

II CONFERENCIA NACIONAL DE ECONOMIA SOLIDÁRIA

I CONFERÊNCIA TEMÁTICA DE COMERCIALIZAÇÃO JUSTA E SOLIDÁRIA

Índice

| | |
|--|----|
| I. Importância do tema..... | 2 |
| II. Balanço da Economia Solidária e de suas políticas públicas na perspectiva da Comercialização Solidária e do Comércio Justo e Solidário..... | 2 |
| II.1) Avanços..... | 2 |
| II.2) Desafios..... | 4 |
| III. Por uma Estratégia Nacional de Comercialização Solidária..... | 5 |
| III.1) Afirmar os princípios e critérios de uma relação de Comercialização Justa e Solidária..... | 5 |
| III.2) Fortalecer a identidade dos produtos e serviços da Economia Solidária em cadeias de comércio justo e solidário..... | 6 |
| III.3) Comunicar e sensibilizar a sociedade brasileira para os benefícios da Economia Solidária e Comércio Justo e Solidário..... | 6 |
| III.4) Utilizar o poder de compra do Estado para o fortalecimento da Economia Solidária e da Agricultura Familiar..... | 6 |
| III.5) Favorecer a circulação e comercialização formal de produtos da Economia Solidária e Agricultura Familiar..... | 7 |
| III.6) Formar e estruturar Empreendimentos de Economia Solidária para a Comercialização Solidária e o Comércio Justo e Solidário..... | 7 |
| III.7) Garantir acesso aos produtos e serviços da Economia Solidária através da aproximação de produtores e consumidores..... | 8 |
| III.8) Promover a integração econômica entre os Empreendimentos da Economia Solidária, na perspectiva de um mercado interno..... | 8 |
| ANEXO I – Glossário de conceitos e siglas..... | 8 |
| ANEXO II – Artigos da I Conferência Nacional de Economia Solidária relacionados à Comercialização Solidária e ao Comércio Justo e Solidário..... | 10 |

I. Importância do tema

1. Para que uma Política Nacional de Economia Solidária seja efetiva, faz-se necessária a construção de uma **Estratégia Nacional de Comercialização Solidária**, haja vista as possíveis soluções a esta questão estarem além das estratégias localizadas e das competências de atores isolados, devendo, portanto, se construir a partir de ações integradas dos vários atores sociais e econômicos, no âmbito de uma política pública.
2. A comercialização é um dos espaços para construção do projeto político de um outro modelo de desenvolvimento, que se fundamenta nas relações de solidariedade e justiça social. A prática dos princípios e critérios do CJS contribui para o fortalecimento de uma identidade coletiva e torna-se uma forma de inserção social de grupos e pessoas que se reconhecem excluídas do modelo capitalista. A organização social dos grupos é fundamental para que a comercialização solidária aconteça e seja fortalecida.
3. A **Estratégia Nacional de Comercialização Solidária** deve ter dois objetivos complementares. O primeiro é dar uma resposta imediata aos empreendimentos econômicos solidários na forma de abertura de canais e possibilidades de vendas, para que a economia solidária se concretize e mostre seus resultados e suas vantagens para a sociedade brasileira. O segundo é apoiar a construção de uma diversidade de estratégias para a alteração dos atuais mecanismos de funcionamento do mercado, na perspectiva de construção de formas solidárias de interação econômica que se contraponham ao monopólio da distribuição dos produtos e à imposição dos critérios e valores das grandes empresas.
4. Portanto, a **Estratégia Nacional de Comercialização Solidária** deve prever ações de fomento à Comercialização Solidária, ao Comércio justo e solidário e ao Consumo responsável. Para tanto, necessariamente, deverá fomentar e financiar a criação de espaços de comercialização solidários, o apoio à constituição de redes e cadeias solidárias de produção e de agroindustrialização, de comercialização, de logística e de consumo solidários, formação/assessoramento técnico contínuo e sistemático à comercialização, a promoção do consumo responsável e a priorização de produtos e serviços da Economia Solidária nas compras institucionais em todas as esferas. Tais ações devem estar articuladas e em consonância com os princípios, regulação e critérios estabelecidos no Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário.
5. Tendo em vista que a comercialização é também uma ferramenta pedagógica, é um meio, permite ouvir e trocar as experiências e vivenciar na prática os princípios e valores da ES, é importante que a comercialização esteja aliada à divulgação dos valores, princípios e identidade da economia solidária integrada a dimensão cultural da economia solidária.

II. Balanço da Economia Solidária e de suas políticas públicas na perspectiva da Comercialização Solidária e do Comércio Justo e Solidário

II.1) Avanços

6. Nos últimos anos afirmou-se a necessidade de um novo conceito de comercialização, a **Comercialização Solidária**. Esta afirmação trouxe um avanço significativo, por parte dos atores e atrizes da agricultura familiar e da economia solidária, na compreensão da proposta da Comercialização Solidária como elemento necessário para uma política de economia solidária e da agricultura familiar orientadas para a construção de um novo modelo de desenvolvimento para o nosso país. Pois é através da comercialização, ou seja, da transformação dos produtos em renda aos produtores, que se completa o circuito de dinamização econômica de qualquer economia.
7. Este avanço expressa-se no aumento de iniciativas de comercialização solidária em todas as regiões do país e na constituição de vários espaços de debate entre a sociedade civil e o Estado

e conseqüentemente na construção de propostas de políticas públicas e programas para a consolidação da Comercialização Solidária. Dentre estas iniciativas, vale destacar:

- O **Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SNCJS)**, pela sua construção em um processo de promoção de identidade, enquanto proposta legitimamente construída por mais de 4.500 trabalhadores e trabalhadoras brasileiros(as) em diversos eventos voltados a sua construção e ao mesmo tempo avalizado pelo Conselho Nacional de Economia Solidária, e com isso reconhecido como soberano documento na definição dos princípios e critérios de CJS em território brasileiro e pelo seu encaminhamento à Casa Civil em 2009 enquanto proposta de projeto de Lei;
 - As **Bases de Serviço de Comercialização (BSCs)** têm se reconhecido como rede, contando com apoio formal do Governo para ampliação de suas ações e resultados junto aos empreendimentos no que toca a acesso a mercados, 123 BSCs já atuando dentro dos territórios rurais; ampliação do acesso ao PAA pelos empreendimentos acompanhados pelas BSCs; inserção de empreendimentos acompanhados pelas BSCs no PNAE.
 - Os **Sistemas Estaduais de Comercialização de Produtos da Agricultura Familiar e Economia Solidária (SECAFES)**, apesar de pouco avanço nos estados, promoveram avanços na disseminação da concepção em grande parte dos países e, em alguns estados, houve processos mais avançados no tocante a constituição de grupos estaduais pró-SECAFES que vêm avançando na criação dos ambientes político-institucionais e técnicos para criação do SECAFES; houve também a incorporação da proposta pelo poder público nos estados do CE, BA e RN;
 - O **Programa de Aquisição de Alimentos (PAA)**, até o ano de 2007, disponibilizou um total de R\$ 751.585.482,33 contemplando um total de 331.008 famílias enquanto fornecedoras de alimentos para o programa;
 - A aprovação e regulamentação da lei nº 11.947/2009 instituindo o **Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE)**;
 - As **Feiras de economia solidária e agricultura familiar** se firmaram como um espaço de comercialização solidária. De acordo com os dados do balanço do programa de Feiras de Economia Solidária, entre o período de 2005 a 2008, 65% dos 8.911 EES expositores das 74 feiras realizadas no período, se organizam de forma coletiva para comercializar. Estas estratégias retroalimentam processos de desenvolvimento local em diversos territórios do país, e este processo tem contribuído na geração de ferramentas metodológicas no controle e na garantia da produção agroecológica como os sistemas participativos de garantia (SPG), tendo os EES do setor de artesanato uma importante estratégia no processo de organização da comercialização.
 - As **Redes de consumo solidárias** têm se consolidado em iniciativas de organizar o consumo, como as cooperativas de consumo, associações e outras práticas;
 - A regulamentação, em 2006, do **Sistema Único de Atenção à Sanidade Agropecuária (Suasa)**;
 - **Redes de Comercialização Solidárias**, um novo e importante ator no campo da comercialização solidária, que vem desenvolvendo estratégias comuns a partir dos territórios de ação de organizações da sociedade civil, contribuindo na criação e fortalecimento de Redes Políticas que representam os interesses dos EES;
 - O crescimento e fortalecimento de **redes setoriais**, tais como da agroecologia e de consumo, assim como a constituição dos Centros Públicos de Economia Solidária com espaços destinados à comercialização;
 - Aprovação da **Política Nacional de Assistência Técnica Rural (PNATER)**, com acesso para entidades sem fins lucrativos e cooperativas, e também com linha específica para a comercialização.
8. Além destes avanços relacionados a instrumentos, programas e iniciativas, outro avanço é a aproximação da economia solidária com os diferentes movimentos sociais: mulheres, quilombolas, indígenas, cultura, juventude, agricultura familiar, agroecológico, MST, MPA, MLT, entre outros.
9. Houve um avanço na comunicação social neste período, com iniciativas como o cirandas, cartões-padrão de visitas para usar nas feiras, etc.
10. No âmbito de articulação na sociedade civil, foram avanços o fortalecimento e consolidação do Fórum Brasileiro de Economia Solidária e os desdobramentos construídos, como fóruns municipais, microrregionais e estaduais de Economia Solidária.
11. No âmbito governamental, destacam-se a criação de secretarias, leis, programas e superintendências estaduais e municipais, a ampliação da articulação e incidência da SENAES,

bem como a internalização do tema economia solidária em outros ministérios, como os de meio ambiente, desenvolvimento agrário, desenvolvimento social, justiça e cultura, entre outros.

12. Também consistiu num avanço a criação e consolidação de espaços institucionais de diálogo entre a Sociedade Civil organizada e o Estado através de Conselhos Municipais, Estaduais e Nacional de Economia Solidária.
13. Apropriação da temática e criação de iniciativas da comercialização por Centros de Atendimento Psicossociais (CAPS), articulações do campo da saúde mental, o Fórum Nacional da Criança e Adolescente e o Conselho Nacional da Criança e do Adolescente, além de algumas articulações estaduais, como o FUNDAC na BA.
14. O avanço se faz notar também de forma quantitativa: Na ponta da produção temos mais de 20 mil empreendimentos econômicos solidários (mapeado pelo Sistema Nacional de Informações da Economia Solidária), que comercializam produtos em vários ramos de atividade, em especial o agrícola, artesanal, alimentício e têxtil. Na ponta do crédito, uma porcentagem significativa dos repasses do PRONAF tem se dado pelas cooperativas de crédito. Na ponta do consumo, os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) apontam que o potencial de demanda por produtos com valores socioambientais cresce em taxas de 20% ao ano.

II.2) Desafios

15. São constatados vários desafios práticos enfrentados para a comercialização solidária nos meios rural e urbano, como:
16. Operar mecanismos concretos de aproximação entre produtores e consumidores, através, por exemplo, da criação e fortalecimento de redes de consumidoras/es responsáveis;
17. Incentivar/financiar novos empreendimentos econômicos solidários de prestação de serviços que venham a suprir a demanda pela logística solidária, apontada como um dos grandes desafios da comercialização no Brasil.
18. Fazer com que a Economia Solidária se torne política de Estado, garantindo sua perenidade e integração entre as ações, programas e políticas das diferentes esferas governamentais;
19. Que as políticas públicas estaduais e federais aproveitem se baseiem nas experiências exitosas locais e regionais no campo da comercialização solidária e garantirem recursos para o intercâmbio e integração entre as mesmas.
20. Elevar a economia solidária do patamar assistencial, já que a economia solidária é também um projeto político.
21. Garantir aos agricultores familiares, pescadores, artesãos, entre outros, maiores possibilidades de apropriação do valor gerado no sistema produtivo, através, por exemplo, da agroindustrialização.
22. Apoiar a organização da produção e da distribuição para criar economias de escala, potencializando que a riqueza gerada fomenta o desenvolvimento local sustentável;
23. Apoiar o desenvolvimento, o aprimoramento, a incorporação e a difusão das tecnologias sociais na produção, beneficiamento, comunicação, logística e comercialização de maneira sustentável para as cadeias produtivas da Economia Solidária (desenho de novos produtos, matéria-prima, marcas, embalagens ambientalmente sustentáveis).
24. Realizar ações integradas de reconhecimento e fomento de redes e cadeias solidárias de produção, comercialização e consumo, coerente com um modelo de desenvolvimento econômico sustentável e justo à sociedade brasileira e fomentando um aumento de demanda da sociedade por estes produtos e serviços.
25. Adequar e apropriar as ferramentas existentes de comercialização e gestão para as especificidades dos EES.
26. Obter a regulamentação pública do SNCJS em trâmite na Casa Civil, através de estratégias de maior apropriação desta bandeira pelos empreendimentos de economia solidária. Quando for aprovada, será um desafio aumentar a capacidade de gestão e recursos da SENAES e da SDT para estarem à altura do Sistema.
27. Dentre as políticas públicas existentes, é necessário que os SECAFES se constituam como resposta concreta às demandas cotidianas dos grupos e empreendimentos produtivos em todos os estados do Brasil.

28. É necessário também garantir que o PAA e o PNAE cheguem a todos os municípios do Brasil, ou seja, preparar as prefeituras e as organizações para operarem com as compras públicas;
29. Haja vista a dificuldade em atender o marco regulatório atual, é necessário construir propostas de marcos regulatórios adequados para temas como a lei de licitações, legislações tributárias e sanitárias, através da articulação e adoção de luta coletiva nas demandas relacionadas à comercialização solidária pelo movimento da economia solidária.
30. Para além dos marcos regulatórios é um desafio superar os entraves nos serviços públicos prestados aos empreendimentos econômicos solidários, que limitam o avanço da comercialização solidária tais como: dificuldade do acesso a equipamentos e matéria-prima; visão assistencialista (já que a economia solidária é também um projeto político); e burocratização (necessidade de simplificar as regras de acesso e gestão dos recursos públicos)
31. No caso do SUASA, por exemplo, é um desafio superar o corporativismo e visão engessada dos técnicos e a falta de conhecimento direcionado às especificidades das agroindústrias de pequeno porte;
32. No âmbito mais geral é um grande desafio fazer com que a Economia Solidária se torne política de Estado, garantindo sua perenidade e integração entre as ações, programas e políticas das diferentes esferas governamentais;
33. No mesmo sentido é importante que as políticas públicas estaduais e federais se baseiem nas experiências exitosas locais e regionais no campo da comercialização solidária, e garantam recursos para o intercâmbio e integração entre as mesmas.
34. Por fim, colocam-se como desafios para a comercialização solidária algumas questões importantes referentes a outras temáticas como: a) oferecimento de assistência técnica para planejamento estratégico, composição nutricional, viabilidade econômica, entre outros; b) entender e implantar o Sistema de Finaças Solidárias; c) ampliar os centros públicos de economia solidária.

III. Por uma Estratégia Nacional de Comercialização Solidária

35. A **Estratégia Nacional de Comercialização Solidária** deve empreender ações em 8 eixos prioritários:

III.1) Afirmar os princípios e critérios de uma relação de Comercialização Justa e Solidária

36. Para atingir seus objetivos, a Estratégia Nacional de Comercialização Solidária deve partir da afirmação dos princípios e critérios de uma relação de comércio justo e solidário e do fortalecimento da identidade dos produtos e serviços da economia solidária.
37. A afirmação dos princípios e da identidade subsidiará uma política de comunicação para a sociedade brasileira a respeito dos benefícios sociais do exercício do consumo responsável bem como permitirá ao Estado garantir a priorização dos produtos e serviços da economia solidária na utilização do seu poder de compra.
38. O Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário deve consolidar-se como a ação de promoção de identidade, tendo como princípios:
 - **Princípio 1:** fortalecimento da democracia, respeito à liberdade de opinião de organização e de identidade cultural;
 - **Princípio 2:** condições justas de produção, agregação de valor e comercialização;
 - **Princípio 3:** apoio ao desenvolvimento local em direção à sustentabilidade;
 - **Princípio 4:** respeito ao meio-ambiente;
 - **Princípio 5:** respeito aos direitos das mulheres, crianças, grupos étnicos e trabalhadores/as;
 - **Princípio 6:** informação ao consumidor;
 - **Princípio 7:** Integração dos elos da cadeia.
39. Que a promulgação do referido SNCJS, atualmente em trâmite na Casa Civil, se dê respeitando os acordos historicamente construídos em relação aos mecanismos de controle social, via efetiva constituição de uma Comissão Nacional do SCJS com a presença de 2/3 de atores da sociedade civil organizada e 1/3 atores governamentais.

40. Reconhecer o Comitê Temático do SNCJS recentemente constituído no âmbito do Conselho Nacional de Economia Solidária, como a instância supra-institucional de gestão do SCJS.
41. As ações realizadas no âmbito do SNCJS deverão estar integradas às demais ações de fomento, tais como o SECAFES.
42. Afirmar redes e Fóruns de Economia Solidária como espaços de articulação dos empreendimentos solidários para avaliação da conformidade de processos produtivos e de produtos, além da comercialização de produtos.

III.2) Fortalecer a identidade dos produtos e serviços da Economia Solidária em cadeias de comércio justo e solidário

43. Que os mecanismos de garantia (selo de produto e selo organizacional) previstos no SNCJS se desenvolvam de forma articulada aos selos de economia solidária, agricultura familiar e orgânicos, cabendo a todos os envolvidos nas referidas propostas construir e executarem parcerias e acordos de reconhecimento mútuo, de forma a otimizar custos e evitar sobreposição de selos que venham a criar confusão aos consumidores e/ou aumento de custo aos EES.
44. Reconhecer e garantir recursos para fomentar a construção e/ou ampliação de sistemas participativos de garantia (pública, gratuita e não necessariamente oficial) como mecanismos de avaliação da conformidade dos princípios e critérios do SNCJS e dos demais selos já citados anteriormente.
45. Deve haver mecanismos de controle para evitar que o uso da identidade visual (ou do termo) da comercialização solidária e do comércio justo e solidário sejam utilizados por atores que realizam práticas comerciais exploratórias com qualquer um de seus fornecedores.

III.3) Comunicar e sensibilizar a sociedade brasileira para os benefícios da Economia Solidária e Comércio Justo e Solidário

46. Promover um amplo diálogo e debate com outros movimentos sociais e a sociedade brasileira em geral a partir do desenvolvimento e execução de campanhas públicas de promoção dos conceitos de Economia Solidária, Comércio Justo e Solidário e Consumo Responsável, bem como dos produtos e serviços por estes conceitos identificados e reconhecidos.
47. Que tais campanhas se desenvolvam utilizando-se amplamente dos espaços e equipamentos públicos e privados de comunicação e informação, além das rádios e TVs comunitárias, e garantam uma explicação básica a respeito do tema.
48. Integrar as ações de Campanhas de Promoção do Conceito e dos Produtos de CJS e Economia Solidária aos projetos e programas de educação ambiental e educação para a defesa dos direitos do consumidor atualmente em execução pelos Ministérios da Educação, Meio Ambiente e Justiça, de forma a otimizar recursos e ampliar o alcance das abordagens integradas.
49. Criar fundos para a área de comunicação na Economia Solidária, assim como garantir, nos programas e projetos, recursos específicos para a comunicação e divulgação da temática.

III.4) Utilizar o poder de compra do Estado para o fortalecimento da Economia Solidária e da Agricultura Familiar

50. Revisar a Lei de Licitações Públicas (Lei n. 8.666/93) para que os órgãos públicos tenham critérios diferenciados do ponto de vista tributário e simplificados do ponto de vista procedimental, para aquisição e/ou contratação dos produtos e serviços oriundos da economia solidária e da agricultura familiar, objetivando a promoção do desenvolvimento econômico e social no âmbito municipal e regional, e a ampliação de políticas públicas efetivas.
51. Para assegurar o acesso dos empreendimentos econômicos solidários às compras públicas é necessário construir atos normativos que propiciem a utilização do poder de compra do Estado para fomentar a economia solidária urbana e rural como forma de desenvolvimento local e regional, como por exemplo privilegiar a compra de produtos e serviços da economia solidária em licitações públicas, transformar o atual Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) em Lei, como aconteceu com o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), que hoje garante que no mínimo 30% da alimentação escolar seja adquirida localmente da Agricultura Familiar, entre outros.

52. O Programa Nacional da Alimentação Escolar deve ser aprimorado no sentido de levar em conta a necessidade de investimento em logística e adequação dos produtos. Além disso devem ser revistas as referências utilizadas pelo PAA e PNAE para definição de preço, com inclusão de custo de armazenamento, logística, classificação e distribuição. Por fim, é importante que os atores da economia solidária façam parte dos espaços de gestão do PNAE.
53. Que a partir da proposição do PNAE, seja criada uma nova lei e/ou aditivo para que além dos alimentos, as escolas adquiram da economia solidária e da agricultura familiar os uniformes escolares, material de limpeza, material esportivo e outros bens e serviços.
54. Ampliar e integrar as políticas e programas de compra pública ética, que contemplem a dimensão da regulação de preço com vistas ao cumprimento e ao exercício dos indicadores de preço justo.
55. Organizar em todo o território brasileiro as Bases de Serviço de Comercialização (BSC) e Centros Públicos da Economia Solidária, com o objetivo prestar um ou mais tipos de serviços de apoio à comercialização solidária.

III.5) Favorecer a circulação e comercialização formal de produtos da Economia Solidária e Agricultura Familiar

56. Simplificar o processo de obtenção e manutenção da formalização dos empreendimentos de economia solidária e do registro de seus produtos, reduzindo custos e prazos e desburocratizando procedimentos, a exemplo do super-simples.
57. Adequar os critérios da vigilância sanitária e do ministério da saúde à realidade dos empreendimentos de Economia Solidária de pequeno porte e da Agricultura Familiar, sem prejuízo à qualidade, confiabilidade, segurança e saúde do consumidor. Por parte do movimento, avançar na mobilização, formação e pressão junto às agências de vigilância e inspeção sanitária.
58. Garantir recursos para avançar efetivamente na implantação do SUASA nos consórcios intermunicipais ou municípios. Além disso, é preciso haver uma maior apropriação do SUASA pelo movimento de economia solidária e agricultura familiar para pressionar e aumentar a adesão por parte de municípios e consórcios.
59. Mapear a diferenciação de ICMS em alguns estados e ISS em alguns municípios para produtos e serviços da agricultura familiar e da economia solidária, e pleitear redução destes impostos aonde se aprovarem Leis de Economia Solidária.

III.6) Formar e estruturar Empreendimentos de Economia Solidária para a Comercialização Solidária e o Comércio Justo e Solidário

60. Realizar programas formativos permanentes e continuados sobre CS, CJS e CR, que promovam, em sintonia com os programas de assistência técnica, tais como as ATES (Assistência Técnica para a Economia Solidária):
 - capacitação técnica para formação de preço, aspectos comerciais e relação com consumidor sob a ótica do comércio justo e solidário;
 - aperfeiçoamento das estratégias de comunicação e marketing;
 - elaboração de planos de negócio e estudos de viabilidade econômica;
 - cultura associativa e colaborativa na estruturação de redes e cadeias de economia solidária e CJS;
61. Incorporar a educação para o Consumo Responsável no currículo escolar da educação formal como tema transversal no Parâmetro Curricular Nacional, aproveitando por exemplo o eixo “Trabalho e Consumo” e “Meio-ambiente”.
62. Aprovar e regulamentar o Fundo e o Sistema Nacional de Finanças Solidárias para garantir o acesso a crédito e formação de capital de giro e de investimento para empreendimentos de economia solidária e demais atores da comercialização solidária;
63. Ampliar e fortalecer o PNATER para consolidar uma assistência técnica voltada e adequada aos empreendimentos solidários de modo a ampliar sua capacidade produtiva e possibilitar seu acesso ao PNAE e ao PAA.
64. Ampliar o SECAFES para todos os estados da federação.

III.7) Garantir acesso aos produtos e serviços da Economia Solidária através da aproximação de produtores e consumidores

65. Fomentar a construção de um Mercado Solidário através do apoio (com recursos garantidos no orçamento federal) à realização de feiras permanentes e eventuais de economia solidária e agricultura familiar (realizadas em conjunto com exposições, festivais, mercados populares de trocas, circulação de moedas sociais, encontros e oficinas), da constituição de grupos e redes de consumidores solidários, da constituição de entrepostos e centrais de distribuição, lojas e pontos fixos de comercialização etc, nas esferas municipais, microrregionais, estaduais, nacional e internacional.
66. Garantir a comercialização de produtos da economia solidária e agricultura familiar em espaços públicos ou privados constituídos especialmente com esta finalidade ou em espaços públicos onde realizam-se outras atividades, sendo essas de comercialização ou não, como CEASA, Mercados Municipais, centros de cultura, centros de saúde, restaurantes populares, centros educacionais e de reabilitação, entre outros;
67. Estes espaços de comercialização solidária, tanto públicos quanto privados, devem garantir a participação direta e efetiva dos empreendimentos de economia solidária na sua gestão, com o controle social das organizações populares da economia solidária, bem como com uma leitura crítica sobre as práticas da economia solidária.
68. Estimular uso das moedas sociais, respeitando as culturas de cada local, considerando as moedas sociais como instrumentos para construção de alternativa de desenvolvimento que visa a revalorização da pessoa e a troca da lógica da escassez pela lógica da abundância e a autonomia.
69. Promover assessoramento técnico contínuo e sistemático à comercialização, através da realização de diagnósticos territoriais das demandas de consumo final e de consumo produtivo cruzando com as ofertas de economia solidária.
70. Fomentar a comercialização e intercâmbio entre empreendimentos solidários do Brasil e empreendimentos solidários de outros países da América Latina e Caribe, em especial dos países vizinhos e regiões de fronteira.

III.8) Promover a integração econômica entre os Empreendimentos da Economia Solidária, na perspectiva de um mercado interno

71. Fomentar a articulação de redes e cadeias sócio-produtivas de economia solidária e agricultura familiar, que garantam um fluxo comercial, de comunicação e de tomada de decisões entre produtores, comerciantes e consumidores em todos os elos da cadeia, através de ações e alterações legislativas, tais como garantir isenção tributária para as transações econômicas realizadas entre empreendimentos solidários (p.ex. a ampliação do ato cooperativo para transações entre cooperativas);
72. Aprimorar e integrar os bancos de dados existentes em economia solidária e agricultura familiar de forma a contemplar informações logísticas que permitam a otimização de custos e investimentos de infra-estrutura através da integração de rotas e elos da cadeia produtiva, na perspectiva de criação de um Sistema Nacional Integrado de Logística Solidária, levando em consideração os sistemas de informação já existentes de produtos e serviços da economia solidária, com a perspectiva de aprimorá-los no fluxo de informação entre produtores e consumidores;
73. O Sistema Integrado de Logística Solidária deve considerar em especial as localidades de difícil acesso, tais como comunidades indígenas, quilombolas e demais povos e comunidades tradicionais.

ANEXO I – Glossário de conceitos e siglas

- A **comercialização solidária** é compreendida como uma nova relação comercial, com o estabelecimento de relações éticas e solidárias entre todos os elos da cadeia produtiva, resulta em uma forma de empoderamento dos (das) trabalhadores (as) (produtores/as, comerciantes e consumidores/as), que estão em desvantagem ou marginalizados(as) pelo sistema convencional

das relações comerciais. A Comercialização Solidária deve ter como elemento central de sua identidade os princípios da autogestão, da transparência, da solidariedade e da participação dos atores e atrizes envolvidos em todas as fases das relações econômicas das cadeias de produção, comercialização e consumo. No Brasil, a Comercialização Solidária se manifesta em diferentes iniciativas, instrumentos e programas, tais como o Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário, as Bases de Serviço de Apoio à Comercialização, as Feiras da Economia Solidária, de Agricultura Familiar e de Agroecologia, os Sistemas Estaduais de Comercialização dos Produtos da Agricultura Familiar e Economia Solidária, entre outros.

- O **Comércio Justo e Solidário** é o fluxo comercial diferenciado, baseado no cumprimento de critérios de justiça e solidariedade nas relações comerciais que resulta do protagonismo dos Empreendimentos Econômicos e Solidários (EES) por meio da participação ativa e do reconhecimento da sua autonomia.
- O **Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SNCJS)**, proposição do movimento da economia solidária e do comércio justo nacional, é um sistema ordenado de parâmetros para promover relações comerciais mais justas e solidárias, articulando e integrando os Empreendimentos Econômicos Solidários e parceiros em todo território brasileiro, tendo:
 - Identidade do CJS (conhecimento e aceitação por todos os envolvidos no processo – produtores, comerciantes, distribuidores e consumidores)
 - Divulgação e informação aos EES e aos consumidores e outros
 - Sistema de gestão (aprovação de normativos e responsabilidade pelo controle)
 - Fomento aos EES;
 - Fomento e estruturação de redes;
 - Educação para o consumo responsável
 - Organização dos consumidores
- As **Bases de Serviço de Comercialização (BSCs)** são institucionalidades que vêm prestando um ou mais tipos de serviços de apoio à comercialização de bens e serviços produzidos em unidades familiares e solidárias. Atuam tanto com produtos agropecuários e da pesca quanto com outros tipos de produtos ou serviços da economia solidária e da agricultura familiar situados nos territórios, tanto no interior como metropolitanos.
- Os **Sistemas Estaduais de Comercialização de Produtos da Agricultura Familiar e Economia Solidária (SECAFES)** consistem numa estratégia que visa articular um conjunto de ações, projetos, estruturas, parcerias ligadas diretamente ao processo de comercialização no âmbito da agricultura familiar e economia solidária, visando articular as políticas e iniciativas já disponíveis desde as unidades familiares de produção até as cidades de maior porte em cada território/estado.
- O **Programa de Aquisição de Alimentos (PAA)** exhibe elevado valor pedagógico, representando para as organizações do público PRONAF e beneficiários consumidores oportunidades e desafios de acesso aos mercados, de estruturação de relações comerciais e de aprimoramento de seus processos de gestão interna.
- O **Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE)**, lei nº 11.947/2009, garante que no mínimo 30% da alimentação escolar seja adquirida localmente da agricultura familiar respeitando os hábitos alimentares e a aptidão produtiva do território, além de valorizar produtos que sejam orgânicos e/ou agroecológicos.
- As **Feiras de economia solidária e agricultura familiar**, além de um espaço de comercialização solidária e de divulgação da Economia Solidária, com baixo custo fixo, para os empreendimentos, são também espaços privilegiados de difusão da economia solidária e de práticas de consumo responsável, espaço privilegiado de aproximação entre consumidores e produtores.
- **Redes de consumo solidárias** são compreendidas como a capacidade de cada pessoa, instituição pública ou privada, articulada em rede, de escolher serviços e produtos que contribuam, de forma ética e de fato, para a melhoria da qualidade de vida de cada um, da sociedade e do ambiente no sentido do bem viver. Importantes iniciativas vão se consolidando em iniciativas de organizar o consumo. Neste sentido destacam-se as cooperativas de consumo, associações e outras práticas de criação de estratégias entre os consumidores fechando o elo da cadeia da Comercialização Solidária.
- O **Sistema Único de Atenção à Sanidade Agropecuária (Suasa)**, regulamentado em 2006, é um sistema unificado e coordenado pela União através do Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), com participação dos municípios e estados, através de adesão.

Produtos inspecionados por qualquer instância do sistema Suasa podem ser comercializados em todo o território nacional. Esse novo sistema de inspeção sanitária permite a legalização e implementação de novas agroindústrias, o que facilita a comercialização dos produtos industrializados localmente no mercado formal em todo o território brasileiro.

- **Redes de Comercialização Solidárias** surgiram como um novo e importante ator no campo da comercialização solidária, e vêm sendo desenvolvidas estratégias comuns a partir dos territórios de ação de organizações da sociedade civil. O processo de comercialização solidária contribuiu na criação e fortalecimento de Redes Políticas que representam os interesses dos EES.

ANEXO II – Artigos da I Conferência Nacional de Economia Solidária relacionados à Comercialização Solidária e ao Comércio Justo e Solidário

- 55. Criação de ações articuladas em um Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário para favorecer a inserção da Economia Solidária no mercado interno, com a visibilidade e divulgação de seus produtos e a implementação de proteções e salvaguardas nas relações comerciais com o exterior, fortalecendo e ampliando a comercialização e intercâmbio com outros países, em especial na América Latina.
- 56. Para favorecer a comercialização é necessária a criação de um Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário, que terá, entre outras, as seguintes ações articuladas:
 - I. promoção da qualificação;
 - II. sistema de garantia (com o reconhecimento da certificação pública e gratuita, selo, marca e outros mecanismos criados pelas redes e fóruns de Economia Solidária) dos produtos e serviços (a exemplo da certificação participativa de produtos agroecológicos, semente crioula e outros produtos agroextrativistas);
 - III. garantia de logística para o armazenamento e distribuição, com especial atenção para as localidades de difícil acesso;
 - IV. multiplicação dos espaços de comercialização, reduzindo a ação de intermediários;
 - V. promoção e apoio a ações educativas de comunicação permanente e estímulo ao consumo responsável e solidário, inclusive a criação de mecanismos participativos para discutir e definir preços justos;
 - VI. desburocratização do acesso à formalização dos empreendimentos, incluindo a emissão de documentos fiscais, adequação às regras da vigilância sanitária e redução da carga tributária (nas esferas de governo) que incide sobre a produção e prestação de serviços na Economia Solidária.
- 57. Criação de um sítio, na Internet, em parceria com o Fórum Brasileiro de Economia Solidária, com informações da Rede de Economia Solidária, contemplando os detalhes dos diversos pontos de matéria prima, resíduos, etc, dos empreendimentos, permitindo sua integração e políticas de acesso à inclusão digital.
- 58. Devem ser consolidadas e ampliadas as ações e programas já existentes, tais como: o apoio às Feiras de Economia Solidária, viabilizando eventos (feiras, exposições, festivais, mercados populares de trocas, circulação de moedas sociais, encontros e oficinas) municipais, microrregionais, estaduais e nacionais; o fomento à criação de Redes, cooperativas e Cadeias Produtivas Solidárias entre os empreendimentos e consumidores; projetos de agentes de desenvolvimento e Economia Solidária, Centrais de Comercialização; Casas da ECOSOL, criação e manutenção de Centros Públicos de Economia Solidária, como espaços multifuncionais, de intercâmbio cultural, de formação e como espaços de articulação para a busca de alternativas de comercialização atendendo às microrregiões, garantindo a participação dos empreendimentos na gestão, articulados ao desenvolvimento territorial.
- 59. Aproveitamento e ampliação do poder de compra de bens e serviços, pelo Estado, para o fortalecimento dos empreendimentos de Economia Solidária, a exemplo do que já ocorre em outros países e que, aqui no Brasil, vem acontecendo pela ação do Programa de Aquisição de Alimentos - PAA, do Governo Federal. Realizar um processo de reformulação da Lei das Licitações para facilitar o acesso dos empreendimentos econômico solidários às compras públicas, nos três níveis do governo, contemplando a diversidade de porte e escala e respeitando a diversidade regional. Propõe-se a revisão da Lei 8666/93 para que os órgãos públicos tenham critérios diferenciados para aquisição dos produtos e serviços oriundos da Economia Solidária.