



Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Departamento de Administração

Curso de Graduação em Administração à distância

LIGIA PEREIRA DE SOUSA

**Análise das contribuições de uma microempresa com
modelo de gestão social baseada nos critérios de
Comércio Justo –
Estudo de caso de uma cooperativa no DF**

Brasília – DF

2012

LIGIA PEREIRA DE SOUSA

**Análise das contribuições de uma microempresa, com
modelo de gestão social baseada nos
critérios de Comércio Justo –
Estudo de caso de uma cooperativa no DF**

Monografia apresentada a Universidade de Brasília (UnB) como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Professor Orientador: Me. Maria Neuza da Silva Oliveira

Brasília – DF

2012

Sousa, Ligia Pereira.

Análise das contribuições de uma microempresa, com modelo de gestão social baseada nos critérios de Comércio Justo – Estudo de caso de uma cooperativa no DF - Cooperativa Central do Cerrado Produtos Ecosociais / Ligia Pereira de Sousa. – Brasília, 2012.

55 f. : il.

Monografia (bacharelado) – Universidade de Brasília, Departamento de Administração - EaD, 2012.

Orientador: Prof. Msc. Maria Neuza da Silva Oliveira, Departamento de Administração.

1. Comércio Justo. 2. Economia Solidária. 3. Capital Humano. 4. Desenvolvimento Sustentável.

LIGIA PEREIRA DE SOUSA

**Análise das contribuições de uma microempresa, com
modelo de gestão social baseada nos critérios
de Comércio Justo –
Estudo de caso de uma cooperativa no DF**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de
Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília do
(a) aluno (a)

Ligia Pereira de Sousa

Maria Neuza da Silva Oliveira
Professor-Orientador

Brasília, 14 de Abril de 2012

Dedico esta pesquisa a todos que de forma direta e indireta me ajudaram a desenvolvê-lo, principalmente a minha família e ao meu Esposo Alan Teles Cristalino.

AGRADECIMENTOS

De forma singela quero agradecer com muito carinho essa pessoa guerreira e muito querida que aprendi a admirar, professora Msc. Maria Neuza. Incluo também todos os professores e profissionais da equipe de coordenação do curso que nos ajudaram a nos superar e vencer.

“O mundo está dividido entre os que aceitam a pobreza e a miséria, criando o apartheid social e sendo omissos, e os que não aceitam essa realidade” (Herbert de Souza)

RESUMO

No contexto globalizado atual, as microempresas e empreendimentos solidários desenvolvem-se e surgem a partir de inúmeros tipos de serviços e trabalhos, oriundos da inserção de novas tecnologias e novas formas de relações comerciais e empresariais. Essas novas formas relacionais minimizam os problemas internos burocráticos e adequam a organização a tipos diferenciados de gestão e dessa forma, possuem um papel importante no desenvolvimento econômico do país.

Nesse sentido, esse trabalho visa demonstrar a forma de gestão de uma cooperativa no DF que pauta sua administração na gestão social, baseando-se nos critérios de Comércio Justo e Solidários. Têm-se uma pesquisa descritiva que foi realizada com objetivos de identificar como ocorre os processos internos que asseguram melhores condições de vida e trabalho aos produtores. Utilizou-se como metodologia a realização de entrevistas semiestruturadas, todos os dados coletados foram analisados baseando-se no referencial teórico consultado. Foi possível através da pesquisa apresentar as principais concepções do Comércio Justo e principais processos de autogestão da cooperativa Central do Cerrado – Produtos Ecosociais. Quanto aos resultados obtidos pelo estudo, é possível afirmar que a cooperativa em questão possui processos organizacionais que dependem da valorização do capital humano e a mesma valoriza tal recurso de forma a instruir seus cooperados a investirem em qualificação. A instituição desenvolve ações que favorecem os meios naturais principalmente produções comunitárias, comercializando produtos sustentavelmente corretos e inserindo o conceito do uso sustentável da biodiversidade do Cerrado. Dessa forma cria-se novas direções, visões e inovações para o comércio alternativo e sociedade.

Palavras-chave: Comércio Justo, Economia Solidária, Capital Humano, Desenvolvimento Sustentável.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Algumas espécies nativas do Bioma Cerrado	26
Figura 2 - Fluxograma esquemático da estrutura político-organizacional e operacional da Central do Cerrado.	33
Figura 3 – Anexo A -Slogan e Site da Cooperativa Central do Cerrado	53

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Roteiro de realização da Entrevistas35

Tabela 2 – Tabela de critérios para inserção dos produtos nas frentes de atuação da Central do Cerrado40

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CLM – Council of Logistics Managente (Conselho de Logística)

EES – Empreendimentos Econômicos e Solidários

FACES – Plataforma do Comércio Justo e Solidário no Brasil

FAIRTRADE - Comércio Justo

FINE – Sigla para as iniciais das organizações participantes

FLO - Fairtrade Labelling Organizations International (sociedade comercial sem fins lucrativos)

ISPN – Instituto sociedade, população e natureza.

PDVs – Pontos de vendas Regionais mantidos por organizações associadas da Central do Cerrado.

PPP-ECOS – Programa de Pequenos Projetos Ecosociais.

PDVs – Pontos de vendas Regionais mantidos por organizações associadas da Central do Cerrado.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	Formulação do problema	14
1.2	Objetivo Geral	14
1.3	Objetivos Específicos	14
1.4	Justificativa	15
2	REFERENCIAL TEÓRICO	17
2.1	Conceito de Administração X Gestão Organizacional	17
2.2	Breve consideração sobre cooperativa	31
2.3	Conceito de Comércio Justo	20
2.4	História do Comércio Justo	34
2.5	Princípios do Comércio Justo	23
2.6	Considerações acerca do capital humano, social e ambiental	34
2.7	Principais conceitos e princípios de Economia Solidária	27
2.8	Algumas Considerações sobre Desenvolvimento Sustentável	28
3	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA	30
3.1	Tipo e descrição geral da pesquisa	30
3.2	Caracterização da organização, setor ou área	31
3.3	População e amostra	34
3.4	Caracterização dos instrumentos de pesquisa	34
3.5	Procedimentos de coleta e de análise de dados	34
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	36
4.1	Processos de autogestão da empresa	34
4.2	Processos de formalização socializante	42
5	CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	44
	REFERÊNCIAS	48

APÊNDICES.....	48
Apêndice A – Entrevista para coleta de informações direcionada ao gerente da cooperativa Central do Cerrado – Produtos Ecosociais	50
Apêndice B – Entrevista para coleta de informações direcionada aos funcionários da cooperativa Central do Cerrado – Produtos Ecosociais	51
Apêndice C – Entrevista para coleta de informações direcionada aos clientes da cooperativa Central do Cerrado – Produtos Ecosociais	52
ANEXOS	53
Anexo A – Slogan e site da Empresa.....	53

1 INTRODUÇÃO

Desde o início do Século XX na Europa, o mundo que em tal período estava acostumado somente a relações de comércio tradicional, se deparou com a necessidade de novas formas de comercialização, uma vez que, todas as relações comerciais tradicionais eram tidas como fomentos que não consideravam o fator humano, demonstrava imposição e deixavam de fora os demais envolvidos no processo: os consumidores, parceiros e produtores de diversos produtos como cita a Organização Internacional para Certificação de Comércio Justo *FLO-Fairtrade Labelling Organizations International*, (2006). Desde então, o impasse era o de criar, gerar oportunidades para diminuição da pobreza e fortalecer parcerias, por meio de negócios mais justos. Com o surgimento de novas formas de venda de produtos, que se deu na década de 1970 com o crescimento no setor de importações, as empresas importadoras passaram a implementar formas diferenciadas para vendas, por meio de parcerias com lojas mundiais e divulgação detalhada com a criação de catálogos, postais e grupos de solidariedade (FLO, 2006).

Tais formas de comercialização tornaram-se atraentes por garantirem a idealização dos anseios de consumidores e produtores, dando início a esse movimento de comércio alternativo que é o “Comércio Justo”. As iniciativas realizadas nas décadas seguintes serviram para delimitar o assunto, criando perspectivas futuras de crescimento com criação de políticas públicas de regulamentação nacional e internacional bem como associações, organizações e redes agentes de FairTrade, todos visando à divulgação, o controle e certificação do Comércio Justo.

As diferenças entre o comércio tradicional versus comércio alternativo, vão além de ambas realizarem relações de vendas. O principal foco nas relações de vendas quando se trata do Comércio Justo, é que as relações nesse sistema vislumbram uma renda ou trocas mais justas, suficientemente capazes de suprir necessidades básicas dos trabalhadores e produtores, enquanto no comércio tradicional os parâmetros de arrecadação de lucros são baseados em formas capitalistas.

Com o intuito de abordagem desse sistema de comércio, que é hoje pautado principalmente em países em desenvolvimento, será apresentada tal pesquisa descritiva, buscando analisar e averiguar se os consumidores estão aderindo a essa nova prática e quais os resultados práticos alcançados por uma cooperativa no Distrito Federal-DF, a Central do Cerrado – Produtos Ecosociais, bem como saber de que forma a mesma desenvolve suas atividades neste modelo de gestão social, que é o sistema também conhecido no Brasil como “Comércio ético e solidário”, e definido pelo FINE-sigla para as iniciais das organizações participantes (FLO, 2006 p.10) como:

Uma parceria comercial baseada em diálogo, transparência e respeito, que busca maior igualdade no comércio internacional. Ele contribui para o desenvolvimento sustentável ao oferecer melhores condições comerciais e assegurar os direitos de produtores e trabalhadores marginalizados – especialmente no Hemisfério Sul.

1.1 Formulação do problema

Partindo do princípio de que condições de comércio mais justo é um tema importante para as pequenas empresas e produtores de países em desenvolvimento como o Brasil, que querem a valorização de seus produtos, a valorização de seus trabalhos e uma forma ampla de comercializá-los, é que pensou-se no tema em questão, por ser um assunto que propõe iniciativas imediatas sociais e ambientais. Outra motivação para a realização dessa pesquisa, também, foi demonstrar sua atuação como fator de contribuição social para a sociedade em geral e para a gestão cooperativista, verificando como, em tal preceito, se valoriza os recursos naturais os produtores, os agricultores etc.

No Distrito Federal não seria diferente, pois, nessa região diversas empresas e cooperativas estão pautando suas atividades gerindo a distribuição e venda de produtos com certificação de comércio justo. Se por um lado está mais fácil o acesso desses produtos ao mercado mediante formas de acesso alternativo, SEBRAE (Comércio Justo - Pesquisa Mundial, 2004) por outro, o comércio justo pode aflorar o lado empreendedor dos produtores que não medem limites para se capacitarem a produzir com qualidade.

Oportuna se aqui, construir uma reflexão a cerca do significado do Sistema de Comércio Justo enquanto proposta de modelo de gestão social, partindo da afirmação em que: Comércio Justo é uma estratégia que trabalha com o desenvolvimento sustentável e combate à pobreza, buscando aqui maior esclarecimento acerca do tema, foi levantado o seguinte questionamento: Qual a contribuição que a instituição Central do Cerrado – Produtos Ecosociais, promove para a sociedade através da valorização do capital humano, social e ambiental?

1.2 Objetivo Geral

Analisar as contribuições da cooperativa Central do Cerrado – Produtos Ecosociais para o comércio justo, produtores e sociedade.

1.3 Objetivos Específicos

- Apresentar a instituição Central do Cerrado – Produtos Ecosociais;
- Descrever as principais sínteses e concepções sobre o Sistema de Comércio justo e solidário;
- Identificar os princípios e como funciona o processo de formalização socializante e autogestão da empresa;
- Diagnosticar como as ações gerenciais de autogestão da empresa se modificam para construir o seu próprio processo de desenvolvimento humano e profissional, baseado nos princípios do Comércio justo e solidário.

1.4 Justificativa

Ao analisar o ambiente interno e externo de uma empresa é importante e levado em consideração, dentre diversos fatores, aqueles que dizem respeito aos temas organizacionais, um deles seria a sua cultura organizacional.

Para Tamayo (et al, 2000, p.02) o estudo da cultura é importante “por considerar que ela é determinante do desempenho individual, do desempenho no trabalho e da produtividade da empresa.”

Visto isso, a motivação para a escolha do tema desse trabalho partiu da curiosidade sobre a forma que empreendimentos solidários e econômicos se organizaram com a criação de uma nova cultura motivacional com atividades humanas/profissionais socializantes e solidárias, e como tais produtores/trabalhadores fazem e se organizam entre si.

Dessa forma, pretende se contribuir com esse estudo para o entendimento da prática dos critérios do Comércio Justo em uma cooperativa, e difundir tal relação de dinâmica institucional auto-gerida focando-a, para uma discursão conceitual do assunto.

Se por um lado, a escolha por tal tema de trabalho foi motivada pelo crescimento da oferta de produtos que possuem Certificação de Comércio Justo, que nos remete ao pensamento de que estamos beneficiando pessoas através da justiça social, motivando nova forma de economia, de outro, a busca por demonstrar que este pode ser um novo caminho de gestão empreendedora, que além de promover o desenvolvimento é capaz de gerar oportunidades de negócios voltados à valorização da mão-de-obra e capital humano e relações de comercio transparentes.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Conceito de Administração X Gestão organizacional

A administração nos novos tempos e desde seu principio tornou-se um instrumento aliado ao desenvolvimento das instituições, auxiliando no controle, coordenação, organização, planejamento de materiais e de pessoas.

São diversos os conceitos que a definem não só como instrumento de grande importância para as organizações e seus líderes, mas também, como ciência social conforme descrito por Chiavenato (2012). Administração não significa executar tarefas ou operações, mas fazer com que elas sejam executadas por outras pessoas em conjunto e de maneira satisfatória e que traga resultado. Na realidade, a administração não é uma ciência exata, mas uma ciência social, pois ela lida com negócios e organizações basicamente através de pessoas e conceitos.

Pela própria conceituação de ciência social nota-se, que abrange nesse conceito outras formas de atuação empresarial, estando incluso a agregação de valores e a correlação entre o desempenho de ações sociais voluntárias em diversos setores de organizações corporativas, com a preocupação em desenvolver em suas empresas a “Responsabilidade social” que é motivada pelo interesse em combater os problemas sociais e ambientais. Com tal correlação nota-se que os valores sociais que remetem à pratica de ações sociais estão relacionados a nova mentalidade consciente da sociedade. Nota-se grande envolvimento empresarial de pequenas, médias e grandes empresas que viram nessas ações um diferencial competitivo que pode proporcionar grandes benefícios. Para Cheibud e Locke (2002), tais nuances não importam muito e é difícil, senão impossível, estabelecer as motivações reais das ações sociais das empresas no envolvimento com Responsabilidade Social.

Conforme constatado pelo Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (Ipea) há poucos anos, quase sete em cada dez empresas haviam feito uma ação

social voluntária (PELIANO, 2006). Mediante esse quadro, no empresariado brasileiro nota-se a importância da visão administrativa no corporativismo social e gestão estratégica de pessoas, assumindo uma posição de participante ativa da modernização do panorama econômico social e ambiental.

Tratando-se de Gestão Organizacional nas empresas, Peter Drucker (2002) cita que, gestão organizacional pode significar, entre outras coisas, permitir que um indivíduo de excelente atuação empresarial realize livremente seu trabalho, sendo que a gerência da organização deve exercer sua autoridade para garantir a coordenação das atividades, de forma a alcançar bons resultados econômicos.

Em se tratando dessa aplicação sistemática de execução de atividades a Gestão Organizacional trata não somente de gestão de pessoas e dos processos na organização, mas também, dos componentes de gestão que englobam desde rotinas diárias, cultura, estratégias até a utilização das principais funções administrativas que são: planejar, organizar, controlar e dirigir todos os recursos da organização.

Segundo Rocha (1987, p. 165):

O processo organizador é um modelo sistemático baseado em métodos lógicos e científicos para resolver problemas existentes em uma empresa. São fatores indispensáveis para a aplicação correta das técnicas utilizadas no Processo Organizador conhecimentos amplos sobre a Teoria da Organização e da Administração, pois, sem eles, dificilmente, trabalhos afetos à criação ou constituição de uma entidade (Organização) ou modificação ou reforma do projeto (Reorganização) poderão ser satisfatoriamente levados a efeito.

A gestão organizacional administrada na empresa objeto de estudo, é baseada na Gestão democrática com processos participativos de decisão e práticas de manejo sustentáveis e socialmente justas.

2.2 Breve consideração sobre cooperativa

O cooperativismo, segundo Rech (2000, p. 22) é uma iniciativa autônoma caracterizada por possuir dupla natureza, sendo simultaneamente uma entidade social (um grupo organizado de pessoas) e uma entidade econômica (uma empresa financiada, administrada e controlada comunitariamente), tem por objetivo principal a utilização direta dos próprios associados para adquirir recursos para prover bens e serviços que necessitam e que não conseguem obter individualmente em condições semelhantes.

Segundo Singer (1999) o conceito de cooperativa surgiu no final do século XVI no período de pré Revolução Industrial, no qual ocorreram grandes movimentos de trabalhadores contra as fábricas e suas máquinas. Para diversos autores, ela representa a junção de forças individuais afim de um objetivo em comum a todos, uma cooperação se baseia na solidariedade, melhores condições de vida, justiça social etc.

No Brasil seu surgimento deu-se a partir de 1891, logo em seguida foram criadas as leis de regulamentação, tais como, Lei nº 5.764 de 1971 (define a Política Nacional de Cooperativismo, institui o regime jurídico das sociedades cooperativas, e dá outras providências) e, as normas das Cooperativas Sociais ou Lei de Cooperativas Sociais (dispõe sobre a criação e o funcionamento de Cooperativas Sociais, visando à integração social dos cidadãos, conforme especifica), Brasil (1971).

A Lei conceitua ainda que os critérios e finalidades de uma cooperativa são diferentes de outras, por uma cooperativa possuir características que visam à integração social e possui singularidades. Pelo próprio conceito legal que é citado na Lei nº 5.764, Art. 4º, Brasil (1971), temos:

As cooperativas são sociedades de pessoas, com forma e natureza jurídica próprias, de natureza civil, não sujeitas à falência, constituídas para prestar serviços aos associados, distinguindo-se das demais sociedades pelas seguintes características:

I - adesão voluntária, com número ilimitado de associados, salvo impossibilidade técnica de prestação de serviços;

II - variabilidade do capital social representado por quotas-partes;

III - limitação do número de quotas-partes do capital para cada associado, facultado, porém, o estabelecimento de critérios de proporcionalidade, se assim for mais adequado para o cumprimento dos objetivos sociais;

IV - insensibilidade das quotas-partes do capital a terceiros, estranhos à sociedade;

V - singularidade de voto, podendo as cooperativas centrais, federações e confederações de cooperativas, com exceção das que exerçam atividade de crédito, optar pelo critério da proporcionalidade;

VI - quorum para o funcionamento e deliberação da Assembléia Geral baseado no número de associados e não no capital;

VII - retorno das sobras líquidas do exercício, proporcionalmente às operações realizadas pelo associado, salvo deliberação em contrário da Assembléia Geral;

VIII - indivisibilidade dos fundos de Reserva e de Assistência Técnica Educacional e Social;

IX - neutralidade política e indiscriminação religiosa, racial e social;

X - prestação de assistência aos associados, e, quando previsto nos estatutos, aos empregados da cooperativa;

XI - área de admissão de associados limitada às possibilidades de reunião, controle, operações e prestação de serviços.

2.3 Conceito de Comércio Justo

Em todas as decisões tomadas em grandes e pequenas organizações esta presente a área de gestão de pessoas, pela sua grande importância. Para que todos os processos organizacionais sejam desenvolvidos, é necessário a valorização do desenvolvimento humano através da busca e valorização de talentos.

Dessa forma, se *“gestão é o ato de gerir ou funções do gerente”* Ferreira (2000) cita que, gerir pessoas significa, também, valoriza-las e estimular o seu

desenvolvimento como ser humano, tal valorização é também uma das características do Comércio justo.

Segundo Huybrechts e Defourny (2011, p.48), a definição mais aceita por profissionais e acadêmicos, é a definição apresentada pelo FINE - sigla para as iniciais das organizações participantes:

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 de conscientização e em campanhas para mudanças nas regras e práticas tradicionais do comércio internacional. (FINE, 2001)

Diversos conceitos escritos por vários autores mencionam o Comércio Justo como sendo nova forma de relações comerciais e o que tais conceitos refletem explicitamente sobre o mesmo, é a essência da não exploração humana. Para o FACES - Plataforma do Comércio Justo e Solidário no Brasil (2007), e órgão que fomenta a ampliação das relações comerciais de base solidária em nosso país o Comércio Justo é:

O fluxo comercial diferenciado, baseado no cumprimento de critérios de justiça e solidariedade nas relações comerciais, que resulte no protagonismo dos Empreendimentos Econômicos e Solidários (EES) por meio da participação ativa e do reconhecimento da sua autonomia. FACES do Brasil (2007, p.04).

2.4 História do Comércio Justo

Sobre a história e início de tal movimento, a *Fairtrade Labelling International Organizations* (2006), descreve que se iniciou na Europa em meados do Século XX, onde havia grande necessidade de criar e gerar negócios visionários que fossem mais justos para os consumidores, que diminuísse a pobreza e ampliasse as

parcerias visando à criação de um ambiente comercial diferenciado com parcerias entre todos os envolvidos no processo de confecção do produto e comercialização. A proposta inicial era a de mudar a comercialização tradicional por uma comercialização focada nas relações de trocas mais justas, atendendo não somente as necessidades básicas dos consumidores, mas também, dos produtores, trabalhadores e fornecedor final.

A partir da década de 1970 teve-se grande crescimento das organizações importadoras, surgindo à necessidade de utilização de outras formas para venda dos produtos por meio de lojas mundiais catálogos e postais. Nesse mesmo período surgiu a necessidade de desenvolvimento de políticas de regulamentação para definição de preços mundiais, (FLO, 2006).

Devido a tais acontecimentos surgiram diversas organizações com propostas de serviços através do comércio alternativo que se iniciou em vários países em 1964, 1967 e 1975. Nas décadas seguintes, 1980 e 1990, foram formadas as redes agentes *Fairtrade* que passaram a agrupar produtores, comerciantes etc., sendo elas a Associação Europeia de Comércio Justo e Organizações Internacionais de Certificação de Comércio Justo dentre outras (FLO, 2006).

Em 1997 para que os consumidores do mercado principal identificassem os produtos do Comércio Justo, foram promovidos diferentes certificados pelas Organizações Não Governamentais - ONGs e sindicatos. Porém, as organizações de certificação se juntaram formando a *Fairtrade Labelling International Organizations*, que se tornou única para organizar tal atividade, catalogando as organizações produtoras, definindo padrões, princípios e monitoração das transações comerciais do Comércio Justo, e acabou por introduzir a nova marca o Selo de Certificação da FLO que é o *FAIRTRADE*.

Com o crescimento dos produtos com Certificação Comércio Justo a FLO se preocupou em criar um padrão de certificações que fossem reconhecidos mundialmente, então, criou-se a *FLO Certification of Social-Economic Development GmbH* (FLO Certificação de Desenvolvimento Sócio-Econômico Ltda.), ou *FLO Cert. Limited* (FLO Certificação Ltda.) que opera com a *International Standard for Certification Organizations* (ISO 65) conforme (FLO, 2006).

Existem também diversos grupos agentes que são formados por grupos de interesse que compõem a certificação de Comércio justo, sendo os mais importantes: os produtores, os negociantes, as Iniciativas Nacionais de Certificação (também como representantes indiretas dos consumidores), as redes de Comércio Justo, os parceiros da FLO. O foco Comércio Justo são os pequenos produtores, o escopo geográfico que sinaliza para a limitação da certificação que é apenas aos países desenvolvidos, FLO (2006).

2.5 Princípios do Comércio justo

Mediante as regras de regulamentação das diretrizes que norteiam o Comércio Justo, são sete os princípios do Comércio Justo apresentados pelo FACES - Plataforma do Comércio Justo e Solidário no Brasil. Tais princípios¹ são:

1) Fortalecimento da democracia e autogestão

Deve haver respeito à liberdade de organização, opinião e identidade cultural em atividades relacionadas à produção.

2) Condições justas de produção e trabalho;

Respeito aos diversos atores envolvidos em atividades relacionadas à produção, agregando valor visando à sustentabilidade econômica, socioambiental e a qualidade do produto.

3) Apoio ao desenvolvimento local em direção a sustentabilidade;

Comprometimento com o bem-estar socioeconômico e cultural da comunidade, com promoção de ações de inclusão social geradoras de renda e trabalho.

4) Respeito ao meio ambiente;

Fazer uso de práticas responsáveis que obedecer o ponto de vista socioambiental.

¹ Faces do Brasil – Cartilha “O Comércio Justo Solidário no Brasil” (2007, p.17)

5) Respeito aos direitos da mulheres, crianças, grupos étnicos e trabalhadores;

Garantir a não discriminação entre todos.

6) Garantia de informação ao consumidor

Primar pela transparência pelo respeito aos direitos dos consumidores e pela educação ao consumo responsável.

7) Estimulo a integração de todos os elos da cadeia produtiva.

Garantir a aproximação entre todas as pessoas e entidades a ela ligada.

2.6 Considerações acerca de capital humano, social e ambiental

Diante do surgimento de grandes problemas sociais e desigualdades que só aumentam em nosso país, nota-se que, surge também a necessidade de emergir o desenvolvimento socioeconômico que é um processo transformador social, dependente da junção dos capitais existentes nos diversos ramos de estudo da vida humana. São várias as espécies de capitais existentes: capital físico, cultural, produtivo, natural, financeiro, humano, social, ambiental etc.

O capital humano diz respeito ao nível de conhecimento intelectual ou investimento neste para geração de conhecimento e autoestima de determinada população, (Romer *apud* Souza, 1996, p. 297).

Para Sandroni (1994, p.41)

capital humano é o conjunto de investimentos destinados à formação educacional e profissional de determinada população. (...) O termo é utilizado também para designar as aptidões e habilidades pessoais que permitem ao indivíduo auferir uma renda. Esse capital deriva de aptidões naturais ou adquiridas no processo de aprendizagem. Nesse sentido, o conceito de capital humano corresponde ao de capacidade de trabalho.

Já o capital social está relacionado à confiança, ao grupo e é definido por sua função nas relações interpessoais. Coleman explica que, não é materializável, mas é fundamental.

Capital social é produtivo, tornando possível a realização de alguns objetivos que não poderiam ser alcançados na sua ausência. Como capital físico e capital humano, capital social não é totalmente negociável, mas o é em relação a atividades específicas. Uma dada forma de capital social que é valioso facilitando certas ações, pode não ter valor ou mesmo ser prejudicial para outras ações. Diferentemente de outras formas de capital, o capital social herda a estrutura de relações entre as pessoas. Ele não está alojado nem em indivíduos nem em infraestrutura produtiva ...capital humano é criado mudando pessoas, dando-lhes habilidades que as tornam capazes para agir em novos ambientes. Capital social, por sua vez, é criado quando as relações entre pessoas mudam de forma que facilita a ação. Capital físico é totalmente palpável, estando incorporado em formas materiais observáveis; capital humano é menos materializável, estando incorporado em habilidades e conhecimentos adquiridos pelo indivíduo; capital social é ainda menos palpável, porque está incorporado nas relações entre as pessoas. (COLEMAN, 1994, p. 303-4).

O capital ambiental pode ser entendido como enfoque determinante modificador de ambientes organizacionais, possibilita influenciar e preservar através de diversos fatores todas as regras oriundas dos processos globais de mudanças. Ao explicar como é definido o capital ambiental, Cavalcanti, Gomes & Pereira (2001, p. 56) define bem seu conceito:

O capital ambiental é definido como o conjunto de fatores que descrevem o ambiente onde a organização está inserida. São fatores expressos pelo conjunto das características socioeconômicas da região (nível de escolaridade, distribuição de renda, taxa de natalidade etc.), pelos aspectos legais, valores éticos e culturais (por exemplo, o empreendedorismo), pelos aspectos governamentais (grau de participação do governo na economia, estabilidade política) e pelos aspectos financeiros, como o nível da taxa de juros e a existência de mecanismos adequados de financiamento à produção. [...]

O autor acima mencionado, também cita que tal capital deve ser considerado e monitorado, visando a excelência da gestão do conhecimento na organização. Estamos vivenciando momentos em que o capital ambiental esta sendo muito valorizado, onde os recursos naturais estão em foco nas organizações diversas e torna-se necessário a responsabilidade do uso correto das paisagens naturais e biodiversidade.

A valorização e comprometimento na preservação sustentável dos recursos naturais, principalmente do Bioma Cerrado é um dos principais desafios da cooperativa Central do Cerrado, nela têm-se diversos produtos comercializados com frutos específicos do Bioma Cerrado que vem sendo muito ameaçado por extinções, e tal risco de extinção ocorre não somente com a flora como, também, a fauna.

Em relação à flora o Bioma Cerrado, apresenta mais de 12 mil espécies descritas (MENDONÇA, et al., 1998). São fruteiras, como: Baru, o araticum, a mangaba, a cagaita, a faveira, pequi, a mama-cadela, pimenta de macaco, gonçalo alves, murici, o buriti, jatobá dentre outros.

A figura 1 abaixo mostra algumas dessas espécies nativas encontradas nesse Bioma Cerrado.

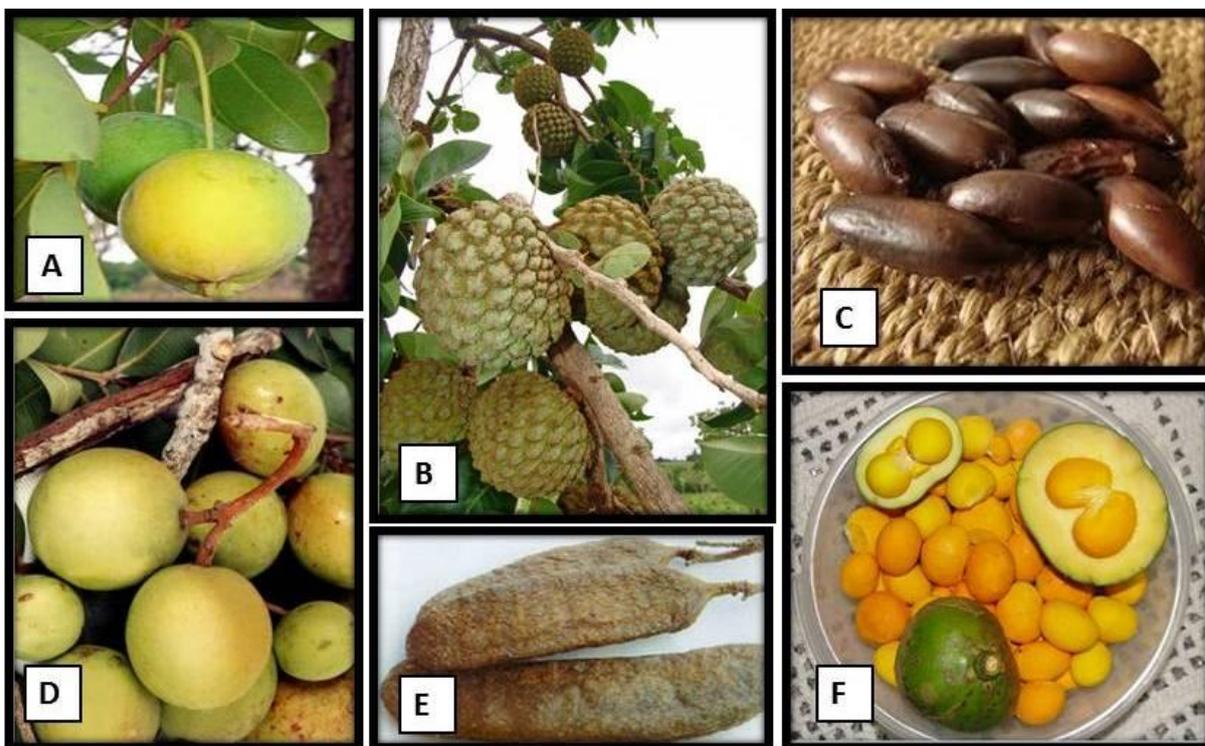


Figura 1 – Algumas espécies nativas do Bioma Cerrado: **A**-a cagaita (*Eugenia dysenterica*), **B**- o araticum(*Annona crassiflora*), **C**-o baru(*Dypterix alata vog*), **D**-a mangaba(*Harconia speciosa*), **E**-a faveira(*Dimorphandra mollis*), **F**-o pequi(*Caryocar brasiliense*) Fonte: MENDONÇA, et al., 1998

O crescimento desordenado da população, os agronegócios e os incêndios causados pelo homem regridem o bem estar desse complexo vegetacional e é tendencioso ao sumiço de espécies de frutos tão importantes para nosso consumo.

2.7 Principais conceitos e princípios de Economia Solidária

A economia solidária é uma formulação elaborada a partir de experiências econômicas significativas que apresentam traços constitutivos de solidariedade, mutualismo, cooperação e autogestão comunitária, conservando uma racionalidade distinta das outras realidades econômicas (RAZETO, 1993). Perante tal preceito e sobre a não burocratização de atividades que impõe a Economia Solidária, entende-se que as regras em tal modelo devem estar voltadas a ação coletiva de atividades. É possível incitar perante tais conceitos, que a Economia Solidária esta fora do padrão atual de hierarquia, pois nesse modelo de economia todos têm direitos de decisões e elaboração de atividades coletivas iguais.

Para outros autores sua maior diferença esta na inserção do trabalhador em todos os processos organizacionais e produtivos da organização, sem distinções de ganhos. França Filho (2002) cita que, a maior diferenciação da Economia Solidária e a Capitalista, é dada por o envolvimento dos trabalhadores no processo de decisão, onde deteém posses e direitos iguais para o caso de ganhos ou perdas, sem distinção. Neste sentido, suas experiências indicam a junção das noções de iniciativa e mutualidade e sugerem a inscrição da solidariedade no centro da elaboração coletiva de atividades econômicas.

Laville e Roustang (1999) descrevem que, o conceito de economia solidária proporciona uma ênfase sobre o desejo primeiro da economia social, na sua origem de evitar o fosso entre o econômico, o social e o político, pois é na articulação destas três dimensões que se situa o essencial da economia social ou solidária.

A despeito do socialismo utópico ou o Marxista e do atual capitalismo ocidental, surge o conceito de economia solidária como uma terceira via de elaboração de relacionamento de produção entre empregadores, trabalhadores e demais membros do coletivismo social. Para Razeto (1993) a economia solidária é uma formulação elaborada a partir de experiências econômicas significativas que apresentam traços constitutivos de solidariedade, mutualismo, cooperação e autogestão comunitária, conservando uma racionalidade distinta das outras realidades econômicas.

Em outras palavras, tal prática envolve no estabelecimento um vínculo de união, cooperativismo associado ao coletivo e solidariedade, tornando-se um diferencial dos moldes de visão globalizada da sociedade que visa à competição constante entre produtos, marcas e tudo que se refere ao meio gerencial e para os empreendimentos regidos por essa forma de autogestão. Há uma junção de forças para formar uma sociedade civil organizada e riqueza coletiva pois há cooperação nas fases de produção de mercadorias e posse dos mesmos.

As praticas de produção que se centralizam na solidariedade não deixam de ser vistas como forma de aumento de renda das pessoas e estímulo ao crescimento baseado no cooperativismo (uma vez que, tudo que se produz é de posse coletiva dos que trabalham na produção). Surgiu a partir da primeira metade do século XIX através de iniciativas de trabalhadores que lutam e são não-capitalistas. No Brasil um grande precursor da Economia Solidária é o Professor de economia Paul Singer e, para ele, a economia formada por empresas que se caracterizam pela igualdade de direitos é a Economia Solidária.

Economia Solidária é um modo de organizar atividades econômicas de produção, consumo e poupança/crédito que almeja completar as igualdades de direitos entre os que se engajam nestas atividades. Empreendimentos solidários são auto gestionários, o que significa que neles todas as decisões são tomadas pelos membros ou por pessoas eleitas que os representam. A economia solidária é essencialmente associativa, ou seja, todos são sócios, sendo incompatível com relações assimétricas, como as que se desenvolvem entre patrões e empregados (SINGER, 2003, p. 01).

2.8 Algumas considerações sobre Desenvolvimento Sustentável

As organizações atuais estão a buscar além de resultados econômicos, por atitudes socialmente responsáveis que atendam as necessidades básicas socioambientais da sociedade. Para Souza (2000, p.2) desenvolvimento sustentável é aquele que atende as necessidades sem comprometer as gerações futuras a atenderem as suas próprias necessidades. Em auxílio a essa busca por atitudes

socialmente responsáveis e observância ao que é sustentavelmente correto, surgiu também as suas dimensões. Tais dimensões foram apresentadas inicialmente por Ignacy Sachs (1993, p. 37) sendo as cinco dimensões da sustentabilidade, conceituando-as como dimensões: social, econômica, ecológica, espacial e cultural.

Mais recentemente, tais dimensões também vieram a ser citadas pelo o *Relatório Brundtland* (1992) em síntese, o conceito de desenvolvimento sustentável é composto por três importantes dimensões que são seus componentes do desenvolvimento sustentável, a saber: a econômica, a social e a ambiental.

Em outras palavras, o desenvolvimento sustentável seria uma forma de preservar e manter o capital natural, para que gerações futuras não sofram com a falta de recursos naturais essenciais para a sobrevivência de todas as espécies. Todas as iniciativas que preservem tal conceito envolvem questões de conscientização para que o envolvimento da sociedade seja constante, uma vez que, depende da mesma toda a preservação e cuidado das fontes naturais. Conforme conceitua o relatório “Nosso Futuro Comum”, responsável pelas primeiras conceituações oficiais, formais e sistematizadas sobre o desenvolvimento sustentável de 1987, é “aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades”.

Além disso, tratar da conservação e preservação do capital natural existente em nosso ecossistema (para que o mesmo se desenvolva e progrida) demanda iniciativas de conscientização que envolvam a sociedade. Para Wackernagel & Rees (1996; CHAMBERS et al., 2000) iniciativas mais efetivas para alcançar a sustentabilidade são necessárias, incluindo-se o desenvolvimento de ferramentas que estimulem o envolvimento da sociedade civil e que avaliem as estratégias de desenvolvimento, monitorando o progresso.

Considerando os conceitos que foram apresentados, tais como: comércio justo, cooperativa, capital humano, capital social, capital ambiental, economia solidária e desenvolvimento sustentável, pode-se dizer que a cooperativa Central do Cerrado Produtos Ecosociais, procura desenvolver seus trabalhos pautados nas premissas desses conceitos por ser uma instituição de base pautada na utilização sustentável da biodiversidade do Cerrado, protagonizando a inclusão e promoção de iniciativas comunitárias de produção.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

3.1 Tipo e descrição geral da pesquisa

Método científico de pesquisa são procedimentos metodológicos utilizados no trabalho científico. Podem ser escolhidos a partir da conjectura do problema, da elaboração das hipóteses e da delimitação do tema ou da amostra. Deste modo, a escolha do procedimento metodológico usado, encontra-se ligada de modo direto com o problema a ser analisado (Marconi & Lakatos, 1991). De modo amplo, pode-se dizer que, método científico de pesquisa, é um conjunto de passos específicos e claros determinados pela obtenção de conhecimentos, passos estes aceitos pelas pessoas que estudaram e militaram na área em que foi realizada a pesquisa (Selltiz et alii, 1974).

Técnica de pesquisa é considerada por Gil (1991) como procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos. Trata-se de regras, objetivos e instrumentos que irão auxiliar na pesquisa.

Para levantamento dos dados, nessa pesquisa utilizou-se da metodologia qualitativa, pois pautará dados que ajudarão a discriminar o envolvimento de cada entrevistado na utilização ou prestação de serviços à Central do Cerrado, buscando visualizar a gestão no contexto da Economia Solidária e compreender os detalhes complexos de como ocorrem suas atividades diárias, dada as abordagens a serem apresentadas na pesquisa em seus objetivos específicos.

Foi abordado inicialmente um levantamento bibliográfico e além desse, foi utilizado instrumento predefinido de abordagem individual que é a entrevista semiestruturada, com perguntas predefinidas perceptíveis e necessárias ao entendimento e foco almejado.

3.2 Caracterização da organização, setor ou área

Tal estudo tem como parâmetro de pesquisa a cooperativa Central do Cerrado – Produtos Ecosociais.

A Central do Cerrado atua no Distrito Federal no mercado regional e internacional com distribuição e venda de diversos produtos processados por agricultores, também presta serviços específicos alimentícios para grupos de consumo. Segue um resumo de sua descrição conforme dados fornecidos pela própria instituição (Release, setembro 2010 p. 1-3).

A Central do Cerrado foi estabelecida em 2005 por 19 organizações comunitárias que desenvolvem atividades produtivas a partir do uso sustentável da biodiversidade do Cerrado. Funciona como o braço comercial desses empreendimentos comercializando produtos como a castanha de baru, pequi em conserva, farinha de jatobá, polpas de frutos nativos do Cerrado (mangaba, cagaita, murici, araticum, etc), artesanatos com fibras vegetais (capim dourado, palhas, cerâmicas), entre outros artigos.

A Central do Cerrado surgiu a partir de inúmeras discussões entre os grupos apoiados pelo PPP-ECOS que em geral demonstravam capacidade de produção com qualidade e em quantidade, porém, com dificuldades para escoamento desta produção, sendo estabelecida com base nos seguintes critérios e princípios:

- Entidade apoiada pelo Programa de Pequenos Projetos Ecosociais (PPP-ECOS);
- Entidades com linha de produção desenvolvida (histórico de produção);
- Organização com espaço apropriado para beneficiamento da produção;
- Gestão democrática com processos participativos de decisão;
- Organizações com práticas de manejo sustentáveis e socialmente justas;
- Produtos e qualidade com dificuldade de escoamento da produção.

Atualmente a Central do Cerrado está constituída como uma cooperativa de segundo grau estabelecida com 12 organizações comunitárias, porém comercializa

produtos de 35 organizações comunitárias de sete (7) estados brasileiros (MA, TO, PA, MG, GO, MS e MT).

A Central do Cerrado opera dentro dos princípios e conceitos do Comércio Justo e Solidário, tendo como objetivo promover a inclusão social através do fortalecimento das iniciativas produtivas comunitárias que conciliam conservação do Cerrado com geração de renda e protagonismo social.

A gestão da Central do Cerrado é planejada pelos empreendimentos associados (organizações comunitárias) através de assembléias e reuniões do conselho administrativo e fiscal. A Central do Cerrado possui um escritório operacional de comercialização em Brasília que funciona como uma ponte entre empreendimentos comunitários e os consumidores.

Com a formalização jurídica em 2010 e a orientação clara do Plano de Negócios elaborado para o triênio 2010-2013, uma nova fase de trabalho é iniciada abrindo as perspectivas de estruturação de negócios em outras frentes de mercado, antes não exploradas devido ao grau de informalidade.

Atuando com universo de mais 250 itens de produtos desenvolvidos pelas comunidades associadas ou parceiras, a Central do Cerrado desenvolveu uma estratégia de mercado bastante diversificada de acesso aos mercados para conseguir atender as diferentes condições de escala e aprimoramento desses produtos. Neste sentido este projeto visa apoiar a implementação de esforços comerciais para inserir os produtos ecossociais através das seguintes frentes de atuação:

Varejo

- Venda direta no espaço físico da Central
- Venda direta em feiras e eventos
- Cestas temáticas (Páscoa, Natal, Dia dos Namorados, etc)
- Coquetéis e Lanches Ecossociais
- Cestas Solidárias de Produtos Sustentáveis (ação junto aos ministérios)
- Venda por e-commerce (página na internet)

- Pontos de Vendas Regionais mantidos por organizações associadas da Central do Cerrado (PDVs)

Atacado

- Restaurantes de alta gastronomia
- Estabelecimentos comerciais (empórios, lojas de produtos naturais, mini-mercados, etc)
- Estabelecimentos do comércio justo no Brasil e exterior
- Venda para indústrias
- Venda de produtos através de parcerias com outras redes de comercialização
- Venda dos produtos de uma entidade por outra entidade da Central no seu mercado local/regional

A figura numero 2, apresenta o organograma da Central do Cerrado com o indicativo dos departamentos comerciais.

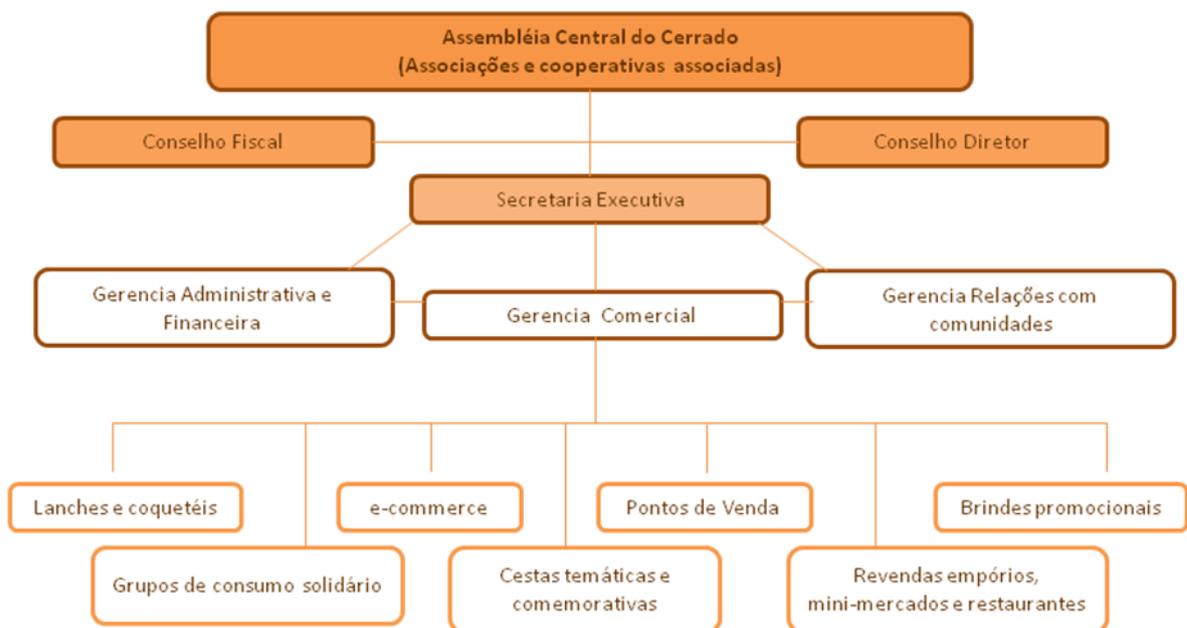


Figura 2 – Fluxograma esquemático da estrutura político-organizacional e operacional da Central do Cerrado com respectivas frentes de atuação no mercado

Fonte: Associações e Cooperativas associadas à Central do Cerrado em Assembléia. **Release da Cooperativa Central do Cerrado Ltda**, 2010. 03f.

3.3 População e amostra ou participantes do estudo

A abordagem será aplicada à população participantes do estudo que consistirá:

- Dirigente ou gerente responsável pelas atividades organizacionais da empresa;
- Grupo de 03 a 06 pessoas pertencentes à instituição, no próprio espaço físico da Central – produtores, funcionários etc.;
- Grupo de 05 a 10 pessoas clientes comuns consumidores e/ou donos de estabelecimentos que comprem os produtos da cooperativa.

3.4 Caracterização dos instrumentos de pesquisa

Será instrumento de pesquisa a aplicação de Entrevistas semiestruturadas conduzidas com questões formuladas para tal propósito. Pretende-se demonstrar o grau de satisfação e envolvimento dos entrevistados com a atuação da instituição Central do Cerrado – Produtos Ecosociais e sua funcionalidade na prática.

Deste modo, o estudo busca verificar se todos os envolvidos nas relações têm a mesma percepção quanto aos benefícios sociais e ambientais das atividades desenvolvidas através dos critérios de Comércio Justo.

3.5 Procedimentos de coleta e de análise de dados

Para análise de dados, tendo em vista uma análise qualitativa, foi elaborado três roteiros de entrevista com perguntas distintas que suscitasse os sentidos particulares conforme o ponto de vistas de cada entrevistado.

A primeira etapa consistiu nos Encontros para as entrevistas, que ocorreram entre os dias 12 e 26/03/2012 nas Sedes das empresas envolvidas incluindo a Sede da Central do Cerrado. Também houve imprevistos e indisponibilidade de horários para alguns entrevistados e por tal motivo, nesses casos entrevista foi realizada por telefone e correio eletrônico.

A tabela numero 1 apresenta o roteiro de realização das entrevistas, conforme segue:

Tabela 1 - Roteiro de realização das Entrevistas

Central do Cerrado Produtos Ecosociais:	
- Gerente	12/03/2012
- Funcionários	26/03/2012
FUP (UnB <i>campus</i> Planaltina) – projeto Pesquisação	19/03/2012
DATERRA ECOS	20/03/2012
ISPN – Instituto Sociedade, População e Natureza	21/03/2012
Instituto Marista de Solidariedade	22/03/2012

Fonte: da própria pesquisa, 2012.

Em um segundo momento os dados foram transcritos, analisados e inseridos conforme o contexto de processos autogestionários e de formalização socializante da cooperativa, buscando-se uma compreensão às respostas dadas, a fim de ir ao encontro do objetivo da pesquisa.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para uma empresa ser bem sucedida é fundamental atender as necessidades dos clientes, investirem em seus recursos humanos e gerenciar de forma adequada o capital e trabalho realizado. “A importância das ações para manter e melhorar é tão grande que os gerentes deveriam entendê-las profundamente; a sua conceituação; os meios para conduzi-las; e os resultados que se podem alcançar” (JURAN, 1984, *apud* CAMPOS, 1992, p.17). E, com uma cooperativa não seria diferente, porém, o diferencial nessa cooperativa em questão, é que todas as atividades nela desempenhadas seguem critérios de práticas de manejo sustentáveis e socialmente justas.

Considerando-se os objetivos apresentados nesse trabalho, que é o de apresentar as contribuições da cooperativa Central do Cerrado no âmbito social e gerencial para a disseminação do Comércio Justo bem como, sua contribuição aos produtores e sociedade é o desenvolveu-se tal trabalho.

A presente pesquisa revelou alguns dados acerca do perfil de demanda mensal de consumidores da cooperativa Central do Cerrado, sendo eles:

- cerca de 20 clientes Pessoa Jurídica.
- cerca de 400 clientes Pessoa Física.

Dentre o universo do quadro de funcionários, a soma total é de 05 pessoas, sendo que, 01 é seu gerente e o restante fazem parte do quadro administrativo e operacional.

Tal pesquisa, inicialmente foi projetada para realização de entrevistas a um universo maior possível de atores, entre os funcionários da cooperativa e consumidores assíduos de seus produtos.

A abordagem previa um número total de mais ou menos 20 pessoas, porém, pelas adversidades foi concluída com um número consideravelmente menor, deu-se andamento seguindo as premissas de que uma pesquisa qualitativa exploratória tende a ser constituída conforme Goldenberg (2004, p.14) descreve:

Na pesquisa qualitativa a preocupação do pesquisador não é com a representatividade numérica do grupo pesquisado, mas com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, de uma instituição, de uma trajetória etc.

Sendo assim, dentre os entrevistados estão: 03 funcionários (01 gerente e 02 funcionários) e 04 clientes Pessoa Jurídica representados por seus integrantes.

Foram elaboradas questões semiestruturadas abertas para entrevista, onde todas visavam levantar informações segundo as diversas visões dos mais envolvidos no dia-dia da cooperativa, que são: seus gerentes, funcionários e clientes. Com as perguntas almejava-se visualizar alguns pontos dos:

- processos de autogestão da empresa e,
- processos de formalização socializante.

Dessa forma, foram dezenove (19) perguntas aplicadas, onde buscou-se respostas sobre as estruturas organizacionais e, através das respostas desses participantes foi abordado cada tópico dentro da realidade vivida na cooperativa.

4.1 Processos de autogestão da empresa.

Na visão do seu secretário executivo (gerente) que monitora todo o operacional e o seu desenvolvimento, quando questionado sobre a importância do capital humano, na pergunta 01, ele cita que a cooperativa tem como base o capital humano, e outro fator que a sustenta é a comercialização, que é o meio de gerar lucros e qualidade de vida para o cooperado que é o produtor rural, sócio das organizações que constituem a Central.

Portanto, com base nessa afirmativa, nota-se que há oportunidades para a geração do conhecimento e desenvolvimento do colaborador, e também, do associado, sendo que estão relativamente fixados à importância que o capital humano tem para fundamentar o princípio de cooperativa da organização. Ainda sobre tal questão (de forma de gestão com base no capital humano e valorização à autogestão democrática e social) os funcionários relatam que:

Pergunta 01: Do seu ponto de vista a Central do Cerrado proporciona condições de trabalho que favorece a qualidade de vida de seus funcionários?

Respostas:

“...favorece aos seus funcionários ter uma boa qualidade de vida”.

“...A Central do Cerrado oferece equipamentos e uma metodologia de trabalho para o bem estar de todos/as da equipe durante a realização das atividades”.

Com essas afirmações, confirma-se também através da pergunta 02 direcionadas a seus funcionários que, há uma valorização não somente ao capital humano como também há confiança nas ações desempenhadas por sua equipe que em ambas as respostas os entrevistados afirmam que:

“temos total autonomia para apresentarmos sugestões de melhorias para nossas atividades”

“parte das atividades sim, para alguns casos somente com autorização do gerente.”

Quando estes foram perguntados em relação ao relacionamento entre funcionários e direção, disseram que há um excelente diálogo com a direção e que na gestão da Central há ampla participação sempre integrada com a diretoria, onde o relacionamento e cooperação entre a equipe e direção são ótimos.

Das perguntas relativas aos processos de autogestão da empresa, mediante as respostas do seu gerente, observa-se que a cooperativa Central do Cerrado é sustentada pela comercialização de produtos e serviços, onde o capital arrecadado é dividido conforme as indicações da autogestão e Comércio Justo. Essa prática vai de encontro às reflexões de Viana (2006), autogestão é um modelo de organização onde todos participam da direção e dos resultados obtidos, e conforme princípio do Comércio Justo apresentados pelo FACES - Plataforma do Comércio Justo e Solidário no Brasil - Cartilha “O Comércio Justo Solidário no Brasil” (2007, p. 04), temos que; deve haver, autogestão, respeito à liberdade de opinião, de organização e de identidade cultural, em todas as atividades relacionadas à produção e à comercialização justa e solidária.

O lucro da cooperativa é dividido de uma forma onde mais ou menos 70% são repassados aos produtores e o restante à Central que administra conforme as despesas diárias. Quando as organizações comunitárias associadas à Central do Cerrado oferecem um produto a ser comercializado, inicia-se aí uma avaliação criteriosa dos produtos e qual será sua posição à venda no comércio, ou seja, quais que estarão à linha de frente para serem comercializados.

A resposta dada pelo gerente mostra como se dá tal avaliação e esclarece como isso é feito:

Pergunta 06: Quais critérios são utilizados pelos dirigentes para escolher os produtos a serem comercializados? Como se dá esse processo (forma de obtenção do produto para venda e pagamento ao produtor)

Resposta: “Tem produtos que não podem ser comercializados, pois não tem registros sanitários legais. Mas, os critérios são de mercado (o grupo tem que atender o que o mercado exige) e tem critério de legislação (registros fiscais, sanitários, Notas Fiscais etc.). No começo, os critérios não eram definidos, pegava-se qualquer produto da organização e ia comercializar desde que o produto tivesse qualidade, produzido de forma coletiva e que fosse da associação e não do associado então, a gente trabalha para fortalecer processos coletivos. Nossos grupos não têm interesse em apresentar produtos ruins, visitamos e conhecemos como é produzido para oferecer produtos de qualidade e não prejudicar a imagem da Central. Os principais critérios são os de prática e por pertencerem as: Entidade apoiada pelo Programa de Pequenos Projetos Ecosociais (PPP-ECOS); Entidades com linha de produção desenvolvida (histórico de produção); Organização com espaço apropriado para beneficiamento da produção; Gestão democrática com processos participativos de decisão; Organizações com práticas de manejo sustentáveis e socialmente justas; Produtos e qualidade com dificuldade de escoamento da produção”.

Além desses pontos apresentados os dirigentes da Central também visitam a comunidade para checar informações sobre a forma que tal produto é fabricado. Recentemente, na última assembleia que ocorreu no mês de março de 2012, foram levantados e instaurados outros pontos importantes, conforme mostra a tabela numero 2.

Tabela de critérios para inserção dos produtos nas frentes de atuação da Central do Cerrado

Critério / frente de atuação	Feiras e eventos	Lanches e eventos da Central	Loja virtual e varejo na Central	Gôndolas da Central e atacado para revenda	Encomendas para empresas e indústrias
Qualidade geral	✓	✓	✓	✓	✓
Apresentação e acabamento do produto	✓	✓	✓	✓	✓
Escala de produção				✓	✓
Regularidade de oferta				✓	
Nota Fiscal	✓	✓	✓	✓	✓
Registro Sanitário			✓	✓	✓
Embalagem primária resistente	✓	✓	✓	✓	
Rótulos com informações completas (marca, nome produto, CNPJ, endereço, data fabric/valid, n. lote, inf. nutricionais, peso bruto/líquido, ind. brasileira, reg. sanitário do produto, ingredientes)			✓	✓	
Código de barras				✓	
Prazo de validade longo				✓	
Embalagem secundária padronizada				✓	✓
Agilidade de resposta para a Central		✓	✓	✓	✓
Logística de transporte resolvida		✓	✓	✓	✓
Agilidade na entrega do produto		✓	✓	✓	✓

Fonte: Associações e Cooperativas associadas à Central do Cerrado em Assembleia. Tabela critérios para produtos por frente de mercado.

Tais ações são de grande importância tanto a Central do Cerrado (que monitora a veracidade de informações sobre os produtos e exploração dos meios naturais) como aos consumidores finais dos produtos, por garantir a excelência dos serviços prestados pela Central do Cerrado e qualidade.

Um dos grandes desafios na gestão tanto de uma cooperativa, quanto em uma empresa comum, é a logística. Definida pela organização de gestores logísticos Council of Logistics Managente (CLM), como sendo “um processo de planejamento, implantação e controle do fluxo eficiente e eficaz de mercadorias, serviços e das informações relativas desde o ponto de origem até o ponto de consumo com o propósito de atender às exigências dos clientes”.

Portanto, quanto à logística, de acordo com a gerência, é relatado que atualmente levam em consideração os pedidos, se é uma encomenda pequena ele consegue atender com um pequeno estoque que possui na Central do Cerrado ou,

se é uma encomenda grande a entrega é prevista direto de onde é produzido, segundo declarou o gerente:

“Mantemos pequeno estoque aqui para atender o dia a dia de pronta entrega, e atendemos pedidos maiores por encomendas. Nem sempre conseguimos atender aos pedidos quando é um pedido grande, daí reunimos e definimos critérios para escolher uma organização. Pegamos uma que esta começando que da conta de atender e que precisa desse cliente para alavancar, visitamos a produção para ver se consegue atender. Para atender uma encomenda em grande quantidade a central apenas media e acompanha os processos para viabilizar quem esta mais precisando de crescimento no caso da logística vai direto pra o cliente”.

Com essas e demais respostas apresentadas pelo gerente sobre a logística da cooperativa, o que nota-se é uma preocupação com o que esta sendo feito para conseguir atender as demandas e com o que ainda precisa ser feito. Esse também é um fator que promove um grau de baixo índice de satisfação aos seus clientes, mas nota-se a consciência que os mesmos têm de que a Central do Cerrado já busca uma solução, três dos quatro entrevistados que são consumidores comentaram:

Pergunta 02. O atendimento prestado pela Central do Cerrado atende suas expectativas como cliente? Caso negativo, explique.

Respostas:

“Às vezes você precisa do produto e não tem. E isto, aumenta o risco de buscar em outro fornecedor, às vezes até naqueles que não tem nenhuma preocupação social ou ambiental”.

“Acho que os estoques teriam que ser mais atualizados, mas também sei que estes produtos têm um prazo de validade relativamente curto”.

“Agora sim, antes não, pois a coisa da logística é um problema muito grande”.

De uma maneira geral percebe-se que a cooperativa cumpre seu papel de instituir formas de acrescentar valor as forças realizadas por seus cooperados e funcionários, considerando o fator de conscientização para o envolvimento com o desenvolvimento sustentável, que é o de preservar e manter o capital natural.

4.2 Processos de formalização socializante.

Nesse contexto, definimos tal processo como sendo, um fator socializante inspirado na ideia de formar e divulgar opiniões acerca do social, trocas mais justas e desenvolvimento sustentável. Embasando-se nos critérios de Comércio Justo apresentados pelo FACES - Plataforma do Comércio Justo e Solidário no Brasil, notamos que tal comprometimento deve ser contínuo pois deve haver, um comprometimento com o bem-estar socioeconômico e cultural da comunidade, com promoção de ações de inclusão social geradoras de renda e trabalho.

Então, sobre a ótica de formação socializante, notamos que o comprometimento com o bem-estar de seus associados está acima de tudo na cooperativa Central do Cerrado, em segundo lugar há uma preocupação com o bem-estar da sociedade que conforme afirma o gerente:

Pergunta 04. Em seu ponto de vista, quais os benefícios sociais que os clientes podem esperar das ações desta cooperativa?

Resposta: “Em geral os benefícios são os de consumir produtos com qualidade onde em seu processo de comercialização há um respeito ao meio natural”.

Correlacionando tal questão com a pergunta feita aos seus clientes temos que, a Central atende as expectativas de seus clientes em termos de práticas socioambientais, como se pode perceber com as respostas abaixo:

Pergunta: Você acredita que a empresa Central do Cerrado contribui para a conservação do meio ambiente oferecendo produtos ecossociais? Ela valoriza o capital humano?

Respostas:

“Sim, pois de fato, as pessoas só conservam o que conhecem e a Central ajuda bastante na divulgação de produtos diferenciados e frutos do bioma Cerrado”.

“É um dos poucos empreendimentos que segue à risca os conceitos que apresenta à sociedade”.

“Sim, e também valoriza o capital humano”.

“Sem dúvida. Na Central é muito forte os princípios da economia solidária e tem a responsabilidade de produzirem com qualidade”.

Outro fator importante que foi destacado em relação a como os clientes avaliam os serviços prestados pela Central do Cerrado, foi o de grau de aceitação pelos clientes que comercializam tais produtos. O fator social por grau de poder aquisitivo foi comentado por um cliente que compara ser baixíssimo se comparado aos produtos convencionais (diz isso não pela qualidade dos produtos, e sim pelo seu alto custo e conceitos)

Pergunta 04. Em sua opinião, é grande o percentual de aceitação deste produto pelo consumidor?

Respostas:

“O que as feiras tem me mostrado é que o público está tendo uma ótima aceitação, pois estão conhecendo produtos diferentes, inovadores e para muitos, até então desconhecidos”.

“Cabe ressaltar que acesso à informação de qualidade, a produtos bons/naturais/artesanais geralmente está condicionado ao poder aquisitivo”.

“Os clientes compram e sempre voltam para comprar de novo, acho que isto indica uma boa aceitação”.

“Sim. Inclusive é um público que já adere esse tipo de produto”.

Quanto ao incentivo recebido, o relato de seu gerente é o de que as principais parcerias são com órgãos públicos e Projetos, tais como, a Fundação Banco do Brasil e Projeto ISPN-Instituto Sociedade População e Natureza, contudo o plano futuro é o de que não seja necessário recorrer a este tipo de apoio, tornando a Central do Cerrado uma entidade autossuficiente.

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

O foco do estudo foi a Central do Cerrado através da análise realizada para destacar as contribuições desta cooperativa de produtos Ecosociais que trabalha utilizando o Comércio Justo, trazendo benefícios para os produtores e a sociedade. Foi realizada uma coleta de dados através de entrevista realizada entre os funcionários, gerente e clientes da Central do Cerrado.

O levantamento bibliográfico proporcionou um aprofundamento conceituado ao tema estudado. O Comércio Justo é baseado no diálogo, transparência e respeito, que procura uma maior equidade no comércio internacional e que contribui para o desenvolvimento sustentável ao oferecer melhores condições de comércio e assegurar os direitos dos trabalhadores e produtores marginalizados. Importante assunto atualmente discutido entre o mundo inteiro é a conservação do meio ambiente e a necessidade em preservá-lo sendo relativamente ao processo produtivo das empresas. A degradação de áreas naturais tem acarretado a destruição de ecossistemas, destruindo as espécies nativas, resultando um imenso desequilíbrio nos ecossistemas. É urgente a observância do desenvolvimento sustentável na apropriação dos recursos naturais, para garantir o futuro da humanidade no planeta e equidade social. Cada vez mais é preciso que os gestores das empresas conscientizem-se para caminhar na direção de atividades sustentáveis, evitando-se a degradação ambiental e ir à busca de um de seus pressupostos que é a equidade social. Hoje nota-se que os investidores dão maior importância às empresas que não deterioram o meio ambiente, devido principalmente, a necessidade de conservar os recursos naturais para garantir a continuidade da produção e abastecimento das sociedades futuras.

Destacou-se também a cultura organizacional onde a responsabilidade é de todos os que estão envolvidos na área organizacional da empresa, um importante passo na construção e capaz de perpetuar uma organização e acima de tudo facilita também o alimento dos interesses, sendo o primeiro item para a transformação que se faz necessário ao desenvolvimento desta organização. A cultura organizacional existe para estabelecer as normas organizacionais e dentro deste contexto as equipes trabalham de acordo com as normas impostas, respeitando cada aspecto individual de cada equipe.

Para que os processos organizacionais sejam aplicados é necessário o desenvolvimento do capital humano e sua correta utilização no meio organizacional. Uma das qualificações do comércio justo é a valorização do capital humano, e neste trabalho pode-se destacar através da pesquisa feita na Cooperativa Central do Cerrado os benefícios que esta valorização do capital humano traz importantes conquistas para uma empresa. Uma organização só terá um bom desempenho se tiver à colaboração e o comprometimento de seus funcionários. As transformações tecnológicas e empresarias são cada vez mais constantes e as pessoas precisam assumir um novo papel dentro das organizações. Com estas mudanças tecnológicas os funcionários valorizados conseguem maiores resultados e são os principais responsáveis por mudanças organizacionais. As organizações precisam ver os funcionários como colaboradores, parceiros e não simples elementos vistos separadamente. Esta nova gestão com valorização do capital humano é considerada atualmente como o grande diferencial competitivo, no qual a organização vê seu funcionário como principal cliente. Valorizando o capital humano atingem-se maiores metas e objetivos organizacionais. É necessário que os recursos humanos das organizações comecem a serem tratados como parte dela.

O mundo atual vive um momento em que novas concepções são impostas à sociedade e às empresas e estas são obrigadas a se adaptarem aos novos avanços tecnológicos se quiserem continuar no mercado tão acirrado e competitivo. Investir na valorização do capital humano pode assegurar a vantagem competitiva em um mundo instável. A motivação pessoal, a liderança e o bom desempenho são possíveis através da valorização do capital humano, alcançando assim para as organizações o retorno de investimentos e lucros.

Pelo exposto, fica evidente que o comércio justo aplicado dentro de uma gestão empresarial contribui para o desenvolvimento organizacional, atingindo vários pontos com resultados financeiros e sociais e também ambientais para a organização que decide aplicar.

Enfim, destacou-se que a Central do Cerrado é uma cooperativa onde o capital humano é valorizado através da aplicação do comércio justo em sua gestão organizacional, e as organizações de pequeno e grande porte, também, podem utilizar-se deste vasto recurso que a gestão oferece, devendo-se antes saber a melhor opção e planejar. A Central do Cerrado através da conclusão da pesquisa

levantada é uma organização aonde o capital humano vem sendo valorizado, podendo atingir maiores resultados em vendas, pois seus funcionários estão comprometidos com a organização, vestem realmente a “camisa da cooperativa”, sendo capacitados, motivados, conseguem atingir as metas e objetivos traçados. Pode-se observar, também, que são os funcionários que mostraram grande motivação em relação ao crescimento da cooperativa, ao sugerirem que passe a ter mais momentos de recreação fora do espaço de trabalho e capacitação de equipes, além, de assinalarem para grande torcida da compra de um terreno para construção de nova sede.

Os clientes da Central do Cerrado que recebem e comercializam os produtos oferecidos, estão motivados e manifestam o desejo de comprar cada vez mais, assim os novos clientes são conquistados através do compromisso da Central do Cerrado no cumprimento da entrega dos produtos oferecidos onde o cliente satisfeito contagia mais clientes para a organização. Como foi apresentado, apesar de hoje estarem conseguindo atender todos os pedidos e encomendas, sugere-se que continuamente se observe alguns pontos fracos que foram destacados, tais como: logística, regularidade no fornecimento e abastecimento de alguns produtos, informações mais precisas nos rótulos de alguns produtos (tais como o modo de usar, para que serve algum benefício que o fruto ou o produto tem para a saúde etc.). São pontos que foram destacados por alguns clientes, clientes esses que também destacarem saber do esforço e coletividades de seus gestores e funcionários para tentar minimizar e resolver tais questões.

Outro ponto importante a considerar, é a questão da vontade de crescimento financeiro para se manter sem depender de projetos de parceiros apoiadores, sendo assim por a central oferecer não somente produtos, mas, também serviços, fica sugerido a inserção de serviço de ecoturismos e circuitos de passeios ecológicos como projeto viabilizador de conscientização e renda.

Com a pesquisa houve a constatação de que os objetivos iniciais de evidenciar, identificar e diagnosticar as ações dessa cooperativa foram alcançados, e que a cooperativa Central do Cerrado – Produtos Ecosociais é muito importante principalmente aos produtores associados e, para o Bioma Cerrado.

Também é de grande importância ao Comércio Justo, pois o divulga fazendo uso de seus principais critérios e sendo assim, à sociedade que recebe através de

seus trabalhos os produtos de qualidades e desenvolvimento econômico através desse mercado diferenciado.

Porém, destaca-se que mediante o baixo número de clientes participantes da pesquisa, não permitiu a realização de uma análise tão precisa e completa quanto necessário, seria mais relevante a ampliação desse universo de entrevistados.

Finalizando pode-se refletir através desta pesquisa que a valorização do capital humano é de suma importância para o comércio justo que atualmente é uma importante ferramenta na gestão organizacional de organizações voltadas à Economia Solidária ou não que precisa e quer manter-se no ranque competitivo que vivemos atualmente, onde os avanços tecnológicos ameaçam cada vez mais a continuidade das organizações.

REFERÊNCIAS

ANDION, Carolina. *A Gestão no Campo da Economia Solidária: Particularidades e Desafios*. **Em Pauta**: Revista de Administração Contemporânea, v. 9, n. 1, Jan./Mar. 2005: 79-101.

BALLOU, Ronald H. *Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos: Logística Empresarial*. São Paulo: Bookman 2001

BELLEN, Hans Michael Van. *Desenvolvimento Sustentável: Uma Descrição das Principais Ferramentas de Avaliação*. **Em Pauta**: Revista Ambiente & Sociedade – Vol. VII nº. 1 jan./jun. 2004.

CAMPOMAR, Marcos Cortez . *Do uso de “estudo de caso” em pesquisas para dissertações e teses em administração*. **Em Pauta**: Revista de administração, São Paulo v.26 n. 3, p. 95-97, julho/setembro 1991.

CASTANHEIRA, Maria Eugênia M. e PEREIRA, José Roberto. *Ação coletiva no âmbito da economia solidária e da autogestão*. **Em Pauta**: Revista Katál Florianópolis v. 11 n. 1 p. 116-122 jan./jun. 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. *Administração nos novos tempos*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

DEFOURNY, Jacques. *Economia Solidária Volume 1*. Entrevista concedida a Noëlle Lechat pelo Diretor do Centre d'Études Sociales. Liège, 15 jun. 2001

FACES do Brasil, *O comércio Justo e Solidário no Brasil*, 2007. Disponível em: <<http://www.facesdobrasil.org.br/cartilha-sncjs.html>> Acesso em: 29 set. 2011.

FAIRTRADE Labelling Organizations International, *O que é Comércio Justo? Uma Introdução à Certificação de CJ*, 2006 Bonn, Alemanha. Disponível em: <<http://www.fairtrade.net/>><http://www.fairtrade.net/>

FRANÇA, Cássio Luiz de. *Comércio Ético e Solidário no Brasil*: São Paulo, Fundação Friedrich Ebert/ILDES, dez 2003.

GOLDENBERG, Mirian. *A arte de pesquisar: como fazer pesquisas qualitativas em ciências sociais*: Rio de Janeiro: Record, 2004.

M. M., Maria. *Avaliação do desempenho das práticas de responsabilidade social na Gestão Organizacional por meio da metodologia MCDA Construtivista: Uma abordagem aos modelos já existentes*. **Em Pauta**: Revista Alcance - Vol. 13 - n.1 p. 91 - 112 - Jan / Abr 2006.

MUNCK, Luciano; MUNETTI MUNCK, Mariana. *Gestão Organizacional sob a lógica da competência: Aplicação na pequena empresa*. **Em Pauta**: Revista de Administração Mackenzie, vol. 9, núm. 1, 2008, pp. 64-85.

RIBEIRO, J. F.; OLIVEIRA, M. C. de; GULIAS, A. P. S. M.; FAGG, J. M. F.; AQUINO, F. de G. *Usos múltiplos da biodiversidade no bioma Cerrado: estratégia sustentável para a sociedade, o agronegócio e os recursos naturais*. Planaltina, DF: Embrapa Cerrados, 2008. cap. 11, p. 337-360.

RODRIGUES, Lady Francis. *Economia Solidária*: Belém, v.4 n. 1, p. 3-5. out. 2003.

SEBRAE. *Termo de Uso: Referência Sebrae para o Comércio Justo*, 2005. Disponível em: <http://www.facesdobrasil.org.br/midiateca/doc_details/259-termo-de-referencia-sebrae-para-o-comercio-justo.html> Acesso em 29 set. 2011.

SESC. *Sinais Sociais*: Rio de Janeiro: Vol. 1, n. 1 (maio/ago. 2006) / SESC Departamento Nacional

SINGER, Paul & Souza. *A economia solidária no Brasil: a autogestão como resposta ao desemprego*. São Paulo: Editora Contexto, 2000.

APÊNDICES

Apêndice A – Entrevista para coleta de informações direcionada ao gerente da cooperativa Central do Cerrado – Produtos Ecosociais

Entrevista realizada na Sede da Cooperativa
com o Secretário Executivo (Gerente): Sr. Luis Carrazza

1. O capital humano é importante nessa cooperativa? Justifique sua resposta.
2. Como é executado o trabalho diário nesta empresa, ou seja, o trabalho é automatizado ou não?
3. Quais são as parcerias e apoio de incentivo que à cooperativa tem?
4. Em seu ponto de vista, quais os benefícios sociais que os clientes podem esperar das ações desta cooperativa?
5. Você acha que as cooperativas, de um modo geral, poderão futuramente desempenhar atividades com maior frequência se baseando nos critérios de CJ? Justifique sua resposta.
6. Quais critérios são utilizados pelos dirigentes para escolher os produtos a serem comercializados? Como se dá esse processo (forma de obtenção do produto para venda e pagamento ao produtor).

7. Em sua opinião, os produtores ficam satisfeitos com a remuneração e divulgação de seu trabalho na Central?

Apêndice B – Entrevista para coleta de informações direcionada aos funcionários da cooperativa Central do Cerrado – Produtos Ecosociais

1. Do seu ponto de vista a Central do Cerrado proporciona condições de trabalho que favorece a qualidade de vida de seus funcionários? Justifique sua resposta.
2. Você tem liberdade de decisão ou autonomia em relação ao seu próprio trabalho (como e quando fazê-lo da melhor forma)?
3. Têm conhecimento de algum programa, benefícios etc. que a cooperativa oferece para seus funcionários. Dentre eles qual é o seu preferido?
4. Qual dos princípios, missão ou visão da Central do Cerrado que mais lhe deixa feliz em fazer parte de seu quadro de funcionários?
5. Em sua opinião como é o relacionamento entre os funcionários da cooperativa e direção? Há cooperação entre as equipes?
6. Que sugere para tornar a Cooperativa Central do Cerrado um lugar melhor para se trabalhar?

Apêndice C – Entrevista para coleta de informações direcionada aos clientes da cooperativa Central do Cerrado – Produtos Ecosociais

1. Como você tomou conhecimento da existência da Central do Cerrado?

2. O atendimento prestado pela Central do Cerrado atende suas expectativas como cliente? Caso negativo, explique.

3. Quais ou qual o produto que você comercializa da Central do Cerrado?

4. Em sua opinião, é grande o percentual de aceitação deste produto pelo consumidor?

5. Você acredita que a empresa Central do Cerrado contribui para a conservação do meio ambiente oferecendo produtos ecosociais? Ela valoriza o capital humano?

6. Aponte aqui uma crítica e uma sugestão para a Central do Cerrado.

7. Tem conhecimento quanto à gestão da cooperativa Central do Cerrado, voltada para trocas mais justas, combate a pobreza e desenvolvimento sustentável através dos Critérios de CJ?

ANEXOS

Anexo A – Slogan da Empresa



Figura 3 – Slogan da Cooperativa Central do Cerrado. Fonte: www.centraldocerrado.org.br