



GUIA PRÁTICO

Gestão de feiras orgânicas na Amazônia

SÉRIE

Agricultura familiar:
boas práticas
replicáveis de
comercialização
de produtos da
sociobiodiversidade
e agroecologia



GUIA PRÁTICO

Gestão de feiras orgânicas na Amazônia

Uma parceria entre famílias de agricultores orgânicos, empreendimentos de economia criativa, consumidores e a Rede Maniva de Agroecologia – Rema

SÉRIE

Agricultura familiar:
boas práticas replicáveis de comercialização de produtos da sociobiodiversidade e agroecologia



MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO

Secretaria de Agricultura Familiar e Cooperativismo



GUIA PRÁTICO

Gestão de feiras orgânicas na Amazônia

MISSÃO DO MAPA

“Promover o desenvolvimento sustentável e a competitividade do agronegócio em benefício da sociedade brasileira”.

Brasília
Mapa
2020

© 2020 Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.
Todos os direitos reservados. Permitida a reprodução desde
que citada a fonte. A responsabilidade pelos direitos autorais de
textos e imagens desta obra é do autor.

1ª edição. Ano 2020

Elaboração, distribuição, informações:
MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO
Assessoria Especial de Comunicação Social
Esplanada dos Ministérios, Bloco D, 8º andar, sala 854
CEP: 70043-900, Brasília-DF
Tel.: (61) 3218-2708/2819 | Fax.: (61) 3322-4640
www.agricultura.gov.br | e-mail: acsgm@agricultura.gov.br
Coordenação Editorial: Assessoria de Comunicação Social

Impresso no Brasil / Printed in Brazil

Projeto Mercados Verdes e Consumo Sustentável

Diretor do Projeto: Frank Kraemer
Equipe do Projeto: Alexander Rose; André Machado
(Consórcio Eco Consult/Ipam); Cláudia de Souza (Consórcio
Eco Consult/Ipam); Fernando Camargo (Consórcio Eco
Consult/Ipam); Gunter Viteri (Consórcio Eco Consult/Ipam);
Luciana Rocha; Octávio Nogueira; e Tatiana Aparecida
Balzon. Estagiários: Daniel Caspar Wallmann; Gustavo
Cobello; Mariana Bitencourt; e Vitória Silva.

*Deutsche Gesellschaft fuer Internationale Zusammenarbeit
(GIZ) GmbH, com o apoio do consórcio ECO Consult Sepp
& Busacker Partnerschaft e Ipam Amazônia, em colaboração
técnica com o Ministério da Agricultura, Pecuária e
Abastecimento (Mapa) do Brasil.*

FICHA CATALOGRÁFICA

Catálogo na Fonte
Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI

Brasil. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.
Guia prático : de feiras orgânicas na Amazônia / Secretaria de
Agricultura Familiar e Cooperativismo. – Brasília : MAPA/AECS,
2020.

59 p. : il. color. (Agricultura familiar: boas práticas replicáveis
de comercialização de produtos da sociobiodiversidade e
agroecologia)

ISBN 978-65-86803-20-4

1. REMA. 2. Produto Orgânico. 3. Administração. 4.
Amazônia. I. Secretaria de Agricultura Familiar e Cooperativismo.
II. Série.

AGRI E14
E70

Kelly Lemos da Silva CRB1-1880

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa)

Cooperação Alemã – *Deutsche Gesellschaft fuer Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH*

Projeto Mercados Verdes e Consumo Sustentável

Coordenação da Série “Agricultura familiar: Boas práticas
replicáveis de comercialização replicáveis”

Cláudia de Souza
Gunter Viteri

Autores

Márcio Arthur Oliveira de Menezes, Acácia Lima Neves, Mariana
Gama Semeghini, Cláudia de Souza, Gunter Viteri e André Machado

Revisão

Fernando Camargo, Luciana Rocha, Katharina Bohl, Joana de
Oliveira Dias e Daniel Caspar Wallmann

Revisão técnica da Coordenação de Produção Orgânica (CPO)/
Departamento Técnico/Secretaria de Defesa Agropecuária/
Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (Mapa)

Fabiana Góes de Almeida Nobre

Revisão gráfica

Alexander Rose e Mariana Bitencourt

Revisão ortográfica e gramatical

Alexandre Vasconcellos de Melo

Projeto gráfico e diagramação:

Anelise Stumpf (finotraco.com.br)

Ilustrações

Daniel Dias Moreira

Imagens:

Mariana Bitencourt

Acervo Rede Maniva de Agroecologia

Acervo do Projeto Mercados Verdes e Consumo Sustentável
disponível em: <https://www.flickr.com>



26

3. Preparação da feira

27

3.1. Comissão Organizadora

28

3.2. Parcerias e contrapartidas

28

3.3. Escolha do local

30

3.4. Periodicidade, dia e horário de funcionamento

31

3.5. Escolha do equipamento para exposição dos produtos

31

3.6. Escolha dos empreendimentos de economia criativa

32

3.7. Regimento interno

33

3.8. Taxas e custos

34

3.9. Ampliação das formas de pagamento

35

3.10. Divulgação da feira

36

4. Gestão e funcionamento da feira

37

4.1. Logística das famílias agricultoras e seus produtos até a feira

38

4.2. Organização do espaço

40

4.3. Destino dos produtos não comercializados ao final da feira

41

4.4. Levantamento dos dados de comercialização

43

4.5. Aprovação de novos expositores

44

4.6. Elaboração de calendário e organização de atividades e eventos culturais

46

4.7. Atualização do preço dos produtos

47

4.8. Transparência das informações

47

4.9. Atualização das taxas administrativas

48

4.10. Resumo de recomendações para um bom funcionamento da feira

50

5. Avaliação

52

Referências bibliográficas e leitura complementar

54

Anexo: Regimento interno da feira de produtores orgânicos da Rema na Assinpa

Apresentação


As feiras orgânicas são um importante canal de comercialização direta da família agricultora para consumidores e consumidoras e promovem: maior divulgação da agroecologia e produção orgânica; o consumo responsável e saudável; o fortalecimento da organização de produtores; melhores condições para a distribuição e comercialização dos produtos; a relação direta entre produção e consumo; maior confiança entre consumidores e produtores; um espaço de troca de produtos, informações e construção do conhecimento agroecológico; a arte e a cultura local.

O projeto Mercados Verdes e Consumo Sustentável (MVCS), promovido pelo Governo Federal alemão através da

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, com o apoio do consórcio *ECO Consult Sepp & Busacker Partnerschaft* e *Ipam Amazônia*, tem como objetivo aumentar o acesso aos mercados para os produtos de biodiversidade e agroecologia provenientes das organizações econômicas de agricultores familiares e comunidades tradicionais da Amazônia.

Com base nos objetivos do projeto e na importância da produção e comercialização de produtos orgânicos e da sociobiodiversidade na Amazônia, foram identificadas várias boas práticas de comercialização com potencial de serem replicadas e adaptadas para outros empreendimentos da agricultura familiar na Amazônia.

O Guia prático *Gestão de feiras orgânicas na Amazônia* tem o objetivo de colaborar com a difusão das boas práticas de comercialização de produtos da sociobiodiversidade e da agroecolo-



gia. O que se deseja é que as famílias de agricultores orgânicos e agroecológicos, técnicas e técnicos da Assistência Técnica e Extensão Rural (Ater) e apoiadores das dinâmicas e processos da agroecologia possam encontrar, neste material, as informações para o melhor planejamento e gestão de feiras orgânicas.

Este Guia se baseia nas vivências nas feiras orgânicas que têm o apoio e gerenciamento da Rede Maniva de Agroecologia (Rema) do Amazonas. Nele, serão abordados aspectos técnicos e práticos relacionados aos seguintes temas: planejamento, organização, execução e avaliação para facilitar e fortalecer a autogestão das feiras por parte das famílias agricultoras. Esperamos que esses conhecimentos possam ser facilmente adaptados às diferentes condições e realidades territoriais por famílias agricultoras, povos indígenas e populações tradicionais, técnicas e técnicos que trabalham com a assistência técnica e extensão rural e a outros parceiros que apoiam a comercialização direta da agricultura familiar no âmbito das feiras.

Boa leitura!

Michael Rosenauer
Diretor Nacional

*Deutsche Gesellschaft für
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH*



Introdução




A agricultura familiar na Amazônia enfrenta diversos desafios relacionados à falta de infraestrutura, assistência técnica continuada, custo de escoamento da produção, pouco acesso a tecnologias, baixos preços agregados dos produtos agropecuários, cadeias de intermediação desestruturadas, dificuldades no acesso ao crédito rural, entre outros.

Para produtos da sociobiodiversidade e da agroecologia, de uma forma geral, o desafio é ainda maior se considerarmos a necessidade de esforços voltados para a conscientização de consumidores. Assim, **estratégias de comercialização** adaptadas à realidade de cada território são fundamentais para estimular a estruturação das cadeias produtivas e melhorias das condições socioeconômicas locais e regionais. Vale ressaltar que o estímulo à

produção orgânica e de produtos da sociobiodiversidade é crucial para promover uma agricultura de baixas emissões de carbono e para a manutenção, consolidação e recuperação das florestas e dos serviços ambientais a ela associados.

Nesse sentido, o **Projeto Mercados Verdes e Consumo Sustentável**, atuando nos estados do Acre, Amazonas, Amapá e Pará, apoiou a geração de inovação na área de comercialização com o fortalecimento das **feiras agroecológicas e orgânicas** nas capitais e cidades pólos dos estados de atuação.

De acordo com os estudos de linha de base do Projeto, as feiras, ou espaços locais de comercialização, foram apontados como um dos principais canais de comercialização pelas coope-



rativas e associações da agricultura familiar. De fato, as feiras e mercados locais, muitas vezes negligenciados frente a outras estratégias de comercialização, possuem enorme importância no abastecimento alimentar de alguns municípios, em especial para o caso de alimentos *in natura*, como frutas, hortaliças, legumes, tubérculos, ovos e pescados. Estima-se que nos estados do Acre, Amazonas, Amapá e Pará existam atualmente **78 feiras** que acontecem com regularidade. Deste total, estima-se também que 23 comercializam produtos orgânicos¹.

Uma das ações do Projeto com relação aos circuitos curtos, em âmbito regional, foi **diagnosticar a situação das feiras agroecológicas/orgânicas da agricultura familiar** na área de abrangência do Projeto e o perfil dos comerciantes e dos seus consumidores (Rio Branco, Acre; Macapá, Amapá; Manaus, Amazonas; Belém e Santarém, Pará). O objetivo deste diagnóstico foi **criar os subsídios** necessários para a discussão sobre a melhor

...

¹ BRASIL (2015). Câmara Interministerial de Segurança Alimentar e Nutricional. Mapeamento de Segurança Alimentar e Nutricional. Relatórios Descritivos. Estados. EPSAN. <http://mds.gov.br/caisan-mds/monitoramento-da-san/mapasan>.

estratégia de fortalecimento desses espaços e para o desenvolvimento de campanhas que buscassem **sensibilizar os consumidores** sobre sua importância e vantagens no fornecimento de produtos saudáveis e sustentáveis provenientes da **agricultura familiar** e, assim, aumentar a demanda por estes produtos.



O que é uma Opac?

Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade (Opac), devidamente credenciado no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), que assume a responsabilidade formal pelo conjunto de atividades desenvolvidas nos Sistemas Participativos de Garantia (SPG). Os SPG conformam mecanismos de certificação que se caracterizam pela participação ativa de pessoas envolvidas no processo produtivo (fornecedores e colaboradores), com base no controle social, decisões compartilhadas e responsabilidade solidária, exercidos pelos membros que fazem parte do sistema.

As feiras, de fato, são espaços estratégicos para famílias agricultoras e público consumidor de produtos orgânicos no Brasil, que possuem um mercado crescente nos últimos anos, conforme pontuou o relatório do estudo **“Feiras Orgânicas e Agroecológicas da Amazônia”**², publicado no âmbito do Projeto Mercados Verdes e Consumo Sustentável. Nesse sentido, o Projeto contribuiu para que as redes de produtores orgânicos e agroecológicos das cinco cidades amazônicas (Rio Branco, Acre; Macapá, Amapá; Manaus, Amazonas; Belém e Santarém, Pará) acelerassem sua entrada no mercado, especialmente pelo apoio aos processos de criação e gestão das Organizações de Controle Social (OCS), dos Organismos Participativos de Avaliação da Conformidade (Opac) e das feiras e diferentes canais locais de comercialização e consumo.

O que é uma OCS?

Organizações de Controle Social (OCS), devidamente cadastradas no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), que promovem o controle social na garantia da qualidade dos produtos orgânicos vendidos diretamente ao consumidor por agricultores familiares.



² O estudo completo está disponível em: <https://ipam.org.br/wp-content/uploads/2019/12/Publica%C3%A7%C3%A3o-Feiras-I-PAM-EcoConsult.pdf>

Conforme o relatório do estudo **“Feiras Orgânicas e Agroecológicas da Amazônia”**, nas cinco cidades pesquisadas, foram encontradas e avaliadas 16 feiras orgânicas e agroecológicas que acontecem com regularidade e que beneficiam mais de 640 famílias agricultoras. Dessas famílias, aproximadamente 60% têm a mulher como a responsável pela comercialização nas feiras, e aproximadamente 64% tem as feiras como o canal responsável por mais da metade da sua renda mensal.

Consideramos que esta publicação, ao abordar temas que fortalecem a autogestão das feiras, segue as recomendações deste estudo, conforme você, leitor, poderá observar. Assim, para contribuir com a gestão das feiras, o estudo realizado no âmbito do Projeto Mercados Verdes e Consumo Sustentável apontou alguns aspectos que devem ser considerados amplamente. São eles:

Elaborar e monitorar um planejamento estratégico em conjunto com representantes das famílias agricultoras participantes das feiras.

Inserir no planejamento estratégico em conjunto com atores locais a capacitação em gestão de feiras.



Ter uma identidade visual que esteja presente nas feiras, com marca e selo claramente reconhecidos por feirantes e público consumidor.

Criação de uma campanha para promover os produtos orgânicos, tendo como base a identidade visual.



Buscar sempre incorporar novos produtores no Opac.

Avançar na participação de famílias agricultoras orgânicas devidamente identificados em feiras convencionais. Essa é uma forma de dialogar também com o público que hoje não procura uma feira orgânica/agroecológica.

Abrir novas feiras sempre que possível, buscando utilizar os espaços públicos (feiras de rua) e espaços privados (sedes de sindicatos, condomínios, pátios de Igrejas e outros).



O horário de funcionamento das feiras deve ser adequado a ampliar a capacidade de oferta de produtos e, conseqüentemente, das vendas.

Valorizar experiências de feiras itinerantes.

Aumentar a oferta de produtos processados, levando em conta um entendimento mais preciso da aplicação da Resolução da Diretoria Colegiada da Anvisa número 49 (RDC 49).

Contextualização

Muitos agricultores orgânicos sentem dificuldades em comercializar seus produtos em feiras convencionais, devido ao menor preço e melhor aspecto visual (em alguns casos) dos produtos convencionais, aliado à (ainda) falta de conhecimento dos consumidores dos danos causados pela agricultura convencional ao meio ambiente e à saúde humana.

Por outro lado, observa-se um aumento na busca por alimentos saudáveis em espaços diferenciados de comercialização e o desejo de uma maior aproximação entre quem produz e quem consome. Assim, as feiras orgânicas são espaços propícios para oferta de alimentos saudáveis e fortalecimento desse elo.

A organização de uma feira orgânica exige um trabalho extra às famílias agricultoras, pois geralmente participam ativamente da organização, condução e monitoramento da feira. Ainda assim, a comercialização em uma feira de produtos orgânicos torna-se mais rentável ao agricultor ou agricultora, principalmente àqueles que integram OCS e somente podem comercializar seus produtos diretamente com o consumidor.

O trabalho em rede facilita muito o processo de realização de uma feira. As famílias agricultoras e as organizações contam com o apoio de diferentes parceiros durante todas as fases do planejamento de uma feira. Neste documento, trataremos dos seguintes aspectos relativos ao planejamento de uma feira:

- Preparação das famílias agricultoras para participação em feiras
- Preparação da feira
- Gestão e funcionamento da feira

2. Preparação das famílias agricultoras



A realização de uma feira requer uma organização prévia, com apoio da equipe técnica envolvida, em relação aos seguintes aspectos:

2.1. Definição do perfil das famílias agricultoras e do tipo de feira

Os agricultores e as agricultoras deverão decidir o perfil dos participantes e o tipo de feira que desejam promover:

- com produtores orgânicos apenas; ou
- com a participação de produtores em transição agroecológica.

O participantes da feira que tenham produção orgânica precisam estar cadastrados no Mapa, como integrantes de OCS, certificados por auditoria ou Sistemas Participativos de Garantia (SPG).

Caso decidam pela participação de produtores em transição, é importante indicar que a feira é de produtos orgânicos e de transição agroecológica, devendo os diferentes tipos de fornecedores ter seus espaços delimitados e estar devidamente identificados para não confundir os consumidores.

No caso das feiras promovidas com apoio da Rema, apenas agricultores orgânicos podem participar. No entanto, a participação de produtores em transição é permitida em ocasiões especiais, como, por exemplo, na Semana Nacional de Alimentos Orgânicos. Essa é uma alternativa encontrada para a divulgação da importância do processo de transição agroecológica e para o incentivo quanto à entrada de novas famílias nas feiras.



2.2. Planejamento da produção

O planejamento da produção é um ponto fundamental para o sucesso ou fracasso das atividades agrícolas de cada agricultor ou agricultora, pois facilita a tomada de decisões para evitar as perdas e garantir o lucro.

Em um contexto de feira, onde várias famílias comercializam juntas suas produções, o planejamento visa garantir uma oferta contínua e diversificada de produtos, principalmente de hortaliças, que são demandadas continuamente pelos consumidores. Além

disso, também é possível identificar as possibilidades de aumentar a produção de determinados produtos ou variedades de produtos em função das demandas das pessoas que passarão a frequentar a feira.

A necessidade de um planejamento da produção em conjunto foi bastante evidente na realização das primeiras edições das feiras promovidas pela Rema. Era comum observar-se maior oferta de determinados produtos, tais como: coentro, cebolinha e couve; em detrimento de outros, como alface, repolho e tomate.

Um outro exemplo interessante foi a varieda-



de de alface. Tradicionalmente, os agricultores e as agricultoras orgânicos da Rede Maniva cultivavam a alface tipo lisa, mais consumida na época pela população local. Mas os consumidores que passaram a frequentar a feira, muitos oriundos de fora do estado do Amazonas, optavam pela alface tipo americana, tanto por preferência quanto pela vida útil maior que a alface lisa. Isso fez com que os produtores e as produtoras passassem a cultivar, por exemplo, a alface tipo americana, como resposta à nova demanda.

2.3. Manipulação dos produtos na colheita, na pós-colheita e no beneficiamento

Os agricultores e as agricultoras devem estar atentos às boas práticas³ de colheita, pós-colhei-

...

³ SEBRAE - Manipulação de alimentos geral: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/AM/Artigos/6%20-%20Cartilha%20Boas%20Pr%C3%A1ticas%20para%20Manipuladores%20de%20Alimentos.pdf>

SEPROR/AM: <http://www.sepror.am.gov.br/wp-content/uploads/2019/08/Cartilha-Boas-Praticas-de-Manipulacao-na-AgroIndustria.pdf>

Cartilha da Emater/DF: <http://www.emater.df.gov.br/wp-content/uploads/2018/06/Cartilha-BPA-Folhosas.pdf>

ta e beneficiamento dos alimentos, relacionadas diretamente ao manuseio, preparo, embalagem, armazenamento, transporte, distribuição e venda ao consumidor. Tais práticas evitam perdas e alterações mecânica, fisiológica ou patológica que comprometem a quantidade e qualidade dos produtos a serem comercializados.

A aparência visual (frescor, cor, defeitos e deterioração), a textura (firmeza, resistência, grau de maturação e integridade do tecido), o sabor e o aroma fazem parte do conjunto de atributos que determinam a qualidade do alimento. Além disso, o valor



nutricional e a segurança do alimento, relacionados à qualidade microbiológica e à presença de contaminantes químicos, são atributos importantes relacionados à saúde do consumidor e, por isso, constituem critérios decisivos no momento da compra.

2.4. Apresentação e padronização dos produtos

A apresentação dos produtos tem grande influência na decisão de compra. Em feiras orgânicas, deve-se exercitar o consumo saudável, mas também o consciente. Assim, além da qualidade dos produtos, deve-se incentivar ao máximo o uso de embalagens feitas a partir de materiais biodegradáveis.

A dificuldade em adotar alternativas práticas e de baixo custo para substituir o uso de sacolas e filmes plásticos e bandejas de isopor ainda é enfrentada pelos agricultores e agricultoras da Rema. O uso de sacolas plásticas biodegradáveis, barbantes de algodão e embalagens feitas a partir de folhas de bananeira são alternativas encontradas, mas que precisam ainda ser mais praticadas.

Outro ponto a ser considerado é a **padronização das embalagens** dos produtos para venda em quilogramas. Isso é importante tanto para a confiança na relação de compra e venda, quanto para a confiança das informações dos dados de comercialização.

Por muito tempo, os agricultores e as agricultoras da Rema comercializavam seus produtos por maços, pés, bandejas, unidades, e essas medidas não representavam entre as famílias o mesmo peso em quilogramas, ocasionando reclamações dos consumidores e subestimação dos dados de comercialização.



2.5. Rotulagem e identificação dos produtos orgânicos

Os agricultores e as agricultoras certificados por auditoria ou SPG devem atender aos regulamentos técnicos vigentes específicos para cada produto, informando no mínimo o nome do produtor/a, CPF, local de produção e contato, e apresentarem o selo do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica (SisOrg) Orgânicos Brasil, na embalagem ou na banca de exposição.

Os agricultores e as agricultoras vinculados a OCS também devem atender às normas⁴ de rotulagem e manter disponível o comprovante de cadastro junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) no ponto de comercialização, podendo também apresentar no rótulo dos produtos e no ponto de comercialização a seguinte expressão: “produto orgânico não sujeito à certificação nos termos da Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003”. As normas sobre a rotulagem dos produtos orgânicos estão disponíveis na Instrução Normativa nº 19, de 28 de maio de 2009, que dispõe sobre os mecanismos de controle e informação da qualidade orgânica^{5 6}.

...

⁴ Há o Manual de rotulagem de alimentos, elaborado pela Embrapa, disponível em: <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/142308/1/DOC-119.pdf>.

⁵ Instrução Normativa nº 19/2009 pode ser encontrada em: <http://www.organic-net.com.br/midia/pdf/in19-28-05-2009.pdf>.

⁶ Mais informações sobre rotulagem, veja na Anvisa: <http://portal.anvisa.gov.br/registros-e-autorizacoes/alimentos/produtos/rotulagem>.

Produto orgânico para venda direta por agricultores familiares organizados não sujeito à certificação de acordo com a Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003.





- Produtos com 95% ou mais de ingredientes orgânicos: devem ser identificados como produto orgânico sendo obrigatório o uso do selo de orgânicos em seus rótulos, desde que estejam devidamente autorizados pela Certificadora ou SPG.
- Produtos com 70% a 95% de ingredientes orgânicos: devem usar o selo, e declarar no rótulo e conter a identificação: “produto com ingredientes orgânicos” (devem ter identificado na lista de ingredientes quais são os orgânicos)
- Produtos com menos de 70% de ingredientes orgânicos: não são considerados orgânicos, não podem usar o selo, nem ter nenhuma expressão com destaque na parte frontal dos rótulos sobre a qualidade orgânica, podendo somente descrever a quantidade de ingredientes orgânicos na composição.

2.6. Definição do preço dos produtos

Embora os cálculos dos custos da produção que determinam o preço dos produtos variem de acordo com a realidade de cada agricultor ou agricultora, é importante estabelecer um preço justo a ser praticado na feira por cada produto, tanto para quem produz quanto para quem consome, considerando também os custos com o transporte e os preços de mercado.

A tabela de preços deve ser construída de forma participativa e periodicamente atualizada, considerando sempre a possibilidade de tornar os produtos orgânicos acessíveis a um maior número possível de consumidores e não gerar competição entre feirantes. Essa tabela de preços deve ser disponibilizada ao público consumidor, e as negociações sobre o preço devem ser incentivadas.

Nas feiras promovidas pela Rema, consumidores que levarem suas próprias sacolas retornáveis têm direito a descontos.





3. Preparação da feira



3.1. Comissão Organizadora

Um passo fundamental para implantação de uma feira é a criação de uma Comissão Organizadora, que será responsável pela coordenação das atividades relacionadas à execução e manutenção da feira, à elaboração de um Regimento Interno, à submissão ao grupo da entrada de novos expositores na feira, à mediação dos conflitos e à aplicação de penalidades, nos casos relativos ao descumprimento do Regimento Interno e normas da produção orgânica.

A Comissão Organizadora pode ser constituída por uma ou mais pessoas, dependendo das condições específicas de cada feira. Outras Comissões podem ser criadas a depender do grau de envolvimento dos produtores e das atividades de mercado. Alguns exemplos de atividades são: divulgação; visitas às unidades de produção (por exemplo para promover o turismo rural); eventos especiais (oficinas, eventos de degustação etc.); e certificação participativa.



guiar-se pela perspectiva de atrair mais fornecedores e consumidores, visando um maior lucro.

A Comissão Organizadora deve sempre ter em mente que uma feira é uma atividade comercial, um evento de negócios, além da promoção de uma forma sustentável de produção e consumo e de comércio solidário. Assim, a Comissão deve

Existem experiências em que os expositores chegaram a um alto grau de organização que evoluiu para a formação de uma Associação para gestão da feira, constituída pelos expositores de todos os segmentos comercializados.

3.2. Parcerias e contrapartidas

Devido à alta demanda de produtos saudáveis, a realização de feiras de produtos orgânicos é muito requisitada por entidades públicas e privadas, permitindo que os produtores escolham quais parcerias e contrapartidas melhor lhes convêm.

3.3. Escolha do local

A escolha do local é um dos pontos principais para o sucesso de uma feira. O local deve ser o mais amplo e o mais atrativo possível para o público que visitará a feira, devendo ser considerados os seguintes itens:

Recomenda-se sempre a elaboração de um Termo de Cooperação para facilitar o diálogo entre os parceiros e determinar direitos e deveres das partes envolvidas.



Proximidade de instituições públicas e privadas e conjuntos residenciais

Localização e vias de acesso

Infraestrutura adequada (energia, água, áreas cobertas, pisos cimentados, banheiros, segurança e estacionamento)

Iluminação natural e artificial



Ventilação adequada

Área para promoção cultural ou artística

Arborização

Espaço de lazer para crianças

Taxas e licença para funcionamento

Em geral, entidades públicas possuem normas de uso do espaço público, sendo exigido em muitos casos a Chamada por Edital para ocupação do espaço, o pagamento de taxas⁷ ou outras regras para o funcionamento da feira. Caberá aos agricultores e às agricultoras decidirem quais propostas são mais promissoras e que se adéquem melhor aos objetivos da feira.

Nesse ponto, é importante que os agricultores e as agricultoras reconheçam a relevância do seu trabalho para o fornecimento de produtos saudáveis e sustentáveis à população local e que a realização de uma feira orgânica trará benefícios, tanto para feirantes quanto para a entidade que concorde em receber a feira em seu espaço.

...

⁷ Alguns exemplos práticos das taxas utilizadas pela Rema, até abril de 2020, encontram-se no item "Taxas para um caixa solidário" deste Guia.



3.4. Periodicidade, dia e horário de funcionamento

A escolha da periodicidade, do dia e do horário de funcionamento da feira deverá considerar principalmente a característica do público-alvo e a possibilidade da família agricultora de participar em mais de uma feira.

A Rede Maniva apoia a realização de três feiras orgânicas na cidade de Manaus:

Feira no Mapa

Ocorre aos sábados, semanalmente, das 06h às 11h da manhã, realizada nas dependências do Ministério da Agricultura.

Feira na Assinpa

Acontece às quintas-feiras, semanalmente, das 15h às 19h, realizada nas dependências da Associação dos Servidores do Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (Assinpa).

Feira na Fiocruz

Ocorre mensalmente, numa quinta-feira a ser escolhida pelos agricultores (sem data fixa), das 08h às 12h, realizada nas dependências da Fiocruz.

As feiras da Rema nestes dias e locais possibilitam atender a públicos diferentes. Elas contam com a participação das OCS e das famílias certificadas via SPG.



3.5. Escolha do equipamento para exposição dos produtos

A escolha do tipo de equipamento (barracas, mesas, balcões, etc.) para a exposição dos produtos vai depender das condições do local e da disponibilidade das pessoas participantes.

Feiras ao ar livre requerem barracas cobertas, desmontáveis, com maior custo para a família, além de mais tempo para montagem e desmontagem e a necessidade de espaço no transporte ou local de armazenamento.

Feiras cobertas oferecem possibilidades mais baratas e de menos tempo para montagem e desmontagem, como mesas plásticas, próprias ou alugadas.

O importante é que haja uma padronização, para tornar o ambiente mais agradável, além de facilitar o planejamento da disposição desses equipamentos na feira.



3.6. Escolha dos empreendimentos de economia criativa

O conceito de **economia criativa** abrange todas as atividades que envolvem conhecimento, criatividade e cultura, podendo resultar em geração de renda.

A participação de diferentes tipos de empreendimentos, como alimentação, artesanato, brechós e





fitoterápicos, possibilitam o aumento, a diversidade e uma maior permanência do público na feira, resultando em maior lucro e promoção do comércio e cultura local. No entanto, a escolha deve ser cuidadosa, procurando por empreendimentos relacionados com a temática da feira e aprovados antecipadamente pelos expositores. A Comissão Organizadora sugere critérios para a seleção e submete à aprovação.

Nas feiras promovidas pela Rema, optou-se pela adesão de empreendimentos cujos produtos sejam “feitos por eles mesmos”, como forma de incentivar a economia criativa e solidária. O setor de alimentação é um exemplo interessante, pois estimula-se o comércio entre quem prepara as refeições e quem comercializa os alimentos, e a incorporação de **Plantas Alimentícias Não Convencionais (Panc)** no cardápio para promoção de produtos alimentícios alternativos, nutritivos e que se desenvolvem bem na região.

Outro exemplo de economia criativa é a atração musical que ocorre durante a feira, realizada nas quintas-feiras, na Assinpa, onde o “trabalho” dos músicos é voluntário e simbolicamente por uma cesta com produtos orgânicos doados pelas famílias e pelo público consumidor.

3.7. Regimento interno

O Regimento Interno da feira é o documento que estabelece o objetivo, as regras de funcionamento, a coordenação, as atribuições de cada integrante

da organização, os direitos e deveres dos expositores, as formas de comercialização e exposição, as taxas administrativas, a adesão de novas famílias, as penalidades por desobediência às regras, a frequência das reuniões e demais itens que os agricultores e as agricultoras acharem necessários.

A elaboração do Regimento Interno (Anexo 1) deve ocorrer de forma participativa e ele deverá ser **periodicamente** revisado, de acordo com a necessidade e evolução da feira.



3.8. Taxas e custos

É importante lembrar que a realização de uma feira requer **gastos necessários** para seu bom funcionamento. Assim, devem ser consideradas despesas com material de limpeza, material de escritório, vestimenta padronizada, sinalização, divulgação, pequenos reparos, decoração, realização de eventos, compra/aluguel de materiais e equipamentos, possíveis taxas de uso do espaço, água e energia elétrica. A seguir abaixo alguns exemplos práticos de taxas⁸ necessárias ao bom funcionamento das feiras da Rema:

...

⁸ Valores de abril de 2020.

Feira da Associação dos Produtores Orgânicos do Amazonas (Apoam), que funciona no Mapa: não há pagamento de taxa, o espaço foi ocupado em resposta a um Edital para produtores orgânicos.

Feira que funciona na sede da Fiocruz/AM: espaço cedido gratuitamente

Feira que funciona na Associação dos Servidores do Inpa (Assinpa): a taxa é semanal e corresponde ao aluguel de mesas (R\$2,50) e cadeiras (R\$1,00) utilizadas em cada feira.

Além disso, colaboradores responsáveis pela montagem e desmontagem da feira, manutenção da limpeza do espaço, organização do estacionamento, artistas e demais atividades culturais, entre outras atividades, devem ser remunerados. A política de pagamento das pessoas envolvidas na feira também é importante para caracterizar a feira como empreendimento de economia solidária.

Como se trata de um empreendimento econômico solidário, as despesas podem ser pagas com recursos de um caixa, formado pela cobrança de taxas de inscrição e participação, cujo valor e finalidade devem ser definidos de forma participativa.

Dependendo do sucesso econômico da feira e da intenção dos participantes, é possível destinar parte do caixa para um **fundo rotativo**, que possibilitará empréstimos para os expositores melhorarem seus empreendimentos na feira, como aquisição de mesas ou barracas, peças publicitárias, rotulagem e embalagem, atividades culturais, compra de matéria-prima e equipamentos etc.

A cobrança poderá ser mensal ou por participação, e as taxas devem ser periodicamente atualizadas, de acordo com a necessidade do momento, sendo também possível a comercialização de produtos e a promoção de eventos visando angariar mais recursos.

Feira no Mapa:
valor fixo pago independente da participação na feira: R\$80,00 por família agricultora (feirante) por mês; R\$2,00 por família agricultora (feirante) por feira, para limpeza dos banheiros



Feira na Assinpa:
valor pago pela participação em cada feira: R\$10,00 por família agricultora (feirante) e por empreendimentos culinários; R\$5,00 por empreendimentos de artesanatos

A possibilidade de aumentar os recursos por meio de participação em projetos é possível apenas para entidades jurídicas (com CNPJ), podendo ser do próprio grupo organizador da feira, como uma Associação devidamente formalizada, ou de parceiros para captação e gestão participativa desses recursos.

3.9. Ampliação das formas de pagamento

Tradicionalmente, os produtos comercializados em feiras tinham pagamento à vista e em espécie. Atualmente, os cartões de débito estão substituindo



pouco a pouco o dinheiro, e os expositores precisam seguir essa tendência, oferecendo este serviço muito demandado pelos consumidores e visto como seguro por usuários, uma vez que a confirmação do pagamento é imediata. Embora existam taxas administrativas, os custos de aquisição de máquinas e aberturas de conta, preferencialmente do tipo Poupança isenta de taxas bancárias, são baixos e acessíveis.

3.10. Divulgação da feira

Depois de todos os cuidados com a organização de produtores e o planejamento da feira, fica faltando o mais importante: uma boa adesão dos consumidores, que precisam ser alcançados pelas informações da inauguração e funcionamento da feira por meio dos mais diversos canais de comunicação possíveis.

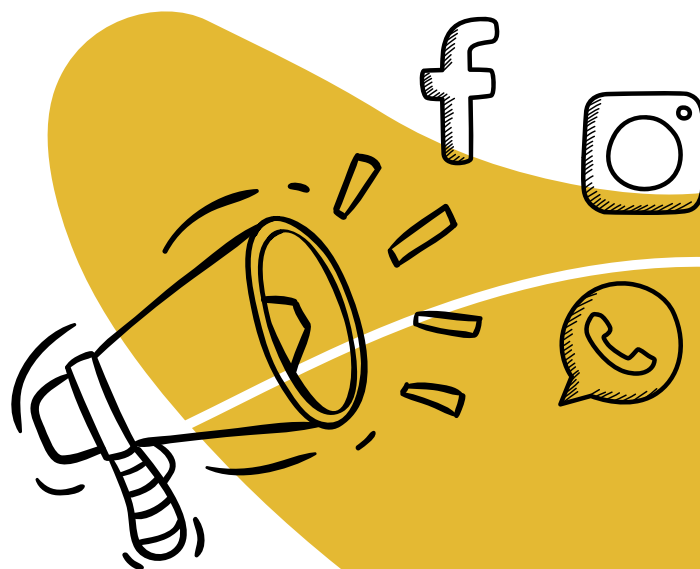
Para que isso ocorra, a divulgação precisa ser prioridade e ter atenção permanente, desde o planejamento até o pós-feira.

Todas as peças publicitárias desenvolvidas devem possuir a mesma identidade visual e conceito, com a logo do apoiador principal e demais parceiros, caso existam, para mostrar para futuros consumidores que a feira possui uma proposta própria, de promoção da agroecologia e produção orgânica,

do consumo saudável e sustentável de alimentos e da cultura local e, se possível, divulgar o calendário com a sazonalidade dos produtos.

O material de comunicação deve conter informações, como data, horário, local, frequência, tipos de produtos, atividades culturais e formativas, grupo organizador.

O estudo de feiras realizado mencionou que o perfil do consumidor das feiras no Amazonas se informa sobre as feiras pelas redes sociais, Internet e boca a boca. Mas não podemos esquecer da divulgação em mídias sociais (tais como Facebook, Instagram) assim como anúncios por meio de WhatsApp, que são de menor custo e muito eficientes, pois possuem um amplo alcance de pessoas. Os canais tradicionais como rádio, TV e jornal podem ser utilizados e, sempre que possível, sem ônus.





4. Gestão e funcionamento da feira

4.1. Logística das famílias agricultoras e seus produtos até a feira

O escoamento da produção sempre foi um problema sério no Brasil, devido à falta de logística e de investimento na infraestrutura de transporte.

Na Amazônia, devido às suas dimensões continentais, somada às péssimas condições de trafegabilidade das estradas e ramais, ou ainda ao escoamento produtivo em muitos casos ser realizado por via fluvial, o transporte dos produtos e das famílias agricultoras até as feiras tem um custo elevado. Esse é um desafio a ser vencido. Por essa razão, buscar alternativas que minimizem o custo do transporte é sempre oportuno de ser discutido com os agricultores e as agricultoras.

Uma das experiências vivenciadas pela Rema no sentido de reduzir os custos do escoamento e da distribuição dos produtos é o compartilhamento do transporte por famílias da mesma localidade, ramal, calha de rio, comunidade etc., com divisão de seus custos. Outra possibilidade é fretar um caminhão-baú, veículo de carga, ou algo similar, e seu pagamento ser rateado entre os agricultores e as agricultoras.

Outra iniciativa vivenciada na Rema é o que chamamos de “atravessador solidário”, ou seja, um agricultor ou uma agricultora



comercializa os produtos de outras famílias que não têm interesse de participar da feira ou não dispõem de veículo ou ainda não têm produção suficiente que justifique sua ida à feira (pois o custo é maior que a receita). Dessa maneira, esse “atravessador solidário” pode intermediar a comercialização, e existem várias formas de pagamento por esse “serviço”. Podem comprar os produtos a um preço justo, podem simplesmente revender a produção ou ainda cobrar por produto vendido. Não há regras para isso. O mais importante é que consigam viabilizar a comercialização em uma negociação que satisfaça as partes envolvidas.

É bom lembrar que estamos falando de produtos orgânicos e, nesse caso, o “atravessador solidário” somente poderá adquirir produtos de famílias agricultoras certificadas ou que façam parte de sua OCS.


Uma estratégia utilizada pelas famílias agricultoras da Rema é concentrar nos dias de realização de feira a distribuição dos produtos para outros canais de comercialização. Dessa forma, os agricultores e as agricultoras reduzem o período de estada nas vilas e cidades para comercializar seus produtos.

As feiras da Rema também funcionam como ponto de distribuição para outros mercados, como a entrega de cestas, entrega para empresas e condomínios, restaurantes, lojas de produtos naturais, empórios etc., onde estes tipos de consumidores e compradores buscam os produtos na própria feira.

A entrega para alimentação escolar, via **Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE)** e **Programa de Aquisição de Alimentos (PAA)**, também pode estar vinculada ao dia da feira, otimizando os custos de transporte.

4.2. Organização do espaço

As feiras orgânicas necessitam de ambientes diferenciados, que precisam combinar com o tipo de produto comercializado - nesse caso, os produtos orgânicos, que estão intrinsecamente ligados a uma produção “limpa”. Por essa razão,



a organização do espaço da feira é ponto de fundamental importância para dar coerência entre o sistema de produção e o lugar onde produtos são comercializados.

Alguns elementos, como a limpeza antes, durante e depois da feira, a distribuição das barracas, mesas e cadeiras, a alocação das famílias expositoras, o espaço adequado para a livre circulação dos consumidores, a existência e o posicionamento de lixeiras diferenciadas para coleta seletiva, iluminação adequada e sinalizações, são componentes básicos para um espaço adequado e organizado.

Alocar os agricultores e as agricultoras orgânicos por comunidade, região, município, associação, cooperativa, ou por qualquer outra denominação, pode ser um diferencial. Nesse caso, para a sinalização são necessários faixas, emblemas, aventais, camisetas, placas e outras.

Sempre que for possível, deve ser incentivada a coleta seletiva para separar o material orgânico. Os agricultores e as agricultoras também podem ser incentivados a retornar com os restos vegetais coletados para serem usados em compostagens e utilizados no sistema de produção.

4.3. Destino dos produtos não comercializados ao final da feira

É comum a sobra de produtos no final de uma feira. No entanto, esta sobra não precisa significar desperdício.

Entre os temas prioritários discutidos com os agricultores e as agricultoras da Rema estão a doação, a atenção ao próximo e a solidariedade. Estes elementos facilitaram a compreensão sobre os desperdícios (sobras) poderem alimentar pessoas menos favorecidas.

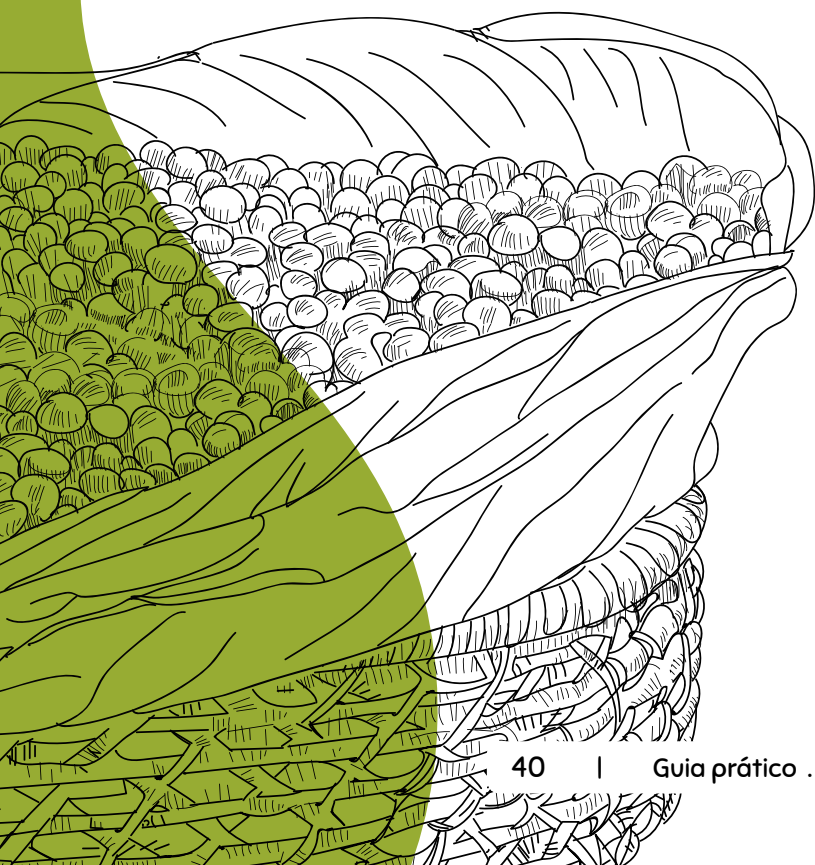
Para evitar as sobras, é importante identificar o que pode ser feito na própria feira.

No final das feiras da Rema, os agricultores e as agricultoras organizam cestas que são doadas para colaboradores que desempenham alguma função voluntária, como os músicos e outros artistas e os responsáveis pela montagem, desmontagem e limpeza da feira, bem como para uma instituição filantrópica que cuida de crianças com câncer.

As **trocas solidárias de famílias agricultoras entre produtores** é uma ação que pode contribuir com a diversificação nutricional e alimentar das próprias famílias. O que um não tem, ou tem em sobra, pode ser trocado por aquilo que um ou outro não tem e vice-versa.

Essas trocas tem um grande potencial para a conservação da agrobiodiversidade, no intercâmbio de variedades, e na aproximação entre famílias, humanizando as relações.

A “**xepa**”, termo muito usado que denomina a ideia de “promoção ou liquidação” de produtos ao final das feiras, é uma estratégia bem antiga e muito usada pelos agricultores e agricultoras da Rema. Iniciativas como essas estimulam o bem





viver, o senso da cooperação e o convívio entre todos no espaço da feira orgânica.

É regra, então: ou troca-se ou doa-se ou facilita-se a comercialização. Desperdiçar jamais!

4.4. Levantamento dos dados de comercialização

O registro dos dados de comercialização a cada edição da feira é uma ótima ferramenta de controle, tanto para os agricultores e as agricultoras, quanto para a coordenação dos SPG, dos OCS e das redes.

Para as famílias agricultoras, o registro da quantidade dos produtos comercializados colabora no planejamento da produção e, principalmente, na estimativa da renda, uma vez que muitos não costumam saber exatamente quanto ganham por

semana, mês e ano, ou por tipo de produto ou a quantidade de produtos que comercializam.

Para a coordenação dos SPG e OCS, o registro colabora na verificação dos produtos comercializados, pois é exigido de cada agricultor e agricultora a estimativa anual da produção. Assim, pode-se aferir se a variedade e quantidade dos produtos comercializados condizem com a declaração fornecida pelos produtores. Desta forma, a comercialização de um determinado item não declarado pode ser um indício de irregularidade, simplesmente falta de planejamento ou alteração do registro deste sem comunicação aos SPG ou OCS pelo agricultor e agricultora.

Para as redes, como no caso da Rema, o registro fornece informações sobre a diversidade dos produtos comercializados, a estimativa do faturamento das feiras e, principalmente, o preço prati-

cado ao longo de um ano para subsidiar compras públicas, como o PAA, o PNAE e outros tipos de compras governamentais regionais.

Em todos os casos, o registro possibilita a construção de um calendário de oferta de produtos e informações para atualização dos preços praticados.

No caso da Rema, o registro é feito por cada família agricultora em um formulário simples, entregue à Coordenação ao final de cada feira. A tabela abaixo é do formulário que vem sendo utilizado, um exemplo prático.



Nome do(a) agricultor(a): ocs/grupo:

Feira:



Data: 13/02/2020

Produto	Unidade (Kg)	Preço (R\$)	Trouxe (Kg)	Vendeu (Kg)	Ganhou (R\$)
Alface	1	15,00	7,0	7,0	105,00
Vinagreira	1	12,00	4,8	4,0	48,00
Cebolinha (sem raiz)	1	20,00	5,0	5,0	100,00

É importante que os dados sejam disponibilizados em quilo (kg), unidade de medida compreensível para os consumidores e comercializada nas compras públicas. Além disso, é um bom exercício para os agricultores e as agricultoras saberem quanto pesa exatamente as diferentes unidades comumente comercializadas, como maço, pé, feixe, sacola, bandeja.

4.5. Aprovação de novos expositores

As novas famílias participantes das feiras devem ser aprovados por todos os participantes da feira. As condições para estes ingressos devem estar previstos no Regimento Interno da feira. A Comissão Organizadora poderá fazer uma pré-seleção, com base nas normas de produção orgânica (no caso de novas famílias agricultoras) e no perfil e objetivos da feira (no caso dos empreendimentos de economia criativa), considerando a capacidade do espaço da feira e os produtos a serem comercializados, para não gerar concorrência e conflito.

Exemplos de critérios para a aprovação de novas participações nas feiras da Rema:

Agricultores e agricultoras:

devem estar devidamente cadastrados no Mapa.

Alimentação e bebidas:


devem ser elaborados pelos próprios expositores e utilizar o máximo possível de produtos orgânicos das famílias agricultoras que participam das feiras.

Artesanato:

devem ser elaborados pelos próprios expositores.

Fitoterápicos e cosméticos:

devem ser elaborados pelos próprios expositores.



4.6. Elaboração de calendário e organização de atividades e eventos culturais

Como já mencionado anteriormente, uma feira de produtos orgânicos poderá ser um espaço de intercâmbio econômico e cultural, a partir de formas atrativas de socialização, minicursos e expressões culturais locais, cabendo ao Comitê de Organização da feira a elaboração participativa de um calendário mensal, trimestral ou semestral de todas as dinâmicas que irão ocorrer, para divulgação na própria feira e outros meios de comunicação.

As atividades podem ser direcionadas unicamente para um setor da feira (alguns expositores), para expositores e consumidores e/ou para visitantes especiais (como equipes técnicas e estudantes). Elas poderão acontecer durante a realização da feira ou em outro horário mais conveniente.

Alguns exemplos de atividades:

Celebração de datas comemorativas: festas juninas; Natal; Dia do Consumidor, Dia das Mães, Dia dos Pais, Dia das Crianças, Dia Mundial da Agricultura; Dia do Agricultor; Dia Nacional da Agroecologia.

Semana Nacional dos Alimentos Orgânicos: atividades que promovam a conscientização do consumo saudável e sustentável.

Encontros educativos ou pedagógicos: atividades para técnicos, estudantes de Agronomia e Agroecologia; educação infantil e juvenil; nutricionistas; e merendeiras escolares.

É importante a busca de parcerias para a realização dos eventos socioculturais, pois sabemos que organizar qualquer atividade, além daquelas corriqueiramente já realizadas exige esforço adicional. Assim, são bem-vindas parcerias com secretarias de cultura, artistas, grupos de dança, centros acadêmicos (cursos de nutrição, gastronomia, educação física e música), grupos associativos de bairros, grupos que trabalham com educação ambiental, centros holísticos de meditação etc.

Atividades lúdicas, artísticas e corporais, que envolvam música, dança, pintura, teatro, brincadeiras, roda de conversa, teatro, ioga, meditação, espaço infantil etc.

Palestras e minicursos: compostagem doméstica, produção de brotos, hortas caseiras, produção de húmus, cultivo de cogumelos, cultivos de plantas ornamentais, resgate da cultura alimentar, nutrição dos alimentos, culinária criativa e alternativa (com uso de **Plantas Alimentícias Não Convencionais - Panc**, por exemplo) e manipulação de alimentos.

Lançamento de livros e dia de autógrafos.

Dias de campo: com a participação do público consumidor, equipes técnicas e estudantes.



Também é possível realizar algumas enquetes junto a consumidores, na própria feira, para sugestão das ações que poderão ser desenvolvidas.

A divulgação de um calendário com a agenda cultural na feira e cumpri com seriedade e continuidade fortalece a ideia de espaço diferenciado e cria uma identidade em relação às feiras convencionais.

4.7. Atualização do preço dos produtos

É importante que, periodicamente, a Coordenação promova a discussão e a avaliação dos preços praticados na feira com o objeto de atualizá-los, para que não haja prejuízo para as famílias agricultoras, considerando os critérios já mencionados acima: custo de produção e de transporte e os preços do mercado. Os consumidores devem ser comunicados dos possíveis aumentos, e a tabela de preços deverá ser sempre disponibilizada, atualizada e divulgada.

Além de apresentar o preço de maneira visível, pode-se apresentar como ele é formado, o que ajuda o consumidor a compreender qual a parce-

la do valor é destinada às famílias fornecedoras, ao transporte e à atividade de comercialização. Com a finalidade de atrair o público, pode-se divulgar o resultado de pesquisas comparativas entre preços da feira, de supermercados, de lojas e mercadinhos, por exemplo.



4.8. Transparência das informações


É importante ter um espaço destinado a apresentar os princípios e o processo de autogestão da feira. É interessante também destinar um espaço para as informações relativas às famílias agricultoras e sobre os empreendimentos participantes etc. Ouvir sugestões de consumidores dando retorno às suas reclamações pode abrir novos caminhos para a feira. Outra importante forma de dar transparência é organizar visitas de pessoas interessadas às áreas das famílias agricultoras, o que pode fortalecer ainda mais as relações de consumo.

4.9. Atualização das taxas administrativas

As taxas administrativas também devem ser periodicamente revisadas, em função do aumento do preço e quantidade dos produtos utilizados para limpeza, material de escritórios, divulgação e outros itens de benefício comum aos expositores(as).

Além disso, dependendo do sucesso e crescimento da feira, poderá haver a necessidade do aumento da remuneração e do número de colaboradores(as) para os serviços inerentes à realização adequada da feira.

Caberá à Coordenação promover a discussão com a participação de todos os expositores da feira, além de fornecer a prestação de contas do uso do valor arrecadado por meio das taxas administrativas e, se for o caso, do uso do fundo rotativo.



4.10. Resumo de recomendações para um bom funcionamento da feira



Todas as decisões devem ser participativas	Manter a prestação de contas sempre atualizada
Cumprimento do Regimento Interno	Manter o espaço da feira, incluindo as barracas e mesas, e os banheiros sempre limpos antes, durante e depois da feira
Obediência ao horário de funcionamento da feira	Realização de eventos culturais a cada edição da feira
Registrar os dados de comercialização	Definição das funções e responsabilidades entre as pessoas participantes e colaboradoras
Evitar o uso de materiais não biodegradáveis nas embalagens	Honrar a remuneração de todas as pessoas que colaboram com as atividades na feira
Tratar os consumidores com respeito, gentileza e simpatia	Garantir a participação de um número adequado de famílias expositoras
Aceitar críticas e sugestões	Divulgar um calendário de realização da feira, considerando os feriados
Manipular os alimentos com a higiene adequada	Manter o entusiasmo e o compromisso com o sucesso da feira
Estimular o uso de aventais, toucas, bonés e demais vestimentas padronizadas	Promover ocasiões sociais para estimular o bom relacionamento entre participantes
Boa apresentação e higiene dos produtos	Se for possível, organizar a destinação das sobras a instituições filantrópicas da cidade
Realizar publicações semanais para divulgação da feira	

5. Avaliação



Todo empreendimento econômico deve ter seus resultados constantemente avaliados, a fim de identificar e medir as dificuldades enfrentadas, as expectativas e os objetivos não contemplados, as lições aprendidas, os resultados alcançados, o trabalho em equipe e a organização da feira.

Como um empreendimento solidário e com regras preestabelecidas em Regimento Interno, deverá ser garantida a participação de todas as pessoas e entidades envolvidas, pois as decisões tomadas nas reuniões de avaliação nortearão as próximas atividades e execução das resoluções estabelecidas.


Embora as famílias agricultoras sejam os principais atores de uma feira orgânica, o sucesso da feira dependerá do compromisso e engajamento de todas as pessoas envolvidas, e a boa relação deve ser um dos principais objetivos da coordenação da feira.



Referências bibliográficas e leitura complementar

BADUE, Ana Flávia Borges; GOMES, Fernanda Freire Ferreira. Parceria entre Consumidores e Produtores na Organização de Feiras. Instituto Kairos. São Paulo. 2011.

BRASIL (2015). Câmara Interministerial de Segurança Alimentar e Nutricional. Mapeamento de Segurança Alimentar e Nutricional. Relatórios Descritivos. Estados. EPSAN. <http://mds.gov.br/caisan-mds/monitoramento-da-san/mapasan>.



LA CADENA, Mauricio García de; GILES, Jorge Liber Saltijeral; CLAVIJO, Silvana María Sosa. Guía para el desarrollo de mercados de productores. Proyecto “Creación de Cadenas Cortas Agroalimentarias en la Ciudad de México”. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura Ciudad de México, 2017.

LEISA. Relación de confianza entre consumidores y agricultores. Revistas de agroecología. Volumen 33 n° 4, Diciembre de 2017.

PINTO, Érika; MACHADO, André; SOUZA, Cláudia de. Feiras orgânicas e agroecológicas da Amazônia. Projeto Mercados Verdes e Consumo Sustentável. IPAM. Brasília, 2019. O estudo completo está disponível em: <https://ipam.org.br/wp-content/uploads/2019/12/Publica%C3%A7%C3%A3o-Feiras-IPAM-EcoConsult.pdf>.

VALENÇA, Tainá Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, um olhar geográfico sobre a expansão da comercialização de alimentos orgânicos na cidade do Rio de Janeiro Tainá Guimarães Valença. Rio de Janeiro: UFRJ / IGEO, 2016.



ANEXO



REGIMENTO INTERNO DA FEIRA DE PRODUTOS ORGÂNICOS DA REMA NA ASSINPA

DAS FINALIDADES

Art. 1º. As feiras de produtos orgânicos da Rema têm a finalidade de promover:

- I. Maior divulgação da agroecologia e produção orgânica;
- II. O consumo responsável e saudável;
- III. O fortalecimento da organização de famílias agricultoras;
- IV. Melhores condições para a distribuição e comercialização dos produtos;
- V. O relacionamento direto com o consumidor;
- VI. Maior confiança entre consumidores e famílias agricultoras;
- VII. Um espaço de troca de produtos e saberes;
- VIII. A arte e a cultura local.

DO FUNCIONAMENTO E DO HORÁRIO

Art. 2º. As feiras de produtos orgânicos da Rema na Associação dos Servidores do Inpa (Assinpa) funcionarão às quintas-feiras, das 15 horas às 19 horas, conforme calendário previamente estabelecido;

§ 1º. A montagem das bancas deve iniciar a partir das 13 horas de quinta-feira, assim como o horário de desmonte da barraca no máximo em duas horas após o término das vendas. Não será permitida a montagem ou desmontagem antes ou após os horários aqui definidos. O horário de venda deve obedecer criteriosamente ao aqui estipulado.

§ 2º. O local para funcionamento da Feira Orgânica funcionará na sede da Assinpa, que neste dia será usado exclusivamente para este fim;

§ 3º. Todas as decisões administrativas que envolvem a feira e feirantes serão tomadas pela coordenação da feira, constituída por um representante da Rema, um da Assinpa e um dos agricultores;

§ 4º. Não será permitido, em hipótese alguma, revender produtos não orgânicos adquiridos em feira livre, estabelecimentos comerciais, industriais, atacadistas e varejistas, salvo nas barracas de alimentação;

§ 6º. A organização das bancas deverá obedecer aos padrões estabelecidos pela Coordenação, devendo as famílias agricultoras conservá-las em boas condições de uso.

§ 7º. Fica vedada montagem de banca, ou qualquer forma de comercialização ou ocupação de espaço, não autorizado pela coordenação da feira;

§ 8º. A disposição dos estandes e bancas poderá ser remanejado de acordo com a necessidade da feira.

DAS ATRIBUIÇÕES DOS AGRICULTORES/FEIRANTES

Art. 3º. São deveres e obrigações dos feirantes:

- I. Pagar uma taxa de administração para custear as despesas de mão de obra para ornamentação e limpeza do local da feira que será cobrada a cada edição, conforme tabela de valores determinada em reunião com os feirantes;
- II. As famílias agricultoras ligadas à OCS devem ser identificadas por meio da Declaração de Cadastro fornecida pelo Mapa, que deve estar em local visível no ponto de comercialização.
- III. As famílias agricultoras ligadas ao SPG Maniva devem ser identificadas por meio da placa do SPG, que identifica o nome do sítio e dos produtores cadastrados;
- IV. Os feirantes deverão identificar os produtos com tabuleta ou etiqueta, que deverá ser colocada em local visível, com o respectivo

preço das mercadorias, conforme modelo a ser discutido;

- V. Manter o local da Feira Orgânica sempre limpo e em condições higiênicas, com lixeiras expostas ao público;
- VI. Comparecer ao local da Feira no horário estabelecido;
- VII. Acatar toda e qualquer determinação que conste neste regimento e as normas que forem expedidas pela coordenação da feira, para o bom andamento da Feira orgânica;
- VIII. Ter uma balança em perfeitas condições, aprovada e aferida pelo INMETRO;
- IX. Proceder à exposição e venda das mercadorias exclusivamente na vaga cedida;
- X. Não ocupar áreas de movimentação para a exposição da mercadoria;
- XI. Informar, com antecedência de pelo menos um dia, à coordenação da feira quando não puder comparecer.
- XII. As famílias agricultoras/feirantes deverão apresentar-se à feira com a higiene exigida pela circunstância, devendo vestir, além de roupas normais, avental (jaleco) e boné, e ainda, as embalagens e recipientes utilizados deverão estar em perfeitas condições de higiene, de acordo com as

normas de vigilância sanitária e serviço de inspeção estadual.

- XIII. É expressamente proibido ao feirante fumar, consumir bebidas alcoólicas, comer ou realizar qualquer outro ato que não seja de conduta higiênica, na área da barraca e no seu entorno;
- XIV. A venda de carnes frescas e produtos manufaturados só serão permitidos após autorização da vigilância sanitária local.
- XV. Os alimentos processados deverão conter etiqueta ou rótulo especificando a origem, a composição, data de fabricação e validade dos produtos e estarão sujeitos à ação da Vigilância Sanitária;
- XVI. O feirante deverá retirar sua mercadoria no horário estabelecido neste Regimento, deixando a área de comercialização limpa e nas condições que lhe foi entregue;
- XVII. Os feirantes estarão sujeitos à fiscalização no local de produção e fabricação, para aferir a origem e sanidade dos produtos comercializados;



DA INSCRIÇÃO PARA PARTICIPAR COMO FEIRANTE

Art. 5º. As famílias agricultoras interessadas em comercializar na Feira Orgânica da Rema na Assinpa deverão constar no cadastro de produtores orgânicos do Mapa e apresentar as cópias dos seguintes documentos:

- a. Declaração individual da OCS ou certificado de produtor orgânico;
- b. Carteira de Identidade;
- c. CPF;
- d. Comprovante de residência fixa, ou contrato de locação ou arrendamento do imóvel do local de produção.

Art. 6º. Para participar e comercializar produtos na Feira o interessado deverá ter prévia aceitação pela Coordenação e todos os feirantes e prévio conhecimento e concordância de todas as normas estabelecidas no Regulamento Interno, devendo assinar declaração de conhecimento e concordância junto a Rema;

Art. 7º. Os produtos artesanais deverão ser produzidos preferencialmente pelos próprios artesãos.

Art. 8º. Os feirantes fornecedores de alimentos deverão adquirir parte ou a totalidade dos ingredientes de seus alimentos diretamente com as famílias agricultoras da feira.

ATRIBUIÇÕES DA COORDENAÇÃO DA FEIRA

Art. 9º. Compete à Coordenação a gestão, promoção e divulgação da feira, bem como a colaboração na busca de alternativas de comercialização, expedindo a autorização para participação das famílias agricultoras e funcionamento da feira, determinando o local, horário e calendário.

Art. 10. A Coordenação, juntamente com os demais feirantes, deverá indicar as pessoas para orientar a montagem e desmontagem da Feira.

Art. 11. A Coordenação, juntamente com os demais feirantes, deverão estipular o preço máximo dos produtos a serem comercializados.

Art. 12. A Coordenação, juntamente com os demais feirantes, deverão estipular um valor para repasse à Assinpa, a fim de colaborar com os gastos relativos ao consumo de água e energia.

DAS INFRAÇÕES

Art. 13. Considera-se infração, para os fins deste Regimento, a desobediência ou inobservância ao disposto nas normas legais e regulamentares, destinadas a preservar a qualidade e integridade dos produtos orgânicos, de origem animal e vegetal e de farináceos, a saúde do consumidor, a economia popular e o meio ambiente.

Art. 14. Constituem-se infrações:

- I. A comercialização de produtos não orgânicos como se assim o fossem;
- II. Não apresentar em local visível no ponto de comercialização a Declaração de Cadastro fornecida pelo Mapa, no caso de produtores orgânicos ligados à OCS;
- III. Não apresentar em local visível no ponto de comercialização a placa do SPG, no caso de produtores orgânicos certificados pelo SPG Maniva;
- IV. Não afixar a placa dos preços dos produtos em local visível;
- V. Não manter o local da Feira em boas condições de uso, higiene e limpeza, durante e ao final da Feira;
- VI. Não manter o espaço cedido conforme as especificações da Coordenação;
- VII. Vedar, embaraçar ou obstaculizar a ação da fiscalização;
- VIII. Não acatar as solicitações da Coordenação na orientação à execução dos serviços da Feira;
- IX. Ofender, desacatar, ameaçar ou agredir um membro da Coordenação ou outro feirante;
- X. Promover tumultos ou discussões que ve-

nam prejudicar o funcionamento da Feira.

- XI. Estacionar em vagas destinadas para clientes.
- XII. Comercializar produtos não autorizados.

DAS PENALIDADES

Art. 15. As infrações ao disposto neste Regimento serão apuradas em reunião da Coordenação, sujeitando os infratores à aplicação isolada ou cumulativa das seguintes penalidades:

- I. Termo de advertência por escrito, assinada pelo feirante, juntamente com um componente da Coordenação.
- II. Suspensão temporária da autorização para comercialização, conforme determinação da Coordenação.
- III. Suspensão definitiva da autorização para comercialização, conforme determinação da Coordenação.

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 14°. Os casos não previstos neste Regimento serão resolvidos pela Coordenação, juntamente com os demais feirantes.



A Série de Guias **“Agricultura familiar: boas práticas replicáveis de comercialização de produtos da sociobiodiversidade e agroecologia”** foi desenvolvida no âmbito do Projeto Mercados Verdes e Consumo Sustentável, promovido pelo governo federal alemão, por meio da *Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH*, com o apoio do consórcio *ECO Consult Sepp & Busacker Partnerschaft* e Ipam Amazônia, em parceria com a Secretaria de Agricultura Familiar e Cooperativismo do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (SAF/Mapa). No total foram sistematizadas seis referências de boas práticas replicáveis de comercialização de produtos da sociobiodiversidade e da agroecologia e transformadas em Guias práticos. São eles:

1. **“Gestão de feiras orgânicas na Amazônia”** que detalha os aspectos técnicos e práticos relacionados à gestão das feiras orgânicas por famílias agricultoras;
2. **“Formação de Organizações de Controle Social (OCS)”**;
3. **“Sistemas Participativos de Garantia (SPG) para produção e comercialização de produtos orgânicos”** que contribuem com a ampliação do conhecimento sobre sistemas orgânicos de produção e garantia da conformidade orgânica;
4. **“Alimentação escolar indígena e de comunidades tradicionais”** que aborda a estratégia da boa prática realizada no Amazonas, a respeito da alimentação escolar para indígenas e populações tradicionais, assim como, os passos para a sua implementação;
5. **“Marcas coletivas para a comercialização de produtos da agricultura familiar”** que traz uma série de ferramentas conceituais e os procedimentos necessários para o registro de uma marca coletiva; e, por fim,
6. **“O Programa CapGestores e a ampliação das compras públicas da agricultura familiar”** que detalha o conteúdo, as trocas de experiências e as lições aprendidas durante o Programa CapGestores para a ampliação dos mercados institucionais.





As feiras orgânicas são um importante canal de comercialização direta (da família agricultora para o consumidor) e promovem:

Maior divulgação da agroecologia e produção orgânica

O consumo responsável e saudável

O fortalecimento da organização de produtores

Melhores condições para a distribuição e comercialização dos produtos



O relacionamento direto com o consumidor

Maior confiança entre consumidores e produtores

Um espaço de troca de produtos, informações e construção do conhecimento agroecológico;

A arte e a cultura local

O Guia prático "Gestão de feiras orgânicas na Amazônia" tem o objetivo de colaborar com a difusão das boas práticas de comercialização de produtos da sociobiodiversidade e da agroecologia. O que se deseja é que as famílias de agricultores orgânicos e agroecológicos, técnicas e técnicos da assistência técnica e extensão rural (ATER) e apoiadoras e apoiadores das dinâmicas e processos da agroecologia possam encontrar, neste material, as informações para o melhor planejamento e gestão de feiras orgânicas.

Em colaboração com o consórcio:



Por meio da:



MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO

