

I Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

12 a 14 de setembro de 2017- Naviraí-MS



LIMITES ECONÔMICOS DA ECONOMIA SOLIDÁRIA: uma análise a partir do Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária (SIES)

Thassiany Cuellar do Nascimento
ESAN – UFMS
thassy_cuellar16@hotmail.com

Elcio Gustavo Benini
ESAN – UFMS
elciobenini@yahoo.com.br

Letícia Ferreira Xavier
ESAN – UFMS
letis.xavier@gmail.com

Gabriel Sgrignoli Mello
ESAN – UFMS
mellos.gabriel@gmail.com

Bruno Diego Cardozo
ESAN – UFMS
brunodiegocardozo@gmail.com

Eixo Temático: Gestão de organizações públicas, privadas e do terceiro setor.

RESUMO

Este trabalho teve como objeto de estudo o comércio justo e consumo solidário, na singularidade do ambiente econômico solidário. Seu objetivo principal foi a análise do grau de dependência dos empreendimentos solidários em relação ao mercado capitalista, com a finalidade de identificar seus gargalos, bem como as dependências mais fortes. A pesquisa foi realizada com base nos dados do Sistema de Informação em Economia Solidária (SIES), consolidados pela Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES) do Ministério do Trabalho (MTE), o que compreendeu uma população e foram coletadas informações de 19.708 empreendimentos, por meio de um questionário de 171 questões. Com a exploração e análise dos dados, foi possível analisar as principais dificuldades vivenciadas pelos empreendimentos solidários e também retratar as compras de insumos e venda dos produtos fabricados. De acordo com os resultados obtidos, os empreendimentos solidários se encontram em uma posição de elo mais fraco do mercado, suas relações com as empresas privadas não possuem reciprocidade, sendo a comercialização o foco do seu desenvolvimento organizacional.

Palavras-chave: Comércio Justo. Economia Solidária. Consumo Solidário.

1 INTRODUÇÃO

Durante as décadas de 1980 e 1990, a sociedade vivenciava um período histórico marcado por desemprego e pobreza que atingiu considerável parcela da população, principalmente os trabalhadores, estes eram os mais afetados pelos acontecimentos. No entanto, estes não poderiam ficar a mercê dos ajustes do mercado e das ações advindas do Estado, uma vez que não apresentava nenhuma solução concreta para que os números reduzissem. Diante desse cenário, surgiram iniciativas, no seio da própria sociedade civil, que buscavam a geração de trabalho e renda. Norteados pelo princípio da solidariedade entre participantes, a propriedade coletiva dos meios de produção e a tomada de decisão realizada de forma conjunta entre os membros, a Economia Solidária surge para resgatar estes trabalhadores das condições precárias que estavam submetidos. O trabalho e capital estão fundidos porque todos os que trabalham são donos da organização e não há donos que não trabalhem na organização (SINGER, 2002).

Todavia, a economia solidária encontra-se inserida dentro da economia capitalista, ou seja, precisa sustentar seus valores dentro de uma sociedade que segue princípios totalmente distintos daqueles que apoiam este novo modo de produção, conforme defende Singer. Os negócios das empresas privadas buscam essencialmente o lucro, sendo para esta a finalidade pela qual todas as ações da empresa estão voltadas. Já os Empreendimentos Econômicos Solidários (EES) são definidos, segundo o SIES (2014), como organizações coletivas e suprafamiliares nas formas de: associações, cooperativas, empresas autogestionárias, grupos de produção, clubes de troca, entre outros, cujos participantes são trabalhadores dos meios urbano e rural que exercem, de maneira coletiva, a autogestão das atividades e da alocação dos resultados obtidos, sendo que o resultado econômico é partilhado entre os trabalhadores. Nesse sentido, os EES são uma das alternativas encontradas pelos trabalhadores para suprimirem suas necessidades a partir do trabalho coletivo, além de se diferenciarem das empresas privadas por não procurarem acumular o capital beneficiando apenas o empreendedor, mas gerar riqueza a ser apropriada de forma igualitária entre todos os membros associados (RUTKOWSKI, 2008).

Além disso, os EES contam com a autonomia dos indivíduos e com a capacidade que eles possuem de lidar com a divisão social-hierárquica do trabalho, enquanto o que ocorre nas empresas capitalistas baseia-se na hierarquia do poder, no planejamento sem a participação dos trabalhadores e, na maioria das vezes, na falta de cultura participativa (NAKANO, 2000).

Os EES enfrentam dificuldades que impendem sua expansão. O direito a crédito e financiamento não lhes são facilitados, sendo que muitas das vezes o acesso ao crédito é

condicionado aos EES que se enquadram na forma de cooperativas, excluindo os grupos informais e associações deste benefício. A comercialização dos seus produtos também tem suas limitações, os empreendimentos solidários adotam os princípios do cooperativismo e solidariedade, mas atuam em uma economia de mercado que objetiva a concorrência entre os participantes, sendo prejudicados por dependerem do consumo consciente para escoarem sua produção, enquanto o produtor capitalista impõe novos produtos ao consumidor, educando-o, se preciso for, a consumi-los (SCHUMPETER, 1988). Os insumos utilizados para a produção têm sua origem, em grande parte, das empresas privadas, o que também contribui para o baixo rendimento dos EES.

Singer (2002) afirma que muitas das empresas que nasceram como solidária acabam por se adaptar ao capitalismo e por isso deixam de ser solidárias. Esta é uma preocupação profícua que impera entre EES, uma vez que estes estão inseridos em um ambiente de incertezas, na qual, por exemplo, as cooperativas que enfrentam a necessidade de acumular capital e inovar optam por assalariar seus trabalhadores e administradores transformando-se em empresas capitalistas (IASKIO, 2006; SINGER, 2002). Sendo assim, vem à tona a etapa da comercialização dos produtos solidários, considerando que para manter a viabilidade econômica destes empreendimentos o desafio da comercialização precisa ser superado para dar fôlego aos negócios e permanecerem ativos no mercado. O comércio justo contribui para melhorar as condições dos produtores e trabalhadores, dessa forma garantindo os seus direitos, para o desenvolvimento sustentável das atividades, com base em diálogos, transparência e respeito (FINE, 2001).

A partir desta questão é que se estabeleceu o seguinte problema de pesquisa: Qual é o grau de dependência dos EES em relação ao mercado capitalista, e onde tal dependência é mais representativa? Ao respondermos tal questão, que envolve especificamente entender as relações de compra, venda e crédito dos empreendimentos solidários, buscamos encontrar alguns gargalos para os EES. Especificamente, analisamos ainda as contribuições do comércio justo, ainda que em nível conceitual, em relação ao problema levantado.

Para respondermos a tais questionamentos, utilizamos os microdados do Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária (SIES), fornecidos pelo Departamento de Estudos e Divulgação (DED), da Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES). Ressaltamos que tal base de dados vem sendo construída por meio de considerável esforço da SENAES de mapear a economia solidária no Brasil para assim atuar de forma mais eficaz em suas ações de fomento e constituição de políticas públicas para tal setor. No que diz respeito ao montante de empreendimentos mapeados pelo SENAES, universo desta pesquisa, foram

coletadas informações de 19.708 empreendimentos, por meio de um questionário de 171 questões. Ressaltamos para o leitor que as possibilidades de análises desses dados são enormes, pois possibilitam a desagregação por regiões, o que é de suma importância para a construção de Políticas Públicas e estratégias de desenvolvimento. Nesse sentido, ainda que os dados apresentados sejam de natureza secundário, as análises são de ordem primária.

A exposição deste trabalho inicia-se com breve explanação sobre os conceitos de comércio justo e consumo solidário, buscando entender, por meio de seus conceitos, se este é suficiente para lidar com as contradições da relação entre economia solidária e economia capitalista. A seção seguinte caracteriza o perfil dos sócios dos EES, fazendo uma análise das principais dificuldades vivenciadas pelos empreendimentos solidários e, por fim, retrata as compras de insumos e venda dos produtos fabricados pelos próprios sócios, no intuito de analisar se os indivíduos conseguem manter-se no mercado dando continuidade aos princípios solidários.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Princípios solidários na comercialização: comércio justo e consumo solidário

No mundo globalizado predominam as leis do mercado, no qual há constante inserção da tecnologia e inovação na produção. Esta é a solução encontrada para responder a demanda cada vez crescente ao “consumismo” exacerbado dos dias atuais, sendo necessário produzir cada vez mais produtos e disponibilizar mais serviços, tendo em vista que as pessoas são condicionadas a exigirem isso do mercado: produtos e serviços diferenciados. Benini (2012) afirma que este aceleração da produção de mercadorias, busca em grande medida repor o acelerado processo de destruição destes produtos (obsolescência planejada, guerras, ineficiência sistêmica). Ou seja, as empresas lançam produtos que logo serão substituídos por outros com novas características que despertarão o interesse dos consumidores, tornando os produtos anteriores obsoletos.

O comércio justo vem de encontro a estas características, sua definição mais aceita atualmente foi estabelecida pela FINE (2001, s/p):

O comércio justo é uma parceria de comércio, baseada em diálogo, transparência e respeito, que procura uma maior equidade no comércio internacional. Ele contribui para o desenvolvimento sustentável ao oferecer melhores condições de comércio e assegurar os direitos dos trabalhadores e produtores marginalizados – especialmente no Sul. Organizações de Comércio Justo (apoiadas pelos consumidores) estão ativamente engajadas no apoio aos produtores, no aumento da conscientização e em campanhas para mudanças nas regras e práticas tradicionais do comércio internacional.

O desenvolvimento do comércio justo tem por objetivo beneficiar principalmente os produtores, que na maioria das vezes são o elo mais fraco da cadeia produtiva. Busca-se entregar a estes indivíduos excluídos ou empobrecidos melhores condições econômicas, sociais, políticas, culturais, ambientais e éticas em todos os níveis do processo, através do preço justo, educação para os consumidores e desenvolvimento humano, considerando os direitos humanos e o meio ecológico em sua totalidade (ORTIZ; COTERA, 2009).

A mobilização para a promoção do comércio justo, no Brasil, teve início em 2001, período em que importantes organizações de produtores e entidades de assessoria em conjunto com representantes governamentais, passaram a unir-se formando o FACES do Brasil. A ideia surgiu a partir do momento que estes indivíduos perceberam o movimento internacional do comércio justo apresentava resultados concretos, possibilitando aos produtores rurais e urbanos, a criação de canais alternativos de comercialização, em nível nacional e internacional, que garantissem a sustentabilidade econômica e a melhoria na capacidade organizacional dos empreendimentos marginalizados pelo sistema convencional de produção, comercialização e consumo (FACES, 2014).

A partir do Decreto Presidencial nº 7.358/2010 levou em consideração principalmente a centralidade política de garantir através do Estado brasileiro o reconhecimento das práticas de comercialização baseados nos princípios da solidariedade e da justiça social, estabelecendo ainda a promoção destas práticas através de política pública (MENDONÇA, 2011).

Assim poderíamos concluir, de forma provisória, que o comércio justo e economia solidária caminham juntos, seguindo os mesmos princípios: reciprocidade, confiança, cooperação transparência e respeito (VIEGAS, 2012). O comércio justo preconiza não apenas as relações de comercialização solidária, mas busca evidenciar que além do valor de uso e troca, os produtos têm um histórico cultural e de valores locais que também estão inseridos no processo de produção e conseqüentemente no produto final. Aqui são introduzidas as organizações de comércio justo, denominadas “Organizações Alternativas de Comércio” (*alternatives trade organizations* (ATOs), que por meio da certificação das mercadorias produzidas por famílias e cooperativas com produtos do comércio justo, estimulam a justiça social, e um ambiente sustentável na produção desses bens (MARQUES, 2013).

Há de se esperar que o valor de troca desses produtos seja maior que o dos produtos advindos do comércio tradicional. Os valores pagos por eles têm por objetivo gerar ganhos para os produtores e para as associações de produtores como *premium social*, sendo em momento posterior, investido em projetos comunitários e sociais (MARQUES, 2013). O *Fair*

Trade está relacionado a aspectos positivos quanto ao preço, que deve ser justo, condições de trabalho, que precisam ser dignas e não precárias e condições equânimes para produtores e trabalhadores.

A cadeia produtiva termina com o consumo do bem produzido ou serviço disponibilizado, assim ao consumir um produto/serviço que utilizou a força do trabalho mão de obra infantil, explorou trabalhadores e/ou degradou o meio ambiente, estamos contribuindo para que estas práticas continuem ocorrendo e até mesmo as estimulando, sabendo que o capital investido na compra dessa mercadoria irá realimentar este sistema, que permanecerá utilizando os mesmos métodos para a disponibilização do produto no mercado.

Desta forma, percebe-se que o ato de consumir abrange além do caráter econômico, o ético e político. Cabe ao consumidor final reproduzir o sistema que vigora a partir de ações danosas ao meio ambiente, práticas de exploração do trabalhador, concentração de riquezas nas mãos de poucos e consequente exclusão social de outros ou opor-se a este escolhendo o consumo solidário (MANCE, 2000b). O qual está diretamente relacionado ao comércio justo por priorizar a sustentabilidade em seus três pilares (econômico, social e cultural) no consumo consciente dos bens que foram em momento anterior produzidos de maneira sustentável. Significa selecionar os produtos de consumo ou serviços que atendam nossas necessidades e anseios, com o intuito de realizar o nosso livre bem viver pessoal, sem deixar de considerar o bem viver dos trabalhadores que trabalharam para que este produto ou serviço estivesse disponível, mantendo o equilíbrio dos ecossistemas e contribuir para a construção de uma sociedade justa e solidária (MANCE, 2000a).

O ciclo vicioso que é alimentado por métodos insustentáveis em todos os aspectos cede lugar ao ciclo sustentável de práticas solidárias, contribuindo para que os empreendimentos solidários ganhem espaço, a partir da comercialização de sua produção, tentando gerar um excedente que será utilizado para a implantação de outros EES. Existe então a geração de novos postos de trabalho, a distribuição de renda e a preservação do equilíbrio ecológico (MANCE, 2000a). O consumo solidário além de expandir o negócio dos EES, apresenta benefícios à população de forma geral, pois através dele as pessoas podem se conscientizar de que são corresponsáveis pelo fomento de práticas abusivas sustentadas pelo modo de produção atual, as quais sustentam tanto a precariedade das relações de trabalho quanto à destruição do patrimônio público, meio ambiente.

3 METODOLOGIA

Quanto às características metodológicas deste trabalho, o tipo de pesquisa utilizado será o descritivo, este método consiste em descrever as especificidades obtidas por meio do levantamento de dados do objeto em estudo, assim, identificando as relações entre as variáveis (ROESCH; 2009). Deste modo, a pesquisa descritiva busca reconhecer as informações detalhadas de determinado problema de pesquisa que possam corroborar na coleta dos dados (COLLIS; HUSSEY, 2005). Essa pesquisa tem como finalidade a apresentação do panorama da economia solidária no Brasil.

Esta pesquisa tem abordagem qualitativa, que segundo Flick (2009) tem a habilidade identificar e compreender de maneira detalhada a relação entre as características do objeto de estudo e os procedimentos metodológicos determinados. A metodologia qualitativa de pesquisa não conduz avaliações e quantificação de resultados, seus enfoques são nas narrativas e entrevistas dos indivíduos procurando descrever o ambiente de estudo, que é a fonte mais próxima para obtenção dos dados sendo o pesquisador instrumento chave para o desenvolvimento da ação (GODOY, 1995; CRESWELL, 2010).

Os dados foram coletados a partir da base de dados da SIES, em que para a análise dos dados foi utilizado a análise de conteúdo. Severino (2007) afirma que esta técnica de análise avalia de maneira aprofundada os elementos das fontes de pesquisa, Collis e Hussey (2005) complementam ainda que a utilização da análise de conteúdo visa utilizar os dados retirados principalmente de bases pesquisas qualitativas.

4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Para apresentação dos números da economia solidária, a primeira questão que deve ser levada em consideração, aborda sobre os motivos para criação dos EES. A literatura aponta que os motivos para criação desses empreendimentos são: a busca de alternativas para a geração de trabalho e renda, ou seja, amparar os desempregados da situação precária a qual estavam submetidos, bem como a busca pela autogestão (SINGER, 2002). Desta forma, a partir da tabela 1, conseguimos validar esta justificativa uma vez que, a fonte de renda aparece em primeiro lugar como motivo para criação do EES com a porcentagem de 48,83%, seguida da alternativa ao desemprego representada por 46,20%.

Todavia, nota-se que nesta questão todas as alternativas tiveram menos da metade (50%) de respostas positivas, assim não se pode concluir o que de fato motivou os indivíduos a buscarem a criação dos EES.

Tabela 1 – Motivo para criação do empreendimento econômico solidário

Motivo da criação do EES	Sim	%	Não	%
Uma fonte complementar de renda para os (as) associados (as)	9.624	48,83	10.084	51,17
Uma alternativa ao desemprego	9.106	46,20	10.602	53,80
Obtenção de maiores ganhos em um empreendimento associativo	8.471	42,98	11.237	57,02
Desenvolvimento de uma atividade onde todos (as) são donos (as)	8.024	40,71	11.684	59,29
Desenvolvimento comunitário de capacidades e potencialidades	5.646	28,65	14.062	71,35
Condição exigida para ter acesso a financiamentos e outros apoios	4.130	20,96	15.578	79,04
Motivação social, filantrópica ou religiosa	3.801	19,29	15.907	80,71
Alternativa organizativa e de qualificação	3.160	16,03	16.548	83,97
Incentivo de política pública (governo)	3.113	15,80	16.595	84,20
Possibilidade de atuação profissional em atividade econômica específica	2.828	14,35	16.880	85,65
Fortalecimento de grupo étnico	1.912	9,70	17.796	90,30
Produção ou comercialização de produtos orgânicos ou ecológicos	1.607	8,15	18.101	91,85
Organização econômica de beneficiários de políticas públicas	1.510	7,66	18.198	92,34
Recuperação de empresa privada que faliu ou em processo alimentar	601	3,05	19.107	96,95

Fonte: Elaborados pelos autores com base no SIES (2012).

Sabendo que existem 1.423.631 de sócios nos EES computados pelo SIES, cabe fazer uma breve caracterização do perfil dos mesmos, o que será observado nas Tabelas 2, 3, 4 e 5. Para compreender a distribuição segundo o gênero, a Tabela 2 demonstra que 43,6% são formados por mulheres enquanto, 56,4% são representados por homens.

Tabela 2 – Quantidade de sócios e distribuição segundo sexo

Sexo	Quantidade	%
Mulheres	620.258	43,6
Homens	803.373	56,4
Total	1.423.631	100,0

Fonte: Elaborados pelos autores com base no SIES (2012).

A tabela 3 apresenta a distribuição o perfil etário, bem a distinção dos gêneros homens e mulheres. Dessa amostra, tanto no gênero masculino (86,80%) quanto feminino (83,18%), prevalece à população adulta (Tabela 3), sendo a categoria idosos tem menor representatividade.

Tabela 3 – Quantidade de mulheres e homens segundo o perfil etário

Perfil etário	Homens	%	Mulheres	%
Adultos	697.287	86,80	515.912	83,18
Não se aplica ou não há predominância	53.875	6,71	48.133	7,76
Jovens	32.483	4,04	31.492	5,07
Idosos	19.728	2,45	24.721	3,99
Total	803.373	100,0	620.258	100,0

Fonte: Elaborados pelos autores com base no SIES (2012).

Os empreendimentos solidários são organizações coletivas que visam promover os princípios da economia solidária como a autogestão, transparência e democracia e podem se organizar de diferentes formas (SINGER, 2002). Na Tabela 4 podemos perceber que mais da metade dos sócios pertenceram ou ainda pertencem à categoria dos agricultores familiares, sendo uma tendência entre os gêneros. Enquanto que a outra metade é dividida entre artesãos, trabalhadores autônomos, assentado da reforma agrária, desempregados, catadores de material reciclável, dentre outros. Com a finalidade de geração de renda e trabalho, os EES possibilitam a integração de indivíduos anteriormente considerados excluídos da sociedade. Em contrapartida, existe uma parcela, ainda que pequena, de técnicos e profissionais de nível superior – 1,92% homens e 1,95% mulheres - que também fazem parte da economia solidária. Além disso, vale ressaltar que nas categorias artesãos e catadores de materiais recicláveis o número de mulheres é superior à categoria homens.

Tabela 4 – Categoria social

Categoria social	Homens	%	Mulheres	%
Agricultores familiares	587.130	73,08	359.941	58,03
Não se aplica ou não há predominância	51.591	6,43	59.470	9,59
Trabalhadores autônomos	45.530	5,67	41.443	6,68
Assentados da reforma agrária	41.494	5,16	25.345	4,08
Artesãos	22.792	2,84	81.486	13,14
Desempregados	22.567	2,81	23.330	3,76
Técnicos ou profissionais de nível superior	15.448	1,92	12.085	1,95
Catadores de material reciclável	6.442	0,80	9.631	1,55
Artistas	5.979	0,74	6.116	0,99
Garimpeiros ou mineiros	4.400	0,55	1.411	0,23
Total	803.373	100,0	620.258	100,0

Fonte: Elaborados pelos autores com base no SIES (2012).

Por fim, quanto ao povo ou comunidade tradicional (Tabela 5) prevalece o grupo dos pescadores artesanais, composto por 52.402 pessoas. Os povos indígenas aparecem em

segundo lugar no gênero feminino (16,79%), enquanto as comunidades quilombolas (18,10%) representam o segundo lugar para o sexo masculino.

Tabela 5 – Povo ou comunidade tradicional

Povo ou comunidade tradicional	Homens	%	Mulheres	%
Pescadores artesanais	31.072	21,90	21.330	16,61
Comunidades quilombolas	25.688	18,10	21.494	16,73
Outros povos e comunidades tradicionais	24.105	16,99	14.778	11,58
Ribeirinhos	21.110	14,89	17.260	13,43
Extrativistas	14.998	10,58	17.752	13,81
Povos indígenas	13.558	9,55	21.579	16,79
População negra	5.580	3,93	9.764	7,60
Caboclos	5.027	3,54	3.536	2,75
Comunidades de terreiro	746	0,52	997	0,77
Total	141.884	100,0	128.490	100,0

Fonte: Elaborados pelos autores com base no SIES (2012).

Outra importante etapa para EES é a comercialização de seus produtos, já que envolve viabilidade econômica e incentivo financeiro, essa etapa pode ser considerada decisiva para a permanência do ativo no mercado. Dessa forma, em relação à dificuldade na comercialização percebe-se que a maior parte dos empreendimentos encontra algum tipo de dificuldade na comercialização (63,66%).

A tabela 6 demonstra de maneira mais específica as possíveis razões enfrentadas pelos EES na etapa de comercialização, entretanto, é uma questão de respostas múltiplas, ou seja, poderia haver mais de uma resposta, a única alternativa que obteve mais da metade das respostas foi a falta de capital de giro (54,28%), que segundo Tauile e Debaco (2002, p. 03) “a falta de patrimônio faz com que a empresa nasça com uma estrutura de capital deficiente e que frequentemente a necessidade de capital de giro seja superior a sua capacidade de financiá-lo”. Desta forma, apesar de 63,66% dos empreendimentos terem respondido que encontram dificuldades, a questão da concorrência, comercialização dos produtos, capacitação dos integrantes, clientes, preços praticados, são questões que parecem estar em segundo plano. Esse fato nos chamou a atenção, uma vez que, a critério de exemplo destacamos uma das respostas: “os preços praticados pelos EES são inadequados”, apenas 23,47% citaram os preços como dificuldades enfrentadas, sendo que segundo Singer (2004) na ânsia de conseguirem contratos, os sócios rebaixam seus preços a ponto de abrir mão de muitos dos direitos sociais de seus associados. Mas através dos dados percebe-se que esta é uma dificuldade que de fato existe, todavia não é tão relevante.

Tabela 6 – Dificuldades na comercialização enfrentadas pelos empreendimentos econômicos solidários

Principais dificuldades	Sim	%	Não	%
Falta de capital de giro	3.712	54,28	3.127	45,72
Dificuldade ou custo elevado de transporte	2.655	38,82	4.184	61,18
Estrutura para comercialização (local, espaço, equipamentos etc.) inadequada	2.650	38,75	4.189	61,25
A concorrência, os atravessadores, existência de monopólios	2.217	32,42	4.622	67,58
Precariedade das estradas para escoamento da produção	1.844	26,96	4.995	73,04
Dificuldade em manter a regularidade do fornecimento	1.648	24,10	5.191	75,9
O empreendimento tentou, mas não conseguiu encontrar quantidade suficiente de clientes	1.637	23,94	5.202	76,06
Falta de registro legal para a comercialização (emitir nota fiscal etc.)	1.621	23,70	5.218	76,3
Os preços praticados são inadequados	1.605	23,47	5.234	76,53
Os clientes exigem um prazo para o pagamento	1.214	17,75	5.625	82,25
Não há sócios disponíveis para cuidar da comercialização	1.079	15,78	5.760	84,22
Falta de registro sanitário ou alvará	910	13,31	5.929	86,69
Outra dificuldade	900	13,16	5.939	86,84
Os produtos não são conhecidos	820	11,99	6.019	88,01
O empreendimento já sofreu muitos calotes e não sabe como evitar	803	11,74	6.036	88,26
Os compradores só compram em grande quantidade	588	8,6	6.251	91,4
Ninguém do empreendimento sabe como se faz uma venda (argumentação, negociação etc.)	401	5,86	6.438	94,14

Fonte: Elaborados pelos autores com base no SIES (2012).

Os insumos dos EES na maioria das vezes advêm de empresas privadas, no entanto, o inverso não acontece, a tabela 7 valida a afirmação pois expõe a dependência dos empreendimentos econômicos solidários de empresas privadas, já que grande parte de seus insumos advêm do setor privado (69,52%). Ficando em segundo lugar a produção pelos próprios associados, sendo que 57,36% dos entrevistados afirmaram que a matéria prima não tem sua origem nos próprios empreendimentos pelos seus associados.

Tabela 7 – Origem da matéria-prima ou do insumo

Origem matéria-prima	Sim	%	Não	%
Empresa privada	7.686	69,52	3.370	30,48
Próprios associados (as)	4.714	42,64	6.342	57,36
Produtores (as) não-sócios (as)	1.772	16,03	9.284	83,97
EES	1.034	9,35	10.022	90,65
Órgãos públicos	976	8,83	10.080	91,17
Instituições filantrópicas ou instituições não-mercantis	454	4,11	10.602	95,89

Fonte: Elaborados pelos autores com base no SIES (2012).

A comercialização dos produtos é de fundamental importância para os EES, pois a partir dela é possível impulsionar e viabilizar suas condições de se manter no mercado, a partir da tabela 8 consegue-se perceber que o principal objetivo da produção dos EES é a venda, praticada por quase a totalidade dos empreendimentos (96,94%), sendo que o autoconsumo (40,54%) também é bastante significativo.

Tabela 8 – Destino dos produtos

Destino	Sim	%	Não	%
Venda	10.726	96,94	339	3,06
Autoconsumo	4.486	40,54	6.579	59,46
Troca	786	7,10	10.279	92,90
Não se aplica	148	1,34	10.917	98,66

Fonte: Elaborados pelos autores com base no SIES (2012).

Desta forma é importante destacar quem são os agentes que mais contribuem na compra dos produtos advindos dos empreendimentos econômicos solidários. De acordo com a tabela 9, é possível concluir que o modo predominante de comercialização é a venda direta ao consumidor final (85,55%), sendo pouco expressiva a venda através dos outros canais de distribuição. É relevante considerar a comercialização feita com órgão governamental que apresenta ínfimos 14,91% dos números, salientando-se, aqui, a necessidade de políticas governamentais que estimulem a compra desses produtos, o desenvolvimento de programas neste sentido.

Além disso, apesar de termos verificado através da Tabela 8 que a principal fornecedora de matéria-prima ou insumo aos EES é a empresa privada, compreende-se que é quase irrelevante a contribuição destas empresas (8,93%) na compra dos produtos solidários. Pode-se dizer que a economia solidária fomenta o capitalismo enquanto a recíproca não é verdadeira.

Tabela 9 – Para quem é feita a comercialização

Comercialização	Sim	%	Não	%
Venda direta ao consumidor final	9.189	85,55	1.552	14,45
Venda a revendedores/atacadistas	4.149	38,63	6.592	61,37
Venda a órgão governamental	1.602	14,91	9.139	85,09
Venda para empresa (s) privada (s) de produção	959	8,93	9.782	91,07
Venda a outros EES	976	9,09	9.765	90,91
Troca com outros empreendimentos solidários	421	3,92	10.320	96,08

Fonte: Elaborados pelos autores com base no SIES (2012).

5 CONCLUSÕES

A economia solidária cria possibilidades de emprego e renda por meio dos empreendimentos econômicos solidários por meio da comercialização dos produtos fabricados pelos próprios associados. Assim, podemos observar que apesar dos princípios preconizados pela economia solidária versarem sobre a propriedade coletiva dos bens, autogestão, solidariedade entre os sócios, a principal fonte de sustento dos empreendimentos reside na comercialização a qual é predominante no mercado capitalista, onde as práticas de competição têm por finalidade conceder lucro às empresas, não sendo nem de longe solidárias, no modo de produção atual.

Apesar de a comercialização ser a principal garantia de viabilidade econômica dos EES, ela também está situada no topo dos desafios que precisam ser superados para garantir o sustento dos sócios que dependem desta prática. A dificuldade principal encontra-se na escassez de capital de giro e acesso ao crédito que esses empreendimentos estão submetidos, fato que limita a compra de matéria-prima, devendo dar preferência para aquelas que podem ser compradas a prazo e o produto comercializado precisa ser vendido à vista, ou em um prazo menor que o praticado no mercado, com o objetivo de diminuir suas dificuldades.

A relação de troca entre os empreendimentos solidários e as empresas privadas não é realizada de maneira favorável para ambos os lados, através desta relação podemos perceber a dependência que a economia solidária tem do setor privado, tendo em vista que grande parte dos insumos para fabricação dos seus produtos advém deste setor, enquanto que este mercado apresenta pouca participação na compra dos produtos comercializados pela economia solidária. Com isso, a economia solidária alimenta as empresas privadas, enquanto a recíproca acontece em menor proporção.

No mesmo sentido, a comercialização feita para órgãos governamentais ainda apresenta números baixos, que podem ser estimulados por ações concretas do governo através de políticas públicas que fomentem a compra dos produtos solidários com o objetivo de estimular o setor. Além disso, deve se pensar em alternativas que minimizem a dependência da economia solidária de empresas privadas, afinal se os princípios entre elas diferem não existe justificativa para que a economia solidária continue alimentando o sistema produtiva vigente, tendo em vista, que suas ideias divergem.

REFERÊNCIAS

BENINI, E. G. **Política educacional e educação a distância: as contradições engendradas no âmbito do trabalho docente**. Tese de doutorado. Campo Grande: UFMS, 2012.

- COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- COTERA, A.; ORTIZ, H. Comércio Justo. In: CATTANI, A.D. et al. (coord.). **Dicionário Internacional da Outra Economia**. Coimbra: Almedina, 2009.
- CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3 ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.
- FACES. 2014. Disponível em: <<http://www.facesdobrasil.org.br/comercio-justo-no-brasil/66-historico.html>>. Acessado em: 05 de jun. de 2017.
- FINE: Fair Trade Definition and Principles as agreed by FINE in December 2001.
- FLICK, U. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 3, 1995, p. 20-29.
- IASKIO, E. L. S. A economia solidária diante da concorrência capitalista: os limites econômicos da autogestão. **Emancipação**, Ponta Grossa, v. 6, n. 1, p. 119-143, 2006
- MANCE, E. A. **Redes de colaboração solidária: construindo uma nova sociedade**. IFiL, Curitiba, 2000a. Disponível em: <<http://www.ufrn.br/sites/engenhodesonhos/mediateca/artigos/economiasolidaria2.pdf>>. Acesso em 09 jul. 2017.
- MANCE, E. A. **A revolução das redes: a colaboração solidária como uma alternativa pós-capitalista à globalização atual**. Petrópolis, Vozes, 2000b.
- MARQUES, P. F. B. **Os efeitos do país de origem e comércio justo na criação de valor de marca e a sua influência na interação de compra do consumidor de café em portugal**. Tese (Doutorado em Economia) Universidade Autônoma de Lisboa, Lisboa, 2013.
- MENDONÇA, H. Comércio Justo e Economia Solidária no Brasil e o Papel da Política Pública na sua Promoção. **Revista Mercado de Trabalho**, IPEA, nº 40, nov. 2011.
- NAKANO, M. Anteg: a autogestão como marca. In: SINGER, P; SOUZA, A. R. (orgs.) **A economia solidária no Brasil: a autogestão como resposta aodesemprego**. São Paulo, Contexto, 2000, 2ed, p.65-80.
- RUTKOWSKI, J. E. **Sustentabilidade de empreendimentos econômicos solidários – uma abordagem na engenharia de produção**. Tese (doutorado) – UFRJ, COPPE, Programa de Engenharia de Produção, 2008.
- ROESCH, S. M. A. **Projetos de Estágio e de Pesquisa em Administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudo de caso**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- SCHUMPETER, J.A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1988.
- SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23 ed. São Paulo: Cortez, 2009.
- SINGER, P. A recente ressurreição da economia solidária no Brasil. In: SANTOS, B. S. D. (Org.) **Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.
- SINGER, P. A economia solidária no governo federal. **Revista Mercado de Trabalho**. IPEA, Rio de Janeiro, 24 de agosto de 2004.

TAUILE, J. R; DEBACO, E. S. **Autogestão no Brasil**: a viabilidade econômica de empresas geridas por trabalhadores. São Leopoldo: Unisinos, 2002.

VIEGAS, I. F. P. **Redes de comércio justo e solidário: organização, relação e valores**. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Econômico). 150 p. Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Economia, 2012.