

**UFRRJ**  
**INSTITUTO DE AGRONOMIA**  
**EMBRAPA AGROBIOLOGIA**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM**  
**AGRICULTURA ORGÂNICA - PPGA0**

**DISSERTAÇÃO**

**O Mercado Orgânico de BH: Um Estudo de Caso  
das Feiras Orgânicas Municipais**

**Marcela Ferreira Rocha Lage**

**2016**



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO  
EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA – CENTRO  
NACIONAL DE PESQUISA DE AGROBIOLOGIA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRICULTURA ORGÂNICA -  
PPGAO

**O MERCADO ORGÂNICO DE BH: UM ESTUDO DE CASO DAS  
FEIRAS ORGÂNICAS MUNICIPAIS**

**MARCELA FERREIRA ROCHA LAGE**

*Sob a orientação da professora Dra.*  
**Adriana Maria de Aquino**

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre** em Ciências, no curso de Pós-graduação em Agricultura Orgânica.

Seropédica, RJ  
Dezembro, 2016

L174m Lage, Marcela Ferreira Rocha, 1983-  
O Mercado Orgânico de BH: Um estudo  
de Caso das Feiras Orgânicas Municipais  
/ Marcela Ferreira Rocha Lage. - 2016.  
60 f.

Orientador: Adriana Maria de Aquino.  
Coorientador: Renato Linhares de  
Assis. Dissertação (Mestrado). --  
Universidade Federal  
Rural do Rio de Janeiro, Programa de Pós-  
graduação em Agricultura Orgânica, 2016.

1. Circuitos Curtos de Comercialização.  
2. Agricultura Orgânica. 3. Agricultura  
Familiar. I. Aquino, Adriana Maria de,  
1963-, orient. II. Assis, Renato Linhares  
de, 1963-, coorient. III Universidade  
Federal Rural do Rio de Janeiro. Programa  
de Pós graduação em Agricultura Orgânica.  
IV. Título.

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO  
EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA – CENTRO NACIONAL  
DE PESQUISA DE AGROBIOLOGIA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRICULTURA ORGÂNICA**

**MARCELA FERREIRA ROCHA LAGE**

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Ciências**, no Programa de Pós-Graduação em Agricultura Orgânica.

DISSERTAÇÃO APROVADA EM \_\_\_\_/\_\_\_\_/2016

---

Adriana Maria de Aquino. Dra. Embrapa Agrobiologia  
(Orientadora)

---

Jose Antônio Azevedo Espindola Dr. Embrapa Agrobiologia

---

Leonardo Ciuffo Faver. Dr – Emater Rio

## **DEDICATÓRIA**

Dedico aos meus pais, Isabel e Severiano,  
a minha irmã Marleide companheira pra todas as horas,  
ao Matheus pelo incentivo.

## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus pais por desde cedo me mostrarem a importância dos estudos e por me proporcionarem as oportunidades necessárias para chegar até aqui.

Ao IMA pela liberação e pelo incentivo a participar do mestrado

Aos colegas de curso em especial ao Lucas e Mariano que foram os companheiros de viagem

A orientadora Adriana Aquino pela paciência e incentivo nas horas difíceis e aos demais professoras e professores pelos momentos compartilhados

Ao tio Dombek por ter divulgado o edital de seleção do mestrado

A banca de qualificação

Contribuições de colegas Patrícia Martins,

A banca de defesa

A família em especial a tia Iracema pelas conversas e inspirações

A prefeitura de Belo Horizonte

Aos entrevistados, em especial os agricultores familiares

## RESUMO

LAGE, Marcela Ferreira Rocha. **O Mercado Orgânico de BH: Um estudo de Caso das Feiras Orgânicas Municipais** 2016. 60 Pag. Dissertação (Mestrado em Agricultura Orgânica). Instituto de Agronomia, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Seropédica, RJ, 2016.

A partir do ano de 2002 foram instaladas 8 (oito) feiras orgânicas, em três regiões do município de Belo Horizonte – MG. O trabalho tem como objetivo o levantamento do histórico, das características, do perfil dos agricultores familiares/feirantes e do perfil dos consumidores e possíveis consumidores destas feiras. Procura-se também analisar os gargalos para a expansão na produção e comercialização das feiras estudadas. O estudo foi realizado por meio de observações *in loco* e de entrevistas com o uso de questionários semi-estruturados. Foram realizadas 214 entrevistas com os frequentadores das oito feiras. Além do questionário aplicado aos consumidores, foram realizadas cinco entrevistas com os agricultores familiares/ feirantes com a utilização de um outro questionário e uma entrevista com o supervisor da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte. Os resultados da pesquisa apontam para a existência de 8 (oito) feiras orgânicas, situadas em bairros com maior renda per capita, regulamentadas pela Prefeitura Municipal de Belo Horizonte com a participação de 5 (cinco) agricultores familiares que enfrentam dificuldades quando o assunto é a mão de obra necessária, a regularidade na entrega e quantidade a ser produzida. Os consumidores em sua maioria eram mulheres com idade entre 30 a 54 anos, com nível de escolaridade elevado e renda mensal da maioria dos entrevistados de 9 a 12 salários mínimos. As feiras são importantes canais de comercialização da produção orgânica dos agricultores familiares e possibilita a proximidade e o estabelecimento de relações de confiança dos agricultores com os consumidores e vice-versa

**Palavras chaves:** Circuitos Curtos de Comercialização. Agricultura Orgânica. Agricultura Familiar.

## ABSTRACT

LAGE, Marcela Ferreira Rocha **The BH Organic Market: A Case Study of the Municipal Organic Fairs**. 2016. 60 Pag. Dissertation (Master's Degree in Organic Agriculture). Institute of Agronomy, Federal Rural University of Rio de Janeiro. Seropédica, RJ, 2016.

From the year of 2002 eight (8) organic fairs were installed, in three regions of the city of Belo Horizonte - MG. The objective of the work is to survey the history, characteristics, the profile of family farmers / marketers and the profile of consumers and possible consumers of these fairs. It also seeks to analyze the difficulties for expansion in the production and marketing of the studied fairs. The study based on observations during the fairs and interviews using semi-structured questionnaires. There were 214 interviews with the attendees of the eight fairs. In addition to the questionnaire applied to consumers, five interviews were conducted with family farmers using another questionnaire and an interview with the supervisor of the Belo Horizonte City Hall. The results of the survey point to the existence of eight organic fairs, located in neighborhoods with higher per capita income, regulated by the Belo Horizonte City Hall with the participation of 5 (five) family farmers who face difficulties when it comes to required labor, the regularity of delivery and the quantity to be produced. The majority of the consumers were women between the ages of 30 and 54, with high schooling and monthly income, between 9 to 12 minimum salaries. Fairs are important channels for the commercialization of the organic production of family farmers and enable the proximity and establishment of trust relations between farmers and consumers mutually.

**Keywords:** Short Circuits of Marketing. Organic agriculture. Family farming.



## LISTAS DE FIGURAS

Figura 1: Cadeia Produtiva dos Orgânicos. ....	5
Figura 2: Tipos de mecanismos de avaliação da conformidade do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica – SisOrg .....	7
Figura 3: Selos do SisOrg para aposição em produtos oriundos de certificação por auditoria e sistemas participativos de garantia. ....	8
Figura 4: Localização do município de Belo Horizonte (MG).....	14
Figura 5: Localização das diferentes regiões no território do município de Belo Horizonte (MG) com indicativo do quantitativo das feiras de produtos orgânicos. ....	17
Figura 6: Barraca com saia de identificação.....	19
Figura 7: Produtos processados. ....	20
Figura 8: Identificação do selo de produto orgânico .....	20
Figura 9: Produto orgânico de origem animal (ovos).....	21
Figura 10: Exposição de produtos para venda.....	21
Figura 11: Produto processado sem selo de identificação. ....	22
Figura 12: Produto beneficiado. ....	22
Figura 13: Produtos embalados para comercialização sem selo de identificação. ....	23
Figura 14: Distribuição dos entrevistados por sexo (%). ....	25
Figura 15: Faixa etária dos entrevistados (%). ....	26
Figura 16: Distribuição da população de Belo Horizonte por sexo, segundo o grupo de idades. ....	27
Figura 17: Estado Civil dos Entrevistados (%). ....	27
Figura 18: Escolaridade dos entrevistados (%). ....	28
Figura 19: Distribuição dos entrevistados por profissão (%). ....	29
Figura 20: Renda Familiar (%). ....	30

Figura 21: Como conhecerem os orgânicos. ....	30
Figura 22: Principais produtos orgânicos adquiridos. ....	31
Figura 23: Locais de aquisição de orgânicos. ....	31
Figura 24: Principais benefícios dos orgânicos de acordo com os entrevistados (%). ....	32
Figura 25: Dificuldades enfrentadas para a aquisição de produtos orgânicos. ....	33
Figura 26: Mecanismos utilizados para a identificação de produtos orgânicos. ....	33
Figura 27: Quantidade de dias da semana que os entrevistados adquirem produtos orgânicos. ....	34

## **LISTAS DE TABELAS**

Tabela 1: Número de entrevistados por feira.....	11
Tabela 2: Relação de agricultores, locais, dias e horários de funcionamento das feiras de produtos orgânicos do município de Belo Horizonte. ....	12
Tabela 3: Renda per capita da população de Belo Horizonte por região do município nos anos 1991 e 2000. ....	16
Tabela 4: Número de agricultores, locais, dias e horários de funcionamento das feiras de produtos orgânicos do município de Belo Horizonte. ....	17

## **LISTAS DE SIGLAS**

ABRASCO - Associação Brasileira de Saúde Coletiva

CPorg - Comissão da Produção Orgânica Estadual

EMATER-MG - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais

FLV - frutas, legumes e verduras

IBD – Instituto Biodinâmico

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

INMETRO - Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial

MAPA- Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

OCS - Organização de Controle Social

OAC - Organismo de Avaliação da Conformidade Orgânica

OPAC - Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade

PAA – Programa de Aquisição de Alimentos

PNAE – Programa Nacional de Alimentação Escolar

PNAPO - Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica

SISOrg - Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica

SMAAB - Secretaria Municipal Adjunta de Abastecimento

SPG- Sistemas Participativos de Garantia

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>REVISÃO BIBLIOGRÁFICA</b> .....	<b>4</b>
2.1.	Mercado de Produtos Orgânicos .....	4
2.2.	Mecanismo de Avaliação da Conformidade da Produção Orgânica .....	6
2.3.	Circuitos curtos de comercialização .....	9
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	<b>11</b>
<b>4</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÃO</b> .....	<b>14</b>
4.1.	Histórico das Feiras de Produtos Orgânicos do Município de Belo Horizonte (MG), e a Importância dos Circuitos Curtos de Comercialização .....	14
4.2	Caracterização das Feiras Orgânicas de Belo Horizonte, MG.....	17
4.3	Perfil dos Agricultores/Feirantes .....	23
4.4	Perfil dos Consumidores .....	25
<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO</b> .....	<b>35</b>
<b>6</b>	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>37</b>
	<b>ANEXOS</b> .....	<b>41</b>

# 1 INTRODUÇÃO

No final da década de 1960, a denominada revolução verde, com o propósito de incrementar a produtividade agrícola, intensificou uma série de mudanças tecnológicas na agricultura com a mecanização do trabalho e uso de insumos químicos na forma de fertilizantes sintéticos, agrotóxicos e redução da base genética de produção com a disseminação de variedades e híbridos adaptados ao novo modelo. Mais recentemente, disseminou-se a utilização da engenharia genética na procura de plantas resistentes a herbicidas ou a determinadas pragas. Tais práticas levaram à utilização cada vez mais de aditivos químicos para a prevenção de pragas e doenças e para a fertilização dos solos, ocasionando problemas de contaminação ambiental e de saúde para os consumidores (EHLERS, 1994).

A busca pela superprodução baseada no uso de insumos não renováveis afeta principalmente os médios e pequenos agricultores, que muitas vezes não podem adotar as tecnologias necessárias para cumprir as condições dos mercados de grande escala.

O Brasil é mundialmente reconhecido pela sua vocação agrícola, em razão da abundância de terra e mão de obra, aliado a disponibilidade de áreas agricultáveis e clima favorável. Porém, o uso dessa vocação agrícola com base no modelo de agricultura citado, proporcionou que o Brasil, ao mesmo tempo seja hoje um dos principais produtores de alimentos do mundo, como também o maior consumidor mundial de agrotóxicos (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SAÚDE COLETIVA- ABRASCO, 2012).

Anualmente são usados no mundo aproximadamente 2,5 milhões de toneladas de agrotóxicos. O consumo anual de agrotóxicos no Brasil tem sido superior a 300 mil toneladas de produtos comerciais. Expresso em quantidade de ingrediente-ativo (i.a.), são consumidas anualmente cerca de 130 mil toneladas no país; representando um aumento no consumo de agrotóxicos de 700% nos últimos quarenta anos, enquanto a área agrícola aumentou 78% nesse período (SPADOTTO e GOMES, s/d).

Face esse quadro apresentado, os sistemas agroecológicos vêm ganhando força nos dias atuais, especialmente devido à crescente preocupação de uma parcela expressiva dos consumidores, produtores e técnicos que preocupados com questões de contaminação química dos alimentos e degradação ambiental, tem elevado a demanda por produtos isentos de contaminantes e ambientalmente corretos. Para atender essa demanda, esses consumidores têm buscado cada vez os produtos orgânicos como estratégia para obter as características de qualidade que almejam nos alimentos. O que tem feito com que a demanda por produtos orgânicos venha crescendo no mundo, inclusive no Brasil (IPD, 2011).

Para Ormond (2002, p.5) “agricultura orgânica é um conjunto de processos de produção agrícola que parte do pressuposto básico de que a fertilidade é função direta da matéria orgânica contida no solo”.

Em concordância com a Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003 que dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências, 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. (BRASIL, 2003)

De acordo com Sciliabba e De Schutter citado por Niederle e Almeida (2013) agricultura orgânica a partir dos anos 1990 revelou-se um dos segmentos agroalimentares com maior expansão mundial. As taxas de crescimento anual cresceram entre 15 e 20%, considerando o mesmo período a indústria alimentícia apresentou um crescimento entre 4 e 5% como um todo.

Considerando o fortalecimento do mercado de produtos orgânicos, face o aumento da disponibilidade e qualidade da produção associada a maior demanda pelos consumidores, bem como a necessidade de melhorar a renda e qualidade de vida de agricultores familiares, possibilitando para esses uma alimentação mais diversificada e saudável, o Brasil instituiu, pelo Decreto no. 7.794, de 20 de agosto de 2012, a Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (PNAPO), com o objetivo de integrar, articular e adequar políticas, programas e ações indutoras da transição agroecológica e da produção orgânica e de base agroecológica, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e a qualidade de vida da população, por meio do uso sustentável dos recursos naturais e da oferta e consumo de alimentos saudáveis (MOURA, 2016).

A 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, nela define-se a agricultura familiar como sendo :

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 - aquicultores que atendam simultaneamente a todos os requisitos de que trata o caput deste artigo e explorem reservatório do país, e tem papel decisivo na geração de ocupação, emprego e renda, o que influi diretamente na permanência do homem no campo.

Nesta dissertação é realizado um diagnóstico das feiras orgânicas de Belo Horizonte – MG, que tem como objetivo o levantamento do seu histórico, das suas características, do perfil dos agricultores familiares/feirantes e do perfil dos consumidores e possíveis consumidores. Procura-se também analisar os gargalos para a expansão na produção e comercialização dessas feiras.

A dissertação foi organizada em quatro partes além desta introdução, quais sejam: levantamento bibliográfico, metodologia, resultados e discussão e conclusão.



## 2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

### 2.1. Mercado de Produtos Orgânicos

A agricultura convencional, a natural, a orgânica, a biodinâmica, a sustentável, a ecológica, a biológica são alguns nomes utilizados, e cada um deles procura caracterizar a sua produção com um conjunto de conceitos próprios, que incluem desde fundamentos filosóficos, preceitos religiosos ou esotéricos e até a definição do tipo de insumo utilizado, num esforço de diferenciação de processos de produção e de produtos com o objetivo de aumentar a parcela de mercado ou criar novos nichos (ORMOND et al, 2002).

De acordo com Assis e Aquino (2007, p.138)

Sistemas de produção agrícola, além de processos ecológicos, envolvem também processos sociais, sendo a agricultura o resultado da co-evolução de sistemas naturais e sociais. É com esse entendimento que a agroecologia, na busca de agroecossistemas sustentáveis, procura estabelecer a base científica para uma agricultura que tenha como princípios básicos a menor dependência possível de insumos externos à unidade de produção agrícola e a conservação dos recursos naturais. Para isto, os sistemas agroecológicos procuram maximizar a reciclagem de energia e nutrientes, como forma de minimizar a perda destes recursos durante os processos produtivos

Dessa forma os sistemas agroecológicos asseguram o fornecimento de alimentos saudáveis, não fazendo uso de agrotóxicos e demais insumos sintéticos, preservando assim a água, o solo, utilizando técnicas de manejo que evita a erosão e degradação do solo, respeitando a topografia, clima, biodiversidade própria de cada habitat, mantendo a harmonia de todos esses elementos entre si e com os seres humanos, numa preocupação com o ambientalmente correto, com o socialmente justo e com o economicamente viável.

Em um país como o Brasil que ostenta o título de maior consumidor de agrotóxico do mundo, a expansão do mercado de orgânicos demonstra o aumento da consciência de todos os atores envolvidos no sistema.

Inicialmente somente verduras e legumes estavam disponíveis para os consumidores. Recentemente, o leque de produtos disponíveis tem aumentado, além dos itens *in natura*, o mercado oferece carne, massas, molhos, grãos, ou seja, todos os componentes para uma refeição completa. No entanto, os campeões de venda ainda são o segmento frutas, legumes e verduras (FLV).

Segundo Ormond et al. (2002), em anos recentes, a produção de hortaliças e legumes sempre foi parte importante da produção orgânica, apesar que esses produtos ocuparam áreas relativamente pequenas em comparação com o volume obtido. As áreas maiores foram ocupadas pela produção de cereais, oleaginosas, frutas ou café, entretanto, foi a pecuária de corte ou leite a maior demandante de grandes áreas tanto na agricultura orgânica quanto na agricultura convencional..

De acordo com Terrazan e Valarini (2009) podemos dividir o número de produtores orgânicos e de base agroecológica no Brasil em praticamente dois grupos: pequenos produtores familiares ligados a associações e grupos de movimentos sociais, que representam 90% do total e responsáveis por cerca de 70% da produção orgânica brasileira, e as grandes

empresas com o percentual restante. O setor, no entanto, ainda enfrenta vários problemas, como dificuldades de logística, excesso de burocracia e carência de insumos.

O mercado para produtos orgânicos caracteriza pequenos e médios produtores, sendo que normalmente os grandes se capacitam as atividades ligadas à exportação. O processamento é predominantemente realizado por grandes empresas, cabendo às pequenas atender o mercado de nicho, sendo a distribuição realizada por diferentes canais (ARRUDA, RIBEIRO, ANJO, 2008).

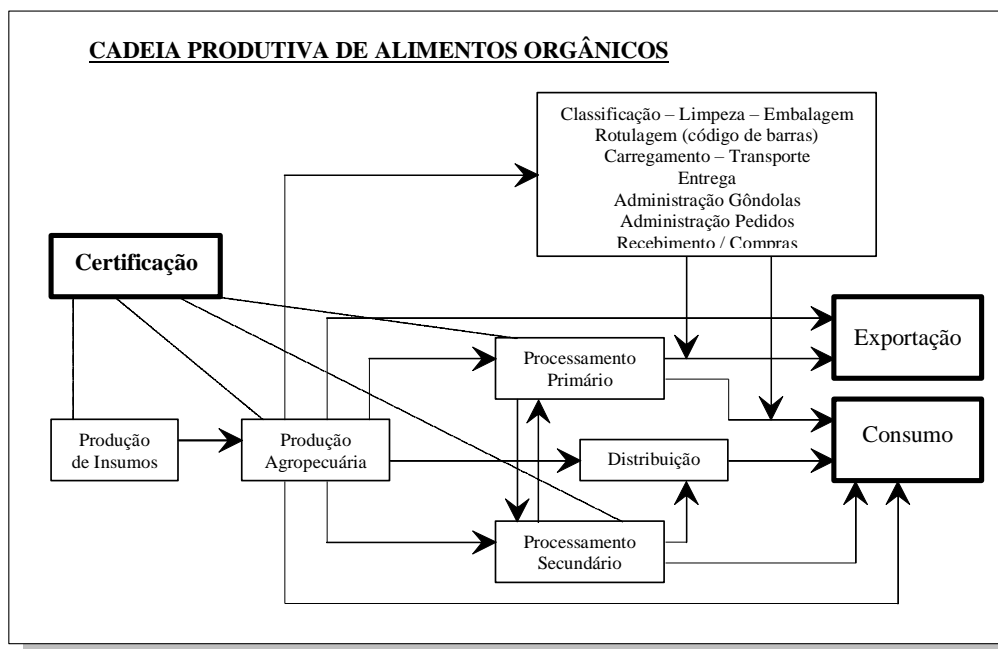
Para Darolt (2003) e Penteadó (2000), a comercialização de produtos orgânicos ocorre em três canais bem definidos:

- **Venda Direta ao consumidor:** restaurantes, feiras verdes, lojas locais, no próprio local de produção, cestas em domicílio.
- **Varejo:** varejões, quitandas, hortifrúteis, supermercados, ..
- **Atacado:** CEASAs, atacadistas e distribuidoras.

Nos grandes centros urbanos do país observa-se uma significativa estrutura de comercialização nos grandes centros urbanos do país, com vendas de cestas a domicílio, pontos de vendas em lojas especializadas, supermercados e feiras.

Os produtos orgânicos representam de 1% a 2% de todo o mercado de alimentos, sendo considerado um nicho de mercado (DAROLT, 2003). O custo com a produção, certificação e mão-de-obra contribuem para que os produtos orgânicos tenham um preço diferenciado. O que pode representar um fator limitante no desenvolvimento da atividade.

Poucos fatores que diferenciam a cadeia produtiva de produtos orgânicos quando comparada com a cadeia produtiva dos produtos convencionais, podemos considerar a presença da certificação, e o mais interessante, seria a inexistência de intermediários ou atacadistas atuando entre a produção e o elo seguinte (ORMOND et al, 2002). Um esquema da cadeia produtiva de orgânicos é mostrado na Figura 1.



**Figura 1:** Cadeia Produtiva dos Orgânicos.

**Fonte:** Adaptado de ORMOND et al (2002)

Na figura 1 podemos considerar:

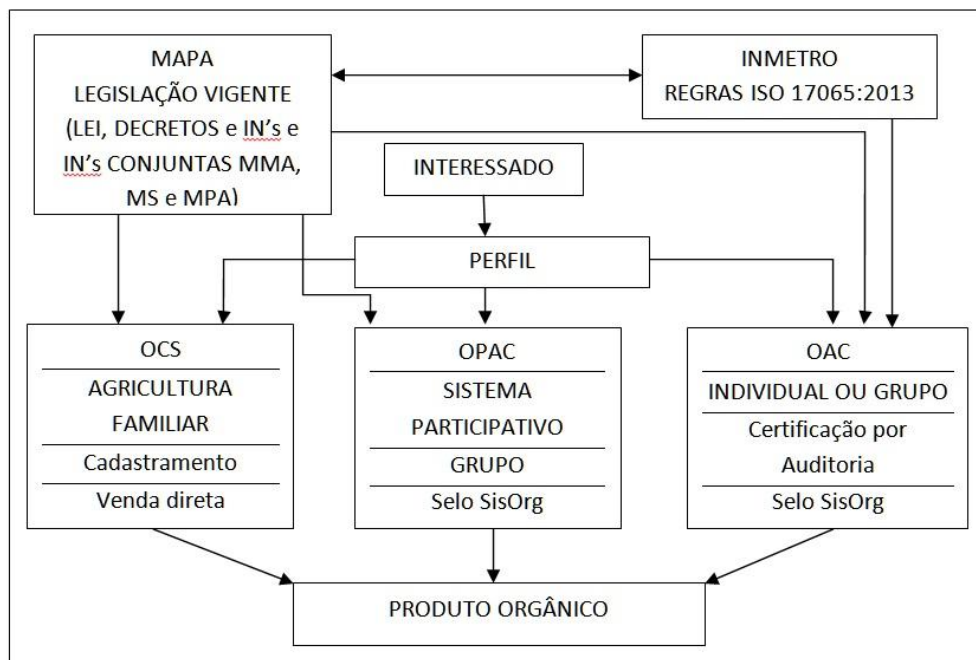
- a) A produção de Insumos: consiste na produção de sementes, adubos, fertilizantes, mudas, embalagens, controladores de doenças e pragas, ou seja, todos os itens necessários ao manejo orgânico de uma área ou propriedade; Esses insumos são regulamentados pela Instrução normativa nº 46 de 06/10/2011.
- b) Produção Agropecuária: segmento composto pelos produtores e empresas agropecuárias, com importante diferenciação; as empresas, em geral, dedicam-se à produção de *commodities* e são verticalizadas, atuando também no processamento secundário;
- c) Processamento Primário: trata-se de empresas, cooperativas ou associações de produtores que atuam na coleta de produção regional e fazem seleção, higienização, padronização e envase de produtos a serem consumidos *in natura* e são responsáveis pelo transporte e comercialização da produção. Podem atuar tanto no mercado interno como na exportação. Em geral, possuem marca própria, e algumas administram *stands* em lojas de supermercados. Uma parte de suas vendas é feita diretamente ao consumidor através de entregas domiciliares, mas também vendem a indústrias embora não seja muito usual e não é o foco deste trabalho;
- d) Processamento Secundário: uma gama variada de indústrias compõe esse segmento, desde tradicionais indústrias de alimentos a pequenas indústrias, algumas quase artesanais;
- e) Distribuição: o agente, aqui, é responsável pela comercialização dos produtos que foram submetidos a processamento primário e/ou secundário, envolvendo lojas de produtos naturais, lojas especializadas em hortifrúti e supermercados. Os agentes deste elo detêm boa parte do conhecimento das preferências do consumidor e da quantidade demandada pelo mercado;
- f) Consumo: estão incluídos os consumidores finais e institucionais como os restaurantes, lanchonetes, empresas e outros;
- g) Certificação: as instituições certificadoras têm importante papel nessa cadeia produtiva, uma vez que sua credibilidade é determinante da confiança que distribuidores e consumidores devotam ao produto oferecido.

## **2.2. Mecanismo de Avaliação da Conformidade da Produção Orgânica**

Os consumidores estão cada vez mais exigentes em relação aos produtos que adquirem, preocupando-se com os riscos alimentares, dando preferência aos alimentos que possuam origem conhecida (LIMA FILHO et al, 2006). Profissionais que atuam na obtenção desses alimentos buscam estabelecer a confiança do consumidor adotando alternativas de produção distintas quanto aos aspectos ambientais, nutricionais, de rastreabilidade, entre outros (SILVA FILHO; PALLET; BRABET, 2002).

Um dos aspectos que diferencia a cadeia produtiva dos orgânicos das demais cadeias agroalimentares é a presença da certificação. Onde as instituições certificadoras dão credibilidade ao produto (BNDES, 2002).

A avaliação da conformidade de produtos orgânicos assegura para o consumidor que determinado produto, processo ou serviço deve obedecer às normas e práticas da produção orgânica. Existem no Brasil três formas de reconhecimento para produtos orgânicos conforme demonstrado na figura 2.



**Figura 2:** Tipos de mecanismos de avaliação da conformidade do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica – SisOrg

**Fonte:** Adaptado de Guimarães et al (2014).

As três formas são: certificação por auditoria, sistema participativo de garantia e controle social na venda direta.

a) Certificação por Auditoria: realizada por um organismo de certificação, no caso da produção orgânica, é o Organismo de Avaliação da Conformidade Orgânica (OAC), devidamente credenciada pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e “acreditada” pelo Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (INMETRO), que se dá por meio de auditorias de avaliação da conformidade, e os produtos certificados por este mecanismo de garantia da qualidade orgânica, podem ser comercializados com o selo do SisOrg, figura 3. Assegura por escrito que determinado produto, processo ou serviço deve obedecer às normas e práticas da produção orgânica.



**Figura 3:** Selos do SisOrg para aposição em produtos oriundos de certificação por auditoria e sistemas participativos de garantia.

**Fonte:** BRASIL (2014).

b) Sistemas Participativos de Garantia (SPG): a avaliação da conformidade é realizada por uma Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade (OPAC), que assume a responsabilidade formal perante o MAPA e a sociedade pelo conjunto de atividades desenvolvidas pelos membros (produtores, técnicos e consumidores) do SPG; os produtos submetidos a este processo de avaliação da conformidade podem ser comercializados com o selo do SisOrg, que possibilita a comercialização indireta, por meio de intermediários (distribuidores), supermercados, armazéns, lojas e restaurantes;

c) Avaliação da Conformidade por Organização de Controle Social (OCS): O Controle Social na Venda Direta foi possível devido uma exceção na legislação brasileira, onde não é exigido a existência de um agente avaliador da conformidade da produção orgânica. Entretanto é necessário o credenciamento em uma organização de controle social cadastrado em órgão fiscalizador oficial. Dessa forma, os agricultores familiares passam a fazer parte do Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos. Realizada por grupos de agricultores familiares que comercializam diretamente ao consumidor final, por feiras e entregas de cestas; o cadastramento dos produtores como orgânicos é feito pela OCS sob orientação das superintendências estaduais do MAPA e os produtos são comercializados sem o selo do SisOrg; para manutenção do cadastramento, estão previstas vistorias conduzidas pelo MAPA e por membros da Comissão da Produção Orgânica Estadual (CPorg) dos estados da federação.

Dentre os três tipos de avaliação de conformidade os chamados "sistemas participativos de garantia" e o "controle social para a venda direta sem certificação", que são mais baseados na confiança e na relação entre associações, produtores individuais e consumidores – e que dispensam a atuação sistemática de empresas certificadoras.

De acordo com avaliação feita pela Organics Brasil utilizando os dados fornecidos Instituto Biodinâmico (IBD), IMO Control do Brasil Ltda, Kiwa BCS Brasil e Ecocert Brasil Certificadora Ltda, maiores certificadoras que atuam no país, que representam 98% do mercado de certificação para exportação, isto ocorreu devido ao nítido fortalecimento do mercado interno e ao incremento do consumo brasileiro. O mercado brasileiro para orgânicos cresceu e a moeda valorizada atraiu mais a comercialização interna (JUNIOR, 2010).

### 2.3. Circuitos curtos de comercialização

O mercado de produtos orgânicos tornou-se uma via produtiva para uma sociedade sustentável. Do ponto de vista tecnológico, informam Pimentel et al. (2005), experimentos realizados durante 22 anos revelaram importantes vantagens para o meio ambiente, resultante da produção orgânica, quando comparada à agricultura convencional, por ser aquela uma modalidade de agroecologia que, além de aspectos técnicos, considerar também aspectos sociais na organização da produção.

Segundo Altieri e Nicholls (2005), trata-se de um método participativo no desenvolvimento de tecnologia para o delineamento e manejo de sistemas agrícolas sustentáveis e conservação dos recursos, desenvolvendo tecnologia mais favorável ao agricultor.

O *marketing* em “circuitos de proximidade” de alimentos frescos produzidos localmente e de forma sustentável, tornou-se um fator-chave para a competitividade de pequenos agricultores. Os produtores dos alimentos reduzem seus custos e os consumidores têm acesso facilitado a produtos mais saudáveis.

Esses mercados são denominados ecológicos, de proximidade, orgânicos ou simplesmente feiras. O nome pode mudar de acordo com o país, mas o fato é que esses circuitos comerciais curtos fazem a diferença: reduzem ao mínimo a intermediação e unem oferta e demanda local dos alimentos e tornam-se uma ferramenta para o desenvolvimento econômico e social dos territórios

Muitos autores apontam para os benefícios sociais, econômicos e ambientais deste modo de comercialização de maior proximidade. As vantagens apontadas são várias: reduzir as distâncias entre produtor e consumidor, melhorar a segurança alimentar e a qualidade dos produtos no consumidor, favorecer a adoção de práticas agrícolas mais respeitadoras do ambiente, fortalecer a economia local e reforçar o capital social são algumas das vantagens apontadas aos modos de comercialização de proximidade (BAPTISTA et al, 2013).

Em circuitos curtos de comercialização o agricultor possui maior autonomia. Segundo Darolt e Constanty (2008), os agricultores que trabalham integrados com empresas têm menor autonomia na gestão, sendo o planejamento de produção e a comercialização realizados por elas.

Os circuitos curtos proporcionam um novo paradigma para a produção, comercialização e consumo alimentar, valorizado através de um conjunto de benefícios de caráter social, cultural, econômico (MAMAOT, 2013):

- **Benefícios sociais:** permitem reforçar a coesão em territórios onde os rendimentos baixos da atividade agrícola favorecem a emigração e proporcionarem aos consumidores produtos frescos e saudáveis, com rastreabilidade;

- **Benefícios culturais:** possibilitam diversificar a oferta e preservar sistemas tradicionais de produção vegetal e animal, promovendo a coesão das comunidades locais;
- **Benefícios econômicos:** proporcionam valor acrescentado às produções locais e alargam a gama dos produtos oferecidos e podem reduzir as necessidades de capital a investir, pois tendem a ser menos intensivos na mecanização das operações culturais e na utilização de agroquímicos;
- **Benefícios ambientais:** viabilizam uma agricultura menos poluidora (sistemas de produção menos intensivos) e de conservação de recursos. As necessidades de acondicionamento, transporte e refrigeração tendem a ser mais reduzidas e, por conseguinte, a utilização de combustíveis fósseis e as emissões de gases com efeito de estufa tendem a diminuir.

É necessário entender o potencial da agricultura familiar para atender as demandas das sociedades. Circuitos curtos de comercialização favorecem a inserção de agricultores familiares no mercado. Esses canais permitem desenvolver relações de confiança e expõem o conhecimento sobre a origem do produto e os locais onde foram produzidos.

### 3. METODOLOGIA

Para o desenvolvimento deste trabalho, baseou-se em revisão de literatura especializada sobre o tema, análise documental e entrevistas.

O primeiro passo, anterior as vistas as feiras, foi a realização de uma entrevista em abril de 2016 com o representante da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, o senhor Rafael Campos de Oliveira, Supervisor Operacional da Gerência de Apoio a Produção e Comercialização de Alimentos.

A partir da conversa com o supervisor obteve-se a informação da existência de oito feiras de produtos orgânicos no município de Belo Horizonte. Com as informações de dias, horários e local de realização das feiras programou-se o calendário das entrevistas. Destinou-se um dia de visita para cada feira de forma a acompanhar o funcionamento durante toda sua realização.

Para a realização das entrevistas com os frequentadores (consumidores e potenciais consumidores) e agricultores familiares/feirantes utilizou-se de dois questionários semiestruturados (Anexo 1 e 2) e de um relatório estruturado de observação (anexo 3) que foram a base para os questionamentos, realizadas em abril de 2016.

Foram entrevistados um total de 214 pessoas frequentadoras das feiras (consumidores e possíveis consumidores), escolhidas de forma aleatória, durante todo o período de realização da feira no dia escolhido para as entrevistas, de acordo com a tabela 1, sem haver um número pré-estipulado de entrevistados por feira.

**Tabela 1:** Número de entrevistados por feira (continua).

Local da Feira	Número total de entrevistados
PRAÇA ABC -R.Claúdio Manoel-Funcionários	19
Av.dos Bandeirantes - Praça JK – mangabeiras	23
Praça Alberto Dalva Simão - Av.Santa Rosa - São Luiz – Pampulha	57
Av. Paulo Camilo Pena,400 – Belvedere	21
R.Felipe Drumond – luxemburgo	26
R.Grajaú c/Francisco Deslandes – Anchieta	18
Barragem Santa Lúcia - Praça república do Líbano - São Bento	22
Praça Aroldo Tenuta - Av. Mário Werneck- Buritis	28

**Fonte:** Organização da autora



Foram realizadas entrevista com o uso de questionário com os cinco agricultores familiares cadastrados na Prefeitura Municipal e que comercializam os seus produtos nas feiras orgânicas. Por motivo de preservação da identidade e como o objetivo do trabalho é realizar um diagnóstico das feiras, esses entrevistados foram identificados por letras (A, B, C, D, E) conforme tabela 2.

**Tabela 2:** Relação de agricultores, locais, dias e horários de funcionamento das feiras de produtos orgânicos do município de Belo Horizonte (continua).

<b>PRODUTOR</b>	<b>PONTO DE VENDA</b>	<b>DIA</b>	<b>HORÁRIO</b>
A	PRAÇA ABC -R. Cláudio Manoel- Funcionários	Terça	07:00 às 12:00hs
A	Av. dos Bandeirantes - Praça JK - mangabeiras	Sexta	07:00 às 12:00hs
A	Praça Alberto Dalva Simão -Av. Santa Rosa – São Luiz- Pampulha	Sábado	07:00 às 12:00hs
B	PRAÇA ABC -R. Claudio Manoel- Funcionários	Terça	07:00 às 12:00hs
B'	Av. Paulo Camilo Pena,400 - Belvedere	Terça	07:00 às 12:00hs
B	Av. dos Bandeirantes - Praça JK - mangabeiras	Sexta	07:00 às 12:00hs
B	Praça Alberto Dalva Simão -Av. Santa Rosa - São Luiz – Pampulha	Sábado	07:00 às 12:00hs
C	Av. Paulo Camilo Pena.400 - Belvedere	Terça	07:00 às 12:00hs
C	R. Felipe Drummond - Luxemburgo	Quarta	07:00 às 12:00hs
D	R. Grajaú c/Francisco Deslandes - Anchieta	Terça e Sexta	07:00 às 12:00hs
E	Barragem Santa Lúcia - Praça república do Líbano – São Bento	Terça	07:00 às 12:00hs
E	Praça Aroldo Tenuta - Av. Mário Werneck- Buritis	Sexta	07:00 às 12:00hs

**Fonte:** Organização da autora

Alguns agricultores participam de feiras em momentos simultâneos, ficando um membro da família em cada ponto de comercialização.

Em acréscimo, utilizou-se observações *in loco* nas feiras e entrevistas, também com base em questionário semiestruturado (Anexo 3), junto a agentes públicos envolvidos na dinâmica das feiras, para complementar o processo de coleta de informações sobre o processo de comercialização de produtos orgânicos, realizado em feiras no município de Belo Horizonte -MG. Os agricultores familiares/feirantes não foram informados da utilização desse instrumento, para que não houvesse interferência ou alteração na rotina e logística das feiras.

Todos os dados obtidos e observações realizadas subsidiaram a discussão sobre a estrutura das feiras, perfil dos consumidores e dos agricultores familiares, realidade e anseios.

## 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 4.1. Histórico das Feiras de Produtos Orgânicos do Município de Belo Horizonte (MG), e a Importância dos Circuitos Curtos de Comercialização

O município de Belo Horizonte, capital do estado de Minas Gerais, tem sua origem no distrito criado com a denominação de Nossa Senhora da Boa Viagem do Curral del Rey, por Ordem Régia de 1750.

Atualmente, segundo estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), a capital mineira possui uma área de 331.401 km<sup>2</sup>, e faz limites com os municípios de Ribeirão das Neves (Norte e Noroeste), Santa Luzia (Norte e Nordeste), Sabará (Leste), Nova Lima (Sul e Sudeste), Ibituripe (Sudoeste) e Contagem (Noroeste e Oeste), conforme Figura 4. Apresenta uma altitude média de 858,3 metros e uma população total de 2.375.151 habitantes.



**Figura 4:** Localização do município de Belo Horizonte (MG)

**Fonte:** Cidades Brasileiras, s/d

De acordo com o censo agropecuário de 2006 a população rural de Belo Horizonte correspondia a 6,73% da população do município (IBGE, 2006).

Segundo dados da Associação Brasileira de Orgânicos, entidade que reúne os produtores, processadores e certificadores, de produtos orgânicos, 80% dos produtores de alimentos orgânicos no país são agricultores familiares (BRASILBIO, 2012).

A partir da percepção dos produtores referente ao aumento da demanda do setor de

orgânicos, verificou-se a necessidade de haver uma organização para atender essa demanda, o que levou a criação das feiras orgânicas. Inicialmente encontraram dificuldade em relação a competitividade, face o custo de comercialização maior da cadeia de orgânicos, na medida que não compartilha os ganhos de escala da comercialização atacadista da produção convencional, bem como demanda de cada produtor um esforço de diversificação produtiva para a venda direta.

Através desta percepção, os produtores que enfrentavam os mesmos impedimentos e que tinham a mesma consciência quanto à ascensão do mercado de orgânicos no município de Belo Horizonte, os produtores se organizaram e solicitaram à Prefeitura Municipal a constituição de feiras específicas de produtos orgânicos, acreditando que, assim, estariam aumentando a sua demanda, produtividade, lucros e outros benefícios, através do direcionamento de seus produtos a público específico que desejavam consumir produtos orgânicos. Em acréscimo, com as feiras, foi possível estabelecer uma relação de contato direto entre produtor e consumidor, que representou ganhos nos processos de produção e consumo decorrentes do conhecimento mútuo de suas dificuldades e demandas.

O Supervisor Operacional da Gerência de Apoio a Produção e Comercialização de Alimentos, entrevistado nesse trabalho, contextualizou o período e a forma como houve a organização das feiras orgânicas e a dinâmica atual das mesmas. De acordo com o supervisor as feiras orgânicas surgiram a partir de uma demanda dos produtores e da população tendo como objetivo incentivar a produção dos pequenos agricultores familiares e evitar intermediários na comercialização dos produtos.

Desse modo, foi estabelecido uma parceria entre a Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, por meio da Secretaria Municipal Adjunta de Abastecimento (SMAAB), a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais (EMATER-MG) e entidades avaliadoras da conformidade da produção orgânica, que viabilizou o estabelecimento da primeira Feira Orgânica da cidade de Belo Horizonte, no ano de 2001, localizada na Rua Cláudio Manoel, à Praça ABC, no bairro Savassi.

O sucesso dessa Feira Orgânica, face os resultados positivos para os produtores e consumidores, possibilitou que mais sete Feiras Orgânicas foram criadas na cidade de Belo Horizonte.

A Secretaria Municipal Adjunta de Abastecimento (SMAAB) é a responsável pelo apoio às feiras no que diz respeito à infraestrutura e quanto ao estabelecimento de normas e regulamentos inerentes ao seu funcionamento. Assim, no ano de 2002, estabeleceu o Decreto nº 11.044, de 20 de maio de 2002 (Anexo 4) com o objetivo de regular a comercialização varejista direta, de hortigranjeiros e cereais de cultura orgânica, produzidos por pequenos produtores ou por suas associações. Em decorrência, foi realizado processo licitatório, onde ficou estabelecido os produtos possíveis de serem comercializados, e dias e horários de funcionamentos das feiras.

Em 2004 foi publicado a Portaria nº 001 de 05 de janeiro que aprova o Regulamento Provisório da Feira Orgânica de Belo Horizonte (anexo 5) e apenas em 2016 foi aprovado o Regulamento definitivo (anexo 6).

Para a definição dos locais de funcionamento das feiras foram privilegiados os bairros localizados nas seguintes regiões administrativas do município de Belo Horizonte: Pampulha, Oeste, e Centro-Sul, caracterizados na tabela 3 como de maior poder aquisitivo. Isso por ter sido considerado que a escala de comercialização dos produtos orgânicos era limitante para a

venda junto a outras camadas sociais da população. Em outras palavras, foi entendido que o preço era um impedimento para o consumo em massa dos produtos orgânicos.<sup>1</sup>

**Tabela 3:** Renda per capita da população de Belo Horizonte por região do município nos anos 1991 e 2000 (continua).

Regiões Metropolitanas	1991	2000
Barreiro	R\$ 188,60	R\$ 254,06
Centro Sul	R\$ 1.119,02	R\$1.584,28
Leste	R\$ 379,48	R\$491,20
Nordeste	R\$ 315,41	R\$429,02
Noroeste	R\$ 352,30	R\$472,43
Norte	R\$ 204,18	R\$274,90
Oeste	R\$ 436,11	R\$ 634,71
Pampulha	R\$ 514,65	R\$ 680,15
Venda Nova	R\$ 188,82	R\$ 268,86

**Fonte.** Atlas do Desenvolvimento Humano da Região Metropolitana de Belo Horizonte (2014)

Em outras palavras, foi entendido que o preço é um limitador para o consumo em massa dos produtos orgânicos, posto que estes tendem a ter um preço maior que o dos convencionais. No Brasil, os produtos orgânicos são, em média, 40% mais caros que os convencionais (MAGALHÃES,2015).

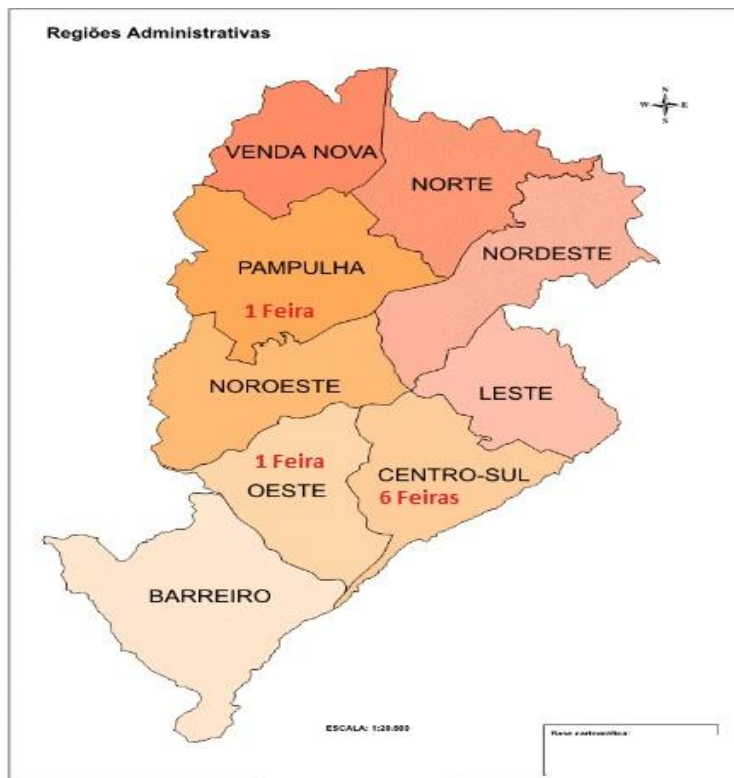
Quem observa Belo Horizonte apenas como uma metrópole, não imagina os costumes locais característicos em diferentes bairros, que sobrevivem entre os moradores. Prova disso são as feiras de ruas.

Existem na cidade pelo menos 92 pontos de comercialização local cadastrados pela prefeitura, divididos em quatro tipos: feiras livres (60 pontos); feiras direto da roça (22 pontos); feiras modelo (2 pontos); e feiras de produtos orgânicos (8 pontos).

As oito feiras estão distribuídas nas regiões administrativas de Belo Horizonte: Centro-Sul, Pampulha e Oeste, conforme figura 5.

---

<sup>1</sup> No Brasil os produtos orgânicos são, em média, 40% mais caros que os convencionais (MAGALHÃES, 2015).



**Figura 5:** Localização das diferentes regiões no território do município de Belo Horizonte (MG) com indicativo do quantitativo das feiras de produtos orgânicos.

**Fonte:** Relatório de Gestão SMSA/2006

#### 4.2 Caracterização das Feiras Orgânicas de Belo Horizonte, MG.

As feiras foram organizadas em dias e horários diferentes, conforme tabela 3, as feiras orgânicas possuem grande importância, são espaços que permitem a interação entre o produtor e o consumidor, criando uma relação de confiança entre ambos.

As feiras orgânicas possuem regulamento normativo (anexo 6) onde especifica-se os pré-requisitos para participar da feira, as regras da comercialização, e possíveis sanções as quais estarão sujeitos no caso do descumprimento de alguma das normas. As feiras são acompanhadas por uma equipe da prefeitura, que realiza visita mensal.

Na tabela 4 observa-se a quantidade de agricultores por feira.

**Tabela 4:** Número de agricultores, locais, dias e horários de funcionamento das feiras de produtos orgânicos do município de Belo Horizonte.

Número de agricultores	Ponto de Venda	Dia	Horário
2	PRAÇA ABC	Terça-feira	07:00 às 12:00 h

2	Praça JK	Sexta-feira	07:00 às 12:00 h
2	Praça Alberto Dalva Simão	Sábado	07:00 às 12:00 h
2	Av. Paulo Camilo Pena	Terça-feira	07:00 às 12:00 h
1	Rua.Felipe Drumond	Quarta-feira	07:00 às 12:00 h
1	Rua Grajaú	Terça-feira e Sexta-feira	07:00 às 12:00 h
1	Praça República do Líbano	Terça-feira	07:00 às 12:00 h
1	Praça Aroldo Tenuta	Sexta-feira	07:00 às 12:00 h

**Fonte:** Organização da autora

As barracas das 8 (oito) feiras são de material metálico e padronizadas, e com faixas de identificação (Figura 6). Entretanto, conforme verificado na Tabela 3, o número de agricultores por feira é limitado a no máximo dois, limitando o número de barracas. Em apenas quatro das feiras existem duas barracas, nas demais a feira é constituída de somente uma barraca, o que interfere na disponibilidade e concorrência, muitas vezes restringindo o poder de escolha do consumidor. Não constava em local visível o certificado da conformidade da produção orgânica do produtor rural. As feiras são bem localizadas e com facilidade de deslocamento com transporte público, porém nenhuma é apoiada com banheiro químico, ou estacionamento.



**Figura 6:** Barraca com saia de identificação.

**Fonte:** Acervo pessoal obtido durante a pesquisa

Apenas algumas barracas 02 (duas) apresentavam tabela de preços com acesso fácil para consulta dos consumidores, contrariando o inciso IV, artigo 10º do Regulamento das feiras (anexo 6).

A Instrução Normativa nº 19 de 28 de maio de 2009, no seu artigo 118 determina que os produtos orgânicos serão identificados pelo selo do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica (figuras 7, 8 e 9), entretanto foi observado que em todas as barracas constavam produtos que não estavam identificados conforme a legislação (figuras 10, 11, 12 e 13). Contudo a falta dessa identificação junto aos produtos em momento algum trouxe desconfiança para os consumidores.





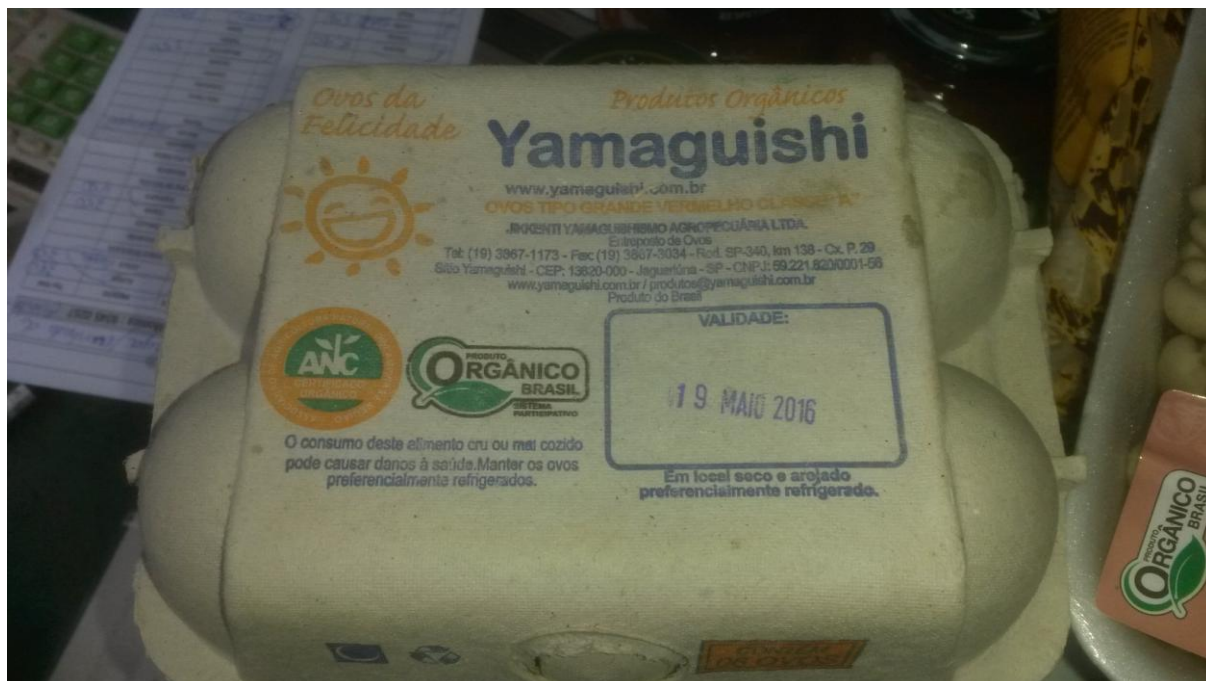
**Figura 7:** Produtos processados.

**Fonte:** Acervo pessoal obtido durante a pesquisa



**Figura 8:** Identificação do selo de produto orgânico

**Fonte:** Acervo pessoal obtido durante a pesquisa



**Figura 9:** Produto orgânico de origem animal (ovos).

**Fonte:** Acervo pessoal obtido durante a pesquisa.



**Figura 10:** Exposição de produtos para venda

**Fonte:** Acervo pessoal obtido durante a pesquisa





**Figura 11:** Produto processado sem selo de identificação.

**Fonte:** Acervo pessoal obtido durante a pesquisa



**Figura 12:** Produto beneficiado.

**Fonte:** Acervo pessoal obtido durante a pesquisa



**Figura 13:** Produtos embalados para comercialização sem selo de identificação.

**Fonte:** Acervo pessoal obtido durante a pesquisa

É realizada pela Gerência de Apoio a Produção e Comercialização de Alimentos uma pesquisa de preços praticados no CEASA-MG em Contagem e, a partir dos resultados dessa pesquisa, é estabelecida uma tabela de preços máximos, visando tornar os preços competitivos quando comparado com os preços dos produtos convencionais. Através de visitas realizadas mensalmente nas feiras a equipe da prefeitura acompanha o cumprimento das normas.

É obrigatório que fique visível nas barracas a licença de funcionamento do ponto, expedida pela prefeitura, e o feirante deve utilizar jaleco padronizado.

Em parceria com a EMATER-MG ocorrem visitas aos agricultores, e há o acompanhamento da área de produção, bem como controle sobre o qualitativo e quantitativo de produtos comercializados.

Periodicamente são efetuadas nas barracas coletas de amostras para verificação laboratorial a respeito de resíduos de agrotóxicos, como uma forma de controle. Não foi relatado nenhum caso de amostra não conforme.

#### **4.3 Perfil dos Agricultores/Feirantes**

Todos os cinco feirantes entrevistados são agricultores familiares individuais e possuem Declaração de Aptidão ao Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (DAP), que iniciaram a produção de orgânicos em tempo diferentes. Tem alguns agricultores que iniciaram no ano de 1999 e o mais recente iniciou em 2012.

Os motivos que os levaram a iniciar a produção orgânica varia de querer e acreditar em uma forma mais sustentável de produzir alimentos, por ser um nicho de mercado ainda pouco explorado e proteção ao meio ambiente.

Todos os agricultores utilizam critérios na hora do plantio quanto ao que produzir. Os critérios citados por todos foram regularidade de entrega, existência de demanda e quantidade a ser produzida. Foi citado ainda por um agricultor a facilidade de manejo da cultura a ser implantada na hora da tomada de decisão, visto que por se tratar de mão de obra familiar culturas que apresentam uma grande demanda de manejo são menos cultivadas.

Os produtos comercializados por todos são as olerícolas e frutas. Quanto a produtos de origem animal apenas 2 agricultores comercializam ovos e 03 mel, mas não há comercialização de produtos processados de origem animal. 3 agricultores comercializam produtos de terceiros, como pães, geleias, temperos.

Todos os agricultores informaram utilizar a tabela de preços máximos estipulado pela Prefeitura de Belo Horizonte para estabelecer os preços de venda, porém não tivemos acesso a última tabela para realizar uma conferência quanto a veracidade da informação.

Quando se trata dos canais de comercialização utilizados, há apenas 1 (um) agricultor que fornece também para supermercados e lojas específicas, os demais restringem as feiras e cestas. Nenhum dos agricultores realizam vendas institucionais, apesar de todos terem conhecimentos de programas como Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE).

Como motivo para não comercialização para programas institucionais, 3 entrevistados informaram não ter interesse, uma vez que os canais de comercialização que eles utilizam já são suficientes para escoar toda a produção. Um produtor informou já ter participado de uma licitação, mas não ter sido escolhido. Ele acredita que o fato se dá pela quantidade de produtos convencionais oferecida ser bem maior e com isso gera segurança para a instituição. O outro agricultor informou que em Capim Branco, município da sua propriedade, a logística de entrega é inviável e que em Belo Horizonte ainda não teve acesso ao programa.

Quanto ao tipo de certificação todos os agricultores estão submetidos a certificação por Organismos de Avaliação da Conformidade Orgânica (OACs)

Foram apontadas vantagens para comercialização de produtos orgânicos como aumento na procura, grande demanda de alguns itens como olerícolas e legumes, não ser necessário grandes áreas para o cultivo. As restrições relatadas foram: a maioria dos produtos serem muito perecíveis, ser necessário um alto investimento e um retorno demorado para o cultivo de frutas e dificuldade de mão de obra.

Todos os agricultores informaram haver interesse em ampliar o leque de produtos orgânicos ofertados nas barracas de demais canais de comercialização que utilizam. Foram apontadas como possíveis estratégias para essa ampliação o uso de gôndolas exclusivas, divulgação em meios de comunicação e realização de degustação de produtos.

Ocorre um incentivo entre todos os agricultores para que os consumidores conheçam o local de produção. Um dos agricultores realiza dia de visita na propriedade, realizando ainda dias em que os consumidores realizam a própria colheita.

Entre os feirantes, componentes das cinco unidades familiares, verificou-se a presença 05 homens 03 mulheres. Não foi identificado no momento das visitas as feiras presença de jovens.

Três agricultores declararam renda da unidade familiar entre 3 a 7 salários mínimos, 1 de 7 a 10 salários e 1 renda superior a 10 salários mínimos.

Em relação aos gargalos da comercialização, apenas um entrevistado respondeu a questão. Foi apontado a oscilação da produção ao longo do ano, pontos de venda impróprios

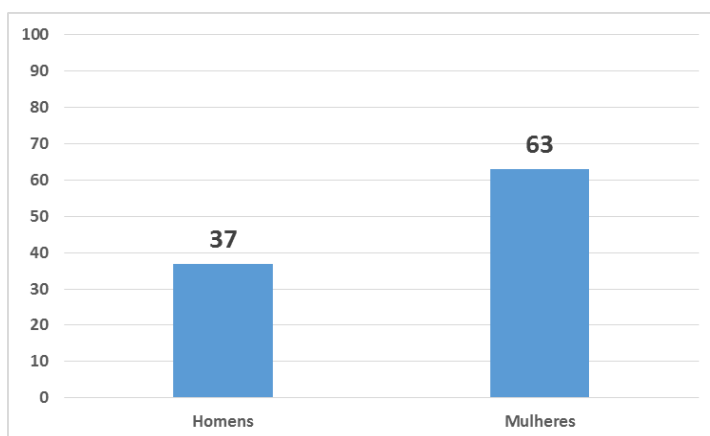
para produtos muito perecíveis (expostos ao tempo, calor, chuva). Apontou como sugestões ampliação das feiras com maior número de barracas, espaço fechado com acesso a sanitários, espaço para alimentação (café da manhã orgânico) e possibilidade de venda de uma maior variedade de produtos de outros agricultores certificados.

#### 4.4 Perfil dos Consumidores

Verificamos na figura 14 que dos 214 entrevistados, o sexo feminino teve uma participação de 63 % nas entrevistas, constituindo as principais clientes deste tipo de produto enquanto que o sexo masculino teve uma participação de 37%; estes números revelam que as mulheres são as responsáveis pela compra de alimentos para a família, determinando hábitos de consumo, nesse caso de produtos mais saudáveis para família.

A mulher permanece com a responsabilidade de administrar e realizar algumas atividades domésticas importantes, apesar de uma participação cada vez mais expressiva no mercado de trabalho.

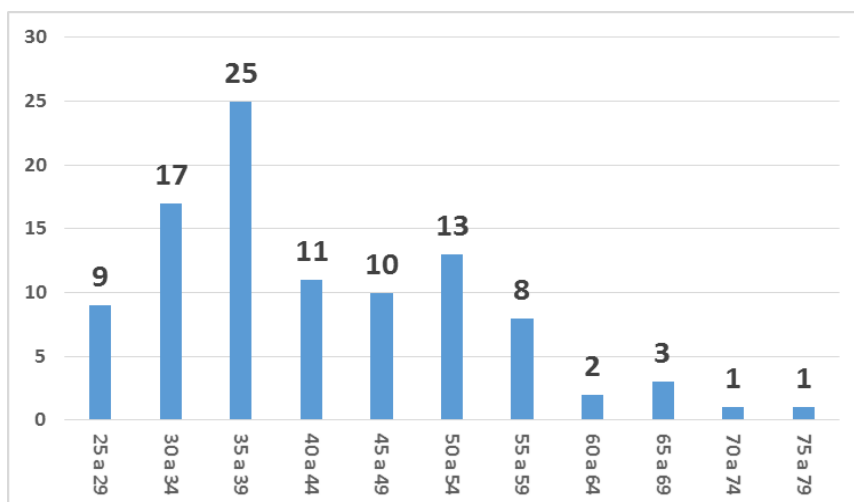
Moro & Guivant (2006) constataram, em supermercados de Florianópolis o consumo de orgânico também era em sua maioria realizado por mulheres, nesse estudo os dados encontrados foram de mulheres (83,03 %) e homens (16,7 %).



**Figura 14:** Distribuição dos entrevistados por sexo (%).

**Fonte:** organização da autora

Constata-se pela figura 15 que a faixa etária dos consumidores concentra-se entre 30 a 54 anos.



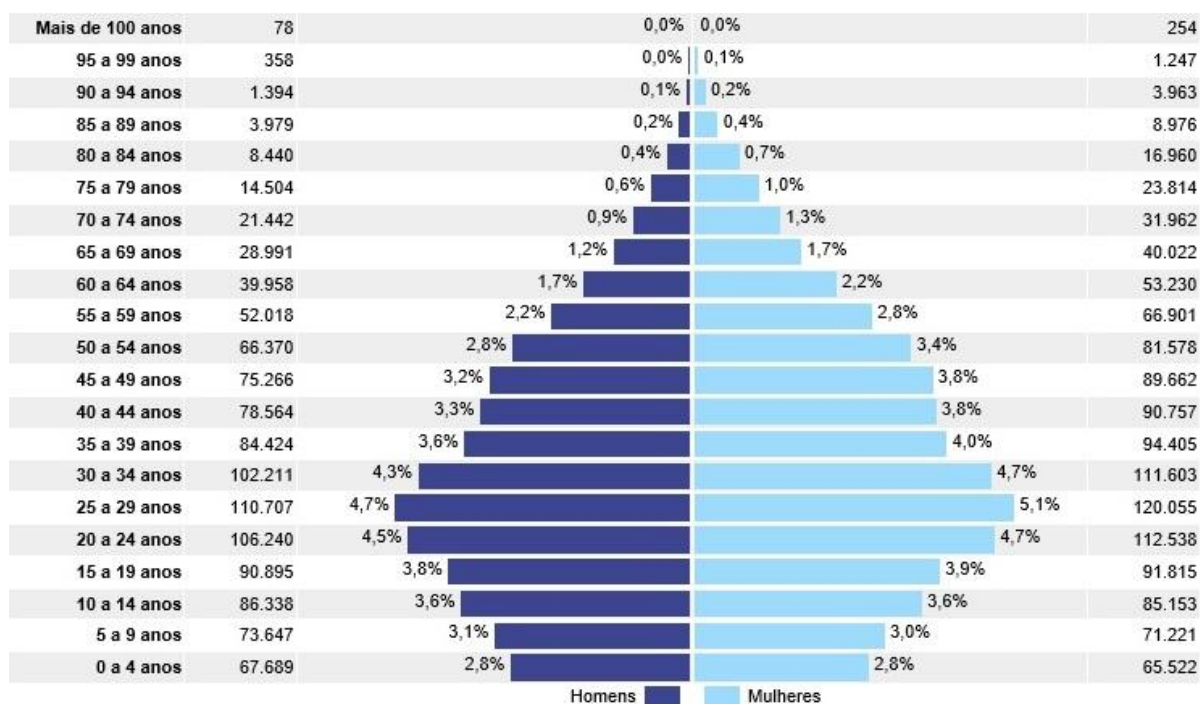
**Figura 15:** Faixa etária dos entrevistados (%).

**Fonte:** organização da autora

O questionário foi elaborado considerando as divisões etárias utilizadas durante os levantamentos realizados pelo IBGE. Após a verificação das respostas dos questionários (anexo 2) verificou-se que os entrevistados se concentravam com idade entre 25 e 79 anos.

Analisando a figura 15 é possível verificar que a faixa etária dos participantes concentra-se entre 30 a 54 anos, totalizando 76% nessa faixa. Pessoas nessa faixa etária são maduras, economicamente ativas e possivelmente, por estarem mais preocupadas com a qualidade de vida, tendem a procurar uma alimentação consciente, diferenciada e uma consciência ambiental.

A população estimada do município, em 2010 era de 2.375.152 (IBGE, 2010), mas considerando o recorte de faixa etária, a população possível de compor a amostra era de 1.478.444 habitantes, com a condicionante de serem pessoas que regularmente fazem as compras dos alimentos para a família de acordo com a figura 16.

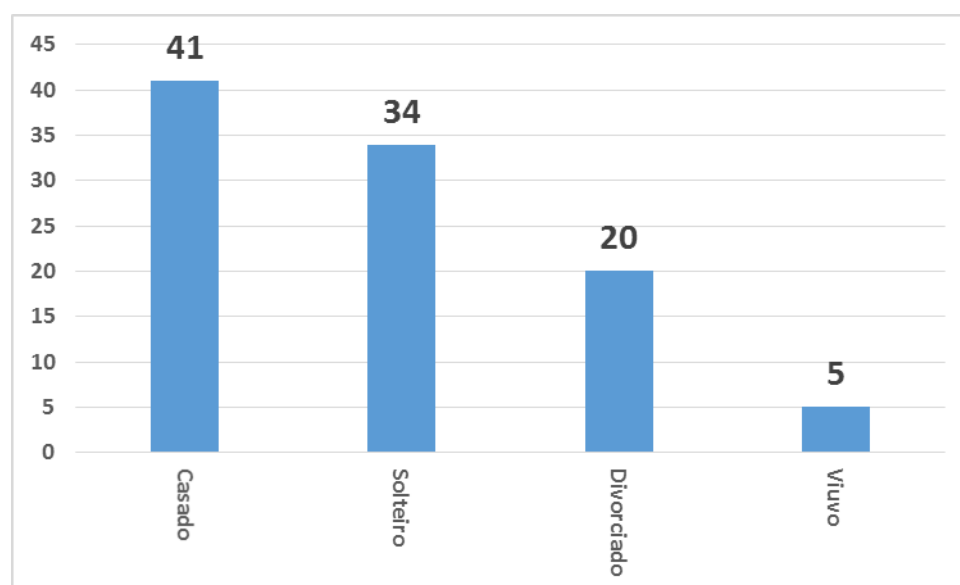


**Figura 16:** Distribuição da população de Belo Horizonte por sexo, segundo o grupo de idades.

**Fonte:** IBGE (2010)

Do total de entrevistados, a distribuição de acordo com o estado civil era: casado (a) 41%, solteiro (a) 34%, divorciado (a) 20% e viúvo (a) 5%, conforme representado na figura 17.

Verificou-se ainda a tendência de famílias menores, com 41% dos entrevistados possuindo filhos, sendo uma média de 1,8 filhos/ entrevistado com filhos.



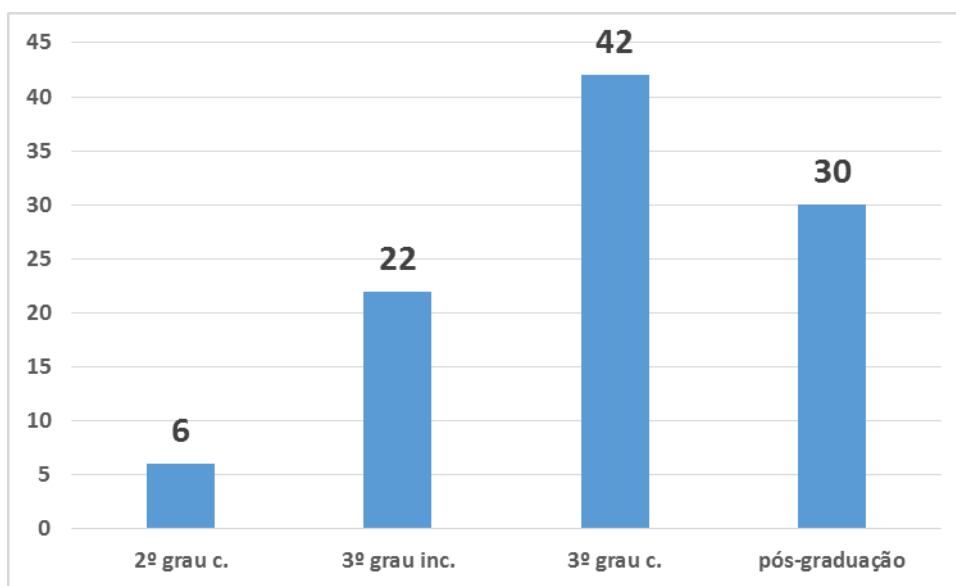
**Figura 17:** Estado Civil dos Entrevistados (%).

**Fonte:** organização da autora



Analisando a figura 18, verifica-se que quanto maior a escolaridade maior a procura por alimentos orgânicos. Contudo, é necessário considerar que a pesquisa foi realizada em feiras orgânicas que como já foi dito anteriormente estão situadas em bairros com pessoas de maior poder aquisitivo, e que maiores rendas normalmente estão associadas a maiores níveis de escolaridade.

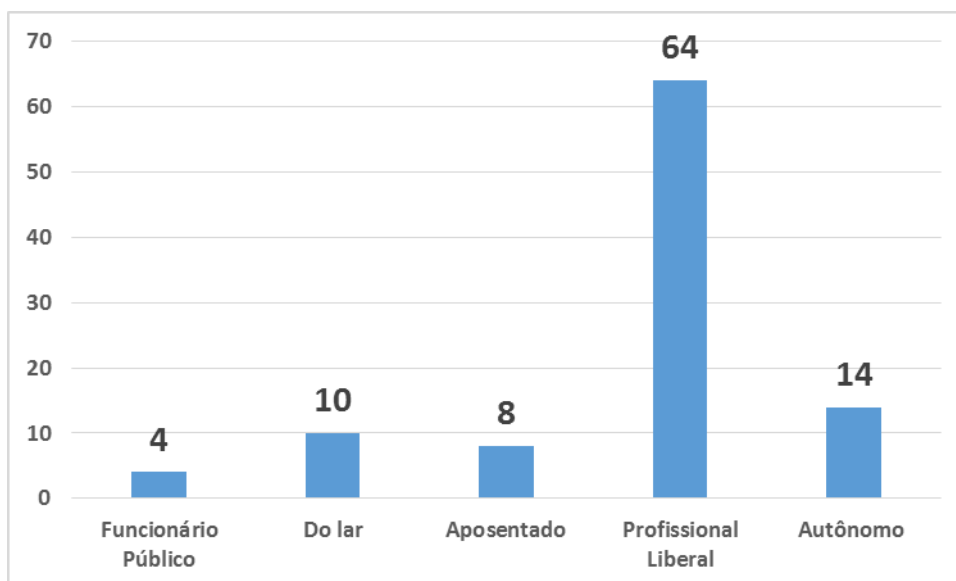
Bieber et al. (2005) também observaram elevado grau de escolaridade entre os consumidores de produtos orgânicos em Recife, onde 80 % dos entrevistados informaram possuir nível superior.



**Figura 18:** Escolaridade dos entrevistados (%).

**Fonte:** organização da autora

No que se refere a distribuição dos entrevistados por profissão, os profissionais liberais são maioria (64%), podendo ser segmentados em diferentes categorias, de acordo com a figura 19, a pesquisa não especificou quais seriam as profissões.



**Figura 19:** Distribuição dos entrevistados por profissão (%).

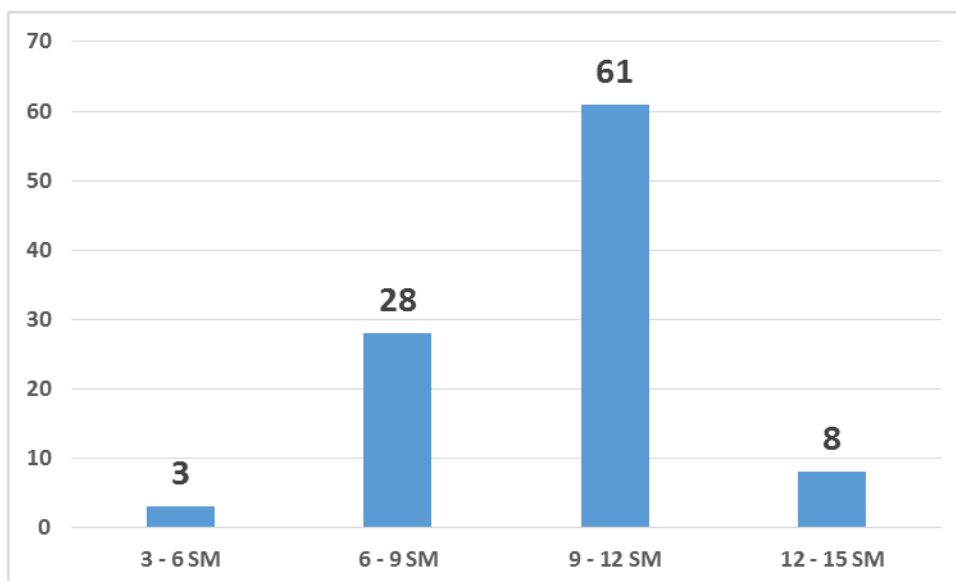
**Fonte:** organização da autora

As informações obtidas ratifica o que foi constatado por Avelar, Reis e Souza (2012, p. 8), que analisaram o perfil do consumidor de alimentos orgânicos de Belo Horizonte – MG no segundo semestre de 2011, “Em geral, os dados indicam um perfil típico do consumidor de alimentos orgânicos em Belo Horizonte: mulher, acima dos 40 anos, profissional liberal, com curso superior ou pós- graduação e alto poder aquisitivo”.

Para a aplicação do questionário, consideramos o valor do salário mínimo vigente no período, ou seja, R\$880,00. Do total dos participantes, foi verificado que: ninguém informou receber de 1 a 3 salários mínimos; 3 % declararam renda familiar de três a seis; 28% assumiram uma renda de seis a nove salários mínimos; 61% declararam receber de 9 a 12 salários mínimos; e 8% alegaram renda de doze a quinze salários mínimos.

Vilela (2006), observou que em Brasília 88% dos consumidores de orgânicos apresentava renda mensal superior a 13 salários mínimos, e ainda que a maioria dos consumidores apresentavam renda familiar em torno de 30 salários mínimos (figura 20).

Segundo Saabor (1999) o tipo e qualidade de alimentação dos membros de uma família é determinado pela renda familiar, sendo essa uma variável de suma importância para a avaliação do perfil do consumidor, já que a aquisição dos alimentos é uma decisão baseada na renda familiar e não na individual.

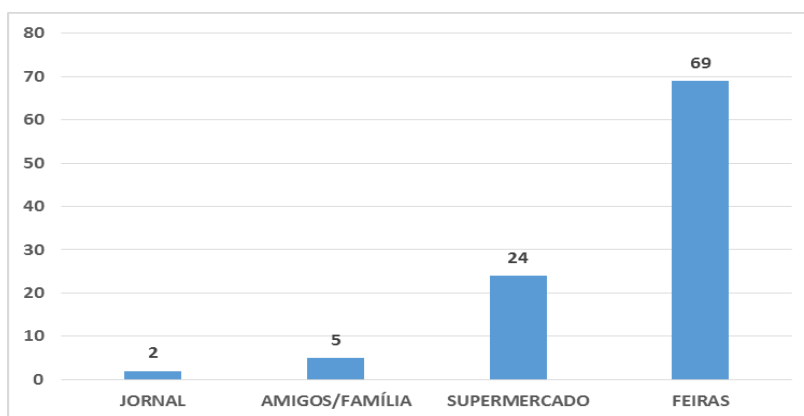


**Figura 20:** Renda Familiar (%).

**Fonte:** organização da autora

De acordo com o IBGE a renda familiar média no ano de 2015 em Minas Gerais foi de R\$ 1128,00 (Hum mil cento e vinte e oito reais), valor que quando considerando salário mínimo vigente corresponde a 1,2 salários mínimos. Com isso verificamos que a agricultura orgânica é uma atividade que permite ao agricultor familiar um retorno financeiro dentro e muitas vezes bem superior à renda familiar média.

Dos entrevistados, de acordo com a figura 21, 69% conheceram os orgânicos através das feiras, 24% por supermercados, 5% amigos e família e 2% jornal. Verificamos que os circuitos curtos de comercialização apresentam importante papel na divulgação dos produtos orgânicos e que existe um grande espaço na mídia para ser explorado.

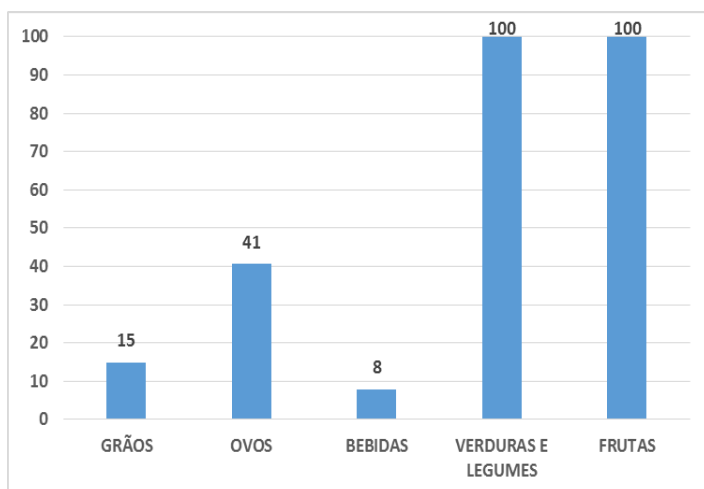


**Figura 21:** Como conhecerem os orgânicos.

**Fonte:** organização da autora

Todos os entrevistados informaram adquirir verduras, legumes e frutas orgânicas, isso é explicado por ser mercadorias que possuem maior oferta, 41% informaram adquirir ovos, 15% grãos e 8% bebidas, de acordo com a figura 22. Os entrevistados relataram ainda

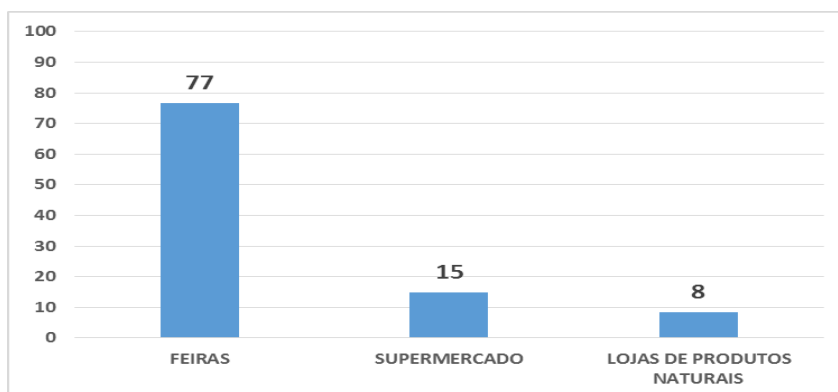
dificuldade em encontrar carnes e bebidas alcoólicas (vinho, cerveja) orgânicos. Sendo necessário um estudo para verificar o mercado para esses tipos de produtos.



**Figura 22:** Principais produtos orgânicos adquiridos.

**Fonte:** organização da autora

O local onde a maioria (77%) dos entrevistados informou adquirir os produtos orgânicos foram nas feiras, os circuitos curtos de comercialização possuem como principal característica permitir e incentivar a interação entre produtos/agricultor e consumidores, existindo uma troca de saberes, situação esta que não ocorre nos outros canais de comercialização.



**Figura 23:** Locais de aquisição de orgânicos.

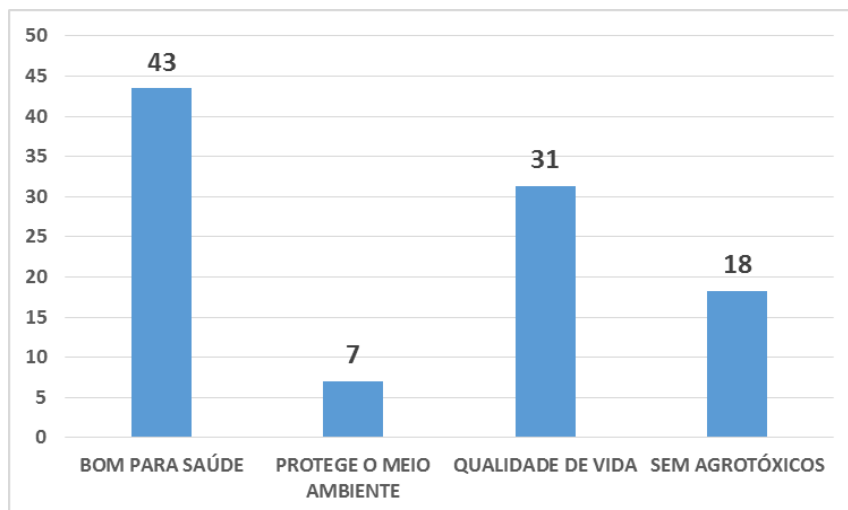
**Fonte:** organização da autora

Do total dos entrevistados 100% afirmaram ter conhecimento sobre o que seria considerado um produto orgânico.

Na Figura 24 são apresentados os principais fatores que fazem com que os entrevistados adquiram produtos orgânicos. Ao serem questionados sobre os principais motivos que os levam a comprar produtos orgânicos, e não convencionais, a maior parte dos consumidores citou como item de maior importância a saúde pessoal e familiar, com 43%. Verificamos que quando se trata de consumo de produtos orgânicos as palavras chaves são:

saúde, qualidade de vida que não deixa de ser uma preocupação com a saúde, meio ambiente e livre de agrotóxicos.

Deve salientar que mesmo sendo apresentado como opção nenhum entrevistado informou consumir produtos orgânicos por segurança alimentar, para ajudar a agricultura familiar, por apresentarem melhor sabor ou até mesmo por ser uma tendência de mercado. Entretanto na medida em que o processo de produção de alimentos não degrada a natureza, indiretamente o seu consumidor acaba contribuindo para sustentabilidade ambiental, social e principalmente econômica dos produtores rurais familiares.



**Figura 24:** Principais benefícios dos orgânicos de acordo com os entrevistados (%).

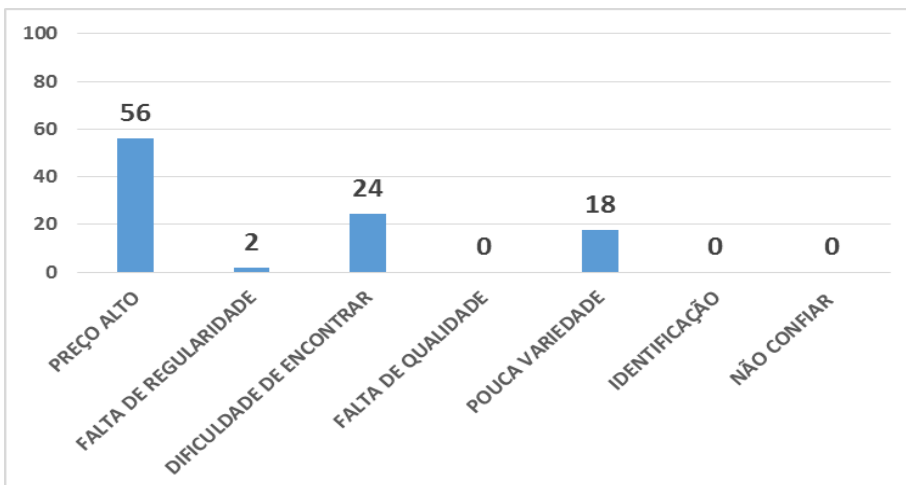
**Fonte:** organização da autora

Entre os entrevistados 64% informaram ter algum tipo de dificuldade para adquirir orgânico, portanto muitos consumidores declaram que, atualmente, é difícil manter uma dieta orgânica. Conforme a figura 25 o preço alto dos produtos orgânicos é apontado por 56% dos entrevistados como a grande dificuldade em adquirir orgânicos.

O preço mais elevado dos produtos orgânicos pode ser explicado pelo seu custo de produção, já que na produção orgânica existe uma maior exigência do fator trabalho, encarecendo os custos. Além de que na produção orgânica os agricultores não produzem em escala que permita baixar o custo de produção. O elevado valor dos produtos orgânicos é considerado pelos consumidores o grande vilão

Na leitura dos dados, o preço foi o fator determinante com seguido pela dificuldade em encontrar. Importante ressaltar que nenhum dos entrevistados alegou como dificuldade para o consumo fatores como: falta de qualidade, não confiar e identificação.

Portanto, a alta de preço gera a elitização do seu consumo fazendo com que no momento de tomadas de decisão sobre a definição dos pontos de feiras sejam priorizados os bairros com maior renda per capita, como ocorreu nas feiras de Belo Horizonte.

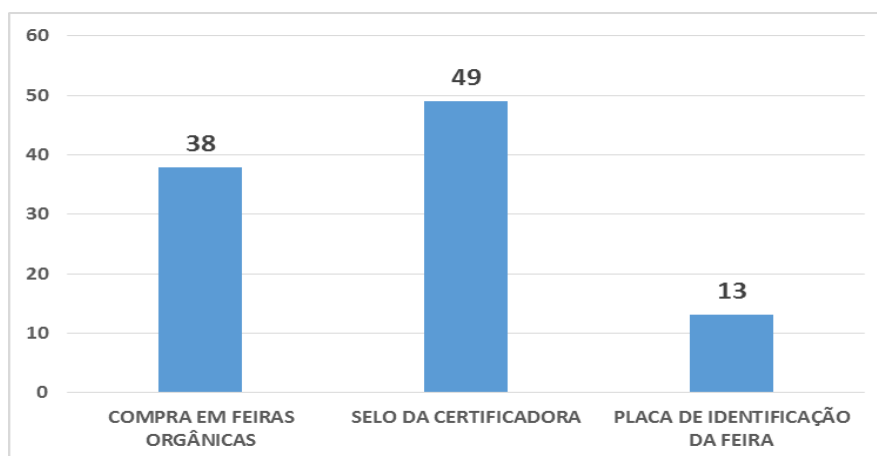


**Figura 25:** Dificuldades enfrentadas para a aquisição de produtos orgânicos.

**Fonte:** organização da autora

Quando o item é o conhecimento dos consumidores de orgânicos quanto ao procedimento para aquisição do selo, apenas 48% afirmam que conhecem. Entretanto 70% dos entrevistados informaram saber identificar produtos orgânicos.

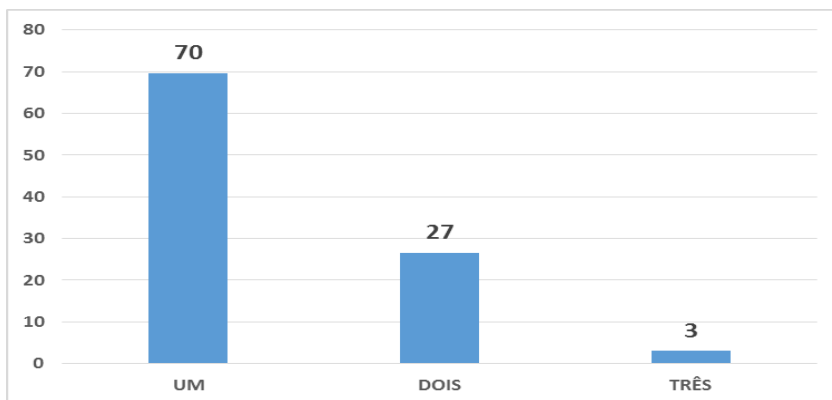
De acordo com a figura 26 para a identificação de produtos orgânicos 38% compram em feiras orgânicas, 49% procuram o selo e 13% utilizam a placa de identificação da feira. Se somarmos os consumidores que adquirem os produtos orgânicos por comprarem em feiras orgânicas e os que utilizam as placas de identificação e compararmos com os que procuram os selos percebemos que há praticamente um empate, demonstrando que o uso do selo quando os produtos são adquiridos em circuitos curtos de comercialização não representa grande influência. Desta maneira percebe-se que os consumidores entrevistados confiam nos produtores da região.



**Figura 26:** Mecanismos utilizados para a identificação de produtos orgânicos.

**Fonte:** organização da autora

As famílias brasileiras têm cada vez mais aumentando o consumo de produtos orgânicos na sua dieta alimentar, há de se considerar que a feira ocorre uma vez por semana, o que pode ser explicar os dados da figura 27, onde 70% dos entrevistados informaram adquirir produtos orgânicos um dia por semana, 27% dois dias e 3% três dias.



**Figura 27:** Quantidade de dias da semana que os entrevistados adquirem produtos orgânicos.

**Fonte:** organização da autora

Quando questionados sobre como aumentar o consumo de produtos orgânicos nas escolas os entrevistados indicaram a necessidade de políticas públicas o que mostra um nível de desconhecimento por parte dos entrevistados, no Brasil temos o PAA e PNAE que garantem que no mínimo 30% dos produtos adquiridos devem ser provenientes da agricultura familiar, garantindo ainda um valor superior para os produtos orgânicos.

Os consumidores indicaram ainda como sugestão para elevar o consumo desses produtos aumentar a divulgação dos benefícios, linhas de crédito e isenção de impostos para produção e comércio, fazendo com que os produtores possam tornar os preços mais competitivos.

Foi levantado pelos entrevistados que deveria ter maior esclarecimento, por parte do governo, sobre os benefícios desse alimento e o governo abrir linha de crédito e isenção de impostos para produção e comércio.

Apesar de se esperar que os consumidores de orgânicos façam parte de um grupo mais engajado e consciente nenhum entrevistado informou fazer parte de associação de consumidores ou grupo de compras coletivas e somente 7% demonstraram interesse em participar de grupo de compras coletivas

## 5. CONCLUSÃO

Neste trabalho buscou-se compreender o histórico, as características, o perfil dos agricultores familiares/feirantes e o perfil dos consumidores e possíveis consumidores das feiras orgânicas de Belo Horizonte-MG. Procura-se também analisar os gargalos para a expansão na produção e comercialização dessas feiras.

Levando-se em conta os aspectos observados em relação ao histórico, constatou-se que as feiras orgânicas surgiram a partir de uma demanda dos agricultores que se organizaram e solicitaram à Prefeitura Municipal de Belo Horizonte- MG a constituição de feiras específicas de produtos orgânicos, acreditando que, assim, estariam aumentando a sua demanda, produtividade, lucros e outros benefícios, por meio do direcionamento de seus produtos a público específico que desejavam consumir produtos orgânico.

A reivindicação também veio da população consumidora que queria evitar intermediários na comercialização dos produtos.

A primeira feira foi instalada em 2001, trazendo benefícios tanto para os produtores como para os consumidores. A partir desses resultados positivos, em 2002 outras feiras foram instaladas perfazendo-se no momento um total de oito feiras orgânicas.

A regulação da comercialização varejista direta de hortigranjeiros e cereais de cultura orgânica, produzidos por pequenos produtores ou por suas associações veio logo em seguida, com o Decreto nº 11.044 de maio de 2002. Porém, somente em julho de 2016 foi instituído o Regulamento Normativo do Programa “Feira Orgânica” pela Prefeitura Municipal de Belo Horizonte -MG.

As feiras estão localizadas nos bairros com maior poder aquisitivo, foram organizadas em dias e horários diferentes e são espaços que permitem a interação entre os agricultores e os consumidores, criando uma relação de confiança entre ambos.

É preciso combater os desafios como fomentar, fortalecer e até mesmo reestabelecer os mercados locais para se estabelecer um modelo de consumo alimentar ambientalmente consciente, estabelecendo um vínculo de confiança entre os atores envolvidos na agricultura orgânica. Diante deste fato, a falta de selo orgânico nos produtos não é causa de desconfiança junto aos consumidores.

Os feirantes são todos agricultores familiares componentes de cinco unidades familiares com tempo de dedicação à produção orgânica variável. Os principais produtos comercializados por eles são olerícolas e frutas. Existe um mecanismo de controle utilizados entre os agricultores para estipular os preços máximos praticados.

Os gargalos e desafios apresentados em relação a produção e comercialização de orgânicos foram a pericibilidade dos produtos, dificuldade de mão de obra e a oscilação da produção ao longo do ano .

Constatou-se em relação ao perfil dos consumidores e frequentadores das feiras que as mulheres são as maiores (63%) consumidoras das feiras, constituindo as principais clientes. A faixa etária dos participantes concentra-se entre 30 a 54 anos, totalizando 76% nessa faixa. São na maioria (64%) profissionais liberais e 61% dos frequentadores recebem entre 9 a 12 salários mínimos. Todos entrevistados informaram não fazer parte de associação de consumidores ou grupo de compras coletivas.

Um dos pontos principais observados é o papel do poder público. A Emater-MG tem o papel de realizar visitas aos produtores para o acompanhamento da área de produção, bem como controle sobre o qualitativo e quantitativo de produtos comercializados. Porém, os



entrevistados indicaram a necessidade de políticas públicas para aumentar a oferta e consumo de produtos orgânicos, em especial destacaram o consumo nas escolas.

As feiras são os espaços de divulgação e proximidade com os consumidores. Os produtos de origem vegetal são os mais consumidos, pois todos os entrevistados informaram adquirir.

É necessário entender o potencial da agricultura familiar para atender as demandas da sociedade. Circuitos curtos de comercialização favorecem a inserção desses agricultores no mercado. Esses canais permitem desenvolver relações de confiança e expõem o conhecimento sobre a origem do produto e os locais onde foram produzidos.

## 6 REFERÊNCIAS

ALTIERI, M. A.; NICHOLLS, C. I. **Una perspectiva agroecológica para una agricultura ambientalmente sana y socialmente más justa en la América Latina del siglo XXI**. Berkeley: Universidad de Califórnia: Instituto Nacional de Ecología, 2005. Disponível em: <<http://www.ine.gov.mxros>>. Acesso em: 12 mar. 2016.

ARRUDA, C. S.; RIBEIRO, T. R.; ANJO, D. M. dos A Competitividade da cadeia produtiva de orgânicos para agricultura familiar. **Revista de Estudos Sociais**, v. 10, n. 19, v. 1, p. 116-126, 2008.

ASSIS, R. L. de; AQUINO A. M. de Agricultura orgânica em áreas urbanas e periurbanas com base na agroecologia. **Ambiente & Sociedade**, Campinas v. 10, n. 1, p. 137-150, jan./jun. 2007.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SAÚDE COLETIVA. **Dossiê ABRASCO: um alerta sobre os impactos dos agrotóxicos na saúde**. Parte 1: Agrotóxicos, segurança alimentar e nutricional e saúde. Rio de Janeiro, 2012.

ATLAS do Desenvolvimento Humano nas regiões metropolitanas brasileiras. Brasília: PNUD: Ipea: Fundação João Pinheiro, 2014. 120 p. (Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil).

AVELAR, E. A.; REIS, R. P.; SOUZA, A. A. de. Análise do consumidor de alimentos orgânicos de Belo Horizonte- MG. In: ENCONTRO DA ANPAD, 36., 2012, Rio de Janeiro. **Trabalhos apresentados**. Rio de Janeiro: ANPAD, 2012.

AZEVEDO, E. de. **As relações entre qualidade de vida e agricultura familiar orgânica: da articulação de conceitos a um estudo exploratório**. 2004. 123f. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) - Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/86859/203042.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 20 maio 2016.

BIEBER, A. G. D. et al. Agroecologia e universidade: análise do perfil do consumidor de alimentos orgânicos em Recife. **Integração**, São Paulo, n. 40, p. 7-13, jan./mar. 2005.

BRASIL. **Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003**. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. Brasília, DF, 23 dez. 2003. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/L10.831.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.831.htm)>. Acesso em: 13 set. 2016.

BRASIL. Instrução Normativa nº 19, de 28 de maio de 2009 - Mecanismos de controle e informação da qualidade orgânica. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 23 jun. 2014. Seção 1.

BRASIL. **Decreto nº 7.794, de 20 de agosto de 2012**. Institui a Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica. Brasília, DF, 2012. Disponível em:

<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2012/decreto/d7794.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/decreto/d7794.htm)>. Acesso em: 30 abr. 2016.

BAPTISTA, A. et al. **Recomendações de medidas de política de apoio aos Circuitos Curtos Agro-Alimentares**: período de programação 2014-2020: relatório preliminar. Lisboa: ISA: UE: UTAD, 2013.

BRASILBIO. Associação Brasileira de Orgânicos. **Agricultura orgânica**. Disponível em: <<http://www.brasilbio.com.br>>. Acesso em: 12 dez. 2016.

DAROLT, M. R.; CONSTANTY, H. Estratégias de fortalecimento entre produtores e consumidores orgânicos. In: **ORGÂNICA 2008 - FÓRUM INTERNACIONAL DO COMPLEXO AGROINDUSTRIAL ORGÂNICO E BIOTECNOLOGIAS. Anais**. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2008.

DAROLT, M. R. Cenário internacional: situação da agricultura orgânica. In: DAROLT, M. R. **Agricultura orgânica: inventando o futuro**. ed. rev. ampl. e atual. Londrina: IAPAR, 2003a. DAROLT, M. R. **As dimensões da sustentabilidade**: um estudo da agricultura orgânica na região metropolitana de Curitiba-PR. 2000. 310 f. Tese (Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2000.

DAROLT, M. R. **Vantagens e desvantagens dos principais canais de comercialização de produtos orgânicos**. 2003b. Disponível em: <<http://www.ibd.com.br/arquivos/comercialização>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

EHLERS, E. **O que se entende por agricultura sustentável?** 1994. 161f. Dissertação (Mestrado em Ciência Ambiental) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 1994.

GUIMARÃES, L. S. F. et al. Rastreabilidade e sistemas de certificação. **Informe Agropecuário**, Belo Horizonte, v. 35, n. 279, p. 7-12, mar./abr. 2014.

GUSMÃO, S. A. L. de. **Princípios do cultivo orgânico na produção de hortaliças**: hortas saudáveis para a Amazônia. Belém: Universidade Federal Rural da Amazônia, 2012.

IBGE. **Censo agropecuário 2006**. Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <<ftp://ftp.ibge.gov.br/Censos/CensoAgropecuário2006>>. Acesso em: 13 nov. 2015.

IBGE. **Sinopse do censo demográfico 2010**: Minas Gerais: Tabela 2.6: População residente, por grupos de idade, segundo os municípios e sexo. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <<http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=26&uf=31>>. Acesso em: 13 nov. 2015.

LIMA FILHO, D. de et al. O consumo de alimentos e a percepção de risco. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO. 26.; INTERNATIONAL CONFERENCE ON INDUSTRIAL ENGINEERING AND OPERATIONS MANAGEMENT, 12., 2006, Fortaleza. **Anais...** Rio de Janeiro: ABEPRO, 2006. 1 CD-ROM.

MAGALHÃES, T. **Procura por alimentos orgânicos aumenta mesmo mais caros**. 2015. Disponível em: <<http://www.organicnet.com.br/2015/08/procura-por-alimentos-organicos-aumenta-mesmo-mais-caros/>>. Acesso em: 6 maio 2016.

MALAFAIA JÚNIOR, S. **Estudos de inteligência de mercado: perfil de mercado**. Brasília, DF: Sebrae, 2010.

MINAS GERAIS. Assembléia Legislativa. **Decreto nº 36, de 12 de abril de 1890**. Muda a denominação da freguesia do Curral del Rei, município de Sabará, para Belo Horizonte. Belo Horizonte, 1890.

MORO, E. J.; GUIVANT, J. S. Perfil dos consumidores de alimentos orgânicos nos supermercados de Florianópolis-SC. In: JORNADAS DE JOVENS PESQUISADORES DA AUGM, 14., 2006, Campinas. **Empreendedorismo, inovação tecnológicas e desenvolvimento regional**. Campinas: Unicamp, 2006. Disponível em: <<http://www.cori.unicamp.br/jornadas>>. Acesso em: 17 set. 2016.

MOURA, I. F. de. **Agroecologia na agenda governamental brasileira: trajetórias no período 2003-2014**. 2016. 123 f. Tese (Doutorado em Ciência, Tecnologia e Inovação em Agropecuária) - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, 2016.

NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L. A nova arquitetura dos mercados para produtos orgânicos: o debate da convencionalização. In: NIERDELE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. M. (Org.). **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós, 2013. p. 23-67.

O MERCADO brasileiro de produtos orgânicos: pesquisa. Curitiba: IPD Orgânicos, 2011. Disponível em: <<http://www.ipd.org.br/pt-br/noticia/202/o-mercado-brasileiro-de-produtos-organicos>>. Acesso em: 13 nov. 2015.

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

PENTEADO, S. R. **Introdução à agricultura orgânica: normas e técnicas de cultivo**. Campinas: Grafimagem, 2000. 110 p.

PIMENTEL, D. et al. Environmental, energetic, and economic comparisons of organic and conventional farming systems. **BioScience**, Washington, v. 55, n. 7, p. 573-82, 2005.

PORTAL BRASIL. **Cidades brasileiras**: Belo Horizonte-MG. Disponível em: <<http://www.portalbrasil.net>>. Acesso em: 2 fev. 2016.

PORTUGAL. Ministério da Agricultura, Mar, Ambiente e Ordenamento do Território. **Estratégia para a valorização da produção agrícola local**. Relatório Final do Grupo de Trabalho GEVPAL. Lisboa, 2013.

RUCINSKI, J.; BRANDENBURG, A. Consumidores de alimentos orgânicos em Curitiba. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS GRADUAÇÃO E PESQUISA EM AMBIENTE E SOCIEDADE, 1., 2002, Indaiatuba. **Anais eletrônicos**. São Paulo: ANPPAS, 2002. Disponível em: <[http://www.anppas.org.br/encontro\\_anual/encontro1/gt/agricultura\\_meio\\_ambiente/Jeane%20Rucinski.pdf](http://www.anppas.org.br/encontro_anual/encontro1/gt/agricultura_meio_ambiente/Jeane%20Rucinski.pdf)>. Acesso em: 21 maio 2016.

SAABOR, A. Uma perspectiva de mercado para a agricultura irrigada. **Frutifatos**, Brasília, DF, v. 1, n. 1, set. 1999. Disponível em: <<http://www.irrigar.org.br/frutifatos.php>>. Acesso em: 18 set. 2016.

SILVA FILHO, O. M. da; PALLET, D.; BRABET, C. **Panorarama das qualificações e certificações de produtos agropecuários no Brasil**. São Paulo: ESALQ, 2002. 33 p.

SILVA, D. M.; CÂMARA, M. R. G. Merchandising for organics products in supermarkets: an exploratory study of the consuming behavior. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ECONOMIA E GESTÃO DE REDES AGROALIMENTARES, 5., 2005, Ribeirão Preto. **Anais ...** Ribeirão Preto: USP, 2005.

SPADOTTO, C. A.; GOMES, M. A. F. Agrotóxicos no Brasil. In: GATTAZ, N. C. (Ed.). **Árvore do conhecimento: agricultura e meio ambiente**. Brasília, DF: Embrapa, [2015?]. Disponível em: <[http://www.agencia.cnptia.embrapa.br/gestor/agricultura\\_e\\_meio\\_ambiente/arvore/CONTA\\_G01\\_40\\_210200792814.html](http://www.agencia.cnptia.embrapa.br/gestor/agricultura_e_meio_ambiente/arvore/CONTA_G01_40_210200792814.html)>. Acesso em: 20 ago. 2016.

TERRAZZAN, P.; VALARINI, P. J. Situação do mercado de produtos orgânicos e as formas de comercialização no Brasil. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 39, n. 11, p. 27-41, nov. 2009.

VILELA, N. J. et al. **Agroecologia e mercado**. Portal Agricultura Familiar. 2006. Disponível em: <<http://www.agroecologia.inf.br>>. Acesso em: 15 set. 2016.

## ANEXOS

### Anexo 1. Questionário semiestruturado aplicado aos Produtores

#### Formulário de Pesquisa – Comercialização

Data: \_\_\_\_\_

<b>Feira:</b>		
<b>1. Produtor</b> ( ) Individual ( ) Grupo Comerciante ( )		
<b>2. Ano em que iniciou a comercialização com orgânicos?</b>		
<b>3. Porque decidiu produzir produtos orgânicos? Há quanto tempo?</b>		
<b>4. Porque decidiu comercializar produtos orgânicos? Há quanto tempo?</b>		
<b>5. Utiliza algum critério na hora do plantio, quanto o que produzir?</b>	Sim	Não
<b>6. Qual critério utilizado?</b> ( ) regularidade de entrega ( ) diversidade de produtos (mix de produtos) ( ) qualidade dos produtos ( ) atrair consumidores ( ) existe demanda ( ) quantidade de produtos ( ) Preços ( ) Outros		
<b>7. Quais os principais produtos comercializados?</b> ( ) Olerícolas ( ) Frutas ( ) Graãos ( ) Processados origem vegetal ( ) Processados origem animal ( ) Outros produtos vegetais ( ) Produtos de origem animal		
<b>8. Como estabelece os preços de venda dos produtos orgânicos para os consumidores?</b>		
<b>9. Quais os canais de comercialização utiliza?</b>		

( ) Lojas ( ) Cestas ( ) Supermercado ( ) Feira ( ) Governo ( ) Outros		
<b>10. Conhece canais de comercialização institucionais? (PAA, PNAE e outros)</b>	<b>Sim</b>	<b>Não</b>
<b>11. Se conhece e não comercializa, porquê?</b>		
<b>12. Tipo de Certificação ? ( ) OCS ( ) OPAC ( ) OAC ( ) Nenhuma</b>		
<b>13. Quais as vantagens e restrições para comercializar os produtos orgânicos do ponto de vista da produção (no caso dos produtores)/da comercialização (no caso dos comerciantes)?</b>		
Principais Produtos ou Grupos de Produtos ou Geral	Vantagens	Restrições
<b>14. Existe intenção de ampliar o leque de produtos orgânicos ofertados nessa barraca ou em outro canal (circuito curto de comercialização)?</b>	<b>Sim</b>	<b>Não</b>
<b>15. Em caso positivo, assinale como pretende fazer isto:</b>		
<input type="checkbox"/> maior diversificação de produtos <input type="checkbox"/> mala direta <input type="checkbox"/> campanhas promocionais <input type="checkbox"/> materiais informativos, panfletos, banners, <input type="checkbox"/> gôndolas exclusivas/ilhas <input type="checkbox"/> indicação fora/dentro do estabelecimento <input type="checkbox"/> degustação de produtos <input type="checkbox"/> divulgação meios de comunicação <input type="checkbox"/> outras formas: _____		
<b>16. Estimula os consumidores a conhecer a propriedade e a</b>	<b>Sim</b>	<b>Não</b>

<b>acompanhar a produção?</b>									
<b>Perfil do Feirante</b>									
Sexo		Idade				Renda			
Homem	Mulher	Até 20	21 a 39	40 a 59	> 60	até 3 sal mín	3 a 7 sal mín	7 a 10 sal mín	> 10 sal mín
<b>17.Na dimensão da comercialização dos produtos orgânicos, quais os principais gargalos para a comercialização nas feiras?</b>									
<b>18.Na dimensão da comercialização dos produtos orgânicos nas feiras, quais as sugestões seriam necessárias para melhorar a venda desses produtos?</b>									
<b>19.Na dimensão da comercialização dos produtos orgânicos, quais as sugestões seriam necessárias para melhorar os mercados dos produtos orgânicos?</b>									



**Anexo 2 . Questionário semiestruturado aplicado aos consumidores e possíveis consumidores**

**FORMULÁRIO DOS CONSUMIDORES /POSSÍVEIS CONSUMIDORES**

Local: \_\_\_\_\_

Dia: \_\_\_\_\_

Pergunta	Sim	Não
<b>1. Você conhece o que é um Produto Orgânico?</b>		
<b>2. Você consome Orgânico?</b>		
<b>3. Conhece outras pessoas que compram orgânicos</b>		
<b>4. Como conheceu os produtos orgânicos?</b> <input type="checkbox"/> TV <input type="checkbox"/> Rádio <input type="checkbox"/> Feiras <input type="checkbox"/> Jornal <input type="checkbox"/> Supermercado <input type="checkbox"/> internet <input type="checkbox"/> Amigo/Família <input type="checkbox"/> Revista <input type="checkbox"/> outros _____		
<b>5. Quais os principais produtos orgânicos que você compra ?</b> <input type="checkbox"/> Verduras e legumes <input type="checkbox"/> Frutas <input type="checkbox"/> Processados <input type="checkbox"/> Grãos <input type="checkbox"/> Carnes e peixes <input type="checkbox"/> Leite, queijo, manteiga, iogurte <input type="checkbox"/> Ovos <input type="checkbox"/> Pães <input type="checkbox"/> Bebidas <input type="checkbox"/> Outros _____		
<b>6. Algum item que procura para comprar e não consegue?</b>		
<b>7. Aonde você prefere comprar produtos orgânicos?</b> <input type="checkbox"/> Feiras <input type="checkbox"/> Hortifruti <input type="checkbox"/> Supermercado <input type="checkbox"/> Lojas de Produtos Naturais		

<input type="checkbox"/> Quitandas <input type="checkbox"/> Outros _____		
<b>8. Quais os principais valores (benefícios) dos produtos orgânicos?</b> <input type="checkbox"/> bom para saúde <input type="checkbox"/> melhor sabor <input type="checkbox"/> protege o meio ambiente <input type="checkbox"/> qualidade de vida <input type="checkbox"/> sem agrotóxico <input type="checkbox"/> Ajuda a agricultura familiar <input type="checkbox"/> segurança alimentar <input type="checkbox"/> tendência de mercado <input type="checkbox"/> outros		
<b>9. Você tem alguma dificuldade em comprar orgânicos?</b>		
<b>10. O que dificulta a aquisição de Produtos Orgânicos?</b> <input type="checkbox"/> Preço alto <input type="checkbox"/> Dificuldade de achar o produto <input type="checkbox"/> Falta Regularidade <input type="checkbox"/> Dificuldade de identificação orgânica <input type="checkbox"/> Falta de Qualidade <input type="checkbox"/> Não confiar que o produto é orgânico <input type="checkbox"/> Pouca Variedade <input type="checkbox"/> Outros (especificar)_____		
<b>11. Sabe identificar produtos orgânicos ?</b>		
<b>12. Como identifica um produto orgânico?</b> <input type="checkbox"/> compra em feiras orgânicas <input type="checkbox"/> conhece os produtores orgânicos <input type="checkbox"/> selo do SISORG <input type="checkbox"/> selo da certificadora <input type="checkbox"/> placa de identificação na feira OBS: _____		
<b>13. Conhece o procedimento para a aquisição de um selo de orgânico?</b>		
<b>14. Quantos dias por semana você compra produtos orgânicos?</b> 1. <input type="checkbox"/> uma      2. <input type="checkbox"/> duas      3. <input type="checkbox"/> três      4. <input type="checkbox"/> quatro      5. <input type="checkbox"/> cinco      6. <input type="checkbox"/> seis      7. <input type="checkbox"/> sete		
<b>15. Tem alguma sugestão para introduzir/aumentar a oferta e o consumo de produtos orgânicos nas escolas?</b>		
<b>16. Faz parte de alguma associação de consumidores?</b>		
<b>17. Você participa de algum grupo de compras coletivas</b>		
<b>18. Teria interesse em participar?</b>		
<b>Perfil do entrevistado</b>		
<b>19. Sexo:</b> 1. <input type="checkbox"/> Feminino      2. <input type="checkbox"/> Masculino		
<b>20. Faixa etária</b> <input type="checkbox"/> 15 a 19 <input type="checkbox"/> 30 a 34 <input type="checkbox"/> 45 a 49 <input type="checkbox"/> 60 a 64 <input type="checkbox"/> 75 a 79 <input type="checkbox"/> 20 a 24 <input type="checkbox"/> 35 a 39 <input type="checkbox"/> 50 a 54 <input type="checkbox"/> 65 a 69 <input type="checkbox"/> 80 a 84		

<input type="checkbox"/> 25 a 29 <input type="checkbox"/> 40 a 44 <input type="checkbox"/> 55 a 59 <input type="checkbox"/> 70 a 74 <input type="checkbox"/> acima de 85
<b>21.Estado Civil ?</b> 1. <input type="checkbox"/> Casado    2. <input type="checkbox"/> Solteiro    3. <input type="checkbox"/> Divorciado    4. <input type="checkbox"/> Viúvo (a)
<b>22.Tem Filhos?</b> 1. <input type="checkbox"/> Sim. Quantos? _____    2. <input type="checkbox"/> Não
<b>23.Qual a sua escolaridade?</b> 1. <input type="checkbox"/> 1º Grau Inc.    3. <input type="checkbox"/> 2º Grau Inc.    5. <input type="checkbox"/> 3º Grau Inc.    7. <input type="checkbox"/> Pós-graduação 2. <input type="checkbox"/> 1º Grau C.    4. <input type="checkbox"/> 2º Grau C.    6. <input type="checkbox"/> 3º Grau C.
<b>24.Profissão</b>  <input type="checkbox"/> Funcionário Público <input type="checkbox"/> Do Lar <input type="checkbox"/> Assalariado <input type="checkbox"/> Aposentado(a) <input type="checkbox"/> Profissional Liberal <input type="checkbox"/> Autônomo <input type="checkbox"/> Empresário <input type="checkbox"/> Desempregado    9. <input type="checkbox"/> outro
<b>25.A renda familiar está dentro de que intervalo (SM = Salário Mínimo)?</b>  <input type="checkbox"/> 1- 3 SM. <input type="checkbox"/> 6 - 9 SM <input type="checkbox"/> 12 - 15 SM <input type="checkbox"/> 3 - 6 SM <input type="checkbox"/> 9-12 SM. <input type="checkbox"/> > 15 SM
<b>26.Alguma informação que queira falar sobre o assunto?</b>

### Anexo 3 . Relatório de Observação

#### CARACTERIZAÇÃO DAS FEIRAS

Nome da Feira: \_\_\_\_\_

Data:

I - Caracterização Geral

**1) Estrutura física:**

**a. n° de barracas**

Produtores \_\_\_\_\_ Comerciantes \_\_\_\_\_

**b. Tipo de barracas(madeira, .....)**

\_\_\_\_\_

**c. Identidade visual da feira**

bandeiras     faixas     preços     certificados

placas identificação grupo

**d. Infra de apoio**

Banheiro químico     estacionamento     mobilidade urbana - piso

**e. Localização**

perto metro     ônibus     taxi     praça     rua

f. Limpeza do espaço

caixas com produtos no chão                       latas de lixo para consumidores

sobras de produtos

Outras \_\_\_\_\_

2) **Funcionamento** (dia e horário)

a) Padrão de oferta

mista – convencional e orgânico (feira livre)

mista – origem (roça, agricultor familiar)

exclusiva orgânica

b) Apresentação dos feirantes

(guardapós, boné, higiene, crachá, camisas com manga, etc)

---

---

---

c) Exposição e venda dos produtos

Verificar o uso de embalagens (fornecidas pelos produtores/vendedores) e trazidas pelos consumidores (sacolas recicláveis / cestas vime / carrinho / outros), preços expostos

---

---

---

4) **Qualidades orgânicas** (verificar se tem certificado exposto nas barracas, se os consumidores duvidam da qualidade orgânica dos produtos)

---

**Anexo 4:** Decreto nº 11044 de 20 de maio de 2002

**DECRETO Nº 11.044 DE 20 DE MAIO DE 2002**

Dispõe sobre a criação da "Feira Orgânica" e dá outras providências. O Prefeito de Belo Horizonte, no uso de suas atribuições legais, nos termos do inciso VII do art. 108 da Lei Orgânica do Município, e em conformidade com o que dispõe a LOM em seu art. 211 e a Lei nº 6.882, de 30 de junho de 1995, em especial seu art. 8º, e demais normas afins,

**DECRETA:**

Art. 1º - Fica criada a Feira Orgânica que tem por objeto a comercialização varejista, direta, de hortigranjeiros e cereais de cultura orgânica, produzidos por pequenos produtores ou por suas associações.

Art. 2º - Serão admitidos na "Feira Orgânica" pequenos produtores ou associação de pequenos produtores que cumulativamente:

I - possuírem Certificado de Produção Orgânica, para cada produto a ser comercializado, expedido por Certificadora credenciada por órgão público competente;

II - obtiverem autorização, mediante processo seletivo, a cargo da Secretaria Municipal de Política de Abastecimento, gestora do programa "Feira Orgânica", que editará Norma Reguladora a ser aprovada por Portaria do Titular da Secretaria Municipal da Coordenação de Política Social.

Art. 3º - A fixação do preço dos produtos será objeto de acordo entre produtores e a Secretaria Municipal de Política de Abastecimento.

Art. 4º - Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação

Belo Horizonte, 20 de maio de 2002

Fernando Damata Pimentel

Prefeito de Belo Horizonte, em exercício

Maurício Borges Lemos

Secretário Municipal de Governo, Planejamento e Coordenação Geral

Maria José Vieira Féres

Secretária Municipal da Coordenação de Política Social

Rogério Colombini de Moura Duarte

Secretário Municipal de Política de Abastecimento

**Anexo 5 - Regulamento da Feira Orgânica de Belo Horizonte (Regulamento Provisório)**

**PORTARIA SCOMPS Nº 001 DE 05 DE JANEIRO DE 2004**

Aprova o Regulamento da Feira Orgânica de Belo Horizonte.

O Secretário Municipal da Coordenação de Política Social, no uso da atribuição que lhe confere o art. 2º, inciso II, do Decreto nº 11.044 de 20 de maio de 2002, RESOLVE:

Art. 1º - Fica aprovado, na forma do Anexo, o Regulamento da Feira Orgânica de Belo Horizonte.

Art. 2º - Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.  
Belo Horizonte, 05 de janeiro de 2004  
Jorge Raimundo Nahas  
Secretário Municipal da Coordenação de Política Social

PROGRAMA FEIRA ORGÂNICA  
REGULAMENTO PROVISÓRIO  
DA FINALIDADE, ORGANIZAÇÃO E FUNCIONAMENTO

Art. 1º - A "Feira Orgânica" é um programa que visa a comercialização varejista de produtos orgânicos oriundos de micros e pequenos produtores rurais e suas formas associativas, cujos preços são previamente acordados entre os produtores e a Secretaria Municipal de Política de Abastecimento do Município de Belo Horizonte SMAB.

Parágrafo único - O programa Feira Orgânica tem por objetivos principais:

I- possibilitar ao consumidor a aquisição de produtos com rastreabilidade de origem orgânica, a preços acessíveis;

II- promover a comercialização direta entre produtores orgânicos, preferencialmente filiados a Associações, e consumidores.

Art. 2º - Compete à Secretaria Municipal de Política de Abastecimento, através da Gerência de Incentivo à Produção de Alimentos Básicos, a administração e fiscalização do funcionamento do Programa Feira Orgânica, em conformidade com o estabelecido neste Regulamento.

Parágrafo único - Será constituída uma Comissão formada por representantes dos produtores para dar subsídios à SMAB no monitoramento do programa.

Art. 3º - O Programa Feira Orgânica será instalado em locais pré-determinados pela Secretaria Municipal de Política de Abastecimento, em conjunto com as Secretarias de Coordenação e Gestão Regional e a BHTRANS.

Art. 4º - Poderá o Município celebrar parcerias com entidades afins visando:

I- organizar os produtores orgânicos;

II- estimular o desenvolvimento da cultura orgânica, através do fomento ao crescimento da produção e orientação técnica pertinente.

Art. 5º - Participarão do Programa somente produtores orgânicos credenciados pela SMAB, que portarem certificado de produção orgânica.

Art. 6º - Para cadastramento dos produtores orgânicos junto ao Programa Feira Orgânica, são necessários os seguintes documentos, que deverão ser encaminhados à SMAB, e renovados anualmente:

I- Carteira de Identidade, CPF e cartão de produtor rural;

II- Registro, escritura ou contrato de arrendamento de propriedade rural;

III- Certificado de produção orgânica, emitido por certificadora reconhecida junto ao Colegiado Nacional de Produtos Orgânicos do Ministério da Agricultura e do Abastecimento;

IV- Em se tratando de formas associativas: CNPJ, ata de fundação da entidade, estatuto, ata de reunião da entidade indicando qual associado poderá comercializar a produção.

Art. 7º - Fica expressamente proibida a cessão ou transferência a terceiros da autorização outorgada ao produtor/entidade associativa.

Art. 8º - Os produtores bem como seus funcionários e prepostos, quando em atividade no Programa Feira Orgânica, serão obrigados a portarem identificação (crachá), fornecida pela SMAB, a qual deverá ser renovada anualmente.

Art. 9º - Os produtores que não cumprirem o presente regulamento, respondem perante a administração, bem como pelos atos praticados pelos seus empregados ou prepostos.

## II DO COMÉRCIO E SUA CLASSIFICAÇÃO

Art. 10 - O comércio no Programa Feira Orgânica será exercido na conformidade do presente regulamento, e obedecerá à seguinte classificação:

01 Hortaliças em geral;

02 Frutas em geral;

03 Legumes e raízes;

04 Cereais, farináceos e derivados;

05 Frangos e Ovos;

06 Ervas aromáticas;

07 Mel;

08 Café;

09 Hortaliças, frutas, legumes e raízes minimamente processados;

10 Conservas;

11 Derivados lácteos;

12 Outros produtos cuja origem seja comprovadamente orgânica.

13 Produtos processados (deverão também serem certificados pela vigilância sanitária e/ou outros órgãos afins).

Art. 11 - Os produtores deverão apresentar suas mercadorias selecionadas por tipo, limpas e em perfeitas condições de consumo, obedecendo aos padrões de qualidade exigidos pelo Código de Defesa do Consumidor, Vigilância Sanitária, Sistema de Inspeção Municipal e outros órgãos pertinentes.

Parágrafo Único - Será proibida a venda e a exposição:

I- de produtos em decomposição;

II- de hortigranjeiros com alterações indesejáveis;

III- de produtos cortados ou descascados, com exceção dos produtos processados sob refrigeração e acomodados em recipientes e/ou equipamentos adequados a cada produto.

Art. 12 - Os produtos alimentícios não poderão ser colocados diretamente no solo.

Art. 13 - É proibido o uso de cartucho plástico reciclado, jornais ou qualquer outro impresso para embalar gêneros alimentícios.

Art. 14 - Não será permitido o depósito ou exposição à venda de mercadorias e outros objetos fora dos limites de cada espaço destinado a cada produtor, sem prévia e expressa aprovação da SMAB.

Art. 15 - Cada produtor deverá possuir um coletor de lixo, de dimensões proporcionais às suas necessidades, modelo aprovado pela SMAB, o qual deverá ser desinfetado após o seu esvaziamento, para recolhimento de detritos e varreduras de seu local de comercialização.

§ 1º - É obrigatório o recolhimento de detritos e varrição do local, durante e após a comercialização, os quais deverão ser acondicionados em sacos plásticos para recolhimento da Secretaria Municipal de Limpeza Urbana.

§ 2º - É proibido varrer, das barracas até a área de circulação, detritos de qualquer espécie.

Art. 16 - Os produtos processados ou semi-elaborados deverão portar rótulos com informações de procedência, data de fabricação, período de validade, endereço do produtor, peso, descrição do conteúdo.

Art. 17 - Em todas as barracas deverão ser colocadas, em local visível ao consumidor, plaquetas com identificação dos produtos, tabela de preços praticados, autorização expedida pela PBH e certificado de produção orgânica.

Art. 18 - Nas barracas, só será permitido o uso de balanças devidamente aferidas pelo IPM/INMETRO, sendo que as mesmas deverão ser colocadas em local visível ao consumidor.

## III DAS OBRIGAÇÕES



Art. 19 - São obrigações comuns a todos os produtores e seus respectivos empregados ou prepostos e associações, além do previsto neste Regulamento e legislação baixados pelas autoridades competentes, o seguinte:

- I- tratar com urbanidade o público em geral e seus colegas, bem como acatar rigorosamente as ordens e determinações emanadas pela Administração Municipal;
- II- observar estritamente as exigências higiênicas e sanitárias previstas na legislação em vigor quanto a exposição e venda de produtos alimentícios;
- III- cumprir pontualmente o horário de funcionamento;
- IV- fornecer à SMAB, quando solicitado, todas e quaisquer informações, para fins de controle estatístico e de divulgação;
- V- exibir, sempre que solicitado, quaisquer documentos que o habilitem para o exercício das atividades;
- VI- manter rigorosa higiene pessoal, do vestuário e do local de trabalho;
- VII- utilizar guarda-pó ou jaleco, de tipo e cor previamente determinados pela SMAB;
- VIII- trocar qualquer mercadoria vendida, completar o peso ou fazer a restituição correspondente à venda, corrigida monetariamente, ou abater proporcionalmente o preço, no caso de reclamações do consumidor por venda de produto com vício de qualidade ou quantidade;
- IX- comercializar somente produtos de origem orgânica;
- X- realizar trimestralmente análise toxicológica completa dos produtos comercializados, os quais serão coletados por amostragem e cujo custo deverá ser arcado pelo produtor ou sua entidade representativa;
- XI- estacionar veículos em locais onde não possam obstruir ou dificultar o trânsito e/ou acesso dos consumidores.

#### IV DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 20 - A transgressão de qualquer das disposições legais deste Regulamento sujeitará o feirante/produtor às seguintes penalidades isoladamente ou cumulativamente:

- I- advertência por escrito;
- II- suspensão;
- III- cancelamento da credencial.

§ 1º - A advertência escrita será aplicada somente quando a infração for considerada primária e circunstancial, e conterà determinações das providências necessárias ao saneamento da irregularidade.

§ 2º - A aplicação de duas advertências no decorrer do período de licenciamento acarretará na sua suspensão no programa

§ 3º - Após a segunda suspensão, o produtor estará sujeito ao cancelamento da licença.

§ 4º - Compete ao Secretário Municipal de Política de Abastecimento a aplicação da pena e o cancelamento da licença, e à Gerência de Incentivo a Produção de Alimentos Básicos, a aplicação da advertência e da suspensão.

Art. 21 Consistem, também, em motivos para a aplicação das penalidades de cancelamento da autorização as seguintes infrações:

- I- ausentar-se do Programa nas datas de funcionamento da Feira Orgânica, sem justificativa;
- II- desacato ao público ou agentes públicos e às determinações das Secretarias de Coordenação e Gestão Regional;
- III- cometer atos de indisciplina, turbulência ou embriaguez;
- IV- manter em serviço e em contato direto com o público, empregados portadores de doenças infecto-contagiosas;

- V- exercer suas atividades ou manter em serviço, no período de comercialização do Programa Feira Orgânica, preposto ou funcionário sem a respectiva carteira de saúde;
  - VI- faltar com as condições básicas de higiene e asseio pessoal e dos seus funcionários e equipamentos;
  - VII- não praticar as exigências sanitárias que ordenam o uso obrigatório de guarda-pó;
  - VIII- comercializar produtos adquiridos de terceiros;
  - IX- vender produtos não autorizados;
  - X- desrespeitar a tabela de preços de comercialização acordada junto à SMAB.
- V DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**
- Art. 22 - As barracas só poderão ser montadas nos locais determinados pela coordenação do Programa.
- Art. 23 - O horário para montagem das barracas será definido pela SMAB e Secretarias de Coordenação e Gestão Regional.
- Art. 24 - Os produtores terão 1 (uma) hora, após o término da feira, para desmontarem as barracas e desobstruírem o local.
- Art. 25 - É proibido o trânsito e estacionamento de veículos sobre calçadas.
- Art. 26 - As barracas devem seguir o padrão estabelecido pela SMAB, em ideais condições de uso, para proteção dos gêneros alimentícios.
- Art. 27 - Os casos omissos serão definidos pela SMAB.

## **Anexo 6: Regulamento Normativo do Programa “Feira Orgânica”**

Secretaria Municipal de Políticas Sociais - Secretaria Municipal Adjunta de Segurança Alimentar e Nutricional

### **REGULAMENTO NORMATIVO DO PROGRAMA “FEIRA ORGÂNICA”**

Conforme disposto no artigo 2º, inciso II do Decreto n.º 11.044 de 20 de maio de 2002, fica regulamentado o programa “Feira Orgânica”, o qual será regido pelas normas a seguir:

#### **CAPÍTULO – I DA FINALIDADE E ORGANIZAÇÃO**

Art. 1º - A "Feira Orgânica" é um programa que visa à comercialização varejista de produtos orgânicos oriundos de agricultores familiares, jovens rurais com idade mínima de 18 (dezoito) anos, de pequenos produtores e suas formas associativas, cujos preços são previamente acordados entre os participantes do programa e a Secretaria Municipal Adjunta de Segurança Alimentar e Nutricional do Município de Belo Horizonte (SMASAN).

Parágrafo único – O Programa “Feira Orgânica” tem por objetivos principais:

- I- possibilitar ao consumidor, a aquisição de produtos com rastreabilidade de origem orgânica, certificada por empresa reconhecida pelo Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento – MAPA, a preços acessíveis, abaixo do preço médio de mercado;
- II- promover a comercialização direta entre produtores orgânicos, preferencialmente filiados a associações, e consumidores;
- III- ampliar e/ou sedimentar hábitos mais saudáveis de alimentação;
- IV – facilitar o escoamento de produtos em época de safra e entressafra;

V – estimular a geração de emprego e renda na área rural, com a conseqüente diminuição do êxodo dos trabalhadores, produtores rurais e agricultores familiares para as áreas metropolitanas.

## CAPÍTULO – II DO FUNCIONAMENTO

Art. 2º - Compete à Secretaria Municipal Adjunta de Segurança Alimentar e Nutricional, por meio da Gerência de Apoio à Produção e Comercialização de Alimentos (GAPCO), a administração e fiscalização do funcionamento do Programa “Feira Orgânica”, em conformidade com o estabelecido neste Regulamento Normativo.

Parágrafo único - Será constituída pela GAPCO/SMASAN uma comissão formada por representantes dos agricultores familiares, jovens rurais e produtores participantes do Programa “Feira Orgânica”, no que se refere às atividades desenvolvidas, dando subsídios à SMASAN no monitoramento do programa.

Art. 3º - O Programa “Feira Orgânica” será instalado em locais pré-determinados pela Secretaria Municipal Adjunta de Segurança Alimentar e Nutricional, em conjunto com as Secretarias Regionais e a BHTRANS, podendo-se ainda utilizar espaços públicos de nível Federal, Estadual ou da iniciativa privada, mediante termo de parceria e/ou convênio celebrados entre a Secretaria Municipal Adjunta de Segurança Alimentar e Nutricional e o órgão de interesse.

Art. 4º - Poderá o Município celebrar parcerias e/ou convênios com entidades da iniciativa pública ou privada visando:

- I- organizar os agricultores familiares, jovens rurais e produtores orgânicos;
- II- estimular o desenvolvimento da cultura orgânica, com fomento ao crescimento da produção e orientação técnica pertinente;
- III- estimular a conscientização do consumidor acerca dos produtos orgânicos e seus benefícios;
- IV- ampliar a divulgação nos diversos meios de comunicação;
- V- ampliar a atuação dos agricultores familiares, jovens rurais e produtores participantes do programa, por meio de entidade jurídica de direito privado, possibilitando a celebração de parcerias, contratos ou convênios;
- VI- expandir o programa com novas oportunidades de comercialização.

Art. 5º - Participarão do Programa somente agricultores familiares, jovens rurais maiores de 18 anos e produtores com produção orgânica certificada por órgão reconhecido pelo Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento-MAPA, sendo estes credenciados pela SMASAN, após a realização de chamamento público.

Art. 6º - Para o cadastramento dos agricultores familiares, jovens rurais maiores de 18 anos e produtores junto ao Programa “Feira Orgânica”, serão necessários os seguintes documentos sem prejuízo de outros que poderão ser solicitados, que deverão ser encaminhados à SMASAN e renovados sempre que necessário:

- I- Carteira de Identidade e CPF;
- II- Cartão de produtor ou CNPJ quando for o caso;
- III- Escritura, contrato de arrendamento de propriedade rural ou contrato de aluguel do imóvel onde está localizada a atividade;

- IV- Certificado de produção orgânica, emitido por certificadora reconhecida junto ao Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento- MAPA;
- V- Atestado de Produção vigente emitido pela EMATER-MG do município de origem ou outro próximo;
- VI- Laudo médico válido emitido por médico do trabalho pertinente às pessoas que estarão em contato direto com os clientes no ponto de comercialização;
- VII- Em se tratando de formas associativas: CNPJ, ata de fundação da entidade, ata de posse da atual diretoria, estatuto, ata de reunião da entidade indicando o associado que participará do programa.

Art. 7º – A permissão ou autorização para participação no Programa “Feira Orgânica” terá vigência pelo prazo de 12 (doze) meses, a contar da sua assinatura, podendo ser prorrogada por iguais períodos a critério da Administração Pública, observando-se as condições constantes nas normas gerais do Programa. A SMASAN poderá, a qualquer tempo, suspender ou revogar a referida permissão por razões de interesse público ou anulá-la na hipótese de comprovada ilegalidade, sem que caiba aos interessados qualquer indenização, reembolso ou compensação.

### CAPÍTULO – III DO COMÉRCIO E SUA CLASSIFICAÇÃO

Art. 8º - O comércio no Programa “Feira Orgânica” será exercido em conformidade com o presente Regulamento Normativo, e obedecerá à seguinte classificação:

- 01 - Hortaliças em geral;
- 02 - Frutas em geral;
- 03 - Legumes e raízes;
- 04 - Cereais, farináceos e derivados;
- 05 - Frangos e Ovos;
- 06 - Ervas aromáticas;
- 07 - Mel;
- 08 - Café;
- 09 - Hortaliças, frutas, legumes e raízes minimamente processados;
- 10 - Conservas;
- 11 - Derivados lácteos;
- 12 - Outros produtos cuja origem seja comprovadamente orgânica;
- 13 - Produtos processados, deverão também ser certificados pela vigilância sanitária e/ou outros órgãos afins.

Parágrafo Único – Os produtos de origem animal, sejam processados ou não, deverão portar laudo de inspeção sanitária e guia de circulação respectivas, expedidas pelo Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA) ou Serviço de Inspeção Federal (S.I.F). Para os produtos processados ou minimamente processados de origem vegetal serão necessários laudos expedidos pela Vigilância Sanitária.

Art. 9º - Os agricultores familiares, jovens rurais maiores de 18 anos e produtores rurais deverão apresentar suas mercadorias selecionadas por tipo, limpas e em perfeitas condições de consumo, obedecendo aos padrões de qualidade exigidos pelo Código de Defesa do Consumidor, Vigilância Sanitária, Sistema de Inspeção Municipal e outros órgãos pertinentes.

### CAPÍTULO – IV DAS OBRIGAÇÕES

Art. 10 – São obrigações dos agricultores familiares, jovens rurais, produtores e prepostos participantes do Programa “Feira Orgânica”:

I – adquirir ou confeccionar barracas para comercialização dos produtos no programa devendo seguir o padrão estabelecido pela SMASAN;

II – manter o local limpo, durante e após a comercialização, sendo que os detritos advindos da limpeza e varrição do local, deverão ser acondicionados em sacos plásticos para o recolhimento feito pelo próprio permissionário no final do expediente, dando destinação adequada e consciente aos resíduos;

III - possuir um coletor de lixo para recolhimento de detritos e varreduras de seu local de comercialização, o qual deverá ser higienizado após o seu esvaziamento;

IV – fixar em local visível a autorização expedida pelo Município, assim como, “lista de preços”, laudo laboratorial, a certificação de conformidade orgânica expedido por empresa reconhecida pelo Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento – MAPA, dentre outros definidos pela Gerência de Apoio à Produção e Comercialização de Alimentos - GAPCO/SMASAN quanto à sua participação no Programa;

V – usar balança devidamente aferida e nivelada, quando for utilizar o peso como unidade de medida, colocada à vista do consumidor;

VI – vender no programa quantitativo mínimo de 65% (sessenta e cinco por cento) de produtos oriundos de sua propriedade e que tenham sido declarados na documentação constante do Edital de Chamamento Público e comprovados por meio do atestado de produção emitido pela EMATER-MG;

VII – vender somente produtos de boa qualidade, de origem orgânica certificada;

VIII – cumprir com os horários de chegada e saída do ponto de comercialização, salvo em impedimentos de força maior ou término da venda dos produtos;

IX – obedecer rigorosamente os limites preestabelecidos na tabela de preços máximos permitidos para a comercialização dos produtos, a qual deverá ser afixada em local visível ao consumidor;

X – responsabilizar-se pela montagem e desmontagem do equipamento de comercialização;

XI – usar indumentárias de acordo com a legislação sanitária vigente para cada produto, tipo, modelo e cor previamente determinado pela SMASAN, sejam estes guarda-pó ou avental;

XII – respeitar o local demarcado do seu equipamento de comercialização;

XIII - manter rigoroso asseio pessoal;

XIV – colaborar com a fiscalização no que for necessário, apresentando os documentos e informações pertinentes à atividade;

XV - fornecer à SMASAN, quando solicitado, todas e quaisquer informações, para fins de controle estatístico e de divulgação;

XVI - exibir, sempre que solicitado, quaisquer documentos que o habilitem para o exercício das atividades;

XVII – manter os equipamentos de comercialização em bom estado de higiene e conservação;

XVIII – tratar com urbanidade o público em geral e os consumidores;

XIX – afixar cartazes e avisos de interesse público determinados pela SMASAN;

XX – comunicar à SMASAN, por escrito ou por meio telefônico, em caso de ausência no ponto de comercialização;

XXI – obedecer rigorosamente às normas fixadas pela Vigilância Sanitária, quanto à produção e comercialização de produtos de industrialização caseira;

XXII - trocar qualquer mercadoria vendida, completar o peso ou fazer a restituição correspondente à venda, corrigida monetariamente, ou abater proporcionalmente o preço, no

caso de reclamações do consumidor por venda de produto com vício de qualidade ou quantidade;

XXIII – entregar à GAPCO/SMASAN, até o dia 04(quatro) de cada mês, a quantidade comercializada e seus valores correspondentes, por meio dos romaneios;

XXIV – transportar os produtos devidamente acondicionados em caixas plásticas;

XXV – utilizar na comercialização, preferencialmente, sacolas biodegradáveis padronizadas, constando a logomarca do programa, assim como seus objetivos;

XXVI – informar à GAPCO/SMASAN sempre que solicitado, dados sobre a sua produção;

XXVII – encaminhar à GAPCO/SMASAN, atestado de produção emitido pela EMATER-MG do município de origem, no mês de maio do ano vigente, tendo como data limite o dia 04(quatro) do mês subsequente;

XXVIII - enviar à GAPCO/SMASAN, a cada 02(dois) anos, laudo médico válido emitido por médico do trabalho pertinente às pessoas que estarão em contato direto com os clientes no ponto de comercialização, sendo eles, permissionários, prepostos e/ou ajudantes;

XXIX - portar identificação (crachá), fornecida pela GAPCO/SMASAN;

XXX – portar todos os documentos comprobatórios pertinente aos produtos comercializados, como: laudos, certificados, notas fiscais, dentre outros;

XXXI – deverá portar rótulos, os produtos processados ou semi-elaborados, contendo informações de procedência, data de fabricação, período de validade, endereço do produtor, peso, descrição do conteúdo seguindo também todas as exigências legais pertinentes ao produto;

XXXII - observar estritamente as exigências higiênicas e sanitárias previstas na legislação em vigor quanto a exposição e venda de produtos alimentícios;

XXXIII - realizar sempre que solicitado pela SMASAN análise toxicológica específica do produto comercializado, o qual será coletado por amostragem e cujo custo deverá ser arcado pelo produtor ou sua entidade representativa.

#### **CAPÍTULO – V DAS PERMISSÕES**

Art. 11 - É permitido aos agricultores familiares, jovens rurais, produtores e prepostos participantes do Programa “Feira Orgânica”:

I – depositar mercadorias e outros objetos fora dos limites de cada espaço destinado ao permissionário, mediante autorização prévia e expressa da GAPCO/SMASAN;

II – vender até o limite de 10% (dez por cento) dos produtos oferecidos no ponto, advindos dos demais produtores rurais e/ou agricultores familiares participantes do Programa “Feira Orgânica” com o intuito de fortalecer o mix de produtos comercializados;

III – vender até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) dos produtos oferecidos no ponto, advindos de terceiros, com intuito de fortalecer o mix de produtos ofertados, devendo estes estarem devidamente documentados e apresentados como produtos de terceiro.

#### **CAPÍTULO – VI DAS PROIBIÇÕES**

Art. 12 - É proibido aos agricultores familiares, jovens rurais, produtores e prepostos participantes do Programa “Feira Orgânica”:

I – utilizar embalagens plásticas recicladas, assim como qualquer outro impresso para embalar gêneros alimentícios;

II – ausentar-se do Programa nas datas previamente estipuladas pela SMASAN, para comercialização, constantes no Documento Municipal de Licença – DML, sem justificativa;

III – apregoar mercadorias em voz alta;

IV – fazer uso da arborização pública, do mobiliário urbano ou das fachadas para exposição, afixação de faixas, cartazes ou para suporte de toldos e barracas;

- V – fazer uso de outras áreas das edificações lindeiras para depósito ou estocagem de mercadorias, vasilhames, apetrechos, sem a permissão expressa emitida pela GAPCO/SMASAN;
- VI – ocupar espaço maior do que lhe for permitido;
- VII – jogar na área do ponto de comercialização e em seus arredores detritos, gorduras ou lixo de qualquer natureza;
- VIII – vender, alugar ceder ou transferir a qualquer título, total ou parcialmente, permanente ou temporariamente, seu direito de comercialização;
- IX – fazer propaganda de caráter político ou religioso durante a comercialização;
- X – vender os produtos a preços superiores aos previamente aprovados na tabela de preço máximo fornecida pela GAPCO/SMASAN;
- XI – vender, alugar ou ceder os equipamentos emprestados pela GAPCO/SMASAN;
- XII – comercializar produtos de origem não orgânica e/ou sem certificação;
- XIII – comercializar produtos hortifrutigranjeiros danificados ou com alterações indesejáveis;
- XIV – comercializar produtos cortados ou descascados, em desacordo com as normas técnicas vigentes estabelecidas pelos seus respectivos órgãos responsáveis;
- XV – comercializar produtos minimamente processados, processados e/ou transformados sem acondicionamento adequado e/ou não constando a devida rotulagem, de acordo com as especificações da Vigilância Sanitária Municipal, e de outros órgãos fiscalizadores quando for o caso;
- XVI – desacatar o público ou agentes públicos e as determinações da Administração;
- XVII – cometer atos de indisciplina, turbulência ou embriaguez;
- XVIII – manter a seu serviço e em contato direto com o público, empregados portadores de doença infecto-contagiosa;
- XIX – faltar com as condições básicas de higiene e asseio pessoal, dos seus funcionários e equipamentos;
- XX – comercializar quantidade superior a 10% (dez por cento) dos produtos ofertados advindos de produtores rurais e/ou agricultores familiares participantes do Programa “Feira Orgânica”;
- XXI – comercializar quantidade superior a 25% (vinte e cinco por cento) dos produtos ofertados advindos de terceiros que não participam do Programa “Feira Orgânica”;
- XXII - colocar diretamente no solo os produtos alimentícios;
- XXIII – estacionar veículos em locais onde possam obstruir ou dificultar o trânsito e/ou acesso dos consumidores;
- XXIV - vender produtos não autorizados.

## CAPÍTULO – VII

### DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 13 – A transgressão de qualquer das disposições legais deste Regulamento Normativo sujeitará o agricultor familiar, o jovem rural ou o produtor às seguintes penalidades, aplicadas isoladamente ou cumulativamente:

- I – advertência escrita;
- II – suspensão;
- III – cancelamento da licença.

§ 1º – A advertência escrita será aplicada somente quando a infração for considerada primária e circunstancial, que infrinja as determinações descritas nos arts. 10 e 12 deste Regulamento Normativo e conterà as determinações das providências necessárias para correção da irregularidade. Esta penalidade será aplicada pelo Gerente de Apoio à Produção e

Comercialização de Alimentos, ou a quem ele indicar como responsável pela coordenação do programa.

§ 2º – A suspensão ocorrerá quando aplicadas mais de três advertências escritas referentes a qualquer dos motivos relacionados ao descumprimento dos arts. 10 e 12 deste Regulamento Normativo. Em caso de recorrência da suspensão, o produtor estará sujeito ao cancelamento da licença. Esta penalidade só poderá ser aplicada pelo gerente responsável pela Gerência de Apoio à Produção e Comercialização de Alimentos, que determinará o período de suspensão.

§ 3º – O cancelamento da licença ocorrerá em casos de recorrentes suspensões, após serem analisadas pelo gerente da Gerência de Apoio à Produção e Comercialização de Alimentos que aplicará, juntamente com o Secretário Municipal Adjunto de Segurança Alimentar e Nutricional, a referida penalidade.

#### CAPÍTULO – VIII DA DESISTÊNCIA

Art. 14 – Ocorrerá desistência quando:

I – o permissionário/licenciado, sem motivo justificado, não iniciar a exploração do ponto de comercialização no prazo determinado;

II – o permissionário/licenciado, tendo iniciado a exploração do ponto de comercialização, requerer por escrito à GAPCO/SMASAN a sua exclusão do Programa “Feira Orgânica”.

§ 1º – No caso de desistência, o ponto será considerado deserto, sendo a respectiva licença restituída ao Poder Concedente, a fim de que seja redistribuída por meio de nova licitação.

§ 2º – O permissionário desistente não estará isento de suas obrigações fiscais anuais junto ao Poder Público Municipal, referentes aos pagamentos das seguintes taxas: Guia de Arrecadação Municipal e Documento Municipal de Licença – DML.

§ 3º – O permissionário que se ausentar por um período de 60 (sessenta) dias consecutivos sem justificativa comprovada, será considerado desistente do Programa “Feira Orgânica”.

#### CAPÍTULO – IX DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art 15 – As barracas utilizadas no programa terão tamanho padronizado, podendo o agricultor familiar, o jovem rural e/ou produtor utilizar mais de uma barraca no ponto, mediante requerimento e expressa autorização da GAPCO/SMASAN.

Art. 16 - As barracas devem seguir o padrão estabelecido pela SMASAN, em ideais condições de uso, para proteção dos gêneros alimentícios, assim como sua apresentação.

Art. 17 - As barracas só poderão ser montadas nos locais determinados pela GAPCO/SMASAN.

Art. 18 - O horário para montagem das barracas será definido pela GAPCO/SMASAN.

Art. 19 - Os participantes do Programa terão 1 (uma) hora, após o término da feira, para desmontarem as barracas e desobstruírem o local.

Art. 20 - Os participantes do Programa “Feira Orgânica” que não cumprirem o presente Regulamento Normativo, responderão perante a Administração, bem como pelos atos praticados pelos seus empregados ou prepostos.

Art. 21 – O valor do preço público pela utilização dos espaços do Programa “Feira Orgânica” será definido por Decreto expedido pelo Executivo Municipal.

Art. 22 – Em caso de perda ou dano do crachá disponibilizado pela GAPCO/SMASAN, a confecção de novo crachá correrá por conta do agricultor familiar, jovem rural ou produtor credenciado participante do Programa assim como do seu preposto.

Art. 23 – Em caso de necessidade por parte dos agricultores familiares, dos jovens rurais ou dos produtores participantes do Programa “Feira Orgânica” em transitar com veículos sobre as calçadas para carga e descarga das mercadorias e apetrechos necessários para a comercialização, estes deverão solicitar por escrito à GAPCO/SMASAN a intermediação



junto à Secretaria Regional responsável, aguardando o consentimento ou autorização, de modo que não danifiquem a via.

Art. 24 - Os casos omissos serão definidos pela SMASAN.

Art. 25 - Este Regulamento Normativo entra em vigor na data de sua publicação.

Belo Horizonte, 15 de julho de 2016

Marcelo Alves Mourão

Secretário Municipal de Políticas Sociais

Marcelo Lana Franco

Secretário Municipal Adjunto de Segurança Alimentar e Nutricional