



Comercialização da Produção Orgânica de hortifrútiis pela Organocoop Cooperativa de dos Produtores de Orgânicos da Agricultura Familiar de Campo Grande MS: Organização, Conquistas, Desafios e Percepções dos Consumidores em um Novo Ponto de Comércio.

Organic Production Commercialization by Campo Grande Family Farm Organic Cooperative (Organocoop): organization: achievements, challenges and consumers perceptions in a new trade point.

SANTOS, Neuza Durães¹; MIRANDA Denise de²

¹Organocoop, - Cooperativa dos Produtores de Orgânicos da Agricultura Familiar de Campo Grande MS., neuzadurães@yahoo.com.br; ²AGRAER-Agencia de Desenvolvimento Agrário e Extensão Rural de Mato Grosso do sul, dmiranda@agraer.ms.gov.br

Resumo: Atualmente há na sociedade uma crescente busca por qualidade de vida envolvendo a saúde e outros aspectos. Neste cenário a demanda por alimentos saudáveis tem crescido significativamente. A Organocoop-Cooperativa de Produtores de Orgânicos da Agricultura Familiar de Campo Grande vem atuando no segmento de produção e comercialização de orgânicos desde 2010, atualmente com 58 cooperados. A cooperativa é credenciada no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento como Organismo de Controle Social (OCS), viabilizando o processo de garantia de qualidade orgânica de forma participativa. Através de parcerias e apoio de várias instituições, a cooperativa tem buscado se estruturar, principalmente no tocante à comercialização. Recentemente a prefeitura municipal viabilizou um novo ponto de comercialização. Visando conhecer a clientela foi realizado uma enquete com 465 consumidores. Também foi feita também uma análise da comercialização entre os meses de junho e setembro de 2016. Sobre o tipo de embalagem, a preferência por sacolas plásticas foi 43,9% e papel Kraft 29,7% e 78,3% aceitariam a proposta de uso de sacola retornável. Quanto ao pagamento, 48,2% preferem pagamento em espécie e 17,2% cartão. Na análise das vendas, as folhosas foram os produtos mais vendidos, quase 50% do total, sendo a alface, couve e rúcula os mais comercializados respectivamente. Na sequência, as hortaliças de flores e frutos são as mais procuradas. Ficou evidenciado que é necessário diversificar a produção para atender a demanda de consumo e também foi sugerido pelos consumidores mais pontos de comercialização, entretanto para isso é imprescindível aumentar a produção e escalonamento.

Palavras chave – Produção sustentável, agricultura familiar, saúde, extensão rural, pesquisa de opinião pública

Abstract: Nowadays there is increasing search for life quality involving health and other aspects. In this scenario, demand for healthy products has increased. *Family Farm Organic Cooperative (Organocoop)*: has been working in organic and commercialization sector since 2010, with 58 cooperates today. The cooperative is accredited by Supply, Agriculture and livestock farming Ministry as Social control Organism (OCS), enabling participatory organic quality guaranty. Throughout several institutions partnership, cooperative has searched

structuring, mainly in commercialization aspects. Recently, municipality facilitated a new commercialization place. A survey with 465 customers was made searching for better knowledge about its customers. It was also realized a commercialization analysis between June and September. Considering packing, returnable bags were preferred by 43,9% and Kraft paper by 29,7%. 78,3% would accept returnable bags. Considering payments, 48,2% prefers cash and 17,2% credit cards. In sales analysis, vegetable leafs were the most selling products, almost 50% from total selling, lettuce, kale and rucula the most sold. Followed by fruits and flowers vegetables. It highlights that diversify production for customers demand is necessary and it was suggested by consumers more commercialization points. Nevertheless, production increase and stagger production is essential.

Keywords: sustainable production, Family farmers, health, rural extension, public opinion research

Contexto

A Cooperativa de Produtores de Orgânicos da Agricultura familiar de Campo Grande MS - ORGANOCOOP, fundada em 2010, conta atualmente com 58 cooperados distribuídos em diversas regiões de Campo Grande. São elas: Assentamentos Três corações, Conquista, Nova Era e Terra Boa, Rochedinho, Vale do Sol, Só Alegria, e também no Polo de Orgânicos do Distrito Industrial. Para facilitar a gestão e também os processos de certificação, a cooperativa tem uma organização a partir de grupos e núcleos de agricultores.

Ela surgiu a partir da necessidade de regularização para a comercialização de orgânicos quando alguns produtores que comercializavam seus produtos numa feira da cidade como orgânicos precisaram regularizar a certificação de seus produtos em função do Decreto 7.048 de 2009 que exigiu que todos os segmentos envolvidos na rede de produção orgânica teriam até dia 31 dezembro de 2010 para se adequarem às regras nele estabelecidas e também pelo Decreto 6323 de 2007. Os produtores haviam sido beneficiados por projetos da Fundação Banco do Brasil e Sebrae com projeto PAIS-Produção agroecológica integrada e sustentável e era esse o elo de ligação entre si até então.

A criação da cooperativa permitiu a organização para que os produtores interessados tivessem sua produção certificada de conformidade orgânica, inicialmente na forma de auditoria e posteriormente também pelo sistema de Organização Controle Social (OCS).

Na organização dessa primeira feira que a cooperativa se envolveu, os próprios agricultores levam seus produtos para comercialização. Entretanto, alguns agricultores vivem longe do centro urbano e não tem escala de produção e nem condições de levar seus produtos excedentes para comercialização. Dessa forma, com a abertura de um novo canal de comercialização pela prefeitura, montado em um ônibus sobre rodas, a cooperativa organizou-se para levar a produção de alguns



cooperados do assentamento Três Corações, distantes 140 km da capital, e fazer a comercialização dessa produção.

Dessa forma, a comercialização mais recente nas feiras e ônibus e também para algumas entidades governamentais, onde a cooperativa atua com entregas semanais, está sendo realizada de forma centralizada, onde os produtores enviam seus produtos para serem distribuídos nos diferentes canais de comercialização. O recebimento e distribuição estão sendo feitos na propriedade do presidente da cooperativa, ainda de forma improvisada e por período indeterminado. Entretanto o objetivo da cooperativa é estruturar um entreposto para recebimento, seleção e distribuição dos produtos, mas ainda não teve êxito em conquistá-lo.

Com a abertura desse novo ponto de comércio expandiram-se as possibilidades de consumo de alimentos saudáveis na capital e também se ampliou a divulgação da produção orgânica da cooperativa. Neste contexto a cooperativa vem aumentando a oferta de produtos orgânicos, principalmente hortaliças e frutas, através da produção de um grupo de um de seus núcleos que tinha dificuldades de comercialização.

Como é um novo ponto de comercialização, a cooperativa decidiu fazer uma pesquisa junto aos consumidores a fim de conhecer melhor o público e obviamente possibilitar melhor atendimento. Para realizar a pesquisa foi elaborado um questionário sobre preferências de produto, forma de pagamento, embalagem, horários de preferência e motivos que os levam a comprar orgânicos.

Nos núcleos produtivos vem sendo cultivado diversos produtos, tais como: hortaliças folhosas: couve, alface, rúcula, almeirão, chicória, alho poró, cheiro verde e temperos; raízes, como: beterraba, cenoura, rabanete, mandioca; hortaliças tuberosas: batata doce, inhame e algumas frutas, como maracujá e banana. Toda a produção segue as normas de produção orgânica vigentes no Brasil, desde o preparo e correção do solo, adubação orgânica, uso de compostagem, preparo de inseticidas naturais e caldas para controle de pragas e doenças, uso de plantas repelentes, produção de mudas entre outros.

Descrição da experiência

Desde o início de sua formação a ORGANOCOOP têm o apoio e parceria de órgãos como SEDESC (Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico), Fundação Banco do Brasil, SEBRAE, Ministério da Agricultura-MAPA, OCB e AGRAER (Agência de Desenvolvimento Agrário e Extensão Rural).

Através do apoio recebido pela SEDESC e SEBRAE foi repassado Kits do projeto PAIS aos produtores, com recursos da Fundação Banco do Brasil. Essas parcerias contribuíram também com o custeio de 80% do valor referente à certificação dos



produtos pelo sistema de auditoria, sendo os 20% restante responsabilidade dos produtores. O apoio dessas instituições também garantiu um apoio técnico inicial para produção através da contratação de consultoria aos produtores em suas propriedades e atualmente continua esse acompanhamento através de cursos e visitas individuais.

A empresa que atua na certificação é a ECOCERT, a certificadora atua junto aos produtores acompanhando e orientando o processo para habilitação das propriedades que atendam normas de certificação nacional de produção orgânica.

O Ministério da agricultura pecuária e abastecimento – MAPA também apoiou a ORGANOCOOP, fornecendo as primeiras barracas para comercialização da feira pioneira da cidade e também incentivou a formação da OCS pela cooperativa. A prefeitura providenciou pontos de feira e atualmente disponibiliza barracas aos feirantes através de locação para a feira semanal numa praça, conhecida também como Praça do Rádio, situada na região central da capital. A prefeitura disponibilizou ainda um ônibus sobre rodas para o novo ponto de comercialização. Ela também apoia o grupo no funcionamento da OCS. A OCS é uma das grandes conquistas da cooperativa, pois ela possibilita o cadastro dos agricultores familiares no MAPA e a oferece a possibilidade de vendas direto do produto para o consumidor em feiras e outros fins sem o alto custo da certificação por auditoria.

Nos últimos anos a AGRAER também tem apoiado o grupo através de atividades de assistência técnica e extensão rural dentro de projeto de chamada pública no assentamento Três Corações e mais recentemente com visitas de diagnóstico e orientações mais individuais focadas no grupo que integra a cooperativa.

O grupo de apoio tem se unido para planejar e contribuir com as ações voltadas para aumentar a produção, diversificação e comercialização, além de buscar maior articulação institucional entre as ações.

O início da comercialização de orgânicos ocorreu há 07 anos, mesmo antes da fundação da cooperativa que acontece logo no ano seguinte em 2010. Inicialmente feita em feiras na região central, na referida praça do centro da cidade, onde tem consolidado um grupo de consumidores fieis que comparecem todas as quartas-feiras pela manhã para adquirir os produtos oferecidos.

Em março de 2016 foi conseguido, com o apoio da SEDESC a cedência de um ônibus adaptado com estantes e gôndolas para que os usuários possam realizar as compras, ou seja, escolha de produtos e pagamento, dentro da estrutura, se tornando uma feira sobre rodas. Essa iniciativa viabilizou a inclusão de um grupo distante da capital (Assentamento Três Corações) pelo fato dos mesmos não necessitarem vir a capital para fazer essa comercialização, pois a cooperativa centralizaria a venda.



Figura 1 – Ônibus Verdurão - Equipe da cooperativa e visão interna

A cooperativa entendeu ser importante o apoio à esse grupo do assentamento Três Corações pois estavam tendo dificuldades em inserir-se no mercado, inicialmente por estarem em uma região de difícil logística de escoamento da produção, mas também por dificuldades produtivas, ligadas falta de recursos para investimento na qualidade de produção, pois, quase todas as famílias assentadas não possuem capital financeiro capaz de suprir uma irrigação adequada para produção constante, além da carência de maquinário e matéria-prima para produção de adubos e caldas orgânicas. A irrigação em alguns lotes é ainda comprometida, por ser uma localidade que possui apenas os poços comunitários com capacidade reduzida para abastecimento da casa. Investir em cultivos com apenas esse recurso hídrico, compromete o desenvolvimento das culturas.

A feira sobre rodas acontece todas as quartas-feiras durante todo o dia no local onde acontece o movimento religioso de oração há mais de 70 anos na região central da cidade, e por ali passam em torno de 30 mil pessoas durante o dia, o Santuário Perpetuo Socorro. Os produtos, estão sendo vendidos, durante o ano de 2016, por preço único de R\$ 3,00 com exceção de alguns de produção rara ou que sejam difícil de porcionar, como exemplo a vagem e o repolho entre alguns outros, que são vendidos a um preço maior.

A organização dessa comercialização centralizada pela cooperativa é uma iniciativa diferenciada da adotada até então. Atualmente é feita da seguinte forma: os produtores que estão próximo da cidade, enviam seus produtos fracionados, como de costume nas vendas de feira individual. Os produtos oriundos dos agricultores do assentamento distante são pesados na saída da propriedade e levados até a propriedade do presidente da associação. Ali, o próprio presidente e alguns colaboradores, fazem o porcionamento da mesma forma que fazem os outros produtores. Os produtos não são pesados, apenas porcionados de acordo com quantidade, já baseada pelo hábito da forma de vendas em feiras livre. Quando a cooperativa recebe produtos em quantidade acima de uma caixa, se faz a venda em

entidades de convênios, como PAA ou restaurantes. De todas as vendas feitas nesse sistema, faz-se retenção de 30% para despesas da cooperativa e 70% é repassado ao produtor.

As folhas vêm dos agricultores localizados mais próximos da cidade e os produtos com maior resistência, tais como tubérculos, legumes e frutas vem do assentamento. O grupo no assentamento iniciou sua organização para fornecer produtos nesse novo ponto em março de 2016. Nesse momento, o grupo se dividiu em 3 subgrupos e cada um se responsabilizou pela entrega de 6 produtores. Atualmente apenas 1 desses 3 grupos está ativo e são 5 os agricultores dessa localidade que tem entregue seus produtos de forma mais regular. A perspectiva é que com incremento das vendas outros se motivem e passem a entregar a produção.



Figura 2 – Produção de hortaliças orgânicas no assentamento Três Corações

O transporte ainda é improvisado e feito de forma subsidiada. A cooperativa dispõe de um caminhão que poderia ser utilizado para coleta de produtos. Entretanto, o volume ainda é pequeno para utilizar-se dessa forma.

Com o objetivo de conhecer melhor os hábitos, gostos, saberes, conscientização e sugestão da população campo-grandense sobre o consumo de hortifrutis orgânicos e através desse conhecimento, mostrar as autoridades competentes a necessidade de ações que intensifiquem o apoio e investimento às famílias produtoras deste grupo de produção orgânica, foi elaborada uma pesquisa de opinião pública.

A pesquisa foi realizada em um dos pontos de comercialização dos produtos da cooperativa. O ponto escolhido foi o de local permanente, onde fica sendo comercializado durante todo o dia na quarta-feira, no Santuário Perpétuo Socorro no endereço Rua Alexandre Faráh, N377 Bairro Amambai. Foi elaborada pela nutricionista que acompanha e apoia o processo de desenvolvimento, pesquisa e divulgação da produção e comercialização da cooperativa, e foi realizada no ponto de comercialização por quatro estagiárias do curso de nutrição da Universidade Anhanguera UNIDERP. A AGRAER também apoiou a iniciativa.



O período de pesquisa foi de junho a agosto de 2016, às quartas-feiras nas manhãs e tardes. A forma de aplicar foi uma enquete que contendo 7 perguntas onde os entrevistados eram abordados e convidados a participar e, com o consentimento, expunha a opinião, escolha ou sugestão, dentro dos temas abordados. Ao final da enquete eram convidados a assinarem uma lista, deixando dados pessoais confirmando a sua participação, a assinatura não era obrigatória, e mesmo assim, foram registradas 447 assinaturas das 465 pessoas que participaram da pesquisa.

Além da pesquisa junto aos consumidores, foi feita uma análise de todos os produtos vendidos nesse novo ponto de feira entre os meses de junho e julho de 2016 buscando-se identificar os grupos de produtos e os produtos individuais com maior saída.

Resultados

Apesar do curto tempo da experiência percebe-se a satisfação dos consumidores que foram sendo atraídos aos poucos com a novidades do comercio no local. A curiosidade de saber mais sobre a produção de orgânicos na região campo-grandense, a legalidade da procedência dos produtos foram assuntos por muitas vezes, partilhado durante as compras e conversas ao redor do comercio, pelos usuários e produtores durante as entrevistas que iam acontecendo simultaneamente no período de vendas.

No período de entrevistas, foi possível abordar 465 entrevistados entre homens e mulheres com idade predominante entre 35 e 65 anos de idade. Seguem abaixo as opiniões levantadas.

A maioria dos entrevistados, 78,3%, aceitaram a proposta de uso de sacola retornável para levar os produtos. Quanto a forma de pagamento, 48,2% tinham preferência pela forma de pagamento e dinheiro; 17,2% preferiram a forma de cartão e 34,6% acharam importante existir as duas formas de pagamento. A cooperativa só aceita atualmente a forma de pagamento em dinheiro devido aos custos operacionais ainda altos pelo volume de comercialização. Entretanto, essa pesquisa aponta para uma necessidade de se considerar a modalidade de cartão para atender aos consumidores, quando os custos permitirem. A questão do preço também foi apontado e teve divisão de opinião, entre os que acham o preço bom e os que acham caro.

O tipo de embalagem preferido, com uma aceitação de 43,9%, foi a utilização de sacola plástica como embalagem primaria para os produtos, seguidos do papel Kraft (pardo) 29,7%; e 26,2% sugerem que seja utilizada as duas formas de embalagem. Dentre as justificativas colocadas pelos consumidores menciona-se: “a sacola

plástica é mais resistente na segurança de proteção dos produtos” – “ o papel pardo é importante por ser reciclável e deteriora com o tempo, não gera lixo no planeta”.

O período de vendas no local preferido por 53,8% dos consumidores foi o período da manhã, justificado por ser um horário bom para fazer as compras e já levarem para preparação no almoço. Muitos entrevistados que eram romeiros saindo do momento de oração, citaram a facilidade de já realizar suas compras de hortifrutis da semana na mesma viagem que fazem ao Santuário. Entretanto, 32,3% preferem que seja tanto no período de manhã e tarde, pois, atingiria mais usuários e proporcionaria a possibilidade para um maior número de pessoas que adquirirem os produtos orgânicos.

A procura e preferências por alguns produtos também foi abordado e foi observado nas respostas, os gostos e preocupações dos consumidores em querer adquirir esses produtos da forma orgânica de produção, livre de agrotóxicos e adubos químicos.

Os hortifrutis mais citados e preferidos na pesquisa foram as hortaliças folhosas em geral, dando destaque, em ordem de preferência a rúcula, alface, couve, almeirão, brócolis, repolho e agrião. Outros vegetais citados foram beterraba, cenoura, abobrinha, mandioca, batata doce, tomate cereja, rabanete, vagem, quiabo, maxixe, chuchu e inhame. O tomate salada foi um dos mais procurados e questionado por nem sempre ter para adquirir na produção orgânica.

Na análise das vendas, as folhosas são também o grupo de produtos mais vendidos, chegando a quase metade de toda venda, sendo a alface o produto que tem mais saída, seguindo da couve e rúcula. As hortaliças de flores e frutos são o segundo grupo mais procurado, tendo destaque a venda de maxixe, abobrinha, pepino, berinjela e mais recentemente o tomate cereja que passou a ser oferecido.

Entre as frutas, foram mencionadas as mais consumidas, como banana, laranja, mamão, melancia, abacaxi. Maçã e morango também foram citados e muitas vezes acompanhada do comentário sobre a grande quantidade de agrotóxico encontrado na fruta do morango produzido da forma convencional. Fala, muitas vezes citada nas entrevistas retratando a preocupação do consumo dessas frutas e, de forma geral, todos os produtos consumidos da produção convencional – *“Estamos comendo muito veneno”*.

Entre os grãos ouve uma procura pelo feijão orgânico e em várias respostas é acompanhada do comentário da dificuldade de se encontrar grãos na produção orgânica e de sermos *“obrigados a consumir os convencionais mesmo sabendo que todos estão cheios de agrotóxicos”*.



O número de variedades ofertadas também tem crescido desde o início das vendas até o momento. Em 1º. de junho identificou-se 18 produtos e na 1ª. semana de setembro já eram 26 diferentes.

Tabela 1 – Consumo dos produtos segundo tipo de produto

	Junho 2016	Julho 2016
	%	%
Flores e frutos	36,8	22,5
Folhosas	47	59,6
Frutas	5,3	1,6
Raízes & Tubérculos	10,8	16,2

Vários produtos dos que foram citados como preferência de compra como as folhosas, estão sendo produzidos pela cooperativa há vários anos e alguns estão em fase de escalonamento, expandindo sua produção, como alface, repolho, couve flor, acelga. Outros ainda em fase de experimento e aumento de produção como a batata doce, cebola de cabeça, pimentão, entre outros. Com o apoio e orientação dos técnicos das parcerias Agraer e Sebrae existe uma iniciativa de escalonar produções de acordo com aumento da comercialização, com objetivo de atingir um mercado mais abrangente e sólido para atender as demandas em crescimento.

Analisando-se o volume de vendas, evidencia-se um notável aumento na quantidade dos produtos ofertados, que passaram de uma média semanal de 260 produtos em junho para mais de 500 unidades em julho. Espera-se que com a continuidade e permanência nesse novo local, as vendas continuem aumentando, pois ainda existem frequentadores do local que param e comentam que ainda não conheciam o ponto de venda e passam a comprar produtos.

Dentre os motivos apontados para o consumo de orgânicos, na questão do “Porque consumir produtos orgânicos”, 45,8% dos consumidores justificaram-no pelo fato de não conter agrotóxico (veneno, palavra muitas vezes citada). Já 34,8% argumentaram ser melhor para a saúde, mais saudável.

As sugestões solicitadas, foram bem variadas e muitas justificadas e desejadas pelos consumidores como: ampliar mais pontos de vendas na cidade e citaram como exemplo em escolas; outros dias da semana, mais divulgação pois, segundo vários entrevistados, nem sabiam que existia uma cooperativa de produção de orgânicos na cidade. Houve também muitos elogios no trabalho desenvolvido pela cooperativa e manifestaram o desejo de conhecer as produções e os produtores.

Analisando os resultados é possível apontar alguns pontos importantes diante da proposta e iniciativa de ampliação no trabalho de divulgação, conscientização e oferta de produtos orgânicos. Observou-se que consumidores estão cada vez mais



conscientes da necessidade de aderir à uma qualidade de vida positiva que inclua aí como uma das prioridades a alimentação saudável e o mais natural possível.

Observa-se também que, com ou sem informações mais claras e conhecimentos de credibilidade, os consumidores estão despertando para um comportamento de prevenção à saúde e entendendo cada vez mais a possibilidade e realidade que se pode alcançar, através de atitudes diárias e de mudanças de hábitos com resultados positivos na qualidade de suas escolhas, refletindo na vitalidade positiva do organismo.

A preocupação em ter boa saúde e preservá-la, que existem tanto da parte de quem produz como de quem consome, leva a entendermos que existe um grande projeto a ser construído na dimensão agroecológica sustentável e parceira da vida saudável, em Campo Grande e região.

A centralização da comercialização feita pela cooperativa pode contribuir para um dos grandes problemas que ela enfrenta hoje em comparação com formas na qual agricultor faz a comercialização direta e não paga taxas de comercialização. Entretanto, ainda é necessária uma maior organização do grupo a fim de gerenciar esse processo, além de maior transparência nas contas e na logística envolvida em toda a venda. Tem sido pensada a possibilidade de reuniões mais frequentes e instrumentos de controle a fim de monitorar as ações mais cotidianas, como volume semanal vendido, destino específico, sobras etc.

A demanda e necessidade de um local específico para manipulação e fracionamento dos produtos, bem como para um pré-processamento, como no caso da mandioca e legumes fatiados, já vem sendo buscado pela cooperativa há alguns anos. A cooperativa, inclusive, já recebeu um kit de comercialização através do SEBRAE composto de gôndolas, 300 caixas, balança, empacotadeira elétrica, prateleiras e inclusive um caminhão e uma câmara fria. Entretanto, pela falta de local para instalação, somente parte desse kit está sendo utilizada.

A estratégia de consolidar uma central de embalagem e processamento foi apontada como uma das prioridades para a cooperativa em sua assembleia anual de 2016. Entretanto tem sido um caminho árduo. A cooperativa já teve a experiência de tentar iniciar essas atividades na incubadora municipal. Entretanto, acabou sendo impedida de operar no local pelas exigências da vigilância sanitária e hoje tem uma dívida grande oriunda dessa experiência.

Alguns desafios estão nítidos para a cooperativa e carecem de ações da mesma, de seus integrantes e dos órgãos apoiadores para atingir sucesso. As condições de produção merecem a necessitam de apoio constantes da parte das políticas públicas, dos órgãos competentes, de planejamentos de produção com projetos de crescimento e expansão com o objetivo de sanar as condições precária de renda



vivida por várias famílias de produtores no momento. Também merecem atenção da população em geral na divulgação e aquisição dos produtos.

Este cenário sendo desejado e mobilizado, desperta, em quem está envolvido, a coragem de continuar, de melhorar e de expandir esta ação de promoção à saúde atingindo vários aspectos com resultado de melhora na qualidade de vida das famílias de produtores, com o desenvolvimento de produção, como: plantio de novas culturas de forma orgânica e também a consequência de melhores condições financeiras.

O conjunto dessas ações sendo executados poderão gerar uma realidade desejada na qualidade de vida dos consumidores com a oferta constante, variada e acessível de produtos de qualidade incontestável e que levam a promoção da saúde humana.

Referencias

BRASIL . Decreto nº 7.048 de. 23 de dezembro de 2009.

BRASIL. Decreto nº 6.323 de 27 de dezembro de 2007