exigências e demandas dos potenciais clientes;
- d) Repasse de informações sobre os mercados para os agricultores familiares, na forma de capacitação, para que eles se apropriem das informações e possam desenvolver habilidades comerciais que os preparem para negociações futuras junto a mercados mais exigentes;
- e) Apoiar os agricultores familiares em busca de soluções e alternativas para questões relacionadas às embalagens, transporte, documentos exigidos, formação de custos e preços de venda, dentre outros;

O assessor de comercialização pode atuar também como interlocutor entre os agricultores familiares e as empresas comercializadoras, que visam os mercados mais distantes do local de produção, incluindo o mercado externo, de forma a potencializar as ações destas empresas de forma a beneficiar e envolver um maior número de produtores em suas ações.

5.6.3 Campanhas de Sensibilização de Consumidores

Inúmeras são as iniciativas de inclusão dos produtos da agricultura familiar nos mais diversos mercados e canais de comercialização existentes, buscando a sensibilização, principalmente no mercado convencional, dos responsáveis pelas compras dos produtos, por meio da disseminação da origem, modo de produção, inclusão social, dentre outros. O que vemos caminhar a curtos passos, mas, que se bem estruturadas podem revolucionar o consumo de produtos oriundos da agricultura familiar e contribuir para o crescimento mais acelerado nessa direção, é a sensibilização de consumidores.

Esta estratégia vem sendo adotada pelo mercado justo desde sua origem, nos anos 50, tendo como primeiro tema de uma campanha promocional a seguinte frase: *“através da compra de açúcar, você dá às pessoas dos países pobres um lugar de prosperidade ao sol”* (WFTO, 2016), na qual se percebe a forte mensagem do benefício social que a compra daquele produto traria aos produtores, transmitindo ao consumidor a ideia de que ele seria o ator principal, de que ele é a peça chave que poderia contribuir de forma decisiva para que isto ocorresse. Desde então, essa estratégia

nunca foi abandonada e o comércio justo tem crescido ano após ano, sustentado por consumidores que vem sendo sensibilizados de sua relevância e estimulados a uma prática de consumo consciente.

Esta é uma estratégia, que pode e deve ser adotada mesmo em se tratando dos mercados convencionais. As empresas focam em resultados comerciais e, para isso, procuram oferecer os produtos que os consumidores querem comprar. Desenvolvendo consumidores conscientes, estes pressionarão os mercados por produtos socialmente inclusivos e ambientalmente responsáveis, como temos visto ao identificar o crescimento da demanda pelos produtos orgânicos, gerados por consumidores mais conscientes e preocupados em adquirir alimentos saudáveis. A frequência de compras e fidelização do produto, por parte dos consumidores de orgânicos, tem atraído novos canais de venda para o setor.

5.7 COMENTÁRIOS FINAIS

Conforme demonstrado neste estudo, acessar e se manter neste competitivo canal não é uma tarefa fácil e exige continuo aprimoramento para cumprimento das muitas exigências, que requer do produtor da agricultura familiar e de suas organizações elevar significativamente seu padrão organizativo, produtivo e comercial.

O canal é de inquestionável capacidade de compra e de contínuo crescimento, no entanto, demanda de seus fornecedores constantes adaptações para satisfazer seu público consumidor, que a cada dia se torna mais exigente para ser fidelizado. Por ser um canal despersonalizado, dificilmente os produtores locais são prestigiados se não apresentarem qualidade e preço convidativo. Por esta razão, os produtores que desejam escoar suas produções por este canal, devem preferencialmente optar, num primeiro momento, por estabelecimentos menores, como mercadinhos e outros modelos locais de menor estrutura, estabelecendo parcerias que exigem menos esforços e que são mais flexíveis nas negociações, para que possam aprender e aperfeiçoar procedimentos.

De qualquer forma, é importante o produtor estar ciente de que, independente do porte do comprador, o fator qualidade será sempre uma questão comum, com

poucas variações dos níveis de exigências. Ou seja, por menor e mais simples que seja o estabelecimento, ele não vai oferecer para o consumidor produtos sem condições mínimas aceitas para o consumo, e, portanto, não vai receber do produtor/fornecedor produtos nestas condições. Todos os produtos fornecidos precisam agradar tanto aos compradores como aos clientes finais, não havendo espaço para produtos de baixa qualidade.

Uma boa estratégia é o produtor da agricultura familiar tornar seus produtos conhecidos primeiro na localidade, vendendo por conta própria e, à medida que seus produtos ganham destaque, certamente os comerciantes locais manifestam interesse em firmar parcerias. Na medida em que o processo se aperfeiçoa, novas conquistas vão naturalmente acontecendo e a credibilidade possibilita superar novos desafios, com fornecimentos de estabelecimentos de maior porte e com maior capacidade de escoamento.

É importante o produtor familiar e suas organizações considerarem que dificilmente o mercado convencional possibilita negociações com fornecedores que não estejam legalizados, visto que a informalidade passa a impressão de falta de profissionalismo e principalmente dificulta e até inviabiliza a venda por falta de fornecimento de nota fiscal.

Entrar e se manter como fornecedor do mercado convencional requer certo nível de investimento inicial para atender exigências básicas, tais como: ter uma estrutura mínima de organização, para ser capaz de atender aos pedidos e dar suporte aos compradores; ter capacidade de fazer as entregas conforme prazos pactuados; ter capacidade produtiva para não perder a credibilidade; ter qualidade compatível com o nível de exigência do cliente; ser capaz de estar se aprimorando para atender às constantes mudanças.

6 ALTERNATIVAS CRIATIVAS/CASES

A seguir apresentamos cases de acesso a mercados que demonstram iniciativas criativas que tem construídos canais alternativos de comercialização de produtos da agricultura familiar, viabilizando o acesso de produtores a consumidores, e

vis-versa, bem como a criação de selos que visam identificar produtos específicos da agricultura familiar, possibilitando ao consumidor identificar e optar por estes produtos, de forma consciente, no momento da compra.



Criação: Igor Lima

6.1 REDE ECOLÓGICA – COMPRAS COLETIVAS DE PRODUTOS ORGÂNICOS

Com o objetivo de fomentar o consumo solidário e ecológico, grupos de consumidores da cidade do Rio de Janeiro criaram, em 2001, a Rede Ecológica, por meio da qual realizam compras coletivas diretamente de pequenos produtores agroecológicos, obtendo preços acessíveis, ao mesmo tempo em que apoiam os agricultores familiares.



A participação é aberta a quem se identifica com proposta de rede e os pedidos podem ser feitos por qualquer associado, ocorrendo da seguinte forma (REDE ECOLÓGICA, 2016):

- a) Estimulo ao consumo consciente, por meio de uma forte disseminação sobre o conceito, a economia solidária e da relação direta com os pequenos produtores;
- b) Encomendas feitas por meio de sistema online, que também reúne os produtos disponíveis, preços e prazos de entrega, que serão liberados após os consumidores se associarem;
- c) Disponibilidade de duas modalidades de compras:
 - 1- Produtos frescos – verduras, legumes, frutas, ovos, dentre outros, que são entreguem semanalmente, quinzenalmente ou mensalmente;
 - 2- Produtos secos – farinhas, mel, castanhas, sucos, geléias, bolos, sabonetes, massas, produtos de limpeza, muda de plantas, queijos, dentre outros entregas mensais, encomendadas com 20 dias de antecedência.
- d) Os produtos são retirados em cada local indicado, sempre aos sábados pelas manhãs, por meio das parcerias com escolas e centros culturais/sociais, que cedem o seu uso para a rede, viabilizando a distribuição ágil e sem custos extras, quando também é feito o pagamento do pedido;

Além de viabilizar a venda direta entre consumidores e produtores, a Rede Ecológica envolve consumidores e voluntários em ações de seleção e embalagem dos pedidos, agroturismo, campanhas de sensibilização sobre o consumo consciente, economia solidária, dentre outros.

IMAGEM 18 - SELEÇÃO DE PRODUTOS



Foto: REDE ECOLOGICA, 2016 - INTERNET

Maiores informações disponíveis em: <http://redeecologicario.org/>.

6.2 REDE ASTA

A Rede Asta é uma iniciativa de duas mulheres para viabilizar o acesso de consumidores a produtos

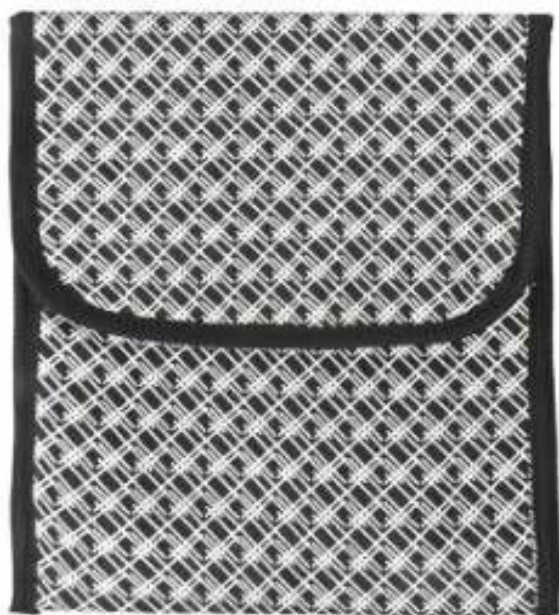
artesanais oriundos de pequenos produtores, que atualmente beneficia 60 grupos de mulheres em 10 estados brasileiros, localizados em regiões de baixo poder aquisitivo. Promovem o empoderamento de mulheres, por meio de capacitações, formação de redes de produção e criação de canais de vendas, com experiências em



comercialização porta a porta, por meio de consultoras, loja online e lojas físicas, na cidade do Rio de Janeiro e São Paulo. As peças são desenvolvidas com assessoria de designer parceiros (REDE ASTA, 2016).

A Rede Asta também estabelece parcerias com empresas, as quais fornecem resíduos de sua produção, que são transformados em produtos sustentáveis, adquiridos pelas mesmas empresas, para campanhas diversas.

IMAGEM 19 – CASE PARA TABLET



“974 artesãs produzem itens sustentáveis a partir de materiais reaproveitados: 2,3 toneladas em 2013 e 797 kg em 2014” (REDE ASTA, 2016).

FOTO: REDE ASTA, 2016 – INTERNET

6.3 LOJAS COLABORATIVAS

A cada dia vemos surgir mais espaços de comercialização, num modelo que se convencionou chamar de Lojas Colaborativas. Estes locais se definem por ser um estabelecimento comercial que vende produtos de pequenos produtores diversos, que disponibilizam seus produtos para venda em consignação ou por meio da locação de um espaço na loja, que, poderiam não ter recursos para abertura de uma loja exclusiva, em pontos de comercialização com grande visibilidade, como os *shoppings centers*. Ao

disponibilizar o produto para venda, o produtor encontra, além do espaço de comercialização, serviço de atendimento e divulgação dos produtos. A maioria das lojas já estabelecidas trabalha prioritariamente com produtos artesanais.

6.3.1 Vantagens

As vantagens de uma Loja Colaborativa não se restringe apenas em ser um canal alternativo, com custos compartilhados para o artesão. Os benefícios também são estendidos aos lojistas e consumidores, a saber:

TABELA 18 - VANTAGENS

Artesãos	. Comercialização dos trabalhos e consolidação da marca; . Possibilidade de obter maior retorno quanto à aceitação do produto e quais melhorias podem ser realizadas nas peças; . Formação de público consumidor; . Disponibilidade de maior tempo livre para investir na produção e desenvolvimento de outros canais de comercialização;
Consumidores	. Acesso a um variado mix de produtos diferenciados; . Atualização constante na oferta de produtos; . Produtos exclusivos;
Lojistas	. Mix de produtos em constante atualização; . Público diferenciado e fiel; . Oferta de produtos de interesse do consumidor; . Menor custo de investimento (produtos consignados)

Fonte: SEBRAE, 2016

6.3.2 Exemplos

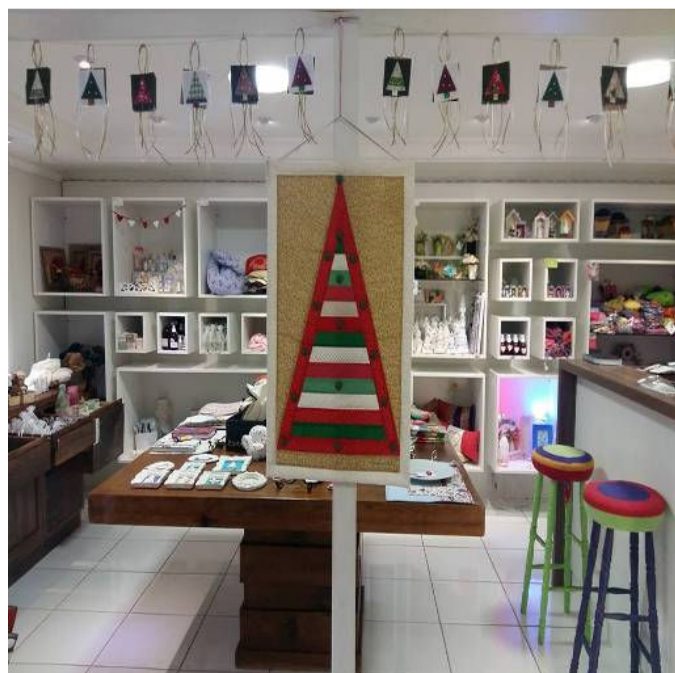
IMAGEM 20 – SOMOS COLETIVO CRIATIVO

Shopping Barra/ Salvador-Bahia



Foto: Internet

IMAGEM 21 – ARTE A PARTE – Porto Alegre



Fonte: Internet

6.4 APLICATIVO RESPONSA

As mídias sociais tem se revelado um amplo canal de disseminação de informações e oportunidades de negócios em praticamente todas as áreas de serviços e oferta de produtos. Estas oportunidades também estão abertas aos produtos da agricultura familiar, por meio de vendas diretas realizadas pelos próprios produtores por meio de aplicativos de mensagem e redes sociais.

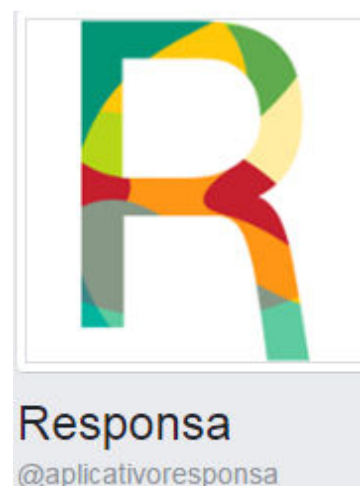


IMAGEM 22 - RESPONSA

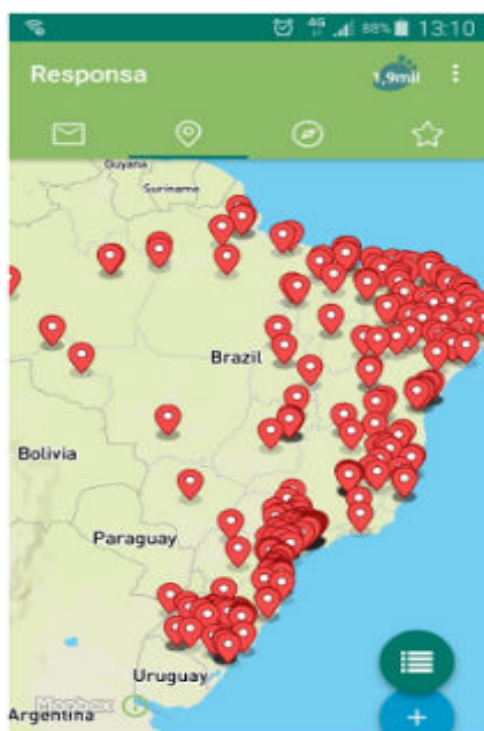


Foto: (FREETHEESSENCE, 2016).

Como forma de utilizar estes recursos em prol de viabilizar o acesso de consumidores aos pequenos produtores, em Outubro de 2016 foi lançado o aplicativo RESPONSA, iniciativa do Instituto Kairós e a Cooperativa de Trabalho EITA, por meio do qual consumidores interessados em adquirir produtos oriundos da agricultura familiar, encontram Informações sobre os locais, iniciativas e grupos produtivos, próximos à sua localização.

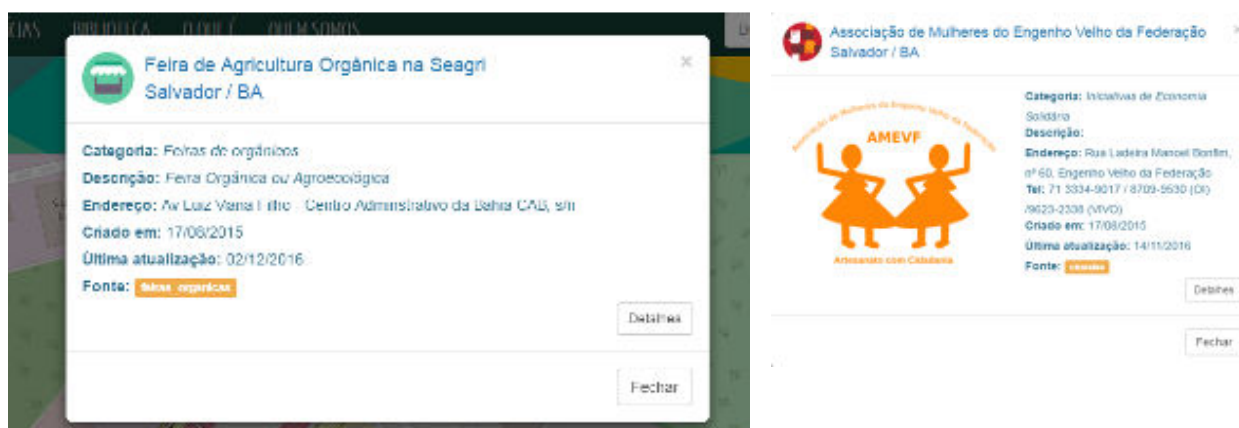
O aplicativo responde a uma demanda dos consumidores por acesso a produtos que valorizam o pequeno produtor brasileiro e contribuem para uma alimentação mais saudável, a preços justos.

“Como conhecemos muitos produtos de agroecologia e economia solidária, muitas pessoas nos perguntavam onde comprar orgânicos ou onde encontrar presentes diferentes, como um artesanato da economia solidária”, Juliana, do Instituto Kairós. (FREETHEESSENCE, 2016).

O Resposta permite que os próprios usuários façam sugestão de empreendimentos a serem cadastrados no aplicativo, bem como possibilita que os consumidores interajam com os produtores, de forma que possam identificar formas de adquirir os produtos, realizar sugestões, dentre outros.

Ao baixar o aplicativo, ele indica todos os empreendimentos solidários registrados próximo aos consumidores:

IMAGEM 23- RESPOSTA



Fonte: Resposta

6.5 SELO DA AGRICULTURA FAMILIAR

O selo da agricultura familiar foi uma inovadora iniciativa criada pelo MDA, como ferramenta para identificar os produtos que são originariamente produzidos pelos produtores e suas organizações, numa demonstração que o setor vem crescendo e se tornando mais organizado e qualificado para atender as novas demandas de mercado. É concedido a agricultores familiares, desde que portadores de DAP, e às empresas e cooperativas, portadoras ou não de DAP, para identificar produtos como verduras, legumes, polpas de frutas e laticínios, entre outros.

IMAGEM 24 – SELO DA AGRICULTURA FAMILIAR



Foto Google

6. 5.1 As Vantagens

Para o produtor da agricultura familiar, a colocação do selo nos produtos oferecidos para os diversos mercados, lhe garante a certificação de origem do produto, possibilitando o consumidor final identificar, nos locais de venda, quem o produziu.

O selo atua como instrumento de agregação de valor, visto que os produtos que são produzidos pela agricultura familiar trazem consigo o apelo de promoção de aspectos que são atualmente muito valorizados pelos consumidores, tais como:

- a) Sustentabilidade;
- b) Responsabilidade social e ambiental;
- c) Valorização da cultura local;

IMAGEM 25 – PRODUTO CERTIFICADO



Fonte: Consultoria Contratada

d) Valorização da Produção local (geradora de trabalho, renda e desenvolvimento local).

Os selos são instrumentos certificadores do vínculo do portador com a agricultura familiar, por isso são disponibilizados para quem comprova essa

vinculação. Desta forma, estão aptos a utilizar os selos da Agricultura Familiar em seus produtos:

- a) Pessoas físicas, agricultores familiares que possuam a DAP (Declaração de Aptidão ao PRONAF);
 - b) Pessoas jurídicas, cooperativas ou associações de agricultores familiares que possuam a DAP jurídica;
 - c) Empresas cujos produtos tenham participação relevante da agricultura familiar;
- empresas e cooperativas sem DAP, mas que atendam a dois critérios:
- 1) quando o produto possui uma única material prima, comprovar que, pelo menos 50% dos gastos com aquisição têm origem na agricultura familiar;
 - 2) quando o produto é composto por mais de uma matéria-prima, comprovar que mais de 50% da matéria-prima principal deste produto foi adquirida da agricultura familiar.

Exemplo:

Se uma empresa ou cooperativa que comercializa farinha e investiu R\$ 20.000,00/ano para comprar o produto que vai comercializar, para ter direito ao selo da agricultura familiar, é preciso que comprove que gastou 50% (R\$ 10.000,00) na aquisição da farinha diretamente dos produtores familiares.

Para o produto, como um bolo, que é feito levando vários outros produtos na receita, a empresa ou cooperativa, para ter direito ao selo na embalagem do produto, precisa seguir a mesma lógica anterior, contudo se restringindo à matéria prima principal

6.5.2 Procedimentos Para Solicitação do Selo

O interessado em utilizar o selo da Agricultura Familiar deve seguir as etapas:

- a) Enviar Carta de Solicitação endereçada ao Secretário de Agricultura Familiar do MDA (conforme modelo previsto na Portaria)⁷;
- b) Estar em dia com a documentação (jurídica, no caso de empreendimento, e pessoal no caso de pessoa física);
- c) Preencher a proposta de obtenção, disponível na Portaria, na qual o interessado irá prestar todas as Informações sobre o empreendimento e os produtos nos quais pretende aplicar o selo;
- d) Os produtos para o qual o SIPAF for solicitado devem estar de acordo com as exigências legais pertinentes à Produção, industrialização e comercialização, atestada por declaração assinada pelo solicitante.

6.5.3 Aprovação do Pedido

Recebida a solicitação, o MDA tem até 60 dias para se manifestar quanto à aprovação do pedido de uso do selo. Sendo aprovado, o interessado (agricultor familiar ou empreendimentos) será comunicado pessoalmente, além da publicação da decisão no Diário Oficial da União. A validade do Selo é de cinco anos, podendo ser renovado.

⁷ Informações detalhadas sobre procedimentos, portarias, legislação, estão disponíveis no endereço: www.mda.gov.br/sitemda/secretaria/saf-sipaf/selo-de-identificacao-da-participacao-da-agricultura-familiar-sipaf

IMAGEM 26 – LOJA CESOL – ESPAÇO PRODUTOS CERTIFICADOS



Identificação de produtos certificados com o Selo da Agricultura Familiar em loja temporária da Cesol Bahia no Shopping Salvador, durante o período Natalino.

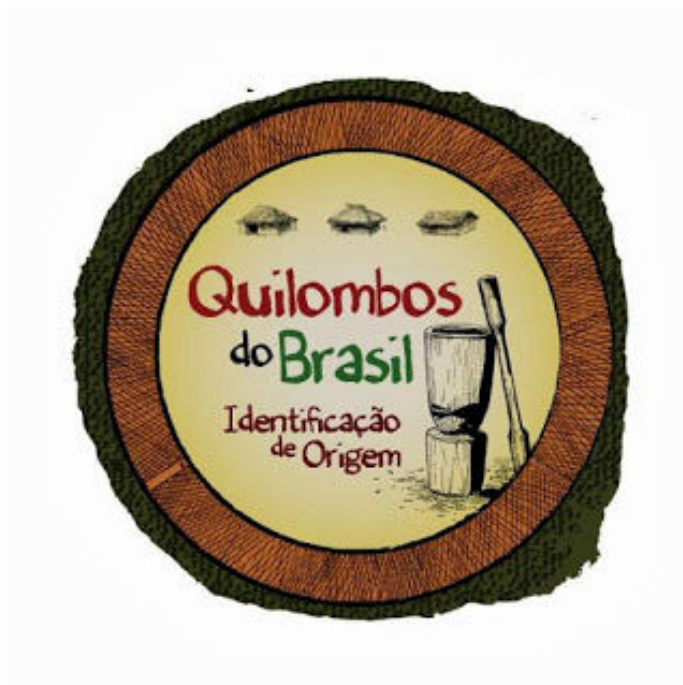
Fonte: Consultoria Contratada

6.6 SELOS QUILOMBOS DO BRASIL

Com o objetivo de garantir maior valorização e contribuir para a promoção dos empreendimentos certificados, a Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial da Presidência da República (SEPPIR/PR), por meio da Secretaria de Políticas Para as Comunidades Tradicionais - SECOMT, e em parceria com o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), insitiuiu o Selo Quilombos do Brasil, instrumento que permite identificar os produtos oriundos de Comunidades Quilombolas (agrícolas, artesanais e alimentícios).

IMAGEM 27 – SELO QUILOMBOS DO BRASIL

Sua expedição está associada ao SIPAF, como forma de garantir maior profissionalização das práticas produtivas quilombolas, valorização étnicocultural e abertura de novas possibilidades de comercialização, como compras públicas, rede de mercados e feiras diversas, fortalecendo a agricultura familiar brasileira.



FONTE: INTERNET

6.6.1 Vantagens

Para o(a) quilombola produtor(a), assim como o SIPAF, colabora para agregação de valor ao produto, uma vez que o identifica como sendo um produto que contribui para questões cada vez mais valorizadas pelo consumidor, a saber:

- a) Sustentabilidade;
- b) Responsabilidade social;
- c) Responsabilidade ambiental;
- d) Valorização da cultura local;
- e) Valorização da produção regional, gerando trabalho, renda e desenvolvimento sustentável.

Os consumidores tem a segurança de saber a origem do produto, no caso, de comunidades quilombolas, contribuindo para a construção de uma consciência sobre consumo responsável.

6.6.2 Quem Pode Utilizar

Estão aptos a requer o direito de uso do selo (SEPPIR, 2016):

- a) Agricultores familiares quilombolas (pessoas físicas) que possuam Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP);
- b) Cooperativas ou associações de agricultores familiares quilombolas que possuam ou não Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP);
- c) Empresas cujos produtos tenham participação relevante da agricultura familiar quilombola; Para empresas e cooperativas sem DAP, existem duas formas de obter o SELO;
 - 1) Quando o produto possui uma única matéria-prima, basta comprovar que, pelo menos, 50% dos gastos com aquisição têm origem em comunidades quilombolas;
 - 2) Quando o produto é composto por mais de uma matéria-prima, o empreendimento deve comprovar que mais de 50% da matéria-prima principal deste produto foi adquirida em comunidade quilombola.

6.6.3 Como obter a Permissão de Uso

Para obter a autorização de uso do selo, os solicitantes deverão providenciar os seguintes documentos (SEPPIR, 2016):

TABELA 19 - DOCUMENTOS PARA OBTENÇÃO SELO QUILOMBOS DO BRASIL

Documentação Exigida	a) Carta de solicitação (modelo anexo 14); b) Cópia do documento de inscrição no CNPJ do Ministério da Fazenda (quando pessoa jurídica); c) Declaração do cumprimento das exigências legais; d) Cópia do certificado de Autoreconhecimento como “Quilombola” da Fundação Cultural Palmares; e) Declaração do cumprimento das exigências legais; f) Empresas ou cooperativas que não possuem a DAP jurídica: declaração da forma como pretendem atender os critérios do SIPAF, conforme instruções do anexo VI da Portaria nº 7, de 13 de janeiro de 2012. g) Os produtos para o qual o SELO QUILOMBOS DO BRASIL for solicitado devem estar de acordo com as exigências legais
----------------------	---

	pertinentes à produção, industrialização e comercialização, atestada por declaração assinada pelo solicitante; h) Preencher a proposta de obtenção, disponível na Portaria, na qual o interessado irá prestar todas as informações sobre o empreendimento e os produtos nos quais pretende aplicar o SELO;
Envio dos Documentos	A documentação deverá ser enviada para o Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA • Secretaria da Agricultura Familiar – SAF - Setor Bancário Norte, Quadra 01, Bloco D, Edifício Palácio do Desenvolvimento, 6º andar. CEP. 70.057-900 - Brasília – DF.
Informações Adicionais	Portaria de Uso do Selo Quilombos do Brasil disponível no site da Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial e do Ministério do Desenvolvimento Agrário: http://www.seppir.gov.br/comunidades-tradicionais/programa-brasil-quilombola http://www.mda.gov.br/portal/saf/programas/SIPAF

Fonte: SEPPIR, 2016

Após recebimento da documentação, o MDA terá no máximo 60 dias para se pronunciar quanto à aprovação do pedido, que, caso ocorra, enviará um comunicado pessoalmente ao requerente, além de publicar a decisão no Diário Oficial da União. O Selo tem validade de 5 anos de uso.

7 CONCLUSÃO

Neste produto, que complementa a série de estudos com foco no tema comercialização dos produtos oriundos da agricultura familiar, a consultoria procurou dar ao leitor as informações mais relevantes sobre os principais canais disponíveis no país que podem ser utilizados pelos produtores e suas organizações para acessar os diversificados mercados.

O acesso aos mercados, qualquer que seja o produto e porte do fornecedor, é sempre um tema complexo, porque envolve múltiplos fatores, que passam por diferentes dinâmicas de vários processos.

Em se tratando de agricultura familiar, a complexidade é ainda maior, porque soma-se a todos fatores das dinâmicas dos processos, os muitos aspectos que dificultam o desenvolvimento da atividade, que precisa de significativo aprimoramento em termos de organização, produção, processamento e de comercialização. Sendo assim, a comercialização dos produtos da agricultura familiar é um dos maiores desafios para possibilitar o fortalecimento do segmento, porque é precedido de iniciativas que garantam aos produtores melhores condições de desenvolvimento de suas atividades.

A comercialização não se limita ao simples ato de compra e venda produtos, por isso envolve contextos muito mais abrangentes, que, para se tornar um processo exitoso, é preciso conhecer e ter domínio de muitos procedimentos que são indispensáveis para tornar viável a tarefa de colocar o produto no mercado.

Neste produto foram apresentadas as principais opções disponíveis de acesso aos chamados mercados alternativos e convencionais, com o propósito de dar ao leitor o melhor nível de informação possível, procurando sintetizar, sem, contudo, prejudicar demasiadamente a riqueza do conteúdo, considerando a vasta abrangência dos vários temas, contextualizando cada um dos canais apresentados e detalhando procedimentos para facilitar o como fazer para se beneficiar das alternativas apresentadas.

No produto 1 a consultoria procurou dar uma visão geral do contexto da agricultura familiar e sua interação com o tema. No produto 2, esclarecer os contextos específicos das cadeias selecionadas e os vários aspectos dos entraves e potencialidades de como elas interagem com o mercado.

Neste produto 3, a proposta foi repassar ao leitor as informações mais relevantes que lhe possibilite entender e acessar as alternativas de canais comercialização disponíveis para agricultura familiar, considerando que ele já fora informado sobre os principais contextos da agricultura familiar no Brasil, bem como está esclarecido sobre os principais problemas e entraves que afetam as cadeias

selecionadas e as capacidades que elas apresentam para se estabelecerem, contribuindo para que os projetos apoiados pelo FIDA tenham no material uma fonte de informação agregadora de conhecimento.

8 REFERÊNCIAS

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DE SERGIPE, 2015. **Feira da Agricultura Familiar incentiva pequeno produtor e promove saúde do consumidor**. Disponível em: <http://www.agencia.se.gov.br/noticias/governo/feira-da-agricultura-familiar-incentiva-pequeno-produtor-e-promove-saude-do-consumidor>. Acesso em 22 nov. 2016.

DIÁRIO DO NORDESTE, 2016. **Feira da Agricultura Familiar começa nesta sexta-feira**. Disponível em: <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/cidade/online/feira-da-agricultura-familiar-comeca-nesta-sexta-feira-1.1575776>. Acesso em 24 nov, 2016.

CONAB – MOC – **Manual de Operações Atual** – 2013. Disponível em: <http://www.conab.gov.br/conabweb/moc.php>. Acesso em 10 nov. 2016.

_____. **Manual Operações Conab** - COMUNICADO CONAB/MOC N.º 009, DE 16/05/2013 – Título 27.

_____. **Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar – PAA** - ASCOM/MDS 11.2012 – 2015.

DUMONT, Fabiana. **Análise do processo de comercialização de produtos artesanais de comércio justo para o mercado nacional e internacional**. Dissertação, Universidade de Pernambuco, Recife, 2015.

FAIR TRADE. 2016. **Taxas de Certificação de Comercialização Documento Explicativo**. Disponível em: <https://www.flocert.net/wp-content/uploads/2016/02/TC-FeeSys-ED-85-pt.pdf>. Acesso em 29 nov. 2016.

_____. **Documento Explicativo para o Critério do Comércio Justo FairTrade para Organizações de Pequenos Produtores**. Disponível em http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2014-01-15_PT_SPO_Explan_Doc.pdf. Acesso em 30 nov. 2016.

_____. **Boost for Cocoa and Sugar Farmers as Ferrero Increases its Fairtrade Commitment**. Disponível em : <http://www.fairtrade.net/new/latest-news/single-view/article/boost-for-cocoa-and-sugar-farmers-as-ferrero-increases-its-fairtrade-commitment.html>. Acesso em 30 nov. 2016.

_____. **Flo Annual Report 15-16**. Disponível em <https://annualreport15-16.fairtrade.net/en/growing-better-futures/>. Acesso em 30 nov. 2016.

FEIRA NACIONAL DE ARTESANATO, 2016. Disponível em: <http://www.feiranacionaldeartesanato.com.br/>. Acesso em 24 nov. 2016.

FEIRA NACIONAL DA AGRICULTURA IRRIGADA . FENAGRI, 2016. Sebrae-PE valoriza agricultura familiar na Fenagri 2016. Disponível em: <http://www.fenagri.com.br/site/2016/04/26/sebrae-pe-valoriza-agricultura-familiar-na-fenagri-2016/>. Acesso em 24 nov. 2016.

FENEARTE – **Feira Nacional de Negócios do Artesanato, 2016**. Fenearte 2017 bate recorde de pré-inscrições. Disponível em: <http://www.fenearte.pe.gov.br/pt-BR/news/10>. Acesso em: 24 nov. 2016.

FERRERO. Disponível em: <https://www.ferrero.it/prodotti/cacao>. Acesso 13 dez.2016.

FETAEMG, 2016. **Feira da Agricultura Familiar de Minas Gerais**. Disponível em: <http://www.fetaemg.org.br/agriminas2016/>. Acesso em 24 nov de 2016.

FLO-CERT. Disponível em: <http://www.flocert.net/>. Acesso em 01 dez.2016.

FREETHEESSENCE. Disponível em: <https://www.freetheessence.com.br/sustentabilidade/negocios/aplicativo-resposta-consumo-responsavel/>. Acesso em 06 dez, 2016.

G1.2016. **Artesãos comemoram resultado das vendas no último dia da Fenearte**. – Disponível em: <http://g1.globo.com/pernambuco/fenearte/2016/noticia/2016/07/artesaos-comemoram-resultado-das-vendas-no-ultimo-dia-da-fenearte.html>. Acesso em 24 nov. 2016.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA - MAPA, 2016. **Sistemas Participativos**. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/portal/page/portal/Internet-MAPA/pagina-inicial/desenvolvimento-sustentavel/organicos/regularizacao-producao-organica/controle-social-rpo>. Acesso 25 de nov. 2016.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO – MEC, 2015. **Cartilha Nacional de Alimentação Escolar** - BRASIL, 2015. FNDE. Disponível em: [file:///C:/Users/FABIANA/Downloads/pnae_cartilha_2015%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/FABIANA/Downloads/pnae_cartilha_2015%20(1).pdf). Acesso em 06 nov, 2016.

_____. **Oficina alimentação escolar** – COEFA – FNDE – MEC – 2015.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO – MDA, 2016. **Feira tradicional em Porto Alegre reúne agricultura familiar e produção orgânica**. Disponível em: <http://www.mda.gov.br/sitemda/casos-sucesso/feira-tradicional-em-porto-alegre->

re%C3%BAne-agricultura-familiar-e-produ%C3%A7%C3%A3o-org%C3%A2nica.
Acesso em 24 nov, 2016.

_____. **Agricultura Familiar marca presença na 24ª Expotchê**, em Brasília. Disponível em: <http://www.mda.gov.br/sitemda/noticias/agricultura-familiar-marca-presen%C3%A7a-na-24%C2%AA-expotch%C3%AA-em-bras%C3%ADlia>. Acesso em 24 nov. 2016.

_____. **Agricultura familiar em busca de novos mercados**. 2016. Disponível em : <http://www.mda.gov.br/sitemda/agricultura-familiar-em-busca-de-novos-mercados>. Acesso em 27 de nov. 2016.

_____. **Aqui tem selo da Agricultura Familiar**, 2016. Disponível em: <http://www.mda.gov.br/sitemda/noticias/aqui-tem-selo-da-agricultura-familiar>. Acesso em 31 out, 2016.

_____. **Compra Publica de Alimentos da Agricultura Familiar** – ISSN 2448-2404 - Publicação técnica da Secretaria Nacional da Agricultura Familiar SAF/MDA.-2016.

Ministério de Desenvolvimento Social e Agrário – MDSA, 2016. **Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar - Orientações para Órgãos da União e Empreendimentos Fornecedores** –2016. Disponível em: http://www.fetaesc.org.br/wp/wp-content/uploads/2016/10/PAA_CI_Orienta%C3%A7%C3%B5es-para-%C3%B3rg%C3%A3os-e-empreendimentos.pdf. Acesso em 09 nov.2016.

_____. **Orientações e Marco legal - Modalidade Compra Institucional do Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar – PAA** – Janeiro 2016. Disponível em file:///C:/Users/FABIANA/Downloads/marco_PAA_2502.pdf. Acesso em 02 Dez, 2016.

PIERRI, Maria Clara Queiroz Maurício; VALENTE, Ana Lúcia E. F. **A Feira livre como canal de comercialização de produtos da agricultura familiar**. Desenvolvimento Rural, Territorial e regional. 2009. UNB, BRASILIA - DF - BRASIL. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/15/234.pdf>. Acesso em 21 nov. 2016.

REDE ASTA. Disponível em: <http://www.redeasta.com.br/>. Acesso em 05 de dez de 2016.

REDE ECOLÓGICA. Disponível em: www.redeecologicario.org. Acesso em 05 dez de 2016.

SACCO DOS ANJOS, F.; GODOY, W. I. ; CALDAS, VELLEDA, N. **As Feiras-livres de Pelotas sob o Império da Globalização: Perspectivas e Tendências**. 1. ed. Pelotas: Editora e Gráfica Universitária, v. 1. 197 pg. 2005.

SEBRAE, 2016. **Artesanato: Feiras e eventos em 2016**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artesanato-feiras-e-eventos-em-2016,9e0fd53342603410VgnCM100000b272010aRCRD>. Acesso em 24 nov. 2016.

_____. **Lojas Colaborativas**. Disponível em: http://www.sebraemercados.com.br/wp-content/uploads/2015/10/2014_04_24_BO_Fev_Artesanato_LojasColaborativas.pdf. Acesso. 07 Dez. 2016.

SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO – DAS, 2016. IX edição da Feira da Agricultura Familiar movimentará 300 expositores. Disponível em: <http://www.sda.ce.gov.br/index.php/latest-news/46433-ix-feceaf-inicia-nessa-sexta-feira>. Acesso em 24 nov. 2016.

SECRETARIA DE POLÍTICAS DE PROMOÇÃO DA IGUALDADE RACIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA - SEPPIR. **Manual do Selo Quilombos do Brasil**. Disponível em: <http://www.seppir.gov.br/portal-antigo/publicacoes/manual-do-selo-quilombos-do-brasil>. Acesso em 09 Dez. 2016.

SECRETARIA DO TRABALHO RENDA EMPREGO E ESPORTE. **Postos Cesol**. Disponível em: <http://www.setre.ba.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=24>. Acesso em 29 dez, 2016.

VALOR ECONÔMICO, 2016. Disponível em: <http://www.valor.com.br/valor-data/moedas>. Acesso em 29 nov.2016.

World Fair Trade Organization –WFTO. Disponível em: <http://wfto.com/>. Acesso em 03 Dez, 2016.

ANEXO I

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 10.696, DE 2 DE JULHO DE 2003

Dispõe sobre a repactuação e o alongamento de dívidas oriundas de operações de crédito rural, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 19. Fica instituído o Programa de Aquisição de Alimentos com a finalidade de incentivar a agricultura familiar, compreendendo ações vinculadas à distribuição de produtos agropecuários para pessoas em situação de insegurança alimentar e à formação de estoques estratégicos.

§ 1º Os recursos arrecadados com a venda de estoques estratégicos formados nos termos deste artigo serão destinados integralmente às ações de combate à fome e à promoção da segurança alimentar.

§ 2º O Programa de que trata o *caput* será destinado à aquisição de produtos agropecuários produzidos por agricultores familiares que se enquadrem no Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - PRONAF, ficando dispensada a licitação para essa aquisição desde que os preços não sejam superiores aos praticados nos mercados regionais.

§ 3º O Poder Executivo constituirá Grupo Gestor, formado por representantes dos Ministérios do Desenvolvimento Agrário; da Agricultura, Pecuária e Abastecimento; da Fazenda; do Planejamento, Orçamento e Gestão; do Desenvolvimento Social e Combate à Fome; e da Educação, para a operacionalização do Programa de que trata o *caput* deste artigo. (Parágrafo com redação dada pela Lei nº 11.524, de 24/9/2007)

§ 4º A aquisição de produtos na forma do *caput* somente poderá ser feita nos limites das disponibilidades orçamentárias e financeiras.

Art. 20. O Conselho Monetário Nacional, no que couber, disciplinará o cumprimento do disposto nesta Lei.

Art. 21. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 22. Revogam-se as Leis nºs 10.464, de 24 de maio de 2002, e 10.646, de 28 de março de 2003.

Brasília, 2 de julho de 2003; 182º da Independência e 115º da República.

LEI Nº 11.326, DE 24 DE JULHO DE 2006

Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

Art. 3º Para os efeitos desta Lei, considera-se agricultor familiar e empreendedor familiar rural aquele que pratica atividades no meio rural, atendendo, simultaneamente, aos seguintes requisitos:

I - não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 (quatro) módulos fiscais;

II - utilize predominantemente mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento;

III - tenha renda familiar predominantemente originada de atividades econômicas vinculadas ao próprio estabelecimento ou empreendimento;

IV - dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família.

§ 1º O disposto no inciso I do caput deste artigo não se aplica quando se tratar de condomínio rural ou outras formas coletivas de propriedade, desde que a fração ideal por proprietário não ultrapasse 4 (quatro) módulos fiscais.

§ 2º São também beneficiários desta Lei:

I - silvicultores que atendam simultaneamente a todos os requisitos de que trata o caput deste artigo, cultivem florestas nativas ou exóticas e que promovam o manejo sustentável daqueles ambientes;

II - aqüicultores que atendam simultaneamente a todos os requisitos de que trata o caput deste artigo e explorem reservatórios hídricos com superfície total de até 2ha (dois hectares) ou ocupem até 500m³ (quinhentos metros cúbicos) de água, quando a exploração se efetivar em tanques-rede;

III - extrativistas que atendam simultaneamente aos requisitos previstos nos incisos II, III e IV do caput deste artigo e exerçam essa atividade artesanalmente no meio rural, excluídos os garimpeiros e faiscadores;

IV - pescadores que atendam simultaneamente aos requisitos previstos nos incisos I, II, III e IV do caput deste artigo e exerçam a atividade pesqueira artesanalmente.

Art. 4º A Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais observará, dentre outros, os seguintes princípios:

I - descentralização;

II - sustentabilidade ambiental, social e econômica;

III - equidade na aplicação das políticas, respeitando os aspectos de gênero, geração e etnia;

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI**

IV - participação dos agricultores familiares na formulação e implementação da política nacional da agricultura familiar e empreendimentos familiares rurais.

.....
.....

LEI Nº 8.427, DE 27 DE MAIO DE 1992

Dispõe sobre a concessão de subvenção econômica nas operações de crédito rural.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

Art. 2º A equalização de preços consistirá em subvenção, independentemente de vinculação a contratos de crédito rural, nas operações amparadas pela política de garantia de preços mínimos, de que trata o Decreto-Lei nº 79, de 19 de dezembro de 1966, equivalente:

I - nas operações efetuadas com produtos agropecuários integrantes dos estoques públicos:

a) à parcela do custo de aquisição do produto que exceder o valor obtido na sua venda, observada a legislação aplicável à formação e alienação de estoques públicos;

b) à cobertura das despesas vinculadas aos produtos em estoque;

II - à concessão de prêmio ou bonificação, apurado em leilão ou em outra modalidade de licitação, para promover o escoamento do produto pelo setor privado;

III - no máximo, à diferença entre o preço de exercício em contratos de opções de venda de produtos agropecuários lançados pelo Poder Executivo ou pelo setor privado e o valor de mercado desses produtos, apurado em leilão ou em outra modalidade de licitação;

IV - no máximo, à diferença entre o preço mínimo e o valor de venda de produtos extrativos produzidos por agricultores familiares enquadrados nos termos do art. 3º da Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006, ou por suas cooperativas e associações, limitada às dotações orçamentárias e aos critérios definidos em regulamento; ou

V - ao percentual do prêmio pago na aquisição de opção de venda, isolada ou combinada ao lançamento de opção de compra, pelo setor privado.

§ 1º A concessão da subvenção a que se referem os incisos II a V do *caput* deste artigo exonera o Governo Federal da obrigação de adquirir o produto, que deverá ser comercializado pelo setor privado.

§ 2º Visando a atender aos agricultores familiares definidos no art. 3º da Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006, de forma a contemplar suas diferenciações regionais, sociais e produtivas, fica também autorizada a realização das operações previstas nos incisos II e III do *caput* deste artigo, em caráter suplementar, destinadas especificamente ao escoamento de produtos desses agricultores, bem como de suas cooperativas e associações. [*\(Artigo com redação dada pela Lei nº 11.775, de 17/9/2008\)*](#)

Art. 3º A concessão de subvenção econômica, sob a forma de equalização de preços, obedecerá aos limites, às condições, aos critérios e à forma estabelecidos, em conjunto, pelos Ministérios da Fazenda, do Planejamento, Orçamento e Gestão, e da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, de acordo com as disponibilidades orçamentárias e financeiras existentes para a finalidade, com a participação:

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI**

I - do Ministério do Desenvolvimento Agrário, quando se tratar das operações previstas no § 2º do art. 2º desta Lei; e

II - do Ministério do Meio Ambiente, quando se tratar das operações previstas no inciso IV do *caput* de produtos extrativos incluídos no § 2º, ambos do art. 2º desta Lei. [\(Artigo com redação dada pela Lei nº 11.775, de 17/9/2008\)](#)

.....

.....

ANEXO 2

DECRETO Nº 7.775, DE 4 DE JULHO DE 2012

Regulamenta o art. 19 da Lei nº 10.696, de 2 de julho de 2003, que institui o Programa de Aquisição de Alimentos, e o Capítulo III da Lei nº 12.512, de 14 de outubro de 2011, e dá outras providências.

A PRESIDENTA DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, *caput*, incisos IV e VI, alínea “a”, da Constituição, e tendo em vista o disposto no art. 19 da Lei nº 10.696, de 2 de julho de 2003, e na Lei nº 12.512, de 14 de outubro de 2011, DECRETA:

Art. 1º Este Decreto regulamenta o art. 19 da Lei nº 10.696, de 2 de julho de 2003, que institui o Programa de Aquisição de Alimentos - PAA, e o Capítulo III da Lei nº 12.512, de 14 de outubro de 2011.

Parágrafo único. O Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, o Ministério do Desenvolvimento Agrário e o Grupo Gestor do PAA - GGPAA, no âmbito de suas competências, poderão fixar disposições complementares sobre o PAA.

CAPÍTULO I

DAS FINALIDADES DO PROGRAMA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS

Art. 2º O PAA integra o Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional - SISAN, instituído pela Lei nº 11.346, de 15 de setembro de 2006, e tem as seguintes finalidades:

- I - incentivar a agricultura familiar, promovendo a sua inclusão econômica e social, com fomento à produção com sustentabilidade, ao processamento, à industrialização de alimentos e à geração de renda;
- II - incentivar o consumo e a valorização dos alimentos produzidos pela agricultura familiar;
- III - promover o acesso à alimentação, em quantidade, qualidade e regularidade necessárias, às pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional, sob a perspectiva do direito humano à alimentação adequada e saudável;
- IV - promover o abastecimento alimentar por meio de compras governamentais de alimentos, inclusive para prover a alimentação escolar nos âmbitos municipal, estadual, distrital e federal, e nas áreas abrangidas por consórcios públicos;
- V - constituir estoques públicos de alimentos produzidos por agricultores familiares;
- VI - apoiar a formação de estoques pelas cooperativas e demais organizações formais da agricultura familiar;
- VII - fortalecer circuitos locais e regionais e redes de comercialização;
- VIII - promover e valorizar a biodiversidade e a produção orgânica e agroecológica de alimentos, e incentivar hábitos alimentares saudáveis em nível local e regional; e
- IX - estimular o cooperativismo e o associativismo.

CAPÍTULO II

DO PÚBLICO DO PROGRAMA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS

Art. 3º Os beneficiários do PAA serão fornecedores ou consumidores de alimentos.

Art. 4º Para os fins deste Decreto, consideram-se:

I - beneficiários consumidores - indivíduos em situação de insegurança alimentar e nutricional e aqueles atendidos pela rede socioassistencial, pelos equipamentos de alimentação e nutrição, pelas demais ações de alimentação e nutrição financiadas pelo Poder Público e, em condições específicas definidas pelo GGPAA, pela rede pública e filantrópica de ensino; *(Inciso com redação dada pelo Decreto nº 8.026, de 6/6/2013)*

II - beneficiários fornecedores - público apto a fornecer alimentos ao PAA, quais sejam, os agricultores familiares, assentados da reforma agrária, silvicultores, aquicultores, extrativistas, pescadores artesanais, indígenas e integrantes de comunidades remanescentes de quilombos rurais e de demais povos e comunidades tradicionais, que atendam aos requisitos previstos no art. 3º da Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006; e

III - organizações fornecedoras - cooperativas e outras organizações formalmente constituídas como pessoa jurídica de direito privado que detenham a Declaração de Aptidão ao Programa Nacional de Agricultura Familiar - PRONAF - DAP Especial Pessoa Jurídica ou outros documentos definidos por resolução do GGPAA.

IV - unidade recebedora - organização formalmente constituída, contemplada na proposta de participação da unidade executora, que recebe os alimentos e os fornece aos beneficiários consumidores, conforme definido em resolução do GGPAA; *(Inciso acrescido pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

40 ORIENTAÇÕES E MARCO LEGAL

V - órgão comprador - órgão, entidade ou instituição da administração direta e indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios que utiliza a modalidade Compra Institucional para aquisição de produtos da agricultura familiar; e *(Inciso acrescido pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

VI - chamada pública - procedimento administrativo voltado à seleção da melhor proposta para aquisição de produtos de beneficiários fornecedores e organizações fornecedoras. *(Inciso acrescido pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

§ 1º Os beneficiários fornecedores serão identificados pela sua inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas - CPF da Receita Federal do Brasil do Ministério da Fazenda.

§ 2º A comprovação da aptidão dos beneficiários fornecedores será feita por meio da apresentação da Declaração de Aptidão ao PRONAF - DAP ou por outros documentos definidos pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário, em articulação com outros órgãos da administração pública federal, em suas respectivas áreas de atuação.

§ 3º A participação de mulheres, dentre os beneficiários fornecedores, deverá ser incentivada.

§ 4º As organizações fornecedoras, no âmbito do PAA, somente poderão vender produtos provenientes de beneficiários fornecedores.

§ 5º Dentre as organizações aptas a participar do Programa, serão priorizadas as constituídas por mulheres.

CAPÍTULO III

DA AQUISIÇÃO E DESTINAÇÃO DE ALIMENTOS

Seção I

Da Aquisição de Alimentos

Art. 5º As aquisições de alimentos no âmbito do PAA poderão ser realizadas com dispensa do procedimento licitatório, desde que atendidas, cumulativamente, as seguintes exigências:

I - os preços sejam compatíveis com os vigentes no mercado, em âmbito local ou regional, aferidos e definidos segundo metodologia instituída pelo GGPA;A;

II - os beneficiários e organizações fornecedores comprovem sua qualificação, na forma indicada nos incisos II e III do *caput* do art. 4o, conforme o caso;

III - seja respeitado o valor máximo anual ou semestral para aquisições de alimentos, por unidade familiar, ou por organização da agricultura familiar, conforme o disposto no art. 19; e

41 ORIENTAÇÕES E MARCO LEGAL

IV - os alimentos adquiridos sejam de produção própria dos beneficiários fornecedores e cumpram os requisitos de controle de qualidade dispostos nas normas vigentes.

Parágrafo único. O GGPA;A estabelecerá metodologia de definição de preço diferenciado para alimentos agroecológicos ou orgânicos e procedimento para a sua compra, observado o disposto no parágrafo único do art. 17 da Lei nº 12.512, de 2011.

Art. 6º A aquisição de alimentos deverá conciliar a demanda por ações de promoção de segurança alimentar com a oferta de produtos pelos beneficiários fornecedores do PAA.

Art. 7º As aquisições de alimentos serão realizadas preferencialmente por meio de organizações fornecedoras que tenham em seu quadro social beneficiários fornecedores prioritários definidos pelo GGPA;A.

Parágrafo único. A Companhia Nacional de Abastecimento - CONAB priorizará, no âmbito do PAA, a aquisição de alimentos de organizações fornecedoras.

Art. 8º Poderão ser adquiridos, no âmbito do PAA, sementes, mudas e outros materiais propagativos de culturas alimentares, até o limite de cinco por cento da dotação orçamentária anual do Programa, respeitados os limites de participação descritos no art. 19, para estimular a produção de alimentos, o combate à pobreza e a promoção da segurança alimentar e nutricional.

§ 1º As sementes, mudas e outros materiais propagativos de culturas alimentares, para serem adquiridas no âmbito do PAA, cumprirão as exigências das normas vigentes inclusive quanto à certificação ou cadastro desses produtos, do agricultor ou de sua organização.

§ 2º Fica admitida a aquisição de sementes de cultivar local, tradicional ou crioula, a ser destinada ao público beneficiário do Programa conforme o § 4º do art. 9º, dispensadas:

I - a inscrição da Cultivar no Registro Nacional de Cultivares, prevista no art. 11

da Lei nº 10.711, de 5 de agosto de 2003, atendidos os padrões estabelecidos pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, conforme análise em laboratório credenciado; e

II - a inscrição do produtor das sementes no Registro Nacional de Sementes e Mudas - Renascem, prevista no art. 8º da Lei nº 10.711, de 2003.

§ 3º As condições para a aquisição e destinação de sementes, mudas e outros materiais propagativos de culturas alimentares serão definidas pelo GGPA;A.

§ 4º Será admitida a aquisição e doação de sementes, mudas e materiais propagativos para a alimentação animal a beneficiários consumidores e beneficiários fornecedores e a organizações fornecedoras, nos termos a serem definidos pelo GGPA;A. (*Parágrafo acrescido pelo Decreto nº 8.026, de 6/6/2013*)

42 ORIENTAÇÕES E MARCO LEGAL

Seção II

Da Destinação dos Alimentos Adquiridos

Art. 9º Os alimentos adquiridos no âmbito do PAA serão destinados para:

- I - o consumo de pessoas ou famílias em situação de insegurança alimentar e nutricional;
- II - o abastecimento da rede socioassistencial;
- III - o abastecimento de equipamentos de alimentação e nutrição;
- IV - o abastecimento da rede pública e filantrópica de ensino;
- V - a constituição de estoques públicos de alimentos, destinados a ações de abastecimento social ou venda; e
- VI - o atendimento a outras demandas definidas pelo GGPA.

§ 1º O Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome estabelecerá condições e critérios para distribuição direta de alimentos aos beneficiários consumidores e de participação e priorização de entidades integrantes da rede socioassistencial e de equipamentos.

§ 2º A população em situação de insegurança alimentar e nutricional decorrente de situações de emergência ou calamidade pública, reconhecidas nos termos da Lei nº 12.340, de 1º de dezembro de 2010, poderá ser atendida, no âmbito do PAA, em caráter complementar e articulado à atuação do Ministério da Integração Nacional, por meio da Secretaria Nacional de Defesa Civil.

§ 3º O abastecimento da rede pública e filantrópica de ensino terá caráter suplementar ao Programa Nacional de Alimentação Escolar - PNAE, previsto na Lei nº 11.947, de 16 de junho de 2009, e considerará as áreas e os públicos prioritários definidos pelo GGPA.

§ 4º As sementes, mudas e outros materiais propagativos de culturas alimentares adquiridas no âmbito do PAA serão destinados a beneficiários prioritários fornecedores ou consumidores, conforme resolução do GGPA.

Art. 10. Os estoques públicos de alimentos constituídos no âmbito do PAA serão gerenciados pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, em articulação com o Ministério do Desenvolvimento Agrário e o Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome.

§ 1º Os estoques públicos de alimentos constituídos com recursos do Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome serão prioritariamente doados, podendo ser vendidos somente em casos excepcionais, mediante sua autorização.

43 ORIENTAÇÕES E MARCO LEGAL

§ 2º Os estoques públicos de alimentos constituídos com recursos do Ministério do Desenvolvimento Agrário serão prioritariamente vendidos, admitida a doação, se caracterizada uma das seguintes situações:

- I - atendimento a ações de promoção de segurança alimentar e nutricional;
- II - constatação de risco da perda de qualidade dos alimentos estocados; ou
- III - impossibilidade de remoção, de manutenção em estoques ou de venda dos alimentos, justificadas por questões de economicidade relacionadas à logística.

§ 3º Nas situações previstas no § 2º, os estoques públicos de alimentos serão transferidos para o Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome para a realização da doação.

Art. 11. A venda dos alimentos adquiridos no âmbito do PAA será realizada por leilões eletrônicos ou em balcão e terá como objetivos:

- I - contribuir para regular o abastecimento alimentar;

II - fortalecer circuitos locais e regionais de comercialização;

III - promover e valorizar a biodiversidade; e

IV - incentivar hábitos alimentares saudáveis em nível local e regional.

§ 1º O valor de venda dos produtos em balcão seguirá metodologia a ser definida pelo GGPA.

§ 2º Poderão ser adquiridos, para estoques constituídos com recursos do Ministério do Desenvolvimento Agrário e do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, produtos destinados à alimentação animal para venda com deságio aos beneficiários da Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006 nos Municípios em situação de emergência ou estado de calamidade pública, reconhecida nos termos dos §§ 1º e 2º da Lei nº 12.340, de 1º de dezembro de 2010. *(Parágrafo com redação dada pelo Decreto nº 8.026, de 6/6/2013)*

§ 3º O GGPA estabelecerá hipóteses de concessão do deságio, forma de aplicação, limites de venda por unidade familiar e o valor efetivo do deságio para cada caso.

§ 4º As aquisições de produtos de alimentação animal poderão ser efetuadas até o limite de cinco por cento da dotação orçamentária anual do Programa. *(Parágrafo acrescido pelo Decreto nº 8.026, de 6/6/2013)*

44 ORIENTAÇÕES E MARCO LEGAL

Seção III

Do Pagamento aos Fornecedores

Art. 12. O pagamento pelos alimentos adquiridos no âmbito do PAA será realizado diretamente aos beneficiários fornecedores ou por meio de organizações fornecedoras.

Parágrafo único. Os valores a serem pagos aos beneficiários fornecedores diretamente ou por meio de organizações fornecedoras serão os preços de referência de cada produto ou os preços definidos conforme metodologia estabelecida pelo GGPA.

Art. 13. Na hipótese de pagamento por meio de organizações fornecedoras, os custos operacionais de transporte, armazenamento, beneficiamento ou processamento poderão ser deduzidos do valor a ser pago aos beneficiários fornecedores, desde que previamente acordados com estes beneficiários.

§ 1º As organizações deverão informar os valores efetivamente pagos a cada um dos beneficiários, observados a periodicidade e os procedimentos definidos pelo GGPA.

§ 2º A liberação de novos pagamentos à organização será condicionada ao envio da informação prevista no § 1º.

§ 3º O pagamento por meio de organizações fornecedoras será realizado a partir da abertura de conta bancária específica que permita o acompanhamento de sua movimentação, por parte das unidades executoras e gestoras.

§ 4º A organização fornecedora deverá manter arquivados os documentos que comprovem os pagamentos aos beneficiários fornecedores pelo prazo mínimo de dez anos. *(Parágrafo com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

Art. 14. O pagamento aos beneficiários fornecedores deverá ser precedido de comprovação da entrega e da qualidade dos alimentos, por meio de documento fiscal e de termo de recebimento e aceitabilidade.

Parágrafo único. O termo de recebimento e aceitabilidade poderá ser dispensado em aquisições nas modalidades Incentivo à Produção e ao Consumo de Leite, Compra Direta,

Compra Institucional e Apoio à Formação de Estoques, desde que o ateste da entrega e da qualidade dos alimentos seja feita pela Unidade Executora no próprio documento fiscal.

Art. 15. O termo de recebimento e aceitabilidade deverá conter, no mínimo, as seguintes informações:

I - a data e o local de entrega dos alimentos;

II - a especificação dos alimentos, quanto à quantidade, qualidade e preço;

III - o responsável pelo recebimento dos alimentos; e

45 ORIENTAÇÕES E MARCO LEGAL

IV - a identificação do beneficiário fornecedor ou da organização fornecedora, conforme o caso.

Parágrafo único. O GGPAA poderá estabelecer outras informações a serem exigidas no termo de recebimento e aceitabilidade.

Art. 16. O termo de recebimento e aceitabilidade deverá ser emitido e assinado:

I - por agente público designado pela unidade executora do Programa, caso os alimentos lhe sejam entregues diretamente; ou

II - por representante da unidade recebedora e referendado por representante da unidade executora, caso os alimentos sejam entregues diretamente pelo beneficiário ou organização fornecedora à unidade recebedora. *(Inciso com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

CAPÍTULO IV

DAS MODALIDADES DE EXECUÇÃO DO PROGRAMA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS

Art. 17. O PAA será executado nas seguintes modalidades:

I - Compra com Doação Simultânea - compra de alimentos diversos e doação simultânea às entidades da rede socioassistencial, aos equipamentos públicos de alimentação e nutrição e, em condições específicas definidas pelo GGPAA, à rede pública e filantrópica de ensino, com o objetivo de atender demandas locais de suplementação alimentar de pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional;

II - Compra Direta - compra de produtos definidos pelo GGPAA, com o objetivo de sustentar preços; *(Inciso com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

III - Incentivo à Produção e ao Consumo de Leite - compra de leite que, após beneficiamento, é doado aos beneficiários consumidores;

IV - Apoio à Formação de Estoques - apoio financeiro para a constituição de estoques de alimentos por organizações fornecedoras, para posterior comercialização e devolução de recursos ao Poder Público; *(Inciso com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

V - Compra Institucional - compra da agricultura familiar realizada por meio de chamada pública, para o atendimento de demandas de consumo de alimentos, de sementes e de outros materiais propagativos, por parte de órgão comprador; e *(Inciso com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

46 ORIENTAÇÕES E MARCO LEGAL

VI - Aquisição de Sementes - compra de sementes, mudas e materiais propagativos para alimentação humana ou animal de beneficiários fornecedores para doação a

beneficiários consumidores ou fornecedores. *(Inciso com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

Parágrafo único. A chamada pública conterá, no mínimo:

- I - objeto a ser contratado;
- II - quantidade e especificação dos produtos;
- III - local da entrega;
- IV - critérios de seleção dos beneficiários ou organizações fornecedoras;
- V - condições contratuais; e
- VI - relação de documentos necessários para habilitação. *(Parágrafo único acrescido pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

Art. 18. As modalidades de execução do PAA serão disciplinadas pelo GGPAa por meio de resoluções específicas.

Art. 19. A participação dos beneficiários e organizações fornecedores, conforme previsto nos incisos II e III do *caput* do art. 4º, seguirá os seguintes limites:

I - por unidade familiar:

- a) R\$ 6.500,00 (seis mil e quinhentos reais), por ano, na modalidade Compra com Doação Simultânea; *(Alínea com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*
- b) R\$ 8.000,00 (oito mil reais), por ano, na modalidade Compra Direta;
- c) R\$ 4.000,00 (quatro mil reais), por semestre, na modalidade Incentivo à Produção e ao Consumo de Leite;
- d) R\$ 8.000,00 (oito mil reais), por ano, na modalidade Apoio à Formação de Estoques;
- e) R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), por ano, por órgão comprador, na modalidade Compra Institucional; e *(Alínea com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

f) R\$ 16.000,00 (dezesseis mil reais), por ano, na modalidade Aquisição de Sementes; e *(Alínea com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

II - por organização fornecedora, por ano, respeitados os limites por unidade familiar: *(Inciso com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

a) R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), na modalidade Compra com Doação Simultânea; *(Alínea com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

47 ORIENTAÇÕES E MARCO LEGAL

b) R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), na modalidade Apoio à Formação de Estoque, sendo a primeira operação limitada à R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais); *(Alínea com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

c) R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), na modalidade Compra Direta; *(Alínea acrescida pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

d) R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais), por órgão comprador, na modalidade Compra Institucional; e *(Alínea acrescida pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

e) R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais), na modalidade Aquisição de Sementes. *(Alínea acrescida pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

§ 1º A modalidade de Incentivo à Produção e ao Consumo de Leite terá seu limite definido em resolução do GGPAa. *(Parágrafo com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

§ 2º Na modalidade Aquisição de Sementes, aquisições com valores acima de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais) deverão ser realizadas por meio de chamada pública,

observado o disposto no parágrafo único do art. 17. *(Parágrafo com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

§ 3º A organização fornecedora não poderá acumular mais de uma participação simultaneamente na modalidade Apoio à Formação de Estoques, e os pagamentos aos beneficiários fornecedores deverão ser feitos pela organização fornecedora somente mediante entrega dos produtos objeto do projeto. *(Parágrafo com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

§ 4º O beneficiário fornecedor, na modalidade Compra com Doação Simultânea, deverá optar por participar individualmente ou por meio de organização formalmente constituída, podendo estar vinculado a apenas uma unidade executora. *(Parágrafo acrescido pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

§ 5º O limite anual de participação por unidade familiar na modalidade Compra com Doação Simultânea, nas aquisições realizadas por meio de organizações fornecedoras, será de R\$ 8.000,00 (oito mil reais). *(Parágrafo acrescido pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

§ 6º O beneficiário fornecedor poderá participar de mais de uma modalidade, e os limites serão independentes entre si. *(Parágrafo acrescido pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

§ 7º Para fins do disposto neste artigo, considera-se ano o período compreendido entre 1º de janeiro e 31 de dezembro. *(Parágrafo acrescido pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

§ 8º O Grupo Gestor do PAA deverá estabelecer normas complementares para operacionalização das modalidades previstas no art. 17. *(Parágrafo acrescido pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

48 ORIENTAÇÕES E MARCO LEGAL

CAPÍTULO V

DAS INSTÂNCIAS DE COORDENAÇÃO E DE EXECUÇÃO DO PROGRAMA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS

Seção I

Do Grupo Gestor do PAA

Art. 20. O GGPA, órgão colegiado de caráter deliberativo vinculado ao Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome, tem como objetivos orientar e acompanhar a implementação do PAA.

§ 1º O GGPA será composto por um representante titular e um representante suplente de cada um dos seguintes órgãos:

I - Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, que o coordenará;

II - Ministério do Desenvolvimento Agrário;

III - Ministério da Agricultura, Pecuária e do Abastecimento;

IV - Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão;

V - Ministério da Fazenda; e

VI - Ministério da Educação.

§ 2º Os representantes serão indicados pelos titulares dos ministérios e designados pelo Ministro de Estado do Desenvolvimento Social e Combate à Fome.

Art. 21. O GGPA definirá, no âmbito do PAA:

I - a forma de funcionamento das modalidades do Programa;

II - a metodologia para a definição dos preços de referência de aquisição de alimentos, considerando as diferenças regionais e a realidade da agricultura familiar;

III - a metodologia para definição dos preços e as condições de venda dos produtos adquiridos;

IV - as condições de doação dos produtos adquiridos;

V - as condições de formação de estoques públicos;

VI - os critérios de priorização dos beneficiários fornecedores;

49 ORIENTAÇÕES E MARCO LEGAL

VII - as condições para a aquisição e doação de sementes, mudas e outros materiais propagativos a que se referem os arts. 8º, 17 e 19. *(Inciso com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

VIII - a forma de seu funcionamento, mediante a aprovação de regimento interno; e

IX - outras medidas necessárias para a operacionalização do PAA.

Art. 22. O GGPAE constituirá comitê de caráter consultivo para fins de assessoramento e acompanhamento das atividades do PAA, composto por representantes governamentais e da sociedade civil.

Art. 23. A participação no GGPAE e no Comitê Consultivo será considerada prestação de serviço público relevante, não remunerada.

Art. 24. O Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome fornecerá o apoio técnico-administrativo e os meios necessários à execução dos trabalhos do GGPAE.

Art. 25. O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento fornecerá os subsídios e o suporte técnico para a operacionalização das decisões do GGPAE, especialmente para atendimento do estabelecido nos incisos II e V do *caput* do art. 21.

Art. 26. O Ministério do Desenvolvimento Agrário, em articulação com outros órgãos da administração pública federal estabelecerá os meios para a identificação e a emissão de documento de comprovação de aptidão para participação no Programa.

Seção II

Das Unidades Gestoras e Executoras

Art. 27. São Unidades Gestoras do PAA o Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome e o Ministério do Desenvolvimento Agrário.

Art. 28. São Unidades Executoras do PAA:

I - os órgãos ou entidades da administração pública estadual, do Distrito Federal ou municipal, direta ou indireta, e consórcios públicos, que celebrarem Termo de Adesão ou convênios com as Unidades Gestoras; e

II - a CONAB e outros órgãos ou entidades da administração pública federal que celebrarem termo de cooperação com as Unidades Gestoras.

Parágrafo único. As unidades gestoras poderão estabelecer procedimentos de seleção de potenciais unidades executoras do Programa.

50 ORIENTAÇÕES E MARCO LEGAL

CAPÍTULO VI

DA EXECUÇÃO DO PROGRAMA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS POR MEIO DE TERMO DE ADESÃO

Seção I

Do Termo de Adesão

Art. 29. A execução do PAA, por meio de órgãos ou entidades da administração pública estadual, distrital ou municipal, ou por consórcios públicos, poderá ser realizada mediante termo de adesão, dispensada a celebração de convênio.

§ 1º Os modelos de termo de adesão ao PAA deverão atender às normas aprovadas pelo GGPA e conterão, no mínimo, a descrição:

I - do objeto do termo;

II - dos compromissos assumidos pelas partes;

III - da vigência do termo; e

IV - da previsão de alteração, denúncia ou rescisão.

§ 2º O termo de adesão será celebrado entre a União, por intermédio das unidades gestoras, e os órgãos ou entidades da administração pública direta ou indireta dos Estados, do Distrito Federal, dos Municípios ou os consórcios públicos.

§ 3º Quando a execução do Programa for realizada por entidade da administração indireta, o termo de adesão será firmado entre a União, a entidade e o ente federado a que estiver vinculada.

§ 4º A adesão de órgãos e entidades da administração pública direta ou indireta dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios e dos consórcios públicos ao PAA implica a aceitação de todas as normas que regulamentam o Programa.

Art. 30. Após a adesão ao Programa, a unidade gestora proporá aos órgãos ou entidades da administração pública estadual, distrital ou municipal, ou aos consórcios públicos os montantes financeiros a serem disponibilizados pela União para pagamento aos beneficiários fornecedores e as metas de execução, com os respectivos prazos, estabelecidas entre as partes em planos operacionais. (*“Caput” do artigo com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014*)

§ 1º Os planos operacionais poderão, por iniciativa da unidade gestora, ser alterados pelas partes em função do desempenho do órgão aderente. (*Parágrafo único transformado em 1º com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014*)

51 ORIENTAÇÕES E MARCO LEGAL

§ 2º O início da operação de aquisição de alimentos ocorrerá após a aprovação da proposta de participação da unidade executora pelo Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome, mediante a análise da conformidade da proposta com as metas e os recursos financeiros previstos nos planos operacionais. (*Parágrafo acrescido pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014*)

§ 3º A proposta de participação, elaborada pelas unidades executoras, deverá apresentar, no mínimo:

I - relação dos beneficiários fornecedores, das unidades receptoras, do quantitativo de alimentos e dos preços dos produtos a serem adquiridos; e

II - identificação da instância de controle social à qual a proposta foi apresentada.

(*Parágrafo acrescido pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014*)

Seção II

Das Responsabilidades das Partes e das Penalidades no Âmbito do Termo de Adesão

Art. 31. As unidades executoras deverão cumprir as metas pactuadas periodicamente nos planos operacionais ao realizar as atividades previstas no termo de adesão. (*Artigo com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014*)

Art. 32. As ações relativas à aquisição e à distribuição de alimentos são de responsabilidade exclusiva da unidade executora, que deverá zelar:

I - pela aquisição de produtos exclusivamente do público definido nos incisos II e III do *caput* do art. 4º; *(Inciso com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

II - pela qualidade dos produtos adquiridos e distribuídos;

III - pelo registro correto e tempestivo das aquisições e das doações no sistema de informação previsto no art. 50; *(Inciso com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

IV - pela guarda dos alimentos adquiridos até o momento de sua destinação ao público definido no inciso I do *caput* do art. 4º;

V - pela adequada emissão e guarda da documentação fiscal referente às operações de compra de produtos; *(Inciso com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

VI - pelo acompanhamento do limite de participação anual ou semestral individual do beneficiário fornecedor e da organização fornecedora, quando for o caso, nas operações sob sua supervisão; *(Inciso com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

52 ORIENTAÇÕES E MARCO LEGAL

VII - pelo não comprometimento de recursos financeiros acima do pactuado no plano operacional e na proposta de participação; *(Inciso com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

VIII - pelo acompanhamento das ações de destinação de alimentos às entidades participantes; e *(Inciso com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

IX - pela fiscalização das atividades do Programa no seu âmbito de execução. *(Inciso acrescido pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

Art. 33. Cabe à União:

I - disponibilizar recursos, observadas as dotações orçamentárias, por meio de instituição financeira oficial, para realização dos pagamentos aos beneficiários fornecedores envolvidos nas aquisições realizadas pelas unidades executoras, nos limites definidos no plano operacional; e *(Inciso com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

II - fiscalizar as operações realizadas, conforme metodologia a ser definida pelo Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome.

Art. 34. A Unidade Executora que não cumprir as obrigações previstas no art. 32 ou indicar o pagamento a beneficiários fornecedores em desconformidade com as regras do PAA estará sujeita à suspensão dos repasses de recursos, à rescisão do termo de adesão e à obrigatoriedade de restituir à União os recursos aplicados indevidamente, além de outras medidas previstas em lei. *(Artigo com redação dada pelo Decreto nº 7.956, de 12/03/2013)*

Seção III

Do Apoio Financeiro da União

Art. 35. O Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome transferirá, na forma de apoio financeiro, conforme o art. 21 da Lei no 12.512, de 2011, recursos às unidades executoras que tenham aderido ao PAA, com a finalidade de contribuir, durante a vigência do termo de adesão, com a operacionalização das metas acordadas em seus planos operacionais. *(“Caput” do artigo com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014)*

§ 1º O apoio financeiro de que trata o *caput* tem caráter complementar aos recursos humanos, materiais ou financeiros que a unidade executora aplicará na implementação do Programa.

§ 2º O apoio financeiro será concedido, na periodicidade definida pelo Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome, mediante crédito em conta bancária específica de titularidade da Unidade Executora, dispensada a celebração de convênio.

53 ORIENTAÇÕES E MARCO LEGAL

Art. 36. Para fazer jus ao apoio financeiro de que trata o art. 35, a Unidade Executora deverá atender às condições estabelecidas no termo de adesão e alcançar índices mínimos de execução do Programa, conforme definido pelo Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome.

Art. 37. O apoio financeiro será calculado seguindo metodologia a ser definida pelo Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome, que poderá considerar, como critério de repasse, sem prejuízo de outros parâmetros por ele definidos:

- I - o número de beneficiários fornecedores, seu perfil socioeconômico e sua dispersão no território;
- II - diferenças regionais e características do território;
- III - o destino dos alimentos adquiridos;
- IV - a atualização de informações nas bases de dados do Programa;
- V - os mecanismos de transparência pública e de controle social adotados; e
- VI - os processos relacionados à qualificação dos beneficiários fornecedores e à qualidade dos produtos.

Parágrafo único. Para fins de cálculo das transferências a Estados, poderão ser considerados dados relativos à execução do Programa nos respectivos Municípios.

Art. 38. Os recursos transferidos às unidades executoras a título de apoio financeiro poderão ser aplicados, durante a vigência do termo de adesão, nas seguintes atividades do Programa:

- I - apoio à infraestrutura de recebimento e distribuição de alimentos, incluindo a aquisição de equipamentos;
- II - seleção, capacitação ou qualificação de beneficiários fornecedores e organizações fornecedoras para fornecimento de alimentos ao PAA;
- III - capacitação e qualificação de integrantes das unidades executoras, da rede socioassistencial e da rede de equipamentos de alimentação e nutrição;
- IV - identificação de públicos específicos em situação de insegurança alimentar;
- V - custeio das ações de captação, recebimento, armazenamento e distribuição de alimentos;
- VI - apoio ao processamento de alimentos;
- VII - apoio aos procedimentos de avaliação da qualidade e ateste dos produtos recebidos e de emissão de documentos fiscais;

54 ORIENTAÇÕES E MARCO LEGAL

VIII - apoio aos procedimentos de registro das operações efetuadas em sistema de informação e de preparação de relatórios que subsidiem a notificação ao Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome do recebimento dos alimentos para fins de pagamento;

IX - acompanhamento e fiscalização do PAA;

X - apoio à articulação e à integração do Programa com as diretrizes previstas no SISAN; e

XI - apoio técnico e operacional às instâncias de controle social a que se refere o art. 44.

Parágrafo único. As atividades previstas no *caput* poderão ser realizadas em parceria com as organizações fornecedoras, na forma da legislação específica.

Art. 39. As Unidades Executoras que receberem recursos a título de apoio financeiro deverão prestar contas dos recursos recebidos, conforme normas estabelecidas pelo Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome.

§ 1º As contas serão submetidas previamente à instância de controle social do PAA, que deverá emitir parecer quanto à adequação dos gastos às atividades previstas no art. 38 e enviá-las à aprovação do Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome.

§ 2º O Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome suspenderá os repasses de recursos em caso de omissão de prestação de contas ou de sua rejeição, ou quando o gestor responsável pela prestação de contas permitir, inserir ou fazer inserir documentos ou declaração falsa ou diversa da que deveria ser inscrita, com o fim de alterar a verdade sobre os fatos.

Seção IV

Do Agente Operador do PAA

Art. 40. Na execução do PAA, o pagamento por meio de instituição financeira oficial, denominada como Agente Operador para fins deste Decreto, será realizado diretamente aos beneficiários fornecedores ou por meio de organizações fornecedoras.

Art. 41. Para caracterizar-se como Agente Operador, a instituição financeira oficial deverá celebrar contrato, acordo, cooperação ou instrumento congênere com a União, por intermédio das Unidades Gestoras do PAA, no âmbito das respectivas competências.

Parágrafo único. Além do pagamento aos fornecedores, o Agente Operador poderá, desde que pactuado em instrumento específico, desenvolver outras ações de apoio à operacionalização do Programa.

55 ORIENTAÇÕES E MARCO LEGAL

Art. 42. Fica o Agente Operador autorizado a disponibilizar às Unidades Gestoras, a qualquer momento, informações referentes aos pagamentos efetuados diretamente aos beneficiários fornecedores, ou por meio das organizações fornecedoras que, ao participarem do Programa, assim o consintam.

Art. 43. O agente operador do PAA poderá estabelecer convênios com cooperativas de crédito e bancos cooperativos para realizar pagamento aos beneficiários e organizações fornecedores.

CAPÍTULO VII

DO CONTROLE SOCIAL

Art. 44. São instâncias de controle e participação social do PAA os conselhos de segurança alimentar e nutricional nas esferas nacional, estadual e municipal, e o comitê de caráter consultivo constituído nos termos do art. 22.

§ 1º Excepcionalmente, na hipótese de inexistência de conselhos estaduais, distrital e municipais de segurança alimentar e nutricional, deverá ser indicada a instância de controle social responsável pelo acompanhamento da execução do PAA,

preferencialmente o Conselho de Desenvolvimento Rural Sustentável ou o Conselho de Assistência Social.

§ 2º As instâncias de controle social deverão se articular com os conselhos competentes, para o tratamento de questões inter setoriais, que requeiram decisão compartilhada.

CAPÍTULO VIII

DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 45. São de acesso público os dados e as informações sobre a execução do PAA.

Art. 46. O GGPAA estabelecerá mecanismos para ampliar a participação no PAA de beneficiários fornecedores em situação de extrema pobreza, jovens e mulheres.

Art. 47. O GGPAA poderá estabelecer estratégias de atendimento a crianças de até seis anos.

Art. 48. Até a publicação da resolução prevista no inciso III do *caput* do art. 4º, será admitido como documento de identificação da organização apta a participar do Programa, declaração assinada pela própria organização de composição societária de, no mínimo, noventa por cento do público definido no inciso II do *caput* do art. 4o.

56 ORIENTAÇÕES E MARCO LEGAL

Art. 49. A autoridade responsável pela unidade gestora ou executora do PAA que concorrer para o desvio de sua finalidade ou contribuir para a inclusão de participantes que não atendam aos requisitos legais, ou para pagamento à pessoa diversa do beneficiário final, será responsabilizada civil, penal e administrativamente.

Art. 50. O Poder Executivo federal instituirá sistema nacional de informações sobre o PAA, com as seguintes finalidades:

I - acompanhar o cumprimento dos limites previstos no art. 19;

II - acompanhar a aquisição e a destinação dos produtos; e (*Inciso com redação dada pelo Decreto nº 8.293, de 12/8/2014*)

III - acompanhar o cumprimento das metas do PAA.

Art. 51. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 52. Fica revogado o Decreto nº 6.447, de 7 de maio de 2008.

ANEXO 3

SECRETARIA NACIONAL DE SEGURANÇA ALIMENTAR E NUTRICIONAL

GRUPO GESTOR DO PROGRAMA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS

RESOLUÇÃO Nº 50, DE 26 DE SETEMBRO DE 2012

Dispõe sobre a sistemática de funcionamento da modalidade de execução Compra Institucional, no âmbito do Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar - PAA.

O GRUPO GESTOR DO PROGRAMA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS - GGPA, no uso das atribuições que lhe foram conferidas pelo art. 19, § 3º, da Lei nº 10.696, de 2 de junho de 2003, e pelo art. 21 do Decreto nº 7.775, de 4 de julho de 2012, e tendo em vista o disposto na Lei nº 12.512, de 14 de outubro de 2011, resolve:

Art. 1º Dispor sobre a modalidade de execução do Programa de Aquisição de Alimentos - PAA denominada Compra Institucional, a qual tem por finalidade atender as demandas regulares de consumo de gêneros alimentícios por parte da administração direta ou indireta da União, Estados, Distrito Federal e Municípios.

Art. 2º Os alimentos adquiridos no âmbito da modalidade de Compra Institucional serão destinados para:

- I - as ações de promoção de segurança alimentar e nutricional;
- II - o abastecimento da rede socioassistencial;
- III - o abastecimento de equipamentos de alimentação e nutrição;
- IV - o abastecimento da rede pública de educação básica e superior, bem como da rede filantrópica, comunitária e confessional de ensino, que recebam recursos públicos; e
- V - demais instituições públicas com fornecimento regular de refeições, tais como forças armadas, unidades do sistema de saúde e unidades do sistema prisional.

Art. 3º As aquisições de alimentos, no âmbito da modalidade Compra Institucional, serão realizadas com dispensa do procedimento licitatório, desde que, cumulativamente, sejam atendidas as seguintes exigências:

- I - os preços sejam compatíveis com os vigentes no mercado, em âmbito local ou regional, aferidos e definidos segundo metodologia instituída nesta Resolução;
- II - os beneficiários fornecedores e organizações fornecedoras comprovem sua qualificação, na forma indicada nos incisos II e III do art. 4º do Decreto nº 7.775, de 2012;
- III - seja respeitado o valor máximo anual de R\$ 8.000,00 (oito mil reais) para aquisições de alimentos, por unidade familiar, independente de os beneficiários fornecedores participarem de outras modalidades do PAA, observado o disposto no art. 19, § 1º, do Decreto nº 7.775, de 2012; e
- IV - os alimentos adquiridos sejam de produção própria dos beneficiários fornecedores e cumpram os requisitos de controle de qualidade dispostos nas normas vigentes.

Art. 4º Serão beneficiários fornecedores da modalidade Compra Institucional os agricultores familiares, assentados da reforma agrária, silvicultores, aquicultores, extrativistas, pescadores artesanais, comunidades indígenas e integrantes de comunidades remanescentes de quilombos rurais e de demais povos e comunidades tradicionais, que atendam aos requisitos previstos no art. 3º da Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006.

§ 1º A comprovação da aptidão dos beneficiários fornecedores será feita por meio da apresentação da Declaração de Aptidão ao Programa Nacional de Agricultura Familiar - PRONAF - DAP ou por outros documentos definidos pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário - MDA, em articulação com outros órgãos da administração pública federal, em suas respectivas áreas de atuação.

§ 2º Poderão participar da modalidade Compra Institucional as organizações fornecedoras, definidas como cooperativas e outras organizações formalmente constituídas como pessoa jurídica de direito privado que detenham a DAP Especial - Pessoa Jurídica ou outros documentos definidos por resolução do GGPAA.

§ 3º O limite de venda por ano das organizações fornecedoras será a soma dos limites individuais dos beneficiários fornecedores que vendem produtos para as organizações que se enquadram nos critérios definidos neste artigo.

§ 4º As vendas realizadas por organizações fornecedoras deverão ser originadas integralmente de beneficiários fornecedores, conforme definido neste artigo, devendo ser respeitado o limite individual.

Art. 5º Para definição dos preços de aquisição dos produtos da agricultura familiar e suas organizações, o órgão responsável pela compra deverá realizar, no mínimo, 3 (três) pesquisas devidamente documentadas no mercado local ou regional.

§ 1º Na impossibilidade de pesquisa de preço para a compra de produtos orgânicos ou agroecológicos, os preços poderão ser acrescidos em até 30% (trinta por cento) em relação aos preços estabelecidos para produtos convencionais, consoante disposto no art.17, parágrafo único, da Lei nº 12.512, de 2011.

§ 2º Fica facultada ao órgão responsável pela compra a utilização dos preços de referência estabelecidos nas aquisições do Programa Nacional de Alimentação Escolar - PNAE.

Art. 6º Os pagamentos pelos alimentos adquiridos no âmbito da modalidade Compra Institucional serão realizados diretamente aos beneficiários fornecedores ou às organizações fornecedoras.

Parágrafo único. Sempre que possível, o pagamento será realizado diretamente aos beneficiários fornecedores que possuam o cartão de pagamento do PAA.

Art. 7º A demanda por alimentos será divulgada por meio de Chamada Pública.

§ 1º Serão habilitadas as propostas apresentadas que contemplem:

I - todos os documentos exigidos na Chamada Pública; e

II - preços compatíveis com os de mercado, conforme estatui o art. 5º desta Resolução.

§ 2º O edital de Chamada Pública poderá classificar as propostas segundo critérios de priorização de:

- I - agricultores familiares do município;
- II - comunidades tradicionais, quilombolas ou indígenas;
- III - assentamentos da reforma agrária;
- IV - grupos de mulheres;
- V - produção agroecológica ou orgânica.

Art. 8º O Poder Executivo Federal poderá disponibilizar aos executores do Programa ferramentas eletrônicas para divulgação e realização das compras realizadas por meio da modalidade Compra Institucional.

Art. 9º Os beneficiários fornecedores e as organizações fornecedoras deverão informar ao Poder Executivo Federal, por meio de instrumento eletrônico que lhes será disponibilizado, o valor das vendas anuais e a origem da produção comercializada, ao menos uma vez por ano, sob pena de suspensão do acesso ao PAA.

Art. 10. As despesas com a execução das ações de que trata esta Resolução correrão à conta de dotação orçamentária consignada anualmente aos órgãos e entidades envolvidos em sua implementação, observados os limites de movimentação, empenho e pagamento da programação orçamentária e financeira anual.

Art. 11. Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

ANEXO 4

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 11.326, DE 24 DE JULHO DE 2006

Estabelece as diretrizes para a formulação da
Política Nacional da Agricultura Familiar e
Empreendimentos Familiares Rurais.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....

Art. 3º Para os efeitos desta Lei, considera-se agricultor familiar e empreendedor familiar rural aquele que pratica atividades no meio rural, atendendo, simultaneamente, aos seguintes requisitos:

- I - não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 (quatro) módulos fiscais;
- II - utilize predominantemente mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento;
- III - tenha renda familiar predominantemente originada de atividades econômicas vinculadas ao próprio estabelecimento ou empreendimento;
- IV - dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família.

§ 1º O disposto no inciso I do caput deste artigo não se aplica quando se tratar de condomínio rural ou outras formas coletivas de propriedade, desde que a fração ideal por proprietário não ultrapasse 4 (quatro) módulos fiscais.

§ 2º São também beneficiários desta Lei:

- I - silvicultores que atendam simultaneamente a todos os requisitos de que trata o caput deste artigo, cultivem florestas nativas ou exóticas e que promovam o manejo sustentável daqueles ambientes;
- II - aqüicultores que atendam simultaneamente a todos os requisitos de que trata o caput deste artigo e explorem reservatórios hídricos com superfície total de até 2ha (dois hectares) ou ocupem até 500m³ (quinhentos metros cúbicos) de água, quando a exploração se efetivar em tanques-rede;
- III - extrativistas que atendam simultaneamente aos requisitos previstos nos incisos II, III e IV do caput deste artigo e exerçam essa atividade artesanalmente no meio rural, excluídos os garimpeiros e faiscadores;
- IV - pescadores que atendam simultaneamente aos requisitos previstos nos incisos I, II, III e IV do caput deste artigo e exerçam a atividade pesqueira artesanalmente.

§ 3º O Conselho Monetário Nacional - CMN pode estabelecer critérios e condições adicionais de enquadramento para fins de acesso às linhas de crédito destinadas aos agricultores familiares, de forma a contemplar as especificidades dos seus diferentes segmentos. (Incluído pela Lei nº 12.058, de 2009)

§ 4º Podem ser criadas linhas de crédito destinadas às cooperativas e associações que atendam a percentuais mínimos de agricultores familiares em seu quadro de cooperados ou associados e de matéria-prima beneficiada, processada ou comercializada oriunda desses agricultores, conforme disposto pelo CMN. (Incluído pela Lei nº 12.058, de 2009)

Art. 4º A Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais observará, dentre outros, os seguintes princípios:

- I - descentralização;
-

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI**

- II - sustentabilidade ambiental, social e econômica;
- III - equidade na aplicação das políticas, respeitando os aspectos de gênero, geração e etnia;
- IV - participação dos agricultores familiares na formulação e implementação da política nacional da agricultura familiar e empreendimentos familiares rurais.

.....
.....

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

DECRETO Nº 6.040, DE 7 DE FEVEREIRO DE 2007.

Institui a Política Nacional de
Desenvolvimento Sustentável dos Povos e
Comunidades Tradicionais.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso VI, alínea “a”, da Constituição,
DECRETA:

.....

Art. 3º Para os fins deste Decreto e do seu Anexo compreende-se por:

I - Povos e Comunidades Tradicionais: grupos culturalmente diferenciados e que se reconhecem como tais, que possuem formas próprias de organização social, que ocupam e usam territórios e recursos naturais como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica, utilizando conhecimentos, inovações e práticas gerados e transmitidos pela tradição;

II - Territórios Tradicionais: os espaços necessários a reprodução cultural, social e econômica dos povos e comunidades tradicionais, sejam eles utilizados de forma permanente ou temporária, observado, no que diz respeito aos povos indígenas e quilombolas, respectivamente, o que dispõem os arts. 231 da Constituição e 68 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias e demais regulamentações; e

III - Desenvolvimento Sustentável: o uso equilibrado dos recursos naturais, voltado para a melhoria da qualidade de vida da presente geração, garantindo as mesmas possibilidades para as gerações futuras.

Art. 4º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 7 de fevereiro de 2007; 186o da Independência e 119o da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Patrus Ananias
Marina Silva

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 10.683, DE 28 DE MAIO DE 2003

Dispõe sobre a organização da Presidência da República e dos Ministérios, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

**CAPÍTULO II
DOS MINISTÉRIOS**

**Seção IV
Dos Órgãos Específicos**

Art. 29. Integram a estrutura básica:

I - do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento o Conselho Nacional de Política Agrícola, o Conselho Deliberativo da Política do Café, a Comissão Especial de Recursos, a Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira, o Instituto Nacional de Meteorologia e até cinco Secretarias;

II - do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome o Conselho Nacional de Assistência Social, o Conselho de Articulação de Programas Sociais, o Conselho Gestor do Programa Bolsa Família, e até 5 (cinco) Secretarias; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.869, de 13/5/2004)*

III - do Ministério das Cidades o Conselho Curador do Fundo de Desenvolvimento Social, o Conselho das Cidades, o Conselho Nacional de Trânsito, até quatro Secretarias e o Departamento Nacional de Trânsito;

IV - do Ministério da Ciência e Tecnologia o Conselho Nacional de Ciência e Tecnologia, o Conselho Nacional de Informática e Automação, a Comissão de Coordenação das Atividades de Meteorologia, Climatologia e Hidrologia, o Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais, o Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia, o Instituto Nacional de Tecnologia, o Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, o Instituto Nacional do Semi-Árido - INSA, o Centro de Pesquisas Renato Archer, o Centro Brasileiro de Pesquisas Físicas, o Centro de Tecnologia Mineral, o Laboratório Nacional de Astrofísica, o Laboratório Nacional de Computação Científica, o Museu de Astronomia e Ciências Afins, o Museu Paraense Emílio Goeldi, o Observatório Nacional, a Comissão Técnica Nacional de Biossegurança e até 4 (quatro) secretarias. *(Inciso com redação dada pela Lei nº 10.860, de 14/4/2004)*

V - do Ministério das Comunicações até três Secretarias;

VI - do Ministério da Cultura o Conselho Nacional de Política Cultural, a Comissão Nacional de Incentivo à Cultura e até seis Secretarias;

VII - do Ministério da Defesa o Conselho de Aviação Civil, o Conselho Militar de Defesa, o Comando da Marinha, o Comando do Exército, o Comando da Aeronáutica, o Estado-Maior Conjunto das Forças Armadas, a Escola Superior de Guerra, o Hospital das Forças Armadas, a Representação Brasileira na Junta Interamericana de Defesa, até 4 (quatro) Secretarias e 1 (um) órgão de Controle Interno; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 12.375, de 30/12/2010)*

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI**

VIII - do Ministério do Desenvolvimento Agrário o Conselho Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável, o Conselho Curador do Banco da Terra e até 4 (quatro) Secretarias, sendo uma em caráter extraordinário, para coordenar, normatizar e supervisionar o processo de regularização fundiária de áreas rurais na Amazônia Legal, nos termos do art. 33 da Lei nº 11.952, de 25 de junho de 2009; [Inciso com redação dada pela Lei nº 12.314, de 19/8/2010](#)

IX - do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior o Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial, o Conselho Nacional das Zonas de Processamento de Exportação, e até quatro Secretarias;

X - do Ministério da Educação o Conselho Nacional de Educação, o Instituto Benjamin Constant, o Instituto Nacional de Educação de Surdos e até sete Secretarias;

XI - do Ministério do Esporte o Conselho Nacional do Esporte e até 4 (quatro) Secretarias; [Inciso com redação dada pela Lei nº 12.094, de 19/11/2009](#)

XII - do Ministério da Fazenda o Conselho Monetário Nacional, o Conselho Nacional de Política Fazendária, o Conselho de Recursos do Sistema Financeiro Nacional, o Conselho Nacional de Seguros Privados, o Conselho de Recursos do Sistema Nacional de Seguros Privados, de Previdência Privada Aberta e de Capitalização, o Conselho de Controle de Atividades Financeiras, a Câmara Superior de Recursos Fiscais, os 1º, 2º e 3º Conselhos de Contribuintes, o Conselho Diretor do Fundo de Garantia à Exportação - CFGE, o Comitê Brasileiro de Nomenclatura, o Comitê de Avaliação de Créditos ao Exterior, a Secretaria da Receita Federal do Brasil, a Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional, a Escola de Administração Fazendária e até 5 (cinco) Secretarias; [Inciso com redação dada pela Lei nº 11.457, de 16/3/2007](#)

XIII - do Ministério da Integração Nacional o Conselho Deliberativo do Fundo Constitucional de Financiamento do Centro-Oeste, o Conselho Administrativo da Região Integrada do Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno, o Conselho Nacional de Defesa Civil, o Conselho Deliberativo para Desenvolvimento da Amazônia, o Conselho Deliberativo para o Desenvolvimento do Nordeste, o Grupo Executivo para Recuperação Econômica do Estado do Espírito Santo e até cinco Secretarias;

XIV - do Ministério da Justiça o Conselho Nacional de Política Criminal e Penitenciária, o Conselho Nacional de Segurança Pública, o Conselho Federal Gestor do Fundo de Defesa dos Direitos Difusos, o Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Delitos contra a Propriedade Intelectual, o Departamento de Polícia Federal, o Departamento de Polícia Rodoviária Federal, o Departamento da Polícia Ferroviária Federal, a Defensoria Pública da União e até 5 (cinco) Secretarias; [Inciso com redação dada pela Lei nº 11.075, de 30/12/2004](#)

XV - do Ministério do Meio Ambiente o Conselho Nacional do Meio Ambiente, o Conselho Nacional da Amazônia Legal, o Conselho Nacional de Recursos Hídricos, o Conselho de Gestão do Patrimônio Genético, o Conselho Deliberativo do Fundo Nacional do Meio Ambiente, o Serviço Florestal Brasileiro, a Comissão de Gestão de Florestas Públicas e até 5 (cinco) Secretarias; [Inciso com redação dada pela Lei nº 11.284, de 2/3/2006](#)

XVI - do Ministério de Minas e Energia até cinco Secretarias;

XVII - do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão a Comissão de Financiamentos Externos, a Assessoria Econômica e até sete Secretarias;

XVIII - do Ministério da Previdência Social o Conselho Nacional de Previdência Social, o Conselho de Recursos da Previdência Social, o Conselho Nacional de Previdência Complementar, a Câmara de Recursos da Previdência Complementar e até 2 (duas) Secretarias; [Inciso com redação dada pela Lei nº 12.154, de 23/12/2009](#)

XIX - do Ministério das Relações Exteriores o Cerimonial, a Secretaria de Planejamento Diplomático, a Inspeção-Geral do Serviço Exterior, a Secretaria-Geral das

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI**

Relações Exteriores, esta composta de até 9 (nove) Subsecretarias-Gerais, a Secretaria de Controle Interno, o Instituto Rio Branco, as missões diplomáticas permanentes, as repartições consulares, o Conselho de Política Externa e a Comissão de Promoções; (Inciso com redação dada pela Lei nº 12.280, de 30/6/2010)

XX - do Ministério da Saúde, o Conselho Nacional de Saúde, o Conselho Nacional de Saúde Suplementar e até 6 (seis) Secretarias; (Inciso com redação dada pela Lei nº 12.314, de 19/8/2010)

XXI - do Ministério do Trabalho e Emprego o Conselho Nacional do Trabalho, o Conselho Nacional de Imigração, o Conselho Curador do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço, o Conselho Deliberativo do Fundo de Amparo ao Trabalhador, o Conselho Nacional de Economia Solidária e até quatro Secretarias;

XXII - do Ministério dos Transportes até três Secretarias;

XXIII - do Ministério do Turismo o Conselho Nacional de Turismo e até duas Secretarias.

XXIV - do Ministério da Pesca e Aquicultura o Conselho Nacional de Aquicultura e Pesca e até 4 (quatro) Secretarias. (Inciso acrescido pela Lei nº 11.958, de 26/6/2009)

§ 1º O Conselho de Política Externa a que se refere o inciso XIX será presidido pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores e integrado pelo Secretário-Geral, pelos Subsecretários-Gerais da Secretaria-Geral das Relações Exteriores e pelo Chefe de Gabinete do Ministro de Estado das Relações Exteriores.

§ 2º Os órgãos colegiados integrantes da estrutura do Ministério do Trabalho e Emprego, com exceção do Conselho Nacional de Economia Solidária, terão composição tripartite, observada a paridade entre representantes dos trabalhadores e dos empregadores, na forma estabelecida pelo Poder Executivo.

§ 3º Ao Conselho de Aviação Civil, presidido pelo Ministro de Estado da Defesa e composto na forma estabelecida em regulamento pelo Poder Executivo, compete propor a política relativa ao setor de aviação civil, observado o disposto na Lei Complementar nº 97, de 6 de setembro de 1999.

§ 4º Ao Conselho de Articulação de Programas Sociais, presidido pelo Ministro de Estado do Desenvolvimento Social e Combate à Fome e composto na forma estabelecida em regulamento pelo Poder Executivo, compete propor mecanismos de articulação e integração de programas sociais e acompanhar a sua implementação. (Parágrafo com redação dada pela Lei nº 10.869, de 13/5/2004)

§ 5º A Câmara de Comércio Exterior, de que trata o art. 20-B da Lei nº 9.649, de 27 de maio de 1998, com a redação dada pela Medida Provisória nº 2.216-37, de 31 de outubro de 2001, terá sua vinculação definida por ato do Poder Executivo.

§ 6º O acréscimo de mais uma secretaria nos Ministérios das Comunicações, da Defesa, da Educação, da Saúde, e do Trabalho e Emprego, de duas secretarias no Ministério da Cultura e uma subsecretaria no Ministério das Relações Exteriores, observado o limite máximo constante nos incisos V, VI, VII, X, XIX, XX e XXI dar-se-á sem aumento de despesa.

§ 7º Ao Conselho Nacional de Aquicultura e Pesca, presidido pelo Ministro de Estado da Pesca e Aquicultura e composto na forma estabelecida em regulamento pelo Poder Executivo, compete subsidiar a formulação da política nacional para a pesca e aquicultura, propondo diretrizes para o desenvolvimento e fomento da produção pesqueira e aquícola, apreciar as diretrizes para o desenvolvimento do plano de ação da pesca e aquicultura e propor medidas destinadas a garantir a sustentabilidade da atividade pesqueira e aquícola. (Parágrafo acrescido pela Lei nº 11.958, de 26/6/2009)

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI**

**CAPÍTULO III
DA TRANSFORMAÇÃO, TRANSFERÊNCIA, EXTINÇÃO E CRIAÇÃO DE ÓRGÃOS E
CARGOS**

Art. 30. São criados:

- I - o Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social;
- II - o Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional;
- III - a Assessoria Especial do Presidente da República;
- IV - a Secretaria de Imprensa e Divulgação da Presidência da República;

V - *(Revogado pela Lei nº 11.204, de 5/12/2005)*

VI - *(Revogado pela Lei nº 11.204, de 5/12/2005)*

VII - *(Revogado pela Lei nº 11.958, de 26/6/2009)*

VIII - o Conselho de Articulação de Programas Sociais;

IX - o Conselho Nacional de Aquicultura e Pesca;

X - o Ministério do Turismo;

XI - o Conselho de Transparência Pública e Combate à Corrupção;

XII - o Conselho Nacional de Promoção do Direito Humano à Alimentação;

XIII - o Conselho Nacional de Economia Solidária.

XIV - o Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Delitos contra a Propriedade
Intelectual. *(Inciso acrescido pela Lei nº 11.075, de 30/12/2004)*

Parágrafo único. O Poder Executivo disporá, em regulamento, sobre a composição
e funcionamento dos Conselhos referidos nos incisos I, II, VIII, IX, XI, XII, XIII e XIV.
(Parágrafo único com redação dada pela Lei nº 11.075, de 30/12/2004)

.....

TÍTULO 27 – COMPRA DIRETA DA AGRICULTURA FAMILIAR – CDAF
Documento 1 – Declaração de Aptidão ao Pronaf – DAP

(*)

COMUNICADO CONAB/MOC Nº 028, DE 02/10/2003

Declaração de Aptidão ao Pronaf

Programa Nacional de
Fortalecimento da Agricultura Familiar

Ministério do
Desenvolvimento Agrário



I Cadastro do Agricultor Familiar (CAF)

a) Ano Agrícola de utilização do crédito: de ____/____/____ até ____/____/____

b) Identificação do(a) Agricultor(a) Familiar:

1. Nome: _____ 2. Sexo: _____

3. CPF: _____ 4. Nome da mãe: _____

*a. Apelido: _____ b. Data de nascimento: ____/____/____ *c. RG: _____ *d. UF do Órgão emissor: _____

*e. NIS: _____ 10. Código IBGE do município de nascimento: _____

11. Número de pessoas da família residentes no estabelecimento: _____ 12. Estado civil: _____ 13. Escolaridade: _____ 14. Local de residência: _____

15. Endereço: _____

Nº: _____ Bairro: _____ 17. CEP: _____ - 18. UF: _____

16. Município: _____

c) Características Sócio-Econômicas do(a) Agricultor(a) Familiar:

1. Pertence a alguma organização social: _____

2. Condição de posse e uso da terra: _____

3. Atividades principais: _____

4. Área do estabelecimento: _____ hectares.

5. Área menor ou igual a 4 (quatro) módulos fiscais, ou menor que 6 (seis) módulos fiscais no caso de pecuarista familiar? _____ (1=sim 2=não)

6. Composição da renda bruta familiar anual de enquadramento:

i. 100% da renda de integração ou regime de parceria com agroindústrias provenientes das atividades de avicultura ou suinocultura R\$ _____,00

ii. 50% da renda proveniente das seguintes atividades agropecuárias: aquicultura, avicultura não integrada, bovinocultura de leite, caprinocultura, fruticultura, oleicultura, ovinocultura, suinocultura não integrada e/ou sericicultura +R\$ _____,00

iii. 100% das rendas provenientes de outras atividades agropecuárias e não agropecuárias desenvolvidas no estabelecimento +R\$ _____,00

iv. 100% das rendas não rurais, excluídos os proventos de benefícios previdenciários de atividades rurais e de outros benefícios sociais +R\$ _____,00

v. Total R\$ _____,00

vi. 100% de rendas vinculadas a benefícios previdenciários decorrentes de atividades rurais R\$ _____,00

7. A renda bruta familiar anual proveniente das atividades desenvolvidas no estabelecimento é de no mínimo 80%? _____ (1=sim 2=não)

8. Força de trabalho utilizada além da familiar:

i. ☐ Não contrata

ii. ☐ Contrata empregados eventuais: quantidade de dia homens / ano: _____

iii. ☐ Contrata empregados permanentes: () 1; () 2; () 3 ou mais.

II Informações Complementares

a) Reordenamento fundiário:

1. É beneficiário(a) de algum programa de reordenamento fundiário: _____ (1=sim 2=não)

2. Qual programa de reordenamento fundiário: _____

b) Se beneficiário do Programa Nacional de Reforma Agrária (PNRA), Banco da Terra, CFCPR ou Pronaf, 1ª Terra:

1. Já recebeu crédito de estruturação produtiva do Pronaf Grupo "A": _____ (1=sim 2=não) 2. Montante recebido? R\$ _____,00

c) Destinação da Operação de Crédito (casos especiais): _____

d) Enquadramentos Anteriores:

1. Já obteve anteriormente crédito amparo pelo Pronaf? _____ (1=sim 2=não) 2. Se sim, sob qual grupo? _____

e) Se, casado, completar com os seguintes dados:

1. Regime do casamento: _____ 2. CPF do cônjuge: _____ - _____

3. Nome do cônjuge: _____ 4. Data de nascimento do cônjuge: ____/____/____

f) Imóveis Rurais: 1. Nº de imóveis explorados: _____

Sobre o imóvel principal:

2. Denominação do imóvel: _____

3. Localização do imóvel: _____ 4. Área do estabelecimento: _____ ha

5. É proprietário do imóvel principal? _____ (1=sim 2=não) 6. Nome ou razão social do proprietário: _____

7. CPF/CNPJ do proprietário: _____ - _____

III Declaração do(a) interessado(a)

Declaro, sob as penas da lei (art. 299 do Código Penal), que as informações acima correspondem à verdade.

Local: _____ Data: ____/____/____

Assinatura: _____

Polegar Direito

IV Atestado da(s) Entidade(s) credenciada(s) pelo MDA

Atesto que o(a) interessado(a) acima identificado(a) atende aos critérios definidos no Manual de Crédito Rural para enquadramento como beneficiário(a) do Crédito Rural do PRONAF, no seguinte grupo de enquadramento: 1. Código: _____ 2. Grupo: _____ 3. Sobre-teto: _____ %

Instituição: _____ Representante: _____

Representante: _____ Local e data: _____

Local e data: _____

Entidade Extensionista

Entidade Sindical

INCRA/ Banco da Terra/ CFCPR/ PN1ª Terra

Atenção: este documento é gratuito

* CAMPOS NÃO OBRIGATORIOS

PORTARIA Nº 75, DE 25 DE JULHO DE 2003

O MINISTRO DE ESTADO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO, no uso da competência que lhe confere o art. 87, parágrafo único, incisos I e II, da Constituição Federal, e

Considerando os termos do Capítulo 10 do Manual de Crédito Rural - MCR, que dispõe sobre o regulamento e as condições estabelecidas para as operações de crédito de investimento e custeio no âmbito do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - Pronaf, resolve:

Art. 1º Definir que o formulário único denominado Declaração de Aptidão ao Pronaf - DAP, elaborado conforme modelo anexo a esta Portaria, é documento de apresentação obrigatória para todos os agricultores familiares que pretendem financiamento no âmbito do Pronaf.

§ 1º A Secretaria da Agricultura Familiar SAF, distribuirá o formulário Declaração de Aptidão ao Pronaf - DAP, aos Secretários Executivos Estaduais do Pronaf - SEE/Pronaf.

§ 2º Cabe aos SEE/Pronaf encaminhar os formulários às instituições autorizadas a emitir a DAP, conforme estabelecido no art. 4º.

§ 3º Cabe à SAF estabelecer procedimentos para a emissão da DAP por meio eletrônico, e adotar mecanismos de controle para o fornecimento do respectivo formulário.

Art. 2º A DAP será emitida em nome do titular de cada unidade familiar rural, sendo proibida a emissão de DAP para os demais membros da família e eventuais agregados.

§ 1º A unidade familiar rural, para os fins de que trata esta Portaria, compreende o conjunto composto pela família nuclear (marido ou companheiro, esposa ou companheira, e filhos) e eventuais agregados que explorem o empreendimento sob a mesma gestão, incluídos os casos em que o empreendimento é explorado por indivíduo sem família.

§ 2º A DAP constitui instrumento obrigatório à formalização da operação de crédito, independente dos demais documentos necessários e exigidos pela instituição financeira em obediência à legislação pertinente.

Art. 3º O processo de emissão de DAP para os agricultores familiares do Grupo A do Pronaf será iniciado:

I - no Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária Incra, nos casos em que o agricultor familiar é beneficiário de assentamento promovido por aquela autarquia, ou de assentamento por ela reconhecido;

II - na Unidade Técnica Estadual - UTE, ou Unidade Técnica Regional, nos casos em que o agricultor familiar é beneficiário do Programa de Crédito Fundiário.

Parágrafo único. O Incra ou a Unidade Técnica Estadual, ou ainda a Unidade Técnica Regional, dará início ao processo de emissão da DAP quando atendidos cumulativamente os seguintes pontos:

a) a existência de recursos financeiros para realização de operações de crédito rural, sob condições estabelecidas por Resoluções editadas pelo Conselho Monetário Nacional;

b) as prioridades de acesso estabelecidas pelo Conselho Estadual de Desenvolvimento Rural - CEDR, ou entidade congênere, ou, ainda, na inexistência dessas entidades, pela Unidade de Articulação.

Art. 4º A finalização do processo de emissão das DAP's aos agricultores familiares do Grupo A do Pronaf e sua conseqüente validação ocorrerá pela assinatura obrigatória do agricultor familiar, e concomitantemente por um representante de cada uma das seguintes instituições ou entidades:

I - de uma das instituições citadas no art. 3º, incisos I e II;

II - da instituição de assistência técnica;

III - da entidade de representação dos assentados à qual o beneficiário estiver vinculado.

§ 1º As DAP's de agricultores familiares beneficiários de assentamento promovido e/ou reconhecido pelo Incra serão registradas na Superintendência Regional da autarquia após a sua emissão.

§ 2º O registro na Superintendência Regional do Incra consistirá na anotação do beneficiário no SIPRA e a remessa, por meio eletrônico, da DAP à Secretaria da Agricultura Familiar - SAF.

Art. 5º São credenciadas para dar início ao processo de emissão das DAP's o qual é caracterizado pelo preenchimento dos formulários - aos agricultores familiares egressos do Grupo A que constituem o Grupo A/C, e dos Grupos B, C, D e Proger Rural Familiar - PRF, e ainda aos pecuaristas familiares, extrativistas, silvicultores, aquícultores, pescadores artesanais, remanescentes de quilombos e aos índios, as seguintes instituições:

I - entidades de representação dos agricultores familiares:

- a) Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura Contag, por meio dos Sindicatos de Trabalhadores Rurais a ela formalmente filiados;
- b) Federação dos Trabalhadores na Agricultura Familiar - Fetraf/Sul, por meio dos Sindicatos de Trabalhadores Rurais e Sindicatos de Trabalhadores na Agricultura Familiar a ela formalmente filiados;
- c) Associação Nacional dos Pequenos Agricultores - ANPA, por meio das Associações ou Sindicatos a ela formalmente filiados;
- d) Confederação Nacional da Agricultura - CNA, por meio dos Sindicatos Rurais a ela formalmente filiados;
- e) Federações de Pescadores, por meio das Colônias a elas formalmente filiadas;

II - entidades governamentais:

- a) Instituições Estaduais Oficiais de Assistência Técnica e Extensão Rural, por meio de seus escritórios regionais e locais;
- b) Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira - Ceplac, por meio de seus escritórios regionais e locais;
- c) Fundação Instituto Estadual de Terras do Estado de São Paulo "José Gomes da Silva" - Itesp;
- d) Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, por meio dos Núcleos de Pesca e Aquícultura de suas Delegacias Federais;
- e) Fundação Nacional do Índio - Funai, por meio de suas representações regionais e locais;
- f) Instituto Estadual de Pesca ou similar;
- g) Fundação Cultural Palmares, por meio das entidades por ela reconhecidas.

Parágrafo único. Os representantes das entidades relacionadas somente poderão emitir DAP's aos agricultores familiares enquadrados nos Grupos A/C, B, C, D e PRF, no âmbito de suas competências legais e restritos à área geográfica de sua abrangência regulamentar.

§ 1º As entidades credenciadas devem se cadastrar junto à SAF, até 30 de abril de cada ano, com o envio da relação de suas filiadas aptas a fornecerem a DAP, identificando:

- a) Razão Social;
- b) Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ;
- c) Código da Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - FIBGE do(s)

município(s) que delimitam a respectiva área de atuação.

§ 2º Excepcionalmente, no ano civil de 2003, o prazo para encaminhamento da relação de que trata o parágrafo anterior é limitado a 30 de setembro.

§ 3º As entidades que porventura não se cadastrarem no prazo estabelecido, não poderão enviar a lista de DAP para a homologação anual, sendo que nestes casos a homologação será executada unicamente pela entidade emissora cadastrada na SAF.

§ 4º Para se cadastrar, a entidade enviará solicitação por escrito à SAF.

§ 5º O cadastro será executado exclusivamente por meio de software fornecido pela SAF a cada uma das entidades listadas nos incisos I e II deste artigo.

§ 6º O não encaminhamento da relação de suas filiadas nos prazos estabelecidos nos §§ 1º e 2º deste artigo, implica na inabilitação da entidade credenciada para fornecimento de DAP.

§ 7º As entidades credenciadas fornecerão aos agentes financeiros, até 30 de maio de cada ano, os cartões de autógrafo de seus representantes, habilitando-os a assinar as DAPs.

Art. 6º As DAP's emitidas aos agricultores familiares enquadrados nos Grupos A/C, B, C e D, devem ser assinadas pelo agricultor familiar e por duas instituições, conforme determinado a seguir:

I aos agricultores familiares, por qualquer uma das entidades relacionadas no art. 5º, inciso I, alíneas a, b, c, e d, e inciso II, alíneas a, b e c;

II aos pescadores artesanais, por qualquer uma das entidades relacionadas no art. 5º, inciso I, alínea e, e inciso II, alíneas a, b, c, d, e f;

III - aos índios, por qualquer uma das entidades relacionadas no art. 5º, inciso I, alíneas a, b e c, e inciso II, alíneas a, b, c, d e e;

IV - para quilombolas, por qualquer entidade relacionada no art. 5º, inciso I, alíneas a, b e c, e inciso II, alíneas a, b, c e g.

§ 1º Nos municípios onde ocorrer a atuação de apenas uma das entidades ou instituições credenciadas a emitir a DAP, esse documento será assinado unicamente pelo agricultor familiar e pelo representante dessa entidade ou instituição.

§ 2º Nos municípios em que apenas uma entidade se cadastrar para a emissão da DAP, esse documento será assinado unicamente pelo agricultor familiar e pelo representante dessa entidade ou instituição.

§ 3º Os representantes dos sindicatos vinculados à CNA só poderão emitir e assinar DAP para os agricultores familiares dos Grupos C, D e PRF.

Art. 7º A DAP deverá ser fornecida gratuitamente aos agricultores familiares pelas instituições credenciadas, sendo vedada a exigência de filiação, a cobrança de taxas, ou qualquer outra forma de reciprocidade, sob pena de descredenciamento e demais sanções legais.

Art. 8º A DAP poderá ser emitida por meio eletrônico ou alternativamente por formulário impresso, com validade de seis anos, observado ainda que:

I quando emitida por meio eletrônico, serão impressas duas vias, sendo uma destinada ao arquivo da entidade emitente e outra a ser apresentada ao agente financeiro;

II - quando emitida por formulário impresso:

a) será fornecida em três vias, sendo uma destinada ao arquivo da entidade emitente, e duas apresentadas ao agente financeiro;

b) o agente financeiro manterá uma via em seus arquivos e remeterá a outra à Secretaria Executiva Estadual do Pronaf.

Art. 9º As DAP's serão homologadas anualmente, observados os seguintes procedimentos:

I - a SAF disponibilizará no site - <http://www.mda.gov.br> - a listagem das DAP's emitidas por cada município, com a identificação do número da DAP, nome do agricultor familiar, o grupo de enquadramento e as entidades signatárias, para que cada entidade credenciada possa avaliar o enquadramento apurado nas DAP's da qual foi signatária;

II - cada entidade credenciada identificará aqueles agricultores familiares que na sua avaliação mudaram de categoria, ou que não mais atendem aos requisitos do Pronaf, relacionando-os para proposição de bloqueio de DAP;

III - o CMDRS ou, na falta deste, a entidade congênere, pode sugerir bloqueio de DAP de agricultores familiares do município, adotando para tal os seguintes passos:

a) extrair a listagem das DAP's emitidas no município, do site -<http://www.mda.gov.br>, e afixá-la em local público de grande circulação;

b) colher, junto aos interessados, proposições de bloqueio de DAP dos agricultores familiares;

c) analisar as proposições e, caso considerá-las pertinentes, encaminhá-las às respectivas entidades signatárias, para averiguação e confirmação;

IV - as entidades signatárias das DAP's do município devem, em reunião de conciliação, analisar conjuntamente as proposições de bloqueio especificadas nos incisos II e III deste artigo, com a finalidade de preparar a relação de bloqueios de DAP, de consenso. Os casos em que não houver consenso serão dirimidos pelo CMDRS ou, na falta deste, pela entidade congênere;

V - as entidades signatárias do município devem preencher o formulário "Bloqueio de DAP", extraído do site "<http://www.mda.gov.br>", assinando o mesmo e encaminhar as informações à SAF por meio dos seguintes mecanismos:

a) nos estados em que houver convênio de transmissão eletrônica de DAP, a relação de DAP's a serem bloqueadas será transmitida eletronicamente, segundo critérios estabelecidos pela SAF, ficando a transmissora responsável pelo armazenamento das referidas relações;

b) nos estados onde não houver convênio de transmissão eletrônica de DAP, a relação de DAP's a serem bloqueadas será encaminhada à Secretaria Executiva Estadual do Pronaf, onde serão consolidadas e encaminhadas à SAF.

§ 1º As entidades signatárias das DAP's têm prazo até 30 de abril de cada ano para encaminhamento das relações de "Bloqueio de DAP" de que trata o inciso V deste artigo.

§ 2º A SAF considerará ratificadas e homologadas as DAP's que não forem bloqueadas pelos emitentes até o dia 31 de maio de cada ano.

§ 3º Os agricultores que tiverem suas DAP's bloqueadas, para continuar com o direito de buscar financiamentos no âmbito do Pronaf, necessitam solicitar às entidades emitentes uma nova DAP.

§ 4º Os agricultores só podem ser reenquadrados para Grupo de maior renda.

§ 5º As eventuais recusas à emissão ou bloqueios de DAP's por motivos espúrios, como por exemplo falta de filiação à entidade ou a cobrança para a sua emissão, será motivo suficiente para descredenciamento da entidade.

§ 6º Nos casos de descredenciamento de entidade emissora de DAP, a responsabilidade de homologação das DAP's por esta emitida passa automaticamente às demais entidades emissoras credenciadas no município.

Art. 10 Os órgãos citados nos incisos I e II do art. 3º fornecerão às entidades credenciadas de que trata o art. 5º, até 30 de abril de cada ano, a relação dos

beneficiários que contrataram financiamento integral do Grupo A ou do Procerá, identificando o nome do agricultor familiar, o Cadastro de Pessoa Física, o Projeto de Assentamento e o Município de localização do assentamento.

Art. 11 O descumprimento dos dispositivos contidos nesta Portaria pelas entidades credenciadas, conforme estabelecido no art. 5º, implicará na imediata suspensão do credenciamento sem prejuízo das demais sanções legais.

Art. 12 A SAF adotará as medidas complementares necessárias ao cumprimento desta Portaria, especialmente no que se refere:

I - à manutenção do credenciamento, suspensão e descredenciamento das entidades credenciadas para emissão de DAP's;

II - à operacionalização do crédito do Grupo A, cujos procedimentos serão estabelecidos em conjunto com as entidades estabelecidas no art. 3º;

III - à operacionalização do crédito do Grupo B;

IV - ao modelo de DAP destinado a estrangeiro naturalizado.

Art. 13 Para fins de enquadramento no crédito rural do Pronaf ou do Proger Rural Familiar (Grupo E), é pecuarista familiar aquele que tem a pecuária bovina, ovina ou caprina como preponderante na apuração da renda e na exploração da área.

Parágrafo único. Serão enquadrados como pecuaristas familiares aqueles com, no mínimo, 75% (setenta e cinco por cento) da renda bruta anual familiar proveniente da pecuária bovina, ovina ou caprina e, no mínimo, 75% (setenta e cinco por cento) da área dedicada a estas atividades.

Art. 14 O valor monetário recebido pelos agricultores familiares que produzem suínos e/ou aves em regime de parceria e integração com agroindústrias é o que deve ser considerado para cálculo da renda bruta anual familiar no enquadramento Pronaf ou no Proger Rural Familiar (Grupo E).

Parágrafo único. O valor monetário referido é o que resulta da diferença entre o valor bruto do produto entregue - suínos ou aves - menos o valor dos insumos e serviços fornecido pelas agroindústrias, tais como pintos, leitões, ração, frete e outros.

Art. 15 Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 16 Fica revogada a Portaria MDA nº 154, de 2 de agosto de 2002, publicada no Diário Oficial da União de 5 de agosto de 2002, Seção 1.

MIGUEL SOLDATELLI ROSSETTO

ANEXO 5.1

Agentes credenciados para emitir DAP

A emissão de DAP é delegada aos seguintes órgãos e entidades:

Instituições Estaduais Oficiais de Ass. Técnica e Extensão Rural;

CEPLAC – Comissão Executiva de Plano da Lavoura Cacaueira;

CONTAG – Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura;

STR – Sindicato de Trabalhadores Rurais, formalmente filiados à CONTAG;

FETRAF – Federação dos Trabalhadores na Agricultura Familiar;

STRAF – Sindicato de Trabalhadores na Agricultura Familiar, formalmente filiados à FETRAF;

ANPA – Associação Nacional dos Pequenos Agricultores;

CAPB – Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil;

ITESP – Fundação Instituto Estadual de Terras do Estado de São Paulo “José Gomes da Silva”;

FUNAI – Fundação Nacional do Índio;

MAPA – Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento;

Federação de Pescadores;

Fundação Cultural Palmares;

INCRA – Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária;

SRA – Secretaria de Reordenamento Agrário/MAPA.

MODELO DE CONTRATO N.º /20....

CONTRATO DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS DA AGRICULTURA FAMILIAR

A (*Órgão/Entidade Federal, Estadual ou Municipal*), pessoa jurídica de direito público ou privado, com sede à Rua _____, n.º _____, inscrita no CNPJ sob n.º _____, representada neste ato pelo (representante legal), o Sr. _____, doravante denominado CONTRATANTE, e por outro lado _____ (*nome do grupo formal*) com sede à _____, n.º _____, em _____/UF, inscrita no CNPJ sob n.º _____, doravante denominado CONTRATADO, fundamentados nas disposições da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, da Lei n.º 12.512, de 14/10/2011, e da Resolução do Grupo Gestor do Programa de Aquisições de Alimentos – PAA nº 50, de 26/09/2012, nº 56, de 14/02/2013, nº 64, de 20/11/2013, e nº 73, de 26/10/2015, e tendo em vista o que consta na Chamada Pública n.º _____, resolvem celebrar o presente contrato mediante as cláusulas que seguem:

CLÁUSULA PRIMEIRA

1.1 É objeto desta contratação a AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS DA AGRICULTURA FAMILIAR, modalidade Compra Institucional, para atendimento da demanda dos órgãos e entidades da administração pública _____ (*municipal, distrital, estadual ou federal*), de acordo com o edital da Chamada Pública n.º ____/20____, o qual fica fazendo parte integrante do presente contrato, independentemente de anexação ou transcrição.

CLÁUSULA SEGUNDA

2.1 O CONTRATADO se compromete a fornecer os alimentos da Agricultura Familiar ao CONTRATANTE conforme descrito na Proposta de Venda de Alimentos da Agricultura Familiar, parte integrante deste Instrumento.

2.2 Discriminação do objeto:

ITEM DESCRIÇÃO/ ESPECIFICAÇÃO

UNIDADE DE MEDIDA

QUANTIDADE VALOR

1

2

3

CLÁUSULA TERCEIRA

3.1 O limite individual de venda de alimentos da Agricultura Familiar é de até R\$ 20.000,00 (vinte mil reais) por Declaração de Aptidão ao PRONAF – DAP, por ano civil, por órgão comprador, referente à sua produção, conforme a legislação do Programa de Aquisição de Alimentos - modalidade Compra Institucional.

CLÁUSULA QUARTA

4.1 As despesas decorrentes desta contratação estão programadas em dotação orçamentária própria, prevista no orçamento do (Estado, DF, Município), para o exercício de 20..., na classificação abaixo:

Gestão/Unidade:

Fonte:

Programa de Trabalho:

Elemento de Despesa:

PI:

CLÁUSULA QUINTA

5.1 O início da entrega dos alimentos será imediatamente após o recebimento da Ordem de Compra, expedida pelo Departamento de Compras, sendo o prazo do fornecimento até o término da quantidade adquirida ou até ____, ____ de 20__.

5.2 A entrega de alimentos deverá ser feita nos locais, dias e quantidades de acordo com a chamada pública n.º ____.

5.3 O recebimento dos alimentos dar-se-á mediante apresentação das Notas Fiscais de Venda pela pessoa responsável pela entrega daqueles, no local previamente ajustado.

CLÁUSULA SEXTA

6.1 Pelo fornecimento dos alimentos, nos quantitativos descritos na Proposta de Venda de Alimentos da Agricultura Familiar, o CONTRATADO receberá o valor total de R\$ ____ (____).

CLÁUSULA SÉTIMA

7.1 No valor mencionado na cláusula sexta estão incluídas as despesas com frete, recursos humanos e materiais, assim como com os encargos fiscais, sociais, comerciais, trabalhistas e previdenciários e quaisquer outras despesas necessárias ao cumprimento das obrigações decorrentes do presente contrato.

CLÁUSULA OITAVA

8.1 O preço contratado é fixo e irrevogável.

CLÁUSULA NONA

9.1 O CONTRATANTE, após receber os documentos descritos no item 5.3 da cláusula quinta, e após a tramitação do Processo para instrução e liquidação, efetuará o seu pagamento no valor correspondente às entregas do mês anterior.

9.2 Não será efetuado qualquer pagamento ao CONTRATADO enquanto houver pendência de liquidação da obrigação financeira em virtude de penalidade ou inadimplência contratual.

CLÁUSULA DÉCIMA

10.1 São obrigações da Contratante:

- a) receber o objeto no prazo e condições estabelecidas no Edital de Chamada Pública;
- b) verificar minuciosamente, no prazo fixado, a conformidade dos bens recebidos provisoriamente com as especificações constantes do Edital e da proposta, para fins de aceitação e recebimento definitivo;
- c) comunicar à Contratada, por escrito, sobre imperfeições, falhas ou irregularidades verificadas no objeto fornecido, para que seja substituído, reparado ou corrigido;
- d) acompanhar e fiscalizar o cumprimento das obrigações da Contratada;
- e) efetuar o pagamento à Contratada no valor correspondente ao fornecimento do objeto, no prazo e forma estabelecidos no Edital.

10.1.1 A Administração não responderá por quaisquer compromissos assumidos pela Contratada com terceiros, ainda que vinculados à execução do presente Termo de Contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato da Contratada, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

10.2 São obrigações da Contratada:

- a) A Contratada deve cumprir todas as obrigações constantes no Edital e na sua proposta, assumindo como exclusivamente seus os riscos e as despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto e, ainda:
- b) efetuar a entrega do objeto em perfeitas condições, conforme especificações, prazo e local constantes no Edital, acompanhado da respectiva nota fiscal, na qual constarão as indicações referentes a: (especificar);
- c) substituir, às suas expensas, em prazo de ____ dias, à contar da sua notificação, o objeto com vícios ou defeitos;
- d) comunicar à Contratante, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas que antecede a data da entrega, os motivos que impossibilitem o cumprimento do prazo previsto, com a devida comprovação;
- e) manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;
- f) indicar preposto para representá-la durante a execução do contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA

11.1 Comete infração administrativa nos termos da Lei nº 8.666, de 1993, e da Lei nº 10.520, de 2002, a Contratada que:

- a) inexecutar total ou parcialmente qualquer das obrigações assumidas em decorrência da contratação;
- b) ensejar o retardamento da execução do objeto;
- c) fraudar na execução do contrato;
- d) comportar-se de modo inidôneo;
- e) cometer fraude fiscal;
- f) não manter a proposta.

11.2 A Contratada que cometer qualquer das infrações discriminadas no subitem acima ficará sujeita, sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, às seguintes sanções:

- a) advertência por faltas leves, assim entendidas aquelas que não acarretem prejuízos significativos para a Contratante;
- b) multa moratória de% (..... por cento) por dia de atraso injustificado sobre o

- valor da parcela inadimplida, até o limite de (.....) dias;
- c) multa compensatória de% (..... por cento) sobre o valor total do contrato, no caso de inexecução total do objeto;
- d) em caso de inexecução parcial, a multa compensatória, no mesmo percentual do subitem acima, será aplicada de forma proporcional à obrigação inadimplida;
- e) suspensão de licitar e impedimento de contratar com o órgão ou entidade Contratante, pelo prazo de até dois anos;
- f) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a Contratada ressarcir a Contratante pelos prejuízos causados.

11.3 Também ficam sujeitas às penalidades do art. 87, III e IV da Lei nº 8.666, de 1993, a Contratada que:

- a) tenha sofrido condenação definitiva por praticar, por meio dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- b) tenha praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;
- c) demonstre não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de atos ilícitos praticados.

11.4 A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa à Contratada, observando-se o procedimento previsto na Lei nº 8.666, de 1993.

11.5 A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA

12.1 O CONTRATADO deverá guardar pelo prazo de 05 (cinco) anos, cópias das Notas Fiscais de Venda, ou congêneres, dos produtos participantes da Proposta de Venda de Alimentos da Agricultura Familiar, as quais ficarão à disposição para comprovação.

12.2 O CONTRATANTE se compromete em guardar pelo prazo de 05 (cinco) anos as Notas Fiscais de Compra apresentadas nas prestações de contas, bem como a Proposta de Venda de Gêneros Alimentícios da Agricultura Familiar, as quais ficarão à disposição para comprovação.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA

13.1 É de exclusiva responsabilidade do CONTRATADO o ressarcimento de danos causados ao CONTRATANTE ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do contrato, não excluindo ou reduzindo esta responsabilidade a fiscalização efetuada pelo CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA

14.1 A fiscalização do presente contrato ficará a cargo do órgão ou entidade responsável

pela compra.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA

15.1 O presente contrato rege-se, ainda, pela Chamada Pública Nº _____/ANO, pela Resolução do Grupo Gestor do Programa de Aquisição de Alimentos - PAA n.º 50, de 26/09/2012, n.º 56, de 14/02/2013, n.º 64, de 20/11/2013, e n.º 73, de 26/10/2015, pela Lei n.º 12.512, de 14/10/2011, e pela Lei n.º 8.666, de 21 de junho de 1993, em todos os seus termos, a qual será aplicada, também, onde o contrato for omissivo.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA

16.1 Este Contrato poderá ser aditado a qualquer tempo, mediante acordo formal entre as partes, resguardadas as suas condições essenciais.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA

17.1 O presente Termo de Contrato poderá ser rescindido nas hipóteses previstas no art. 78 da Lei n.º 8.666, de 1993, com as consequências indicadas no art. 80 da mesma Lei, sem prejuízo das sanções aplicáveis.

17.2 Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados, assegurando-se à CONTRATADA o direito à prévia e ampla defesa.

17.3 A CONTRATADA reconhece os direitos da CONTRATANTE em caso de rescisão administrativa prevista no art. 77 da Lei n.º 8.666, de 1993.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA

18.1 O presente contrato vigorará da sua assinatura até a entrega total dos produtos adquiridos ou até ____ de ____ de 20____.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA

19.1 É competente o Foro da Comarca de _____ para dirimir qualquer controvérsia que se originar deste contrato.

E, por estarem assim, justos e contratados, assinam o presente instrumento em três vias de igual teor e forma, na presença de duas testemunhas.

_____(município), ____ de ____ de 20____.

CONTRATANTE

CONTRATADO

TESTEMUNHAS:

ANEXO 7

TÍTULO 30 – COMPRA COM DOAÇÃO SIMULTÂNEA – CDS

COMUNICADO CONAB/MOC N.º 019, DE 01/09/2014
--

- 1) **FINALIDADE:** Aquisição de alimentos de organizações fornecedoras constituídas por público descrito no Art. 3º da Lei N.º 11.326, de 24 de julho de 2006, com vistas à doação para unidades receptoras que atendam pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional, definidas no item 2 deste Título.
- 2) **PÚBLICO:** Consoante o Artigo 4º, inciso II, §§ 1º a 5º do Decreto N.º 7.775, de 4 de julho de 2012, atualizado pelo Decreto N.º 8.026 de 6 de junho de 2013 e pelo inciso III do Art. 2º da Resolução N.º 62, de 24 de outubro de 2013 do Grupo Gestor do Programa de Aquisição de Alimentos (GGPAA), consideram-se:
 - a) **Organizações Fornecedoras:** Cooperativas e outras organizações formalmente constituídas como pessoa jurídica de direito privado que detenham a Declaração de Aptidão ao Programa Nacional de Agricultura Familiar (PRONAF) – DAP Jurídica. A participação das mulheres e das suas organizações deverá ser priorizada em atendimento à Resolução N.º 44, de 16 de agosto de 2011, do GGPAA.
 - b) **Unidade Receptora:** Organização formalmente constituída, definida no Decreto N.º 8.293, de 12 de agosto de 2014 e resoluções do GGPAA;.
 - c) **Beneficiário Fornecedor:** Público apto a fornecer ao PAA, que atenda aos requisitos previstos no Art. 3º da Lei 11.326, de 24 de julho de 2006. Os beneficiários fornecedores relacionados na DAP Jurídica ficam dispensados da entrega da DAP Física.
- 3) **NATUREZA DA OPERAÇÃO:** Compra de alimentos para doação simultânea.
- 4) **PRODUTOS AMPARADOS:** Produtos alimentícios próprios para consumo humano, observando-se:
 - a) **produtos *in natura*:** da safra vigente;
 - b) **produtos industrializados/processados/beneficiados:** pelo menos um dos produtos caracterizados como matéria-prima deve ser da produção própria do beneficiário fornecedor. O “Termo de Compromisso do Beneficiário Fornecedor” (Documento 5 deste Título) dispõe sobre a declaração deste item. O prazo de validade deverá estar compatível com a capacidade de consumo e o período de execução do projeto;
 - c) **produtos orgânicos/agroecológicos:** devem seguir a regulamentação contida na Lei N.º 10.831, de 23 de dezembro de 2003 e Decreto N.º 6.323, de 27 de dezembro de 2007, estando o produto certificado por auditoria, por sistema participativo ou por organização de controle social, nos termos da lei. Só serão aceitos produtos orgânicos em Propostas de Participação exclusivas, ou seja, que não contenham produtos convencionais, e desde que os Beneficiários Fornecedores estejam cadastrados no Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos, disponível em <http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel/organicos/cadastro-nacional>, e apresentem o certificado no momento da entrega da documentação.
- 5) **ABRANGÊNCIA:** Todo o território nacional.
- 6) **LIMITE DE AQUISIÇÃO:**
 - a) até R\$ 8.000,00 (oito mil reais) por unidade familiar/ano civil;
 - b) até R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais) por organização fornecedora por ano civil;
 - c) nas operações executadas pela Conab, o valor por beneficiário fornecedor é contabilizado automaticamente na transmissão da proposta pelo SIGPAA;
 - d) o beneficiário fornecedor que acessar a modalidade Compra com Doação Simultânea, independente do valor, não poderá acessar a mesma modalidade via Termo de Adesão com Estados e Municípios, nem por meio de cooperativa, nem individualmente.

TÍTULO 30 – COMPRA COM DOAÇÃO SIMULTÂNEA – CDS

COMUNICADO CONAB/MOC N.º 019, DE 01/09/2014
--

- 7) **ELABORAÇÃO DA PROPOSTA:** A organização fornecedora elaborará a “Proposta de Participação”, conforme modelo no Documento 1 deste Título, no PAAnet Proposta, submetendo à análise da Superintendência Regional da Conab (Sureg), seguindo suas orientações até obter aprovação da proposta apresentada.
- 8) **DOCUMENTAÇÃO OBRIGATÓRIA:** A análise da “Proposta de Participação”, por parte da Sureg, somente terá início após a entrega, via protocolo, de todos os documentos relacionados na Fase de Habilitação do Documento 13 deste Título – “Lista de Verificação de Documentos”. Da mesma forma, a efetiva contratação do projeto, que corresponde à assinatura da CPR, só acontecerá após entrega, pela organização fornecedora, dos documentos previstos na Fase de Contratação, conforme a seguir:
- a) “Proposta de Participação”, preenchida no PAAnet Proposta, disponibilizado no sítio da Conab, impressa, devidamente datada e assinada pelos representantes da organização fornecedora e da(s) unidade(s) recebedora(s), após aprovação da Sureg, conforme modelo no Documento 1 deste Título;
 - b) “Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP) Jurídica”;
 - c) “Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP) Unidade familiar de produção familiar” (DAP Física), acompanhada do extrato da DAP obtido eletronicamente, emitido até 30 (trinta) dias antes da assinatura da “Proposta de Participação”, somente dos Beneficiários Fornecedores não relacionados na DAP Jurídica;
 - d) Certidões negativas ou respectivos extratos, vigentes, da organização fornecedora junto ao INSS, FGTS, Dívida Trabalhista, Dívida Ativa da União, Receita Federal, e Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS);
 - e) Estatuto e Ata de eleição e da posse da atual diretoria da organização fornecedora (cópia autenticada);
 - f) Cópia da Ata ou da memória de reunião, prioritariamente do Conselho Estadual ou Municipal de Segurança Alimentar e Nutricional (CONSEA/COMSEA), ou do Conselho Estadual ou Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável (CMDRS) ou do Conselho Estadual ou Municipal de Assistência Social (CMAS), contendo a ciência da proposta apresentada, conforme modelo do Documento 11 deste Título (“Ata ou Memória de Reunião da Instância de Controle Social”);
 - g) “Formulário Bipartite entre Organização Fornecedor e Representante do Poder Público Municipal” – Documento 2 deste Título, que registra o acordo entre o gestor público local (Prefeito ou Secretário Municipal ou do Distrito Federal) e a Organização Fornecedor sobre as unidades recebedoras previstas na proposta de participação;
 - h) “Termo de Compromisso da Unidade Recebedora” – Documento 3 deste Título, onde a unidade recebedora assume suas responsabilidades e conhece seus direitos, relativos a sua participação no programa;
 - i) “Declaração de Aplicação de Recursos” – Documento 4 deste Título, onde a autoridade competente pela gestão dos recursos recebidos do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) declara estar cumprindo a legislação pertinente, no caso específico de conter escolas públicas como unidades recebedoras;
 - j) “Termo de Compromisso do Beneficiário Fornecedor” – Documento 5 deste Título, onde o Beneficiário Fornecedor assume suas responsabilidades e conhece seus direitos, relativos a participação no programa;
 - k) Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) – Cartão do CNPJ;
 - l) Cópias autenticadas do RG (Carteira de Identidade) e CPF do(s) representante(s) legal(is) que assina(m) a proposta (Presidente, Vice-Presidente, Secretário ou Tesoureiro);

TÍTULO 30 – COMPRA COM DOAÇÃO SIMULTÂNEA – CDS
COMUNICADO CONAB/MOC N.º 019, DE 01/09/2014

- m) Para Beneficiários Fornecedores em Propostas de produtos orgânicos/agroecológicos, Certificado do Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos;
 - n) Documentos relativos ao cumprimento da Legislação Sanitária, de acordo com as "Orientações sobre Legislação Sanitária" – Documento 14 deste Título.
- 9) PREÇOS DOS PRODUTOS:** De acordo com a Resolução N.º 59 do GGPAA, de 10 de julho de 2013.
- 10) FORMALIZAÇÃO:** Com base na "Cédula de Produto Rural (CPR)" – Documento 6 deste Título.
- 11) VALOR DA CPR:** Calculado pela quantidade de produto a ser adquirida multiplicada pelo preço ratificado pela Conab, observando-se o limite máximo por beneficiário fornecedor e por organização fornecedora estabelecido no item 6 deste Título.
- 12) DEPÓSITO DOS RECURSOS:** O valor da proposta aprovada, descontados os tributos federais incidentes, será depositado em conta bloqueada em nome da organização fornecedora, aberta na instituição financeira de sua escolha, por solicitação da Sureg, e que possua acordo de cooperação com a Conab. Os valores depositados na conta bloqueada (vinculada) sofrerão aplicação automática em caderneta de poupança, conforme disposto no Acordo de Cooperação sendo, estes rendimentos, recolhidos aos cofres públicos.
- 13) VIGÊNCIA DA CPR:** No mínimo 6 (seis) meses, prorrogáveis mediante aditivo acordado com a Sureg, até o limite máximo de 24 (vinte e quatro) meses, contados a partir da data de sua assinatura. É facultado à organização fornecedora solicitar o encerramento antecipado da CPR.
- 14) EXECUÇÃO E INÍCIO DAS ENTREGAS DOS PRODUTOS:** A organização somente poderá iniciar as entregas dos produtos a partir da data da assinatura da CPR. As entregas serão realizadas de acordo com a "Proposta de Participação" e não poderão ser feitas após o término da vigência da CPR. Qualquer entrega realizada fora da vigência da CPR será de inteira responsabilidade da organização fornecedora, não cabendo qualquer pagamento por parte da Conab.
- 15) DA PRESTAÇÃO DE CONTAS:** Realizada por meio do aplicativo PAAnet Entregas. A documentação exigida na prestação de contas é a seguinte:
- a) Nota Fiscal de Venda à Conab, emitida pela organização fornecedora, consoante TÍTULOS 04, 20 e 21 do MOC ou outro documento fiscal definido pela Conab;
 - b) "Termo de Recebimento e Aceitabilidade" – Documento 8 deste Título;
 - c) "Relatório de Entrega" – Documento 9 deste Título, gerado pelo PAAnet Entregas quando da sua transmissão;
 - d) "Relatório de Pagamentos" – Documento 7 deste Título, exigido a partir da 2ª entrega.
- 16) LIBERAÇÃO DOS RECURSOS APÓS ENTREGA:** A liberação dar-se-á por meio de transferência da conta bloqueada (vinculada) para a conta de livre movimentação, mediante autorização formal da Conab, correspondente à prestação de contas das entregas realizadas, após apresentação dos documentos descritos neste item a seguir:
- a) a partir da segunda entrega, a liberação dar-se-á mediante apresentação, também, da relação dos valores efetivamente pagos a cada um dos beneficiários fornecedores pela entrega anterior, conforme o "Relatório de Pagamentos" (Documento 7 deste Título);
 - b) os custos operacionais poderão ser deduzidos do valor a ser pago aos beneficiários fornecedores, desde que previamente acordado com estes beneficiários, conforme estabelecido no "Termo de Compromisso do Beneficiário Fornecedor" – Documento 5 deste Título;

TÍTULO 30 – COMPRA COM DOAÇÃO SIMULTÂNEA – CDS

COMUNICADO CONAB/MOC N.º 019, DE 01/09/2014
--

- c) a liberação dos recursos poderá sofrer retenção e/ou glosa para correção de irregularidades nas prestações de contas apresentadas e para garantia de saldamento de dívidas do CNPJ para com a Conab;
 - d) a organização fornecedora deverá manter arquivados os documentos que comprovem os pagamentos efetuados aos beneficiários fornecedores por um prazo mínimo de 10 (dez) anos, e o registro do acordo em relação a política de descontos adotada entre Beneficiário Fornecedor e Organização Fornecedor.
- 17) PRORROGAÇÃO:** Observado o limite constante no item 13, e havendo necessidade de prorrogação, a organização deverá enviar pedido por ofício, à Conab, justificando o pleito com antecedência mínima de 30 (trinta) dias antes do vencimento, sob pena de indeferimento do pedido. Para efeito de formalização da prorrogação deverá ser emitido o respectivo Termo Aditivo à CPR.
- 18) ALTERAÇÕES PERMITIDAS:** São admitidas alterações, solicitadas por meio do formulário "Solicitação de Alterações" – Documento 12 deste Título, e após a atualização dos respectivos documentos do item 8, e com a devida concordância da Sureg.
- a) de produtos: produto não previsto na "Proposta de Participação" poderá ser incluído desde que haja concordância formal da unidade recebedora, e que a quantidade do novo produto a ser entregue esteja de acordo com a conversão de preços entre o produto substituído e o substituto;
 - b) de beneficiários fornecedores;
 - c) da unidade recebedora;
 - d) de quantidade de produto a ser entregue: produto previsto na "Proposta de Participação", desde que pactuado entre organização fornecedora e unidade recebedora.
- 19) CONTROLE SANITÁRIO E DE QUALIDADE:** Aplicável a produtos *in natura*, beneficiados, manipulados, processados e industrializados, em consonância com o item 4 deste Título e com o Documento 14 deste Título.
- 20) ORIENTAÇÕES:** A Conab, de acordo com a conveniência e oportunidade, poderá realizar procedimentos orientativos às organizações fornecedoras, unidades recebedoras, beneficiários fornecedores e demais envolvidos com a proposta de participação. As organizações fornecedoras, a qualquer momento, poderão solicitar orientações à Sureg.
- 21) FISCALIZAÇÃO:** A Conab fiscalizará os termos previstos no instrumento pactuado, os procedimentos e a documentação comprobatória da operação, por amostragem. As organizações fornecedoras, unidades recebedoras, beneficiários fornecedores e demais envolvidos com a "Proposta de Participação" serão objeto da fiscalização.
- 22) INFRAÇÕES E PENALIDADES:** As infrações e as penalidades correspondentes estão descritas nas "Infrações e Penalidades" – Documento 10 deste Título.
- 23) ENVIO DE DOCUMENTOS:** Todos os documentos relacionados neste Título devem ser endereçados às Suregs, nos endereços do link <http://www.conab.gov.br/conab-superintendenciasregionais.php?a=13&t=1> (Quem é Quem), na figura do/a Superintendente Regional.
- 24) DISPOSIÇÕES TRANSITÓRIAS:**
- a) este Comunicado MOC entra em vigor na data de sua publicação no Diário Oficial da União;
 - b) as CPR assinadas anteriormente à publicação no DOU são regidas pelos Manuais (MOC) vigentes à época.
- 25) CASOS OMISSOS:** Os casos omissos ou de natureza específica serão dirimidos pela Conab.

ANEXO 7.1

Para análise e aprovação da proposta de participação, organização fornecedora, precisa apresentar:

- a) “Proposta de Participação”, preenchida no PAAnet Proposta.
- b) “Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP) Jurídica”;
- c) “Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP) Unidade familiar de produção familiar” (DAP Física), acompanhada do extrato da DAP obtido eletronicamente, emitido até 30 (trinta) dias antes da assinatura da “Proposta de Participação”, somente dos Beneficiários Fornecedores não relacionados na DAP Jurídica;
- d) Certidões negativas ou respectivos extratos, vigentes, da organização fornecedora junto ao INSS, FGTS, Dívida Trabalhista, Dívida Ativa da União, Receita Federal, e Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS);
- e) Estatuto e Ata de eleição e da posse da atual diretoria da organização fornecedora (cópia autenticada);
- f) Cópia da Ata ou da memória de reunião, prioritariamente do Conselho Estadual ou Municipal de Segurança Alimentar e Nutricional (CONSEA/COMSEA), ou do Conselho Estadual ou Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável (CMDRS) ou do Conselho Estadual ou Municipal de Assistência Social (CMAS), contendo a ciência da proposta apresentada;
- g) “Formulário Bipartite entre Organização Fornecedor e Representante do Poder Público Municipal”, que registra o acordo entre o gestor público local (Prefeito ou Secretário Municipal ou do Distrito Federal) e a Organização Fornecedor sobre as unidades recebedoras previstas na proposta de participação;
- h) “Termo de Compromisso da Unidade Recebedora” , onde a unidade recebedora assume suas responsabilidades e conhece seus direitos, relativos a sua participação no programa;
- i) “Declaração de Aplicação de Recursos”, onde a autoridade competente pela gestão dos recursos recebidos do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) declara estar cumprindo a legislação pertinente, no caso específico de conter escolas públicas como unidades recebedoras;

- j) “Termo de Compromisso do Beneficiário Fornecedor”, onde o Beneficiário Fornecedor assume suas responsabilidades e conhece seus direitos, relativos a participação no programa;
 - k) Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) – Cartão do CNPJ;
 - l) Cópias autenticadas do RG (Carteira de Identidade) e CPF do(s) representante(s) legal(is) que assina(m) a proposta (Presidente, Vice-Presidente, Secretário ou Tesoureiro);
 - m) Para Beneficiários Fornecedores em Propostas de produtos orgânicos/agroecológicos, Certificado do Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos;
 - n) Documentos relativos ao cumprimento da Legislação Sanitária, de acordo com as “Orientações sobre Legislação Sanitária”.
-

ANEXO

TÍTULO 27 – COMPRA DIRETA DA AGRICULTURA FAMILIAR – CDAF (*)

COMUNICADO CONAB/MOC N.º 009, DE 16/05/2013

- 1) **FINALIDADE:** garantir, com base nos preços de referência, a compra de produtos agropecuários em conformidade com o art. 19 da Lei N.º 10.696, de 02/07/2003, atualizada pela Lei N.º 12.512 de 14/10/2011, regulamentadas pelo Decreto N.º 7.775, de 04/07/2012.
- 2) **DOS PARTICIPANTES:** agricultores enquadrados no Pronaf, inclusive os Povos e Comunidades Tradicionais qualificados de acordo com o Decreto N.º 6.040, de 07/02/2007 extrativistas, quilombolas, famílias atingidas por barragens, trabalhadores rurais (definidos de acordo com a Portaria MDA N.º 47, de 26/11/2008), comunidades indígenas e agricultores familiares em condições especiais (autorizados pela Conab). Os participantes deverão estar organizados, preferencialmente, em grupos formais (cooperativas e associações) ou informais.
- 3) **NATUREZA DA OPERAÇÃO:** Compra Direta dos produtos dos participantes enquadrados no item 2, deste Título.
- 4) **PRODUTOS AMPARADOS:** arroz, castanha-de-caju, castanha-do-brasil, farinha de mandioca, feijão, milho, sorgo, trigo, leite em pó integral e farinha de trigo. A Conab, a seu critério, poderá adquirir outros produtos processados/beneficiados, próprios para o consumo humano.
- 5) **ABRANGÊNCIA:** todo o território nacional.
- 8 6) **PREÇOS DE REFERÊNCIA:** consoante o TÍTULO 31 do MOC.
- 7) **VALOR DA COMPRA:** peso líquido do produto multiplicado pelo preço de referência, acrescido do valor da embalagem, conforme o item 17 deste Título.
- 8) **LIMITE DE COMPRA:**
 - a) até o valor da produção própria, não podendo ultrapassar R\$ 8.000,00 (oito mil reais)/unidade familiar/ano civil, **não sendo cumulativo** com a modalidade "Apoio à Formação de Estoques pela Agricultura Familiar com Liquidação Financeira" (TÍTULO 33 do MOC);
 - b) caso o fornecedor tenha realizado operações de "Apoio à Formação de Estoques pela Agricultura Familiar com Liquidação Física" (TÍTULO 33 do MOC) ou de Compra Direta (TÍTULO 27 do MOC) a soma com a Compra com Doação Simultânea – CDS, não poderá ultrapassar o limite de R\$ 8.000,00 /unidade familiar/ano civil;
 - c) as operações de compra da agricultura familiar para alimentação escolar com recursos do Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE e a modalidade Compra Institucional não têm vínculo com os limites da Compra com Doação Simultânea – CDS.
- 9) **CONDIÇÕES PARA COMPRA:**
 - a) produto *in natura*: deverá estar limpo, seco e enquadrado nos padrões de identidade e qualidade estabelecidos pelo MAPA, comprovados pelo Certificado de Classificação, consoante o TÍTULO 09 do MOC;
 - b) produto processado/beneficiado: acondicionado e nos padrões estabelecidos pelos Órgãos competentes.
- 10) **ENTREGA:** os produtos serão entregues nos Pólos de Compra (Unidades Armazenadoras próprias, ou credenciadas, depósitos ou outros locais indicados pela Conab).
- 11) **DOCUMENTAÇÃO OBRIGATÓRIA:** para efetivação da operação deverão ser entregues os seguintes documentos:

TÍTULO 27 – COMPRA DIRETA DA AGRICULTURA FAMILIAR – CDAF
COMUNICADO CONAB/MOC N.º 009, DE 16/05/2013

- a) Declaração de Aptidão ao Pronaf – DAP/Unidade familiar (DAP Física): na forma prevista, sendo também aceito, o extrato da DAP obtido eletronicamente ou qualquer outro documento de acordo com a legislação em vigor (Documento 1 – Anexo I e II deste Título);
- b) Declaração de Aptidão ao Pronaf Provisória – DAP-P, consoante Portaria MDA N.º 29, de 29/05/09, constante no Documento 1 – Anexo IV, deste Título: para os agricultores que não tenham sua Demanda Qualificada atendida;
- c) Para os extrativistas não atendidos pelo Plano Nacional da Reforma Agrária – PNRA: Relação de Extrativistas Beneficiários – REB, consoante Portaria MDA N.º 62, de 27/11/09, constante no Documento 1 – Anexo V, deste Título;
- d) “Declaração de Aptidão ao Pronaf – DAP I”: na forma da Portaria MDA N.º 94, de 27/11/2012 (Documento 1 – Anexo X, deste Título);
- e) “Declaração” com as seguintes especificações:
 - e.1) agricultor familiar: que o produto é de produção própria, estando desonerado de penhor ou de qualquer outro gravame, consoante o Documento 2 deste Título, devendo ser preenchida individualmente;
 - e.2) grupo formal:
 - e.2.1) para produto *in natura*: que o produto foi recebido/adquirido de agricultores enquadrados como participantes, à vista, por preço não inferior ao de referência vigente à época da operação, sem deduções, estando desonerado de penhor ou qualquer outro gravame, consoante o Documento 3 – Anexo I, deste Título;
 - e.2.2) para o produto processado/beneficiado, próprio para o consumo humano: que o produto *in natura* foi recebido/adquirido de agricultores enquadrados como participantes, à vista, por preço não inferior ao de referência vigente à época da operação, sem deduções, estando desonerado de penhor ou qualquer outro gravame, consoante o Documento 3 – Anexo II, deste Título;
 - e.3) Nota Fiscal de venda, consoante TÍTULO 4 do MOC;
- f) Certidões Negativas;
- g) Pessoa Jurídica: do INSS, FGTS, Dívida Ativa da União e Receita Federal, CADIN e CNDT;
 - g.1) Pessoa Física: estar regular junto à Secretaria da Receita Federal;
- h) Para produto processado/beneficiado: declaração de que a matéria-prima básica (produto *in natura*) é oriunda da agricultura familiar. Na entrega dos produtos será exigida documentação comprobatória da origem dos produtos (notas fiscais de aquisição junto aos fornecedores, nota fiscal de remessa à agroindústria, contrato de prestação de serviço da agroindústria, etc.), conforme Documento 10 deste Título;
- i) Nas operações com sementes:
 - i.1) apresentar “Carta de Apresentação da Proponente” (Documento 1 – Anexo II, deste Título) de entidade governamental ou não-governamental, de reconhecida atuação no setor agrícola, conforme descrito no item 21 deste Título;
 - i.2) termo de conformidade e comprovação do valor de cultivo e uso (teste de germinação e vigor) obtido em laboratório oficial de sementes. Será exigido, ainda, a apresentação de resultado de teste de transgenia;
 - i.3) verificar na origem a disponibilidade dos estoques nas condições estabelecidas para entrega, recomendações técnicas de armazenagem de sementes e que atendam as especificações dos Decretos N.º 7.775, de 04/07/2012 e N.º 7.794, de 20/08/2012;

TÍTULO 27 – COMPRA DIRETA DA AGRICULTURA FAMILIAR – CDAF

COMUNICADO CONAB/MOC N.º 009, DE 16/05/2013
--

- i.4) apresentar o “Termo de Recebimento e Aceitabilidade” assinado pelo Beneficiário Consumidor, conforme modelo constante no Documento 5, Anexo II do TÍTULO 30 do MOC;
- i.5) a organização consumidora deverá manter a relação contendo o nome e endereço dos agricultores, categoria, especificação das sementes e respectivas quantidades entregues.

12) COMPRA DO PRODUTO: será efetivada mediante emissão da Nota Fiscal de aquisição, após a confirmação da regularidade da documentação e do Certificado de Classificação.

13) ARMAZENAMENTO: consoante o TÍTULO 08 do MOC.

14) CLASSIFICAÇÃO/REGISTRO/ANÁLISE:

- a) Produto *in natura* e processado/beneficiado: consoante TÍTULO 09 do MOC. O certificado de classificação poderá ser emitido pela Conab ou por entidade credenciada pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA e contratada pela Conab. O produto será avaliado de acordo com os padrões de identidade e qualidade do MAPA, observados os limites de compra e emissão do competente documento de classificação;
- b) Produto industrializado: registro no órgão competente devendo atender as legislações vigentes do MAPA e ANVISA, tendo em vista a existência de produtos industrializados dispensados da obrigatoriedade de registro. A Conab poderá exigir análise laboratorial específica para fins de controle de qualidade.

15) DESPESAS POR CONTA DO PARTICIPANTE: todas aquelas incidentes até a entrega do produto nos locais de compra, inclusive as despesas de transporte, carga/descarga e reensaque, caso necessário.

16) DESPESAS POR CONTA DA CONAB:

- a) nas aquisições de agricultor e de associações de agricultores que não emitem Nota Fiscal: classificação do produto e recolhimento do INSS e ICMS;
- b) nas aquisições de cooperativas ou associações de agricultores que emitem Nota Fiscal: classificação do produto e indenização do INSS e ICMS, mediante o comprovante do recolhimento.

17) ACONDICIONAMENTO: consoante o TÍTULO 07 do MOC.

18) PRAZO DE PAGAMENTO:

- a) será efetuado no prazo de até 10 (dez) dias, a contar da data da emissão da Nota Fiscal, devendo o participante indicar a instituição bancária, o número da conta corrente e da agência (não podendo ser conta conjunta), para o recebimento do valor referente à venda do produto. Na eventual inexistência de conta bancária, a Conab realizará o pagamento por meio de “Ordem de Pagamento”, devendo o participante dirigir-se à instituição bancária indicada, de posse do CPF e dos documentos oficiais de identificação;
- b) quando a compra for de Grupo Formal (Pessoa Jurídica), a Conab fará a retenção na fonte do Imposto de Renda e Contribuições na forma da legislação vigente.

19) SEGURO OBRIGATÓRIO: consoante TÍTULO 11 do MOC.

20) CASOS OMISSOS: os casos omissos ou de natureza específica serão dirimidos pela Conab.

ANEXO 9

TÍTULO 33 – APOIO À FORMAÇÃO DE ESTOQUE PELA AGRICULTURA FAMILIAR	(*)
COMUNICADO CONAB/MOC N.º 009, DE 15/05/2015	

- 1) **FINALIDADE:** Apoio financeiro para constituição de estoques de alimentos por organizações fornecedoras, para posterior comercialização e devolução dos recursos ao Poder Público, conforme o art. 19 da Lei N.º 10.696, de 02/07/2003, alterado pelo Capítulo III da Lei N.º 12.512, de 14/10/2011 e regulamentadas pelo Decreto N.º 7.775, de 04/07/2012, alterado pelo Decreto N.º 8.293, de 13/08/2014.
- 2) **PÚBLICO:** Cooperativas e outras organizações formalmente constituídas como pessoa jurídica de direito privado que detenham a Declaração de Aptidão ao Programa Nacional de Agricultura Familiar – PRONAF – DAP Jurídica.
- 3) **NATUREZA DA OPERAÇÃO:** Formação de estoque de produtos alimentícios pelas organizações detentoras de DAP Jurídica.
- 4) **PRODUTOS AMPARADOS:** Produtos alimentícios próprios para consumo humano, observando-se:
 - a) produtos *in natura*: da safra vigente;
 - b) produtos industrializados/processados/beneficiados: o prazo de validade deverá estar compatível com o período de execução do projeto;
 - c) produtos orgânicos/agroecológicos: devem seguir a regulamentação contida na Lei N.º 10.831, de 23/12/2003 e Decreto N.º 6.323, de 27/12/2007, com apresentação dos atestos de conformidade orgânica/agroecológica.
- 5) **PRAZO:** Até 12 (doze) meses, conforme Resolução N.º 20 do GGPAA, não sendo permitida prorrogação.
- 6) **ABRANGÊNCIA:** Todo o território nacional.
- 7) **LIMITES:**
 - a) Dos Beneficiários Fornecedoros: até o valor da produção própria, não podendo ultrapassar R\$ 8.000,00 (oito mil reais) /unidade familiar/ano civil não sendo cumulativo com as demais modalidades do PAA;
 - b) Das Organizações Fornecedoras: até R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), para participantes com personalidade jurídica, sendo a primeira operação limitada a R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais);
 - b.1) não poderá ser formalizada mais de uma proposta simultânea por organização fornecedora.
- 8) **DOCUMENTAÇÃO EXIGIDA:** A organização deverá entregar à Superintendência Regional da Conab os seguintes documentos:
 - a) "PROPOSTA DE PARTICIPAÇÃO PARA APOIO À FORMAÇÃO DE ESTOQUE PELA AGRICULTURA FAMILIAR" preenchida no PAAnet Proposta, disponibilizado no sítio da Conab, impressa, devidamente datada e assinada pelos representantes da organização fornecedora, conforme modelo do Documento 1 – Anexo I, deste Título. Deve ser formada exclusivamente por associados ou cooperados da organização fornecedora, detentores de Declaração de Aptidão ao Pronaf – DAP Física;
 - b) Cópia da "Declaração de Aptidão ao Pronaf – DAP Jurídica" ou Extrato correspondente. A autenticidade da respectiva DAP deverá ser verificada pela Conab, por meio da chave do extrato, bem como a verificação de titulares com DAP reconhecidos pelo MDA;
 - c) Certidões negativas, ou respectivos extratos, vigentes, da organização fornecedora junto ao INSS, FGTS, Dívida Trabalhista, Dívida Ativa da União e Receita Federal;

TÍTULO 33 – APOIO À FORMAÇÃO DE ESTOQUE PELA AGRICULTURA FAMILIAR
--

COMUNICADO CONAB/MOC N.º 009, DE 15/05/2015
--

- d) Cópias autenticadas do Estatuto e Ata de eleição/posse da atual diretoria da organização e dos documentos pessoais RG (Carteira de Identidade) e CPF;
 - e) “DECLARAÇÃO DE CONHECIMENTO DAS REGRAS E DA PARTICIPAÇÃO NO PAA” (Documento 1 – Anexo V, deste Título) assinada pelo Representante Legal da Organização e dos Conselhos de Administração e Fiscal, afirmando que todos os fornecedores de alimentos participantes do projeto foram orientados e esclarecidos sobre a sua participação na modalidade Apoio à Formação de Estoque pela Agricultura Familiar, e têm pleno conhecimento das regras contidas neste normativo e que a matéria-prima ou produto objeto da CPR somente será adquirida dos agricultores relacionados na proposta;
 - f) “DECLARAÇÃO DE RESPONSABILIDADE DE MANUTENÇÃO DE DOCUMENTOS” (Documento 1 – Anexo IV, deste Título) que a Organização manterá arquivada pelo prazo de 10 (dez) anos;
 - g) Documentação que comprove que a organização possui algum tipo de mercado para a comercialização do produto objeto da CPR (mercado institucional ou privado);
 - h) ATA de Reunião ou da Assembléia aprovando a proposta, assinada por todos os beneficiários fornecedores.
- 9) FORMALIZAÇÃO:** Com base na “CÉDULA DE PRODUTO RURAL (CPR)”, Documento 2, deste Título, que deverá ter seu registro em cartório.
- 10) PREÇOS DOS PRODUTOS:** De acordo com o TÍTULO 31 do MOC.
- 11) VALOR DA CPR:** Calculado pela quantidade de produto a ser adquirida dos participantes, multiplicada pelo preço estabelecido na “Proposta de Participação”.
 - 12) LIBERAÇÃO DOS RECURSOS:** A liberação, mediante autorização da Conab, dar-se-á por meio de transferência da conta bloqueada (vinculada) para a conta de livre movimentação que poderá ocorrer em uma ou mais parcelas. Para a liberação de cada parcela, é necessária a apresentação da “SOLICITAÇÃO DE LIBERAÇÃO DE PARCELA”, Documento 1, Anexo II deste Título.
 - 13) GARANTIAS:** Nota Promissória.
 - 14) FORMAÇÃO DE ESTOQUE:** Após a liberação da parcela, a organização deverá formar o estoque para posterior comercialização. Deverá encaminhar o “RELATÓRIO DE COMPROVAÇÃO DO ESTOQUE”, conforme modelo do Documento 1, Anexo III, deste Título, em até 60 (sessenta) dias após a liberação desta parcela. O não envio do relatório antes do prazo estipulado poderá acarretar uma fiscalização por parte da Conab e a não liberação de próximas parcelas. A organização deverá efetuar o pagamento do montante vendido no prazo de 15 (quinze) dias após o recebimento da venda.
 - 15) LIQUIDAÇÃO:** Será realizada pelo pagamento do valor recebido, acrescido de encargos de 3% (três por cento) ao ano, calculado a partir da data de depósito na conta de livre movimentação até a data do efetivo pagamento.
 - 16) FISCALIZAÇÃO:** A Conab fiscalizará, por amostragem, os estoques, os procedimentos e a documentação comprobatória da operação.
 - 17) INADIMPLENTO:** A não liquidação da CPR na forma prevista neste normativo implicará na inclusão do emitente no Sistema de Registro e Controle de Inadimplentes (SIRCOL), no Cadastro Informativo dos Créditos não Quitados do Setor Público Federal (CADIN) e na adoção das medidas administrativas e judiciais cabíveis para o seu cumprimento.

TÍTULO 33 – APOIO À FORMAÇÃO DE ESTOQUE PELA AGRICULTURA FAMILIAR
--

COMUNICADO CONAB/MOC N.º 009, DE 15/05/2015
--

18) PENALIDADES: O descumprimento das regras do PAA e deste normativo e a identificação de quaisquer inconformidades ou irregularidades pela Conab ou por órgãos de controle externo, ensejarão as penalidades de suspensão ou cancelamento do projeto, podendo, a critério da Conab, ensejar também, o impedimento da organização fornecedora, por no mínimo dois anos, de formalizar novos projetos com a Companhia, quando comprovado dolo ou má fé, sem prejuízo de demais sanções administrativas e judiciais cabíveis.

19) CASOS OMISSOS: Os casos omissos ou de natureza específica serão dirimidos pela Conab.

ANEXO 10

TÍTULO 86 – AQUISIÇÃO DE SEMENTES**COMUNICADO CONAB/MOC N.º 001, DE 15/01/2015**

- 1) **FINALIDADE:** Aquisição de sementes de Organizações Fornecedoras para doação, de acordo com o Decreto N.º 8.293, de 12/08/2014, em atendimento aos órgãos demandantes especificados na Resolução N.º 68, de 02/09/2014, do Grupo Gestor do Programa de Aquisição de Alimentos (GGPAA).
- 2) **PÚBLICO:**
 - a) Organizações Fornecedoras: cooperativas e outras organizações formalmente constituídas como pessoa jurídica de direito privado que detenham a Declaração de Aptidão ao Programa Nacional de Agricultura Familiar – PRONAF-DAP Jurídica;
 - b) Beneficiário Fornecedor: público apto a fornecer ao PAA, que atenda aos requisitos previstos no art. 3.º da Lei N.º 11.326, de 24 de julho de 2006. Os beneficiários fornecedores devem estar relacionados na DAP Jurídica.
- 3) **NATUREZA DA OPERAÇÃO:** Compra de sementes para doação.
- 4) **PRODUTOS AMPARADOS:** Sementes de culturas alimentares.
- 5) **DEMANDAS**
 - 5.1) As operações de aquisição de sementes terão início com a apresentação à Conab do “PLANO DE DISTRIBUIÇÃO” (Documento 1 deste Título) pelos Órgãos Demandantes.
 - 5.2) São considerados Órgãos Demandantes:
 - a) Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), inclusive por intermédio das Delegacias Federais do Desenvolvimento Agrário;
 - b) Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA), inclusive por meio das Superintendências Regionais da Conab;
 - c) Fundação Nacional do Índio (FUNAI);
 - d) Fundação Cultural Palmares (FCP);
 - e) Instituto Chico Mendes (ICMBIO);
 - f) Governos estaduais, inclusive por meio de suas Secretarias Estaduais de Agricultura ou afins e suas entidades públicas de Assistência Técnica e Extensão Rural.
 - 5.3) A demanda por sementes pode ser oriunda de ações próprias dos Órgãos Demandantes, ou gerada por ações de Organizações/Movimentos Sociais/Entidades da Agricultura Familiar que desenvolvam ações de fortalecimento da segurança alimentar dos beneficiários consumidores. As Organizações/Movimentos Sociais/Entidades devem solicitar formalmente as sementes a um dos Órgãos Demandantes que, se de acordo, reunirá as demandas e enviará à Conab por meio do “PLANO DE DISTRIBUIÇÃO” – Documento 1, do presente Título.
 - 5.4) Cada Órgão Demandante poderá apresentar apenas um “PLANO DE DISTRIBUIÇÃO” por safra, respeitando o calendário agrícola, contendo a totalidade de sua demanda.
- 6) **CARACTERÍSTICAS DAS SEMENTES**
 - 6.1) É vedada a aquisição de sementes geneticamente modificadas.
 - 6.2) Para sementes de cultivar local, tradicional ou crioula, apresentar:

TÍTULO 86 – AQUISIÇÃO DE SEMENTES
--

COMUNICADO CONAB/MOC N.º 001, DE 15/01/2015
--

- a) inscrição da entidade que pretende ser fornecedora e da cultivar a ser fornecida no Cadastro Nacional de Cultivares Crioulas, instituído pela Portaria MDA N.º 51, de 03 de outubro de 2007;
- b) termo de conformidade e comprovação do valor de cultivo e uso (teste de pureza, germinação e vigor), obtido em laboratório oficial de análise de sementes;
 - b.1) os testes serão realizados de acordo com normativos do MAPA;
 - b.2) tais testes deverão ser contratados e providenciados pela Organização Fornecedora;
- c) resultado de teste de transgenia;
- d) as despesas para realização dos testes poderão ser ressarcidas pela Conab, às expensas do PAA. A coleta da amostra representativa de cada lote a ser adquirido para sua realização será feita por funcionário da Conab ou amostrador credenciado pelo MAPA.

6.3) Para sementes convencionais, apresentar:

- a) inscrição da cultivar no Registro Nacional de Cultivares, prevista no art. 11 da Lei N.º 10.711/2003;
- b) inscrição do produtor das sementes no Registro Nacional de Sementes e Mudanças (RENASEM), prevista no art. 8 da Lei N.º 10.711/2003;
- c) termo de conformidade e comprovação do valor de cultivo e uso (teste de pureza, germinação e vigor), obtido em laboratório oficial de análise de sementes, com a devida expedição do Certificado de Análise;
 - c.1) a coleta da amostra representativa de cada lote será feita por funcionário da Conab ou amostrador credenciado pelo MAPA;
 - c.2) os testes serão realizados de acordo com normativos do MAPA;
 - c.3) tais testes deverão ser contratados e providenciados pela Organização Fornecedora;
- d) resultado de teste de transgenia.

6.4) A aceitabilidade será realizada após a emissão do Certificado de Análise de Sementes, devidamente emitido por laboratório oficial de análise de sementes, devendo estar dentro dos limites estabelecidos no padrão e especificação descrito para cada cultura.

7) **ABRANGÊNCIA:** Todo o território nacional.

8) **LIMITE DE AQUISIÇÃO:**

- a) até R\$ 16.000,00 (Dezesseis mil reais) por unidade familiar/ano civil;
- b) até R\$ 6.000.000,00 (Seis milhões de reais) por Organização Fornecedora por ano civil;
- c) as operações de aquisição executadas pela Conab, acima de R\$ 500.000,00 (Quinhentos mil reais), serão realizadas mediante "CHAMADA PÚBLICA".

9) **PRIORIZAÇÃO DAS DEMANDAS:** São considerados prioritários os "PLANOS DE DISTRIBUIÇÃO" que atendam:

- a) famílias inscritas no Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal (CadÚnico);
- b) mulheres;

TÍTULO 86 – AQUISIÇÃO DE SEMENTES
COMUNICADO CONAB/MOC N.º 001, DE 15/01/2015

- c) assentados;
- d) povos indígenas;
- e) quilombolas e demais povos e comunidades tradicionais;
- f) público beneficiário do Plano Brasil sem Miséria;
- g) público da Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (PLANAPO).

Nota: Todos os atendidos devem ser detentores de DAP Física.

10) PREÇOS DAS SEMENTES: Definidos pela Sureg que recebeu o “PLANO DE DISTRIBUIÇÃO”, a partir da média de 3 (três) cotações no mercado local ou regional, das sementes requeridas ou semelhantes, de acordo com o previsto na Resolução N.º 68 do Grupo Gestor do Programa de Aquisição de Alimentos (GGPAA).

11) DEFINIÇÃO DO PROCEDIMENTO ESPECÍFICO DE AQUISIÇÃO:

- a) a partir dos preços apurados a Conab estabelecerá o valor do Plano;
- b) a Conab, a seu critério, poderá agregar vários “PLANOS DE DISTRIBUIÇÃO” recebidos, o que poderá ensejar a adoção de Chamada Pública, nos casos em que a soma dos valores superar R\$ 500.000,00 (Quinhentos mil reais).

12) PROCEDIMENTOS ESPECÍFICOS PARA AQUISIÇÕES ABAIXO DE R\$ 500.000,00: Após análise do “PLANO DE DISTRIBUIÇÃO” a Conab requisitará os seguintes documentos da Organização Fornecedora:

- a) “PROPOSTA DE PARTICIPAÇÃO”, conforme modelo no Documento 3 deste Título;
- b) Declaração de Aptidão ao Pronaf – DAP Jurídica;
 - c) “TERMO DE COMPROMISSO DO BENEFICIÁRIO FORNECEDOR E DA ORGANIZAÇÃO FORNECEDORA” – Documento 4 deste Título, onde o Beneficiário Fornecedor e a Organização Fornecedor assumem suas responsabilidades e conhecem seus direitos, relativos a participação no programa;
 - d) certidões negativas ou respectivos extratos, vigentes, da organização fornecedora junto ao INSS, FGTS, Dívida Trabalhista, Dívida Ativa da União, Receita Federal, Cadastro Informativo de Créditos não Quitados do Setor Público Federal (Cadin) e Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS);
 - e) Estatuto e Ata de eleição e da posse da atual diretoria da Organização Fornecedor (cópia autenticada);
 - f) cópias autenticadas do RG (Carteira de Identidade) e CPF do(s) representante(s) legal(is) que assina(m) a proposta (Presidente, Vice-Presidente, Secretário ou Tesoureiro);
 - g) documentos previstos no subitem 6.2.a, 6.2.b e 6.2.c ou subitens 6.3 e 6.4 do presente Título.

13) PROCEDIMENTOS ESPECÍFICOS PARA AQUISIÇÕES ACIMA DE R\$ 500.000,00: Realizada por meio de “CHAMADA PÚBLICA”, elaborada pela Superintendência Regional da Conab que recebeu o(s) “PLANO(S) DE DISTRIBUIÇÃO”, apenas para aquisições superiores a R\$ 500.000,00 (Quinhentos mil reais), seguindo o modelo do Documento 2 deste Título.

14) FORMALIZAÇÃO: Mediante “CONTRATO DE AQUISIÇÃO DE SEMENTES DA AGRICULTURA FAMILIAR”, conforme modelo Documento 5 deste Título.

15) VALOR DO CONTRATO: De acordo com o valor de cada aquisição por Organização Fornecedor, respeitando-se os limites especificados no item 8.

TÍTULO 86 – AQUISIÇÃO DE SEMENTES
--

COMUNICADO CONAB/MOC N.º 001, DE 15/01/2015
--

- 16) DEPÓSITO DOS RECURSOS:** O valor do Contrato, descontados os tributos federais incidentes, será depositado em conta bloqueada (vinculada) específica em nome da Organização Fornecedora, aberta na instituição financeira de sua escolha e que possua acordo de cooperação com a Conab. Os valores depositados na conta bloqueada (vinculada) sofrerão aplicação automática em caderneta de poupança, conforme disposto em Acordo de Cooperação específico, sendo, estes rendimentos, recolhidos aos cofres públicos.
- 17) EXECUÇÃO E INÍCIO DAS ENTREGAS DOS PRODUTOS:** De acordo com o previsto no Contrato formalizado.
- 18) PRESTAÇÃO DE CONTAS:** Apresentada em três etapas:
- a) a Organização Fornecedora deverá apresentar ao Órgão Demandante, no momento da entrega das sementes:
 - a.1) Nota Fiscal de Venda à Conab, emitida pela Organização Fornecedora, consoante TÍTULOS 04, 20 e 21 do MOC;
 - a.2) documentos relacionados no subitem 6.2.a, 6.2.b e 6.2.c ou subitens 6.3 e 6.4 do presente MOC, exceto nos casos onde os testes forem providenciados pela Conab;
 - a.3) "RELAÇÃO DE BENEFICIÁRIOS FORNECEDORES", Documento 7 deste Título;
 - b) no prazo máximo de 30 (trinta) dias após a liberação do recurso pela Conab, a Organização Fornecedora deverá encaminhar à Sureg a "DECLARAÇÃO DE COMPOSIÇÃO DE PAGAMENTOS" – Documento 8 deste Título, como forma de comprovação dos pagamentos aos Beneficiários Fornecedores. O não cumprimento do prazo ensejará suspensão das operações com a Organização Fornecedora. A Organização Fornecedora deverá manter arquivados os documentos que comprovem os pagamentos efetuados aos beneficiários fornecedores por um prazo mínimo de 10 (dez) anos, onde fique registrado o acordo com relação a política de descontos entre Beneficiário Fornecedor e Organização Fornecedora;
 - c) o Órgão Demandante deverá enviar à Conab:
 - c.1) imediatamente após o recebimento das sementes, os documentos relacionados no item 18, subalíneas a.1, a.2 e a.3. Todos os documentos devem ser conferidos pelo Órgão Demandante, e a Nota Fiscal deve ser atestada pelo responsável;
 - c.2) no prazo máximo de 90 (noventa) dias após o recebimento das sementes, o "TERMO DE RECEBIMENTO", conforme Documento 6 deste Título. O não cumprimento do prazo ensejará o não acolhimento de novos "PLANOS DE DISTRIBUIÇÃO" do Órgão Demandante.
- 19) LIBERAÇÃO DOS RECURSOS:** A liberação dar-se-á por meio de transferência da conta bloqueada (vinculada) para a conta de livre movimentação, mediante autorização formal da Conab, correspondente à prestação de contas das entregas realizadas, após apresentação dos documentos descritos no item 18 deste Título;
- 20) ACOMPANHAMENTO E FISCALIZAÇÃO:** A Conab poderá acompanhar e fiscalizar as diversas etapas da operação (desde a coleta de amostras, transporte e entrega do produto).
- 21) DISPOSIÇÕES TRANSITÓRIAS:** Este Título entra em vigor na data de sua publicação no Diário Oficial da União.
- 22) CASOS OMISSOS:** Os casos omissos ou de natureza específica serão dirimidos pela Conab.

ANEXO 11

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL E COMBATE À FOME SECRETARIA NACIONAL DE SEGURANÇA ALIMENTAR E NUTRICIONAL GRUPO GESTOR DO PROGRAMA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS

RESOLUÇÃO Nº 61, DE 23 DE OUTUBRO DE 2013

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL E COMBATE À FOME
SECRETARIA NACIONAL DE SEGURANÇA ALIMENTAR E NUTRICIONAL
GRUPO GESTOR DO PROGRAMA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS

DOU de 24/10/2013 (nº 207, Seção 1, pág. 105)

Estabelece as normas que regem o Programa de Aquisição de Alimentos, modalidade Incentivo à Produção e ao Consumo de Leite - PAA - Leite.

O GRUPO GESTOR DO PROGRAMA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS, no uso das atribuições que lhe conferem o § 3º do artigo 19 da Lei nº 10.696, de 2 de julho de 2003, e o artigo 21 do Decreto nº 7.775, de 4 de julho de 2012, resolve:

Art. 1º - Estabelecer as normas e procedimentos referentes ao Programa de Aquisição de Alimentos, modalidade Incentivo à Produção e Consumo de Leite - PAA-Leite, conforme o disposto nesta Resolução.

Art. 2º - Os objetivos do PAA-Leite, a ser operacionalizado na Região Nordeste, no norte de Minas Gerais e nos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, são:

I - contribuir para o abastecimento alimentar de famílias que estejam em situação de vulnerabilidade social e/ou em estado de insegurança alimentar e nutricional por meio da distribuição gratuita de leite;

II - fortalecer o setor produtivo local e a agricultura familiar, garantindo a compra do leite dos agricultores familiares, com prioridade para aqueles agrupados em organizações fornecedoras e/ou inscritos no Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal - CadÚnico, a preços justos; e

III - integrar o leite aos demais circuitos de abastecimento do PAA, por meio do atendimento a entidades da rede socioassistencial, equipamentos de alimentação e nutrição e unidades da rede pública e filantrópica de ensino.

Art. 3º - O PAA-Leite pode ser executado por órgãos ou entidades da administração pública estadual, direta ou indireta, por meio de convênio celebrado com a União, por intermédio do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome - MDS.

Art. 4º - Os beneficiários consumidores do PAA-Leite são:

I - famílias registradas no CadÚnico que possuam, entre seus membros, pessoa em alguma das seguintes condições:

a) gestantes, a partir da constatação da gestação pelas Unidades Básicas de Saúde e que façam exame pré-natal;

- b) crianças de dois a sete anos de idade, que possuam certidão de nascimento e estejam com o controle de vacinas em dia;
 - c) nutrízes até seis meses após o parto e que amamentem, no mínimo, até o sexto mês de vida da criança;
 - d) pessoas com sessenta anos ou mais; e
 - e) outros, desde que justificado e autorizado pelo Conselho de Segurança Alimentar e Nutricional e pela Secretaria Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional - Sesan; e
- II - pessoas atendidas pelas unidades receptoras, ou seja, por entidades da rede socioassistencial, equipamentos públicos de alimentação e nutrição e unidades da rede pública e filantrópica de ensino, dentre outras entidades públicas, que sirvam refeições regularmente.

§ 1º - Os beneficiários descritos no inciso I terão direito a um litro de leite por dia até o limite de dois litros por família.

§ 2º - Para efeitos de cadastramento dos beneficiários descritos no inciso I, o beneficiário titular será aquele que se enquadre no perfil de beneficiário consumidor do PAA-Leite, devendo ser registrado no instrumento de cadastro o nome de sua mãe e o número do NIS.

§ 3º - No mínimo trinta por cento do leite adquirido será destinado para o atendimento às unidades receptoras descritas no inciso II, preferencialmente aquelas já atendidas pelo PAA por meio da modalidade Compra com Doação Simultânea.

Art. 5º - Os beneficiários fornecedores do PAA-Leite são os produtores de leite que atendam aos requisitos previstos no art. 3º da Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006, e apresentem a Declaração de Aptidão ao Pronaf - DAP, regulamentada pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário - MDA, desde que participem das ações promovidas pelo conveniente, notadamente as relativas à assistência técnica, e realizem a vacinação do rebanho, conforme legislação pertinente.

§ 1º - Para o cadastramento dos beneficiários fornecedores deverão ser priorizadas:

I - cooperativas e outras organizações formalmente constituídas como pessoas jurídicas de direito privado, com, no mínimo, três anos de existência, detentoras da Declaração de Aptidão ao Pronaf - DAP Especial Pessoa Jurídica ou outros documentos definidos pelo Grupo Gestor do Programa de Aquisição de Alimentos - GGPA, que realizem a pasteurização do leite de seus cooperados e vendam o leite já pasteurizado ao Programa;

II - cooperativas e outras organizações formalmente constituídas como pessoas jurídicas de direito privado, com, no mínimo, três anos de existência, detentoras da Declaração de Aptidão ao Pronaf - DAP Especial Pessoa Jurídica ou outros documentos definidos pelo GGPA, que contratem o beneficiamento do leite e vendam o produto já pasteurizado ao Programa; e

III - pessoas inscritas no CadÚnico, mulheres, produtores orgânicos ou agroecológicos, povos e comunidades tradicionais e público beneficiário do Plano Brasil Sem Miséria.

§ 2º - Deverá ser respeitado o percentual mínimo de trinta por cento de mulheres no total de beneficiários fornecedores, conforme disposto na Resolução nº 44, de 16 de agosto de 2011, do GGPA.

Art. 6º - O cadastramento das organizações fornecedoras aptas a comercializarem o leite pasteurizado será realizado pelo conveniente preferencialmente por meio de chamamento público, do qual será dada ciência à Sesan, por meio do envio de

documentação comprobatória da realização do chamamento e de seu resultado, conforme previsto no instrumento de convênio.

Parágrafo único - Nas Unidades da Federação em que houver mais de uma organização fornecedora apta a comercializar o leite pasteurizado, uma única organização não poderá realizar o beneficiamento de mais de cinquenta por cento do leite disponível.

Art. 7º - Para a apuração do teto a que se refere a alínea "c" do inciso I do art. 19 do Decreto nº 7.775, de 2012, o limite máximo de aquisição do PAA-Leite será de R\$ 4.000,00 (quatro mil reais) por unidade familiar/DAP, para cada semestre, considerados os meses de janeiro a junho e de julho a dezembro, com limite de venda de cem litros por dia por produtor.

§ 1º - Caso o valor definido no *caput* não seja utilizado totalmente em um semestre, não poderá ser compensado no semestre seguinte.

§ 2º - Para fixação do valor definido no *caput* devem ser considerados os preços pagos ao produtor pelo leite in natura, em sua propriedade ou no tanque de resfriamento.

§ 3º - Caso o beneficiário fornecedor alcance a cota limite no semestre, deverá ser substituído por outro que não tenha atingido a cota, observadas as prioridades estabelecidas no art. 5º.

§ 4º - O beneficiário fornecedor poderá participar de outras modalidades do PAA, desde que sejam respeitados os limites financeiros, por unidade familiar/DAP, descritos no art. 19 do Decreto nº 7.775, de 2012.

§ 5º - Caso o beneficiário fornecedor participe do Programa por meio de organização fornecedora, o valor total a receber por unidade familiar/DAP será o mesmo exposto no *caput*.

Art. 8º - O conveniente poderá, desde que o pleito seja analisado e autorizado pelo concedente, formalizar parceria com cooperativas de agricultores familiares, portadoras de DAP Especial - Pessoa Jurídica ou outros documentos definidos pelo GGPA, para que estas viabilizem a execução do Programa, desde que obedecidas as demais normas do PAA-Leite, conforme previsto no instrumento de convênio.

Parágrafo único - Na hipótese descrita no *caput*, as cooperativas de produtores realizarão o registro dos agricultores, a gestão e o pagamento às beneficiadoras de leite.

Art. 9º - A contratação das empresas beneficiadoras do leite deverá ser realizada com estrita observância às disposições da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

Art. 10 - A metodologia de cálculo e os preços de referência do leite a ser adquirido serão definidos pelo GGPA.

Art. 11 - Quando organização fornecedora realizar a venda do leite pasteurizado, o MDS arcará com até cem por cento do valor do litro de leite.

Parágrafo único - Quando o conveniente contratar empresa beneficiadora para a realização do serviço de pasteurização, o MDS arcará com até cem por cento do valor a ser pago ao beneficiário fornecedor e com, no máximo, cinquenta por cento do valor a ser destinado à beneficiadora.

Art. 12 - O MDS, por intermédio da Sesan, participará financeiramente da execução dos convênios do PAA-Leite com até oitenta por cento do recurso financeiro necessário, conforme pactuação a ser realizada quando da celebração dos respectivos convênios.

Art. 13 - Os beneficiários fornecedores, organizações fornecedoras, beneficiários consumidores e beneficiadoras de leite que descumprirem as normas previstas nesta resolução poderão ser excluídos do Programa.

Art. 14 - Os convênios de PAA-Leite formalizados nos anos de 2009 e 2010 continuam sendo regidos pela Resolução nº 37, de 9 de novembro de 2009, do GGPAA.

Art. 15 - Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 16 - Fica revogada a Resolução nº 37, de 9 de novembro de 2009, do GGPAA.

ANEXO 12

Documentação exigida que deve acompanhar o projeto de venda para que a habilitação de fornecedor, de acordo com sua situação.

• Grupos formais:

- Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;
- Extrato da Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP jurídica) para associações e cooperativas, emitido nos últimos 60 dias;
- Prova de regularidade com a Fazenda Federal, relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS;
- Cópias do estatuto e ata de posse da atual diretoria da entidade registrada no órgão competente;
- Projeto de venda assinado pelo seu representante legal;
- Declaração de que os gêneros alimentícios a serem entregues são produzidos pelos associados/cooperados;
- Declaração do seu representante legal de responsabilidade pelo controle do atendimento do limite individual de venda de seus cooperados/associados;
- Prova de atendimento de requisitos previstos em lei específica, quando for o caso.

• Grupos informais:

- Prova de inscrição no Cadastro de Pessoa Física – CPF;
- Extrato da Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP física) de cada agricultor familiar participante, emitido nos últimos 60 dias;
- Projeto de venda com assinatura de todos os agricultores participantes;
- Declaração de que os gêneros alimentícios a serem entregues são produzidos pelos agricultores familiares relacionados no projeto de venda;
- Prova de atendimento de requisitos previstos em lei específica, quando for o caso.

OBS.: Os agricultores familiares fornecedores individuais ou organizados em grupos informais e detentores de DAP física poderão contar com uma Entidade Articuladora

(conforme definição do MDA) que poderá, nesse caso, auxiliar na elaboração do Projeto de Venda.

• Fornecedor individual (detentor de DAP física e não organizado em grupo):

- Prova de inscrição no Cadastro de Pessoa Física – CPF;
 - Extrato da Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP física) do agricultor familiar participante, emitido nos últimos 60 dias;
 - Projeto de venda com a assinatura do agricultor participante;
 - Declaração de que os gêneros alimentícios a serem entregues são oriundos de produção própria, relacionada no projeto de venda;
 - Prova de atendimento de requisitos previstos em lei específica, quando for o caso.
-

ANEXO 13

Programa Nacional de Alimentação Escolar - PNAE

(MODELO)**NOME DA PREFEITURA****(papel timbrado)****TERMO DE ANUÊNCIA**

Eu,....., nacionalidade, portador do CPF nº, Carteira de Identidade nº, expedida por, residente e domiciliado na cidade, Prefeito(a) Municipal de/....., no uso das atribuições legais que me foram conferidas e sob as penalidades da Lei, e tomando por base o Art. 7º da Lei nº 11.947, de 16 de junho de 2009, estou de acordo com a delegação que me foi conferida pela Secretaria de Educação do Estado, assumindo perante o Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação - FNDE, o compromisso de atender aos alunos matriculados nos estabelecimentos estaduais de ensino localizados na área de jurisdição do Município, no Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), conforme assinalado abaixo:

- | | |
|--------------------------|---|
| ☐ | PNACN - alunos matriculados na Creche |
| ☐ | PNAPN – alunos matriculados na Pré escola |
| ☐ | PNAFN – alunos matriculados no Ensino Fundamental |
| ☐ | PNAMN – alunos matriculados no Ensino Médio |
| ☐ | PNAEN – alunos matriculados na Educação de Jovens e Adultos – EJA |
| ☐ | PNAIN – alunos matriculados em escolas em áreas indígenas |
| ☐ | PNAQN – alunos matriculados em escolas em áreas remanescentes de quilombos |

...../...../.....
 (Nome do Município/UF) (data)

.....
 (Nome legível e assinatura do (a) Prefeito(a))

ANEXO 14

MODELO DE CARTA DE SOLICITAÇÃO DO SELO QUILOMBOS DO BRASIL

Município - UF ,(data)
A Sua Senhoria o Senhor
XXXXXXXXXXXXXXXXX
Secretário da Agricultura Familiar
Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA

Senhor Secretário,

Solicito a avaliação técnica com vistas à obtenção do Selo Quilombos do Brasil da (nome da pessoa física ou jurídica), com CPF e DAP (pessoa física), ou CNPJ (pessoa jurídica), ou ainda CNPJ e DAP (pessoa jurídica da agricultura familiar).

Junto a este ofício seguem os documentos comprobatórios necessários ao atendimento dos critérios do SIPAF, conforme estabelecidos na Portaria nº 22, de 14 de abril de 2010.

Coloco-me à disposição para quaisquer outros esclarecimentos que se fizerem necessários.

Atenciosamente,

Nome: _____
Cargo: _____
Nome da pessoa física ou jurídica: _____
Telefone: _____
E-mail: _____