

# A EXPERIÊNCIA DA REDE BRASILEIRA DE COMERCIALIZAÇÃO SOLIDÁRIA (REDE COMSOL)

Anderson Barcellos dos Santos<sup>1</sup>  
Rizoneide Souza Amorim<sup>2</sup>

## 1 O INSTITUTO MARISTA DE SOLIDARIEDADE (IMS) E A REDE BRASILEIRA DE COMERCIALIZAÇÃO SOLIDÁRIA (REDE COMSOL)

Desde a sua fundação, no ano de 1995, o Instituto Marista de Solidariedade (IMS)<sup>3</sup> vem atuando com vistas à promoção dos princípios e ao fortalecimento das práticas de economia solidária. Inicialmente, o desafio estava em defender e garantir os direitos de crianças e adolescentes; no entanto, estava claro que muitos desses direitos eram violados em função dos desafios da geração de trabalho e renda por parte de famílias de trabalhadores(as) urbanos(as), do campo e das florestas.

Nesse período, o apoio era conferido principalmente por meio do aporte de recursos financeiros, que, durante mais de uma década, possibilitou a estruturação de grupos rurais envolvendo produção agrícola e criação animal, bem como o beneficiamento e o processamento dessa produção. Além disso, um grande contingente de empreendimentos econômicos solidários (EES) urbanos também foram apoiados, possibilitando que suas estratégias produtivas e comerciais se qualificassem em suas diferentes dimensões.

Com o passar do tempo, a partir de 2005, o IMS começou a atuar em todo território nacional, e, tendo em vista o maior envolvimento com os EES e outras organizações de apoio à economia solidária, chegou-se à conclusão de que, para além do apoio financeiro realizado, era também preciso garantir o reconhecimento da economia solidária por parte dos governos federal, estaduais e municipais, ou seja, era também necessário desenvolver ações no campo da formulação e da estruturação de políticas públicas capazes de favorecer a produção, a comercialização e o consumo solidário, de modo a garantir direitos para os EES e seus(as) trabalhadores(as). Tais elementos propiciaram um novo posicionamento institucional, levando o IMS a atuar em outras duas frentes de relevância, sendo elas:

1. Mestrando em meio ambiente e desenvolvimento rural na Universidade de Brasília (UnB) e analista social no Instituto Marista de Solidariedade (IMS).

2. Mestra em ciências sociais/desenvolvimento regional pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e analista social no IMS.

3. O IMS é uma unidade social da Província Marista Brasil Centro-Norte (PMBCN). Para mais informações sobre as ações dessa unidade, acesse: <<https://goo.gl/HhDmDH>>.

o assessoramento técnico e a incidência política. No âmbito da incidência política, a entidade optou pelo estabelecimento de alianças estratégicas junto a um coletivo de EES e de entidades de apoio, assessoria e fomento (EAF), visando à estruturação e ao funcionamento de espaços de concertação política capazes de favorecer o diálogo com governos (Silva, 2016). Neste sentido, o Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES) e os fóruns de economia solidária estaduais, territoriais e municipais propiciaram essa importante arena, a qual, por sua vez, articulou o estabelecimento de leis, programas, projetos e políticas públicas em economia solidária nas diferentes esferas federativas e internacionais.

Com o crescimento do movimento da economia solidária e a parceria do governo federal, em especial por meio da Secretaria Nacional de Economia Solidária do Ministério do Trabalho (Senaes/MTb), foi possível desenvolver um conjunto de ações financiadas com recursos públicos. Entre elas, pode-se destacar a realização de feiras de economia solidária em todas as regiões brasileiras. Entre os anos de 2005 e 2013, centenas de feiras de economia solidária foram realizadas nas regiões brasileiras com apoio de recursos públicos, porém, vale ressaltar, coube ao IMS um importante papel de formular e implementar metodologias de assessoramento e de realização de feiras de economia solidária condizentes com as realidades dos territórios, levando em consideração os aspectos políticos, culturais, sociais e ambientais.

Graças à realização dessas feiras em diferentes municípios, bem como à realização de pesquisa com redes das cinco regiões brasileiras sobre a temática da comercialização solidária e o assessoramento em todo o país no âmbito do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SCJS), foi possível avançar na qualificação das estratégias de comercialização dos EES. O vácuo existente em relação à política pública, principalmente para o atendimento das demandas dos EES urbanos, trouxera inquietações para o movimento da economia solidária e o próprio IMS. Tais inquietações possibilitaram o debate entre os envolvidos em torno de propostas que pudessem, além de contemplar EES urbanos e rurais, também ser propulsoras do fortalecimento das experiências autogestionárias de comercialização solidária desenvolvidas principalmente por pontos fixos de comercialização solidária.<sup>4</sup> Neste sentido, o desafio passou a ser não só a qualificação de processos comerciais desenvolvidos pelos EES, mas também viabilizar a participação e o controle social de uma iniciativa de promoção de uma identidade nacional da comercialização solidária, que possibilite, ao mesmo tempo, salvaguardar as identidades locais e estimular mercados e arranjos produtivos locais nos territórios em que estão inseridos os EES.

Portanto, foi nesse ambiente que o IMS e o movimento da economia solidária conceberam a estratégia de constituição de uma grande rede nacional de colaboração solidária, com foco exclusivamente nos processos de comercialização solidária. Sem dúvidas, o histórico institucional nas relações com EES, redes de colaboração solidária e demais entidades que compõem o movimento da economia solidária, bem como sua experiência técnica e pedagógica, credenciaram o IMS para mediar a coordenação dessa estratégia.

4. Os pontos fixos são espaços permanentes e/ou preestabelecidos em que se encontram os produtos e/ou serviços oriundos dos empreendimentos de economia solidária e agricultura familiar agroecológica. Geralmente são expostos produtos e/ou serviços de mais de um(a) produtor(a) e a gestão do espaço é coletiva, realizada por representante dos empreendimentos envolvidos.

## 2 O QUE É A REDE COMSOL

A Rede Brasileira de Comercialização Solidária (Rede ComSol) é uma articulação de empreendimentos econômicos solidários comerciais, com espaços permanentes de comercialização solidária em que se encontram os produtos e os serviços da economia solidária e da agricultura familiar agroecológica. É composta por pontos fixos, organizados em feiras permanentes (de produtos alimentícios e de artesanatos), lojas, veículos itinerantes de comercialização e centros públicos de economia solidária em todo o país. A estratégia da rede é fortalecer a economia solidária, por meio de arranjos econômicos de comercialização, para a promoção do desenvolvimento territorial sustentável.

A Rede ComSol<sup>5</sup> tem como missão:

conectar pontos fixos de comercialização solidária, fortalecendo as relações e experiências comerciais entre os EES e seus parceiros comerciais, respeitando as diversidades, os saberes populares, construindo a prática contínua do comércio justo, fomentando o consumo consciente e as práticas agroecológicas, para o bem viver (Rede ComSol, 2009).

A rede tem como valores/princípios que a norteia: democracia; solidariedade; bem viver; cooperação; diversidade; autogestão; desenvolvimento territorial sustentável; e economia na mão das pessoas e da comunidade.

## 3 O CONTEXTO DA REDE COMSOL NOS TERRITÓRIOS BRASILEIROS

A Rede ComSol conta atualmente com 195 pontos fixos de comercialização solidária, espalhados por todas as regiões brasileiras, que praticam a comercialização direta aos consumidores por meio de feiras, lojas, veículos itinerantes e centros públicos de economia solidária (gráfico 1).

Notadamente, tais experiências nasceram com o propósito de atender às demandas de acesso a trabalho, renda, segurança alimentar, entre outras necessidades de trabalhadoras e trabalhadores de territórios urbanos e rurais, envolvendo inclusive populações de povos e comunidades tradicionais,<sup>6</sup> entre eles quilombolas, indígenas, pescadores e ribeirinhos.

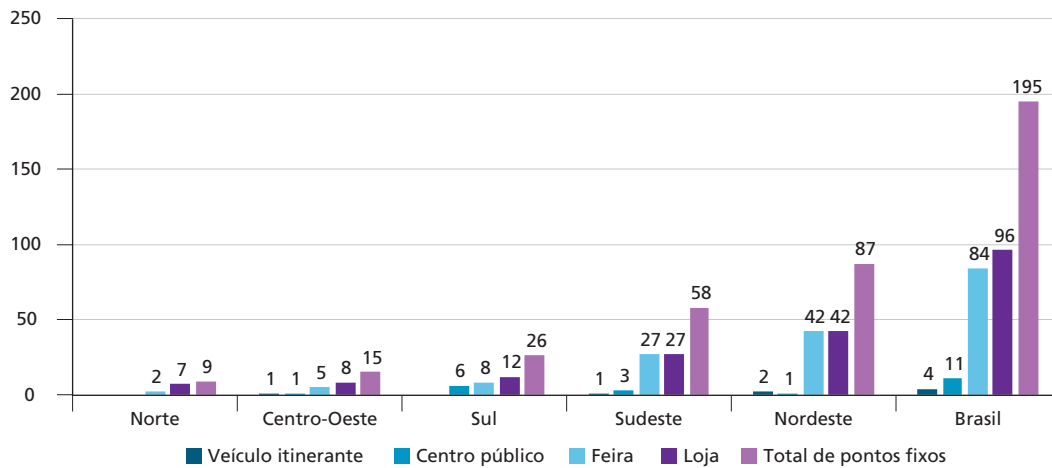
Esses empreendimentos ofertam uma vasta diversidade de produtos e serviços, incluindo artesanatos, produtos agroalimentares *in natura* e processados, produtos culturais, incluindo poesias, peças teatrais, músicas, livros, cordéis e muitos outros, conforme banco de dados da Rede ComSol (IMS, 2016).

5. Para saber mais detalhes sobre a Rede ComSol, acesse: <<https://goo.gl/dCSJnJ>>.

6. De acordo com a Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Povos e Comunidades Tradicionais (PNPCT), povos e comunidades tradicionais são "grupos culturalmente diferenciados e que se reconhecem como tais, que possuem formas próprias de organização social, que ocupam e usam territórios e recursos naturais como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica, utilizando conhecimentos, inovações e práticas gerados e transmitidos pela tradição" (Brasil, 2007).

GRÁFICO 1

## Distribuição geográfica dos pontos fixos da Rede ComSol, por região



Elaboração dos autores.

Ao olhar para a diversidade de produtos, não podemos deixar de considerar o importante papel desempenhado por esses empreendimentos, não somente em relação às demandas dos(as) trabalhadores(as) que a compõem, mas também àquelas demandas das sociedades locais, pautadas por hábitos diferenciados em suas formas de se alimentar, vestir, calçar, entre outros intrínsecos de cada região. Esses pontos fixos, além das atividades econômicas, trazem um conjunto de experiências importantes em relação às suas formas de gestão e controle social dos recursos existentes, a partir de práticas de conservação ambiental e outras que se orientam por princípios que respeitam as pessoas humanas, assim como demais formas de vida que coabitam cidades, campos e florestas. As formas de trabalho associado e autogestão<sup>7</sup> desenvolvidas por esses grupos constituem um importante acervo de práticas possíveis de serem replicadas ou pelo menos servirem de inspiração para outras realidades. Neste sentido, a Rede ComSol apresenta-se como um coletivo composto de várias identidades, formadas a partir de culturas e hábitos que orientam e contribuem com processos socioprodutivos e de desenvolvimento local em cerca de 135 municípios brasileiros.

Os atuais pontos fixos da Rede ComSol estão conectados a 2.786 EES, mobilizando um contingente de 12.812 mulheres e 7.845 homens, totalizando 20.657 trabalhadores e trabalhadoras nas cinco regiões brasileiras.

Na *região Norte*, a Rede ComSol conta atualmente com nove pontos fixos. Destes, sete são lojas e dois são feiras. Os pontos fixos presentes nessa região relacionam-se com cerca de 38 outros EES, envolvendo 222 mulheres e 121 homens; portanto, mobilizam 343 trabalhadores(as). Esses(as) trabalhadores(as) possuem formas diferenciadas de organização social e jurídica, sendo que a associação é a mais adotada pelos pontos fixos. De fato, mais da metade desses pontos apresenta-se dessa forma (tabela 1).

7. Os termos produção associada e autogestão remetem-nos a relações econômicas, sociais e culturais nas quais trabalhadores e trabalhadoras têm a propriedade e/ou a posse coletiva dos meios de produção, e cuja organização do trabalho (material e simbólico) é mediada e regulada por práticas que conferem aos sujeitos coletivos o poder de decisão sobre o processo de produzir a vida social (Tiriba e Fischer, 2012, p. 614).

TABELA 1

## Pontos fixos da Rede ComSol: região Norte

Estado	Modalidade				Forma de organização			Homens	Mulheres	Total (homens + mulheres)
	Feira	Loja	Centro público	Veículo itinerante	Associação	Cooperativa	Informal			
Acre	0	2	0	0	1	0	1	72	70	<b>142</b>
Amazonas	1	0	0	0	1	0	0	2	23	<b>25</b>
Pará	1	2	0	0	2	0	1	37	78	<b>115</b>
Roraima	0	1	0	0	0	1	0	1	19	<b>20</b>
Tocantins	0	2	0	0	1	1	0	9	32	<b>41</b>
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>121</b>	<b>222</b>	<b>343</b>

Elaboração dos autores.

Em diagnóstico de campo realizado pela equipe do IMS junto aos pontos fixos dessa região, foi feita uma estimativa dos produtos mais vendidos em tais pontos. Com isso, pode-se constatar que os produtos mais comercializados atualmente por esses empreendimentos têm como origem o campo ou a floresta, seja na forma de produto final, seja como matéria-prima predominante. Destaca-se, entre tais produtos, o artesanato da sociobiodiversidade, além de outros produtos, como oleaginosas, insumos, terapêuticos naturais, agroalimentares, energia, bebidas e alimentares.

Nesse cenário, os pontos fixos também expressam um importante contraponto em relação à estruturação de cadeias produtivas, em especial aquelas que envolvem elementos da sociobiodiversidade.<sup>8</sup> Portanto, cumprem um importante papel no que diz respeito ao desenvolvimento de práticas de manejo sustentável da floresta, bem como na recuperação e na revitalização dos agroecossistemas, por meio da adoção de práticas de reflorestamento e de recuperação de áreas degradadas, além de acordos coletivos de conservação, uso e manejo dos recursos existentes na região, entre eles a agrobiodiversidade.

A *região Nordeste* apresenta-se como a que mais possui pontos fixos da Rede ComSol, contando atualmente com 77 pontos, distribuídos em um centro público, 41 lojas, dois veículos itinerantes e 33 feiras. Os pontos fixos dessa região relacionam-se com cerca de 526 EES, envolvendo 3.079 homens e 5.122 mulheres, mobilizando um contingente de cerca de 8.200 trabalhadores(as), conforme tabela 2.

As atividades de campo realizadas pela equipe do IMS com esses pontos fixos revelaram que, entre os produtos comercializados, os agroalimentares, além de serem aqueles que apresentam maior diversidade, são também os mais vendidos; portanto, são os produtos que mais geram renda para os pontos fixos.

8. Produtos da sociobiodiversidade são bens e serviços (produtos finais, matérias-primas ou benefícios) gerados a partir de recursos da biodiversidade, voltados à formação de cadeias produtivas de interesse dos povos e das comunidades tradicionais e de agricultores familiares, que promovam a manutenção e a valorização de suas práticas e saberes, bem como assegurem os direitos decorrentes, gerando renda e promovendo a melhoria de sua qualidade de vida e do ambiente em que vivem.

TABELA 2

## Pontos fixos da Rede ComSol: região Nordeste

Estado	Modalidade				Forma de organização			Homens	Mulheres	Total (homens + mulheres)
	Feira	Loja	Centro público	Veículo itinerante	Associação	Cooperativa	Informal			
Bahia	1	9	1	0	3	5	3	1.218	2.018	<b>3.236</b>
Sergipe	0	2	0	0	1	2	1	69	83	<b>152</b>
Alagoas	2	3	0	0	3	1	1	33	94	<b>127</b>
Pernambuco	1	2	0	2	4	0	1	36	151	<b>187</b>
Paraíba	8	5	0	0	10	0	3	31	99	<b>130</b>
Rio Grande do Norte	11	7	0	0	6	4	8	211	543	<b>754</b>
Ceará	2	6	0	0	3	3	2	127	350	<b>477</b>
Piauí	1	4	0	0	1	2	2	76	205	<b>281</b>
Maranhão	7	3	0	0	1	0	9	1300	1572	<b>2872</b>
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>41</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>31</b>	<b>16</b>	<b>30</b>	<b>3.079</b>	<b>5.122</b>	<b>8.201</b>

Elaboração dos autores.

Em se tratando de alimentos, Andrew Flynn e Kate Bailey (2014) falam de sistemas alimentares alternativos que buscam “produzir mudanças nos” modos de conectividade “entre a produção e o consumo de alimentos, geralmente através da reconexão dos alimentos com o contexto social, cultural e ambiental de sua produção” (*op. cit.*). Com isso, no caso dos produtos de comércio justo, tem-se claramente os desafios da promoção de relações sociais equitativas entre produtor e consumidor. Sem dúvidas, essas tem sido as premissas fundamentais em relação às estratégias dos pontos fixos da Rede ComSol presentes na região e que atuam no mercado de produtos agroalimentares.

A região Centro-Oeste possui dez pontos fixos. Destes, um está caracterizado como centro público, um como veículo itinerante, oito são lojas e cinco são feiras. Essas iniciativas envolvem 1.918 trabalhadores(as) organizados(as) em associações, cooperativas e grupos informais, conforme expresso na tabela 3.

TABELA 3

## Pontos fixos da Rede ComSol: região Centro-Oeste

Estado	Modalidade				Forma de organização			Homens	Mulheres	Total (homens + mulheres)
	Feira	Loja	Centro público	Veículo itinerante	Associação	Cooperativa	Informal			
Distrito Federal	1	2	0	0	0	0	3	10	20	<b>30</b>
Goiás	2	1	0	1	1	2	1	69	83	<b>152</b>
Mato Grosso	0	2	1	0	0	0	3	24	132	<b>155</b>
Mato Grosso do Sul	2	3	0	0	1	0	4	710	871	<b>1581</b>
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>11</b>	<b>813</b>	<b>1.106</b>	<b>1.918</b>

Elaboração dos autores.

Com relação aos produtos ofertados, um aspecto comum são os produtos oriundos de cadeias produtivas da sociobiodiversidade do Cerrado. Essas características trazem, sem dúvidas, questões importantes quanto à exclusividade de certos produtos originários da região, em que destacamos os frutos nativos, como pequi, cumbaru, buriti, guavira, bocaiuva, entre tantos outros, sendo que, em algumas situações, já existem legislações estaduais e/ou municipais que regulamentam a proteção e o manejo de algumas dessas espécies, garantido o livre acesso a tais recursos.

A *região Sudeste* apresenta-se com sessenta pontos fixos. Destes, quatro são centros públicos, 24 são lojas, um é veículo itinerante e 31 são feiras que envolvem, ao todo, 3.781 trabalhadores(as) organizados(as) em associações, cooperativas e grupos informais, conforme expresso na tabela 4.

TABELA 4

**Pontos fixos da Rede ComSol: região Sudeste**

Estado	Modalidade				Forma de organização			Homens	Mulheres	Total (homens + mulheres)
	Feira	Loja	Centro público	Veículo itinerante	Associação	Cooperativa	Informal			
Espírito Santo	0	4	1	0	3	0	2	125	159	<b>284</b>
Minas Gerais	4	12	1	0	10	3	3	303	656	<b>959</b>
Rio de Janeiro	23	5	0	1	3	0	24	876	829	<b>1.705</b>
São Paulo	1	5	1	0	1	0	6	241	592	<b>833</b>
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>17</b>	<b>3</b>	<b>35</b>	<b>1.545</b>	<b>2.236</b>	<b>3.781</b>

Elaboração dos autores.

O grande destaque dessa região, sem dúvidas, é a comercialização de produtos agroalimentares orgânicos, desenvolvida em feiras que envolvem o público de agricultores(as) familiares. Portanto, as feiras de produtos orgânicos da região metropolitana da cidade do Rio de Janeiro, coordenadas pela Associação de Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro (Abio), desempenham um importante papel no que diz respeito à conectividade entre a produção e o consumo de alimentos saudáveis. Ao todo, na região metropolitana da cidade do Rio de Janeiro, a Abio coordena e organiza dez feiras de comercialização de produtos agroalimentares orgânicos.

A *região Sul* possui vinte pontos fixos. Destes, três são centros públicos, dez são lojas e sete são feiras, que envolvem, ao todo, 7.614 trabalhadores(as) organizados(as) em associações, cooperativas e grupos informais, conforme expresso na tabela 5.

Devido às características da colonização e da subsequente organização do trabalho nessa região, é possível observar a força da cultura associativa e cooperativa existente, que se desenvolveu a partir das tradicionais colônias das comunidades vindas principalmente dos Açores, da Alemanha e da Itália. Esses imigrantes buscavam oportunidade de trabalho e trouxeram, além de elementos simbólicos de suas culturas nativas, a experiência da organização coletiva do trabalho. Hoje algumas das principais cooperativas do país encontram-se na região Sul. Quanto aos pontos fixos da Rede ComSol, pode-se contabilizar seis associações, cinco cooperativas e uma sociedade mercantil, do total de



estabelecimentos comerciais. A cultura que floresceu na região destaca-se quando o olhar é voltado aos produtos comercializados. A predominância dos produtos coloniais, como embutidos, vinhos, sucos de frutas, queijos, doces, pães,ucas, erva-mate e conservas, é um elemento à parte na riqueza de produtos encontrada na região.

TABELA 5

**Pontos fixos da Rede ComSol: região Sul**

Estado	Modalidade				Forma de organização			Homens	Mulheres	Total (homens + mulheres)
	Feira	Loja	Centro Público	Veículo Itinerante	Associa- ção	Coope- rativa	Informal			
Paraná	2	1	3	0	0	1	5	136	405	<b>541</b>
Rio Grande do Sul	5	8	2	0	6	2	4	2.484	4.141	<b>6.625</b>
Santa Catarina	1	3	1	0	2	0	3	70	378	<b>448</b>
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>12</b>	<b>2.690</b>	<b>4.924</b>	<b>7.614</b>

Elaboração dos autores.

#### 4 OS AVANÇOS DA POLÍTICA PÚBLICA PARA A COMERCIALIZAÇÃO SOLIDÁRIA NO BRASIL

No âmbito das políticas públicas, União, estados e municípios têm um importante papel em relação ao fortalecimento da economia solidária e às respectivas atividades econômicas desenvolvidas pelos EES. Além disso, podem, ainda, promover a regulamentação e a abertura de mercados institucionais, de modo a viabilizar a aquisição de produtos e serviços. Portanto, partindo do entendimento de que as políticas públicas traduzem formas de agir do Estado, mediante programas que objetivam dar materialidade aos direitos constitucionais, que se materializam por meio das políticas públicas, estão principalmente os direitos sociais, definidos no Artigo 6º da Constituição Federal brasileira de 1988: educação, saúde, trabalho, moradia, lazer, segurança, Previdência Social, proteção à maternidade e à infância e assistência aos desamparados (Molina, 2012, p. 587).

Ao analisar o atual cenário nacional das políticas públicas que incidem diretamente sobre os EES, é possível notar que, a partir da pressão política exercida pelo movimento da economia solidária, geralmente representado pelos fóruns de economia solidária, alguns passos importantes foram dados e possibilitaram a regulamentação de leis, decretos e normativas em prol do apoio e do fomento às atividades produtivas dos EES, prevendo programas diversos, contemplando ações de capacitação, assessoramento técnico, acesso a mercados, linhas de crédito para investimentos e capital de giro, entre outros.

Concretamente, os avanços existentes no âmbito do governo federal, voltados especificamente para a economia solidária, são expressos pelo Decreto nº 7.358, de 17 de novembro de 2010,<sup>9</sup> que institui o SCJS, cria sua comissão gestora nacional, e dá outras providências.

9. Disponível em: <<https://goo.gl/QN1jgl>>.



Posteriormente, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), em sua estratégia de promover a inclusão social, com segurança sanitária, reconheceu, também de maneira secundária, o sujeito EES, por meio da Resolução de Diretoria Colegiada (RDC) nº 49, de 31 de outubro de 2013,<sup>10</sup> que dispõe sobre a regularização para o exercício de atividade de interesse sanitário do microempreendedor individual, do empreendimento familiar rural e do empreendimento econômico solidário, e dá outras providências.

Contudo, somente em 21 de março de 2014 é que a União deu reconhecimento ao sujeito EES, por meio da Portaria Ministerial nº 374, em que o MTb, por meio de seu ministro, resolve instituir o Cadastro de Empreendimentos Econômicos Solidários (Cadsol). Outros avanços são percebidos, graças às atuais iniciativas que envolvem as compras institucionais, por meio do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e do Programa Nacional para a Alimentação Escolar (Pnae), porém contemplam somente os EES da agricultura familiar.

No âmbito estadual, Bahia, Goiás, Maranhão, Minas Gerais, Mato Grosso, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo e Distrito Federal já possuem programas de compras institucionais com legislação própria. Destaca-se, assim, o Distrito Federal, com seu Programa de Aquisição de Produtos da Agricultura Familiar (Papa/DF). Esse programa, além de alimentos, compra também outros produtos, como o artesanato. Além das compras institucionais, vários estados brasileiros já possuem leis de fomento à economia solidária, que, de uma maneira geral, têm como pressuposto integrar os EES no mercado e tornar suas atividades autossustentáveis, por meio de programas, projetos, parcerias e convênios com a iniciativa privada.

Também vale ressaltar as iniciativas existentes em municípios, para além das leis voltadas exclusivamente para a economia solidária. Neste sentido, merece reconhecimento as legislações que têm favorecido a comercialização direta de produtos agroalimentares e artesanatos. Tais iniciativas têm se destacado principalmente em municípios do estado do Espírito Santo. Por meio da Lei do *Ticket* Feira, os servidores públicos municipais recebem *tickets* de valores diferenciados. Conforme a legislação local, tais *tickets* somente podem ser utilizados em feiras de agricultores familiares e artesãos de seus respectivos municípios. Vários municípios brasileiros já possuem tal legislação. Essa iniciativa do *ticket* feira tem favorecido o fomento à produção de famílias camponesas, artesãos(ãs) e seus respectivos EES, resultando em aumentos consideráveis na produção e no consumo de produtos ecossociais, ampliando a renda do público envolvido, contemplando, ainda, aspectos da segurança alimentar e do desenvolvimento local sustentável.

No entanto, a existência de um marco regulatório que orienta as ações para o desenvolvimento da economia solidária no Brasil aparentemente pode ser um fator muito positivo; contudo, para que seja de fato positivo, é necessário colocá-los em prática e buscar sempre a proposição de outros marcos regulatórios, em especial aqueles que envolvem as atividades econômicas dos EES, contemplando a criação de meios favoráveis para as relações comerciais entre o estado, os setores privados e os EES. Também devem fazer parte dessa agenda os aspectos tributários, ambientais e sanitários, de modo a viabilizar o estabelecimento de regras e normas condizentes com a realidade dos EES, sem, contudo, ameaçar a preservação e a conservação ambiental e a própria qualidade sanitária dos produtos.

10. Disponível em: <<https://goo.gl/e9VKR3>>.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um desafio a ser enfrentado no sentido do fortalecimento da autogestão da Rede ComSol é a necessidade de enraizamento do fluxo de poder nos estados e territórios. Neste sentido, a criação de comissões territoriais, estaduais ou macrorregionais, com o objetivo de debater as questões que envolvem a pauta da comercialização solidária e de definir um plano de ação local e encaminhar as ações necessárias à promoção da Rede ComSol nos territórios, nos estados e nas macrorregiões, tem sido um dos principais encaminhamentos das atividades estaduais desenvolvidas pelo IMS nos diferentes estados.

Os encontros nacionais da Rede ComSol e do seu conselho gestor possibilitaram o levantamento de questões fundamentais para se avançar na viabilidade da Rede ComSol. Neste sentido, os principais desafios caracterizam-se principalmente pela dispersão dos pontos fixos que compõem a rede, evidenciada pela presença em 25 Unidades da Federação (UFs) e mais de 135 municípios. Essa dispersão corrobora um outro desafio, que é a dificuldade na logística de comercialização dos produtos. Tais dificuldades são entendidas não só com relação à integração entre os pontos fixos dos diferentes municípios e estados, mas também quanto à logística de comercialização dos próprios pontos fixos em seus respectivos territórios.

Portanto, pensar na promoção do intercâmbio entre os empreendimentos que compõem a Rede ComSol e favorecer a circulação de produtos entre os diferentes pontos fixos dos diversos municípios, estados e regiões guardam grandes desafios, que perpassam por questões diversas, entre elas: o acesso ao crédito, o acesso a estruturas de produção, a qualificação dos produtos, o atendimento aos marcos regulatórios que incidem nos sistemas de produção e comercialização, além dos custos operacionais que incidem sobre toda a cadeia logística de produção e distribuição de produtos. A existência da Rede ComSol é uma realidade no território nacional com potencial de expansão, tendo em vista a quantidade de pontos fixos de comercialização solidária no Brasil. A superação dos desafios postos é passo fundamental na construção de uma estratégia nacional popular de abastecimento da população com alimentos saudáveis e que possibilite o consumo dos milhares de produtos e serviços ofertados pelos empreendimentos econômicos solidários das cinco regiões do país.

## REFERÊNCIAS

- BRASIL. Decreto nº 6.040, de 7 de fevereiro de 2007. Institui a Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Povos e Comunidades Tradicionais. **Diário Oficial da União**, Brasília, 2007.
- FLYNN, Andrew; BAILEY, Kate. Sustainable food supply chains: the dynamics for change. *In*: MARSDEN, Terry; MORLEY, Adrian. (Eds.). **Sustainable food systems: building a new paradigm**. New York: Routledge, 2014.
- IMS – INSTITUTO MARISTA DE SOLIDARIEDADE. **Banco de dados Rede ComSol**. Brasília: IMS, 2016.
- MOLINA, Mônica Castagna. Políticas públicas. *In*: CALDART, Roseli Saete *et al.* (Orgs.). **Dicionário da Educação do Campo**. Rio de Janeiro; São Paulo: Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio; Expressão Popular, 2012.

REDE COMSOL – REDE BRASILEIRA DE COMERCIALIZAÇÃO SOLIDÁRIA. **Quem somos**. Brasília: Rede ComSol, 2009. Disponível em: <<https://goo.gl/dCSJnJ>>.

SILVA, Sandro Pereira. Entidades de apoio e fomento à economia solidária no Brasil: uma análise exploratória. **Mercado de Trabalho: acompanhamento e análise**, v. 61, p. 107-116, 2016.

TIRIBA, Lia; FISCHER, Maria Clara Bueno. Produção associada e autogestão. *In*: CALDART, Roseli Salete *et al.* (Orgs.). **Dicionário da Educação do Campo**. Rio de Janeiro; São Paulo: Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio; Expressão Popular, 2012.

#### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AMORIM, Rizeide Souza. Feiras de economia solidária: fenômeno de socialização ou redescoberta de mercado? *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE SOCIOLOGIA, 15., 2011, Curitiba. **Anais...** Curitiba: SBS, 2011.

\_\_\_\_\_. **Pontos fixos de comercialização solidária**. Brasília: IMS, 2012. (Série Trocando Ideais).

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. Ministério do Meio Ambiente. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. **PNPCT – Plano Nacional de Promoção das Cadeias de Produtos da Sociobiodiversidade**. Brasília: MDA; MMA; MDS, jul. 2009.

RIBEIRO, Eduardo Magalhães; GALIZONI, Flávia Maria; ASSIS, Thiago de Paula. (Orgs.). **Comercialização solidária no Brasil: uma estratégia em rede**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2012.

