



## GEPAD EM QUARENTENA - NÚMERO 28

### **A comercialização de alimentos agroecológicos em tempos de quarentena no RS: o caso da ECONATIVA - Cooperativa de Agricultores Agroecologistas do Litoral Norte e Serra do RS**

Daniela Oliveira  
Volmir Campagnollo

Entre tantas questões que se colocam neste período de quarentena e isolamento social, devido ao COVID-19, as que se referem ao abastecimento da população são fundamentais. Afinal o não acesso adequado a alimentos saudáveis, neste momento, pode agravar a situação individual e coletiva da população. De outro lado, perguntamo-nos quais são as consequências sobre a comercialização de alimentos produzidos pela agricultura familiar, já que, em alguns casos, os canais habituais de comercialização estão com funcionamento restrito. Um exemplo que se tornou público, nestes dias, foi aquele veiculado por um jornal de ampla circulação no país, que trazia a informação de que produtores rurais, que fazem parte do cinturão verde de São Paulo, vêm perdendo toneladas de alimentos - hortifrutigranjeiros - devido ao fechamento de bares e restaurantes, seus principais compradores.

Neste texto apresentamos alguns elementos e reflexões a respeito do que vem ocorrendo, no que se refere à comercialização de alimentos, com à ECONATIVA - Cooperativa de Produtores Agroecologistas da Serra e do Litoral Norte do RS nestes dias. A ECONATIVA, fundada em 2005, tem como sócios famílias de agricultores das regiões do Litoral Norte e da Serra do RS, que, desde os anos 1990, se encontram em processos de transição

agroecológica de suas unidades de produção. Foi fundada inicialmente no município de Três Cacheiras, no Litoral Norte do RS; há alguns anos atrás (2011) famílias ecologistas da Serra Gaúcha organizaram uma filial da COOPERATIVA no município de Ipê. Estas famílias, previamente à ECONATIVA, já se organizavam em grupos e associações de agricultores ecologistas. Hoje a ECONATIVA é formada por aproximadamente 120 famílias que produzem hortigranjeiros em geral, frutas e alimentos agroindustrializados; entre as principais frutas, se destacam a banana e a uva.

Um dos fortes aspectos que caracterizam a agroecologia enquanto prática produtiva, nos estados do Sul do Brasil, é o fato de que, em paralelo aos esforços em gerar mudanças e soluções técnico-produtivas, a comercialização, ou a construção de canais alternativos de comercialização, sempre foi um diferencial no dia a dia dos grupos que assumem a agroecologia como referência e, neste processo, as feiras de produtos ecológicos constituem-se como a principal estratégia, em função da proximidade agricultor-consumidor e da possibilidade de gerenciamento de preços e condições de venda que as feiras oferecem. Dados do IDEC (2019) apontam a existência de 102 feiras de orgânicos no RS, 69 no PR e 59 em SC. Além das feiras, o mercado de produtos ecológicos conta ainda com uma série de pontos fixos, principalmente em pequenos municípios (lojas de alimentos ecológicos), o comércio com o pequeno varejo e, mais recentemente, as vendas para o mercado institucional (PEREZ CASARINO; 2012).

Com a institucionalização do Programa de Aquisição de Alimentos, em 2003, surge no Brasil a possibilidade de vendas de produtos agroecológicos para os mercados institucionais. Neste momento a ECONATIVA é fundada, e sua fundação teve como motivação inicial instituir uma personalidade jurídica para que as famílias de agricultores ecologistas pudessem, entre outras finalidades, atender aos mercados institucionais. Assim, os alimentos agroecológicos, que antes abasteciam feiras e casas de produtos naturais, muitas delas frequentadas quase exclusivamente por famílias de maior poder aquisitivo, poderiam agora chegar até a mesa de famílias de baixa renda e em situação de vulnerabilidade social.

Pode-se afirmar que, até o ano de 2012, o Programa de Aquisição de Alimentos, do Governo Federal (PAA) foi o principal canal de venda da Cooperativa, absorvendo entorno de 70% do faturamento. A partir de 2014 as vendas para o PAA reduziram, devido às dificuldades que o Programa passou a enfrentar; a ECONATIVA buscou outros canais de venda, investindo então em ofertas para a merenda escolar (através do Programa Nacional de Alimentação Escolar - PNAE) e para redes de supermercados. No caso da filial da Serra, as vendas direcionadas a uma grande rede de supermercados chegaram a alcançar 80% do faturamento em 2016. A avaliação naquele ano foi de que a Cooperativa havia superado a dependência do PAA, mas precisava diversificar e atender outros mercados. Desde então a Cooperativa vem dedicando-se à diversificação dos canais de venda e à aproximação com canais mais próximos à agroecologia, tais como: (a) Lojas e casa de produtos naturais em municípios do RS; (b) Redes locais e regionais de supermercados; e (c) Sestas de produtos ecológicos. Também

faz parte deste processo, a ampliação das vendas para a merenda escolar de municípios das respectivas regiões de abrangência da Cooperativa, assim como de outras regiões do RS.

E em meio ao contexto de isolamento social, provocado pela epidemia do corona vírus no Brasil, o que está acontecendo com a comercialização no âmbito da ECONATIVA? Nas primeiras semanas da quarentena, algumas feiras foram canceladas, retornando logo em seguida, com algumas restrições. No entanto, mesmo com retorno das feiras, um elevado número de agricultores, sócios da ECONATIVA, continuaram ausentes das feiras, principalmente nos casos de famílias que têm membros no grupo de risco. Este fato gerou um considerável excedente de produção e, por conseguinte, elevou a pressão dos associados pelas vendas através da Cooperativa.

Segundo informações obtidas junto a um dos responsáveis pelas vendas da ECONATIVA, Volmir Campagnollo, que escreve este texto em parceria, a quarentena trouxe algumas novas e interessantes oportunidades, as quais têm possibilitado que a Cooperativa escoe com sucesso a oferta excedente. A mais importante e significativa decorre do fato de que, como dito logo acima, há algum tempo a Cooperativa busca a diversificação dos canais de venda, com crescimento da comercialização para o pequeno varejo de alimentos naturais e agroecológicos. Neste período, lojas e casas de alimentos naturais e agroecológicos têm oferecido entregas individuais aos clientes, antigos e novos, o que têm elevado sobremaneira a demanda para além do comumente comercializado. É certo que a oferta e a entrega direto aos consumidores estimulou o consumo, mas, neste caso, a mudança da alimentação das famílias para dentro de casa, e não mais em restaurantes, fato bastante comum nos grandes centros urbanos, tem sido um elemento essencial no crescimento da demanda. Ou seja, muitos indivíduos e famílias que em tempos normais se alimentam em restaurantes de forma cotidiana, em tempos de corona vírus passam o comer em casa e isto elevou a demanda por alimentos frescos.

Neste processo chama a atenção dois aspectos principais: de um lado, o potencial de resiliência que a diversificação de canais de venda tem possibilitado à ECONATIVA neste momento de crise; e de outro, o sucesso de uma nova forma de comercialização de alimentos agroecológicos que não é tradicional no RS que são as entregas domiciliares, tão comuns em outros estados do país, ou mesmo noutros países. Resta saber e tencionar, tanto junto aos agricultores, quanto varejistas e consumidores, para que as novas estratégias de comercialização permaneçam para além do período de isolamento, sendo aproveitadas como uma nova oportunidade de comercialização e acesso a alimentos saudáveis pela população! Afinal, com o que é bom a gente se acostuma!

### **Referencias Bibliográficas:**

IDEC. *Mapa de Feiras Orgânicas*. Disponível em: <https://feirasorganicas.org.br/>. Acesso em: 26 de fevereiro de 2019.  
PEREZ-CASSARINO, J. *A construção de mecanismos alternativos de mercados no âmbito da Rede Ecovida de Agroecologia*. Tese (Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2012.