



## ECONOMIA SOLIDÁRIA E OS MERCADOS: AS DIFERENTES ESTRATÉGIAS DOS EMPREENDIMENTOS ECONÔMICOS SOLIDÁRIOS<sup>1</sup>

Roberto Rautenberg<sup>2</sup>  
Valmor Schiochet<sup>3</sup>

**RESUMO:** Este artigo aborda a questão da Economia Solidária e suas estratégias de inserção e criação de mercados. Inicialmente, contextualiza a problemática a partir de um Relatório elaborado pela Secretaria Nacional de Economia Solidária (Senaes) considerando os dados do Sistema Nacional de Informações de Economia Solidária (BRASIL, 2013). Uma das principais questões introduz a problemática da comercialização, considerando as contradições existentes entre os princípios e as práticas da Economia Solidária em cotejo com as exigências e constrangimentos relativos ao mercado convencional. O artigo, apresenta três experiências de relação com os mercados de EES situados na Região do Médio Vale do Itajaí. São experiências que apontam elementos que permitem caracterizar três diferentes estratégias de comercialização: inserção no mercado convencional por meio de atravessadores, inserção no mercado institucional e práticas de comércio justo e solidário com o estabelecimento de relações diretas entre produtores e consumidores.

**Palavras chave:** Economia Solidária. Autogestão. Mercados. Recicláveis. Orgânicos. Serviços.

<sup>1</sup> Este artigo é resultado de dissertação defendida junto ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – PPGDR/FURB.

<sup>2</sup> Mestre em Desenvolvimento Regional pela Universidade Regional de Blumenau (PPGDR/FURB). Possui especialização em ensino fundamental, médio e superior, pela Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, FACISA/CELER. Graduação em Ciências Sociais pela Universidade Regional de Blumenau (2009). Exerce os cargos de presidente da instituição Cooperativa de Terraplanagem e Transporte (COOPERTTRAN), Coordenador do projeto de ações municipais integradas de Economia Solidária para o desenvolvimento local visando a superação de extrema pobreza. É supervisor de disciplinas de Sociologia Crítica, Sociedade da Informação e Conhecimento e Seminário, no Centro Universitário Leonardo Da Vinci (Indaial, SC), nos cursos de Sociologia e Filosofia. Tem experiência na área de Sociologia, com ênfase em Sociologia Econômica. Concentra suas pesquisas nos temas de Cooperativismo, Economia Solidária, Autogestão e Desenvolvimento Regional. Colunista do jornal A Voz da Razão. Fundação Universidade Regional de Blumenau. Santa Catarina. Brasil. E-mail: [robertorautenberg@yahoo.com.br](mailto:robertorautenberg@yahoo.com.br)

<sup>3</sup> Doutor em Sociologia pela Universidade de Brasília (1998). Possui graduação em Estudos Sociais pela Fundação Educacional de Brusque (1984), mestrado em Sociologia Política pela Universidade Federal de Santa Catarina (1988) Professor da Fundação Universidade Regional de Blumenau desde 1987 no Departamento de Ciências Sociais e Filosofia e no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional. Fundação Universidade Regional de Blumenau. Santa Catarina. Brasil. E-mail: [valmor1963@yahoo.com.br](mailto:valmor1963@yahoo.com.br)

## SOLIDARITY ECONOMY AND MARKETS: THE DIFFERENT STRATEGIES OF ECONOMIC UNDERTAKINGS SOLIDARIES

**ABSTRACT:** This paper addresses the question of Solidary Economy and its strategies of insertion and creation of markets. At first, establishes the problematic from a Report elaborate by National Secretary of Solidary Economy considering the evidences of National System of Information of Solidary Economy (Brasil, 2013). One of main questions introduces the problematic of trading, considering the contradictions between the principles and the practices of Solidary Economy compared with the requirements and embarrassments of conventional market. The paper presents three experience of relation with the markets of Entrepreneurship in Solidary Economy situated in the Region of Itajaí Middle Valley. Those are experiences that allow us to characterize three differences strategies of trading. Inclusion into conventional market through middlemen, inclusion into institutional market and practices of fair and solidary trade with the establishment of direct relationships between producers and consumers.

**Keywords:** Solidarity Economy. Self-management. Markets. Recyclable. Organic. Services.

### A QUESTÃO DA COMERCIALIZAÇÃO E A ECONOMIA SOLIDÁRIA

O campo de estudo e pesquisa da Economia Solidária no Brasil ainda é recente. Mais recentes são as preocupações sobre a compreensão da diversidade das relações econômicas estabelecidas entre a Economia Solidária e sua comercialização. As análises ainda possuem uma perspectiva prática, considerando que a comercialização dos produtos e serviços produzidos pelos Empreendimentos de Economia Solidária (EES) constitui-se num dos principais problemas para sua sustentabilidade econômica.

A produção econômica dos EES necessita geralmente de um destino mediado pelo mercado, e os EES encontram no processo de comercialização um dos seus principais desafios. Os problemas enfrentados pela EES, no que se refere à comercialização, estão ligados a fatores como clientela reduzida, logística, capital de giro insuficiente, preços fora do padrão, entre outros.

Segundo o *Relatório dos dados do SIES sobre dificuldades de comercialização dos Empreendimentos Econômicos Solidários*, divulgado pela Senaes a partir de estudo dos dados do Sistema de Informações de Economia Solidária,

Os empreendimentos mapeados que indicaram como principal atividade econômica a produção, a comercialização ou a prestação de serviços (um total de 15005 em um universo de 19708 empreendimentos no SIES) foram indagados se possuíam alguma dificuldade de comercialização dos seus produtos ou serviços. Os resultados demonstram que a maioria dos empreendimentos enfrenta dificuldades de comercialização, sendo as principais: a falta de capital de giro, a estrutura para comercialização inadequada, dificuldades de transporte e a concorrência. Os resultados revelam a necessidade de criação, manutenção e aprimoramento de políticas públicas de enfrentamento dessas dificuldades, de modo a proporcionar maior viabilidade econômica aos empreendimentos solidários brasileiros. (BRASIL, 2013, p. 1).

Em um universo de quase vinte mil empreendimentos solidários, encontramos o mapeamento de mais de quinze mil, um número bastante razoável para que possamos ter uma compreensão da realidade do movimento de Economia Solidária. A partir dos dados levantados no relatório, pudemos observar que, em média, 60,3% dos EES diagnosticaram dificuldades no processo de comercialização.

Tendo em vista o exposto, daremos destaque a cada um dos fatores apontados como dificuldades pelos empreendedores solidários, a fim de elucidarmos a temática.

Verifica-se que o principal tipo de dificuldade apresentada pelos EES em análise é a falta de capital de giro. Entre os EES de produção, comercialização ou serviços, 31,4% (4.708) enfrentam esse problema, ou seja, 1 em cada 3 empreendimentos. A dimensão dessa dificuldade revela a necessidade de programas de financiamento direcionados aos empreendimentos econômicos solidários, conforme já identificou a II Conferência Nacional de Economia Solidária, em 2010. É preciso lembrar que os dados apresentados se limitam ao final do ano de 2012, quando se encerrou a aplicação dos questionários do SIES, de modo que não são captados eventuais movimentos ocorridos posteriormente. Contudo, não houve nenhum lançamento vultoso de linhas de crédito voltadas à Economia Solidária no ano de 2013, apenas a continuidade do programa de microcrédito produtivo orientado Crescer, lançado em 2011, que, no entanto, parece ter pouca penetração entre os EES (BRASIL, 2013, p. 4).

Como podemos observar, o capital de giro insuficiente é uma realidade que obsta o desenvolvimento dos empreendimentos solidários. Neste ponto, compreendemos como capital de giro a capacidade financeira dos EES extremamente limitada frente à economia formal. Os recursos à disposição dos EES ainda não são suficientemente capazes de alavancar a Economia Solidária conforme projetado e desejado. Lembrando ainda que o referido relatório aborda uma realidade de aproximadamente quatro anos atrás, representando assim uma

defasagem avaliativa. Destacamos também que, dos empreendimentos que apresentaram dificuldades com obtenção de capital de giro, 81,4% possuem necessidades de crédito/financiamento. São 3.835 empreendimentos, com um total de 265.733 sócios. Destes empreendimentos, 69,5% (2.664) possuem dificuldades para a obtenção de crédito. Há que se entender ainda qual é a dificuldade de capital de giro dos que responderam prescindir de crédito (873) ou não encontram dificuldades em obtê-lo (1.171).

Outro resultado apresentado pelo relatório diz respeito à estrutura para comercialização, que geralmente se apresenta de maneira inadequada:

Um em cada quatro empreendimentos (22,6%) também apresenta dificuldades em obter uma estrutura adequada para a comercialização. São 3.393 EES nessa situação, com um total de 189.815 sócios. Quando separamos os empreendimentos de acordo com a atividade, verifica-se que essa dificuldade é mais relevante para os empreendimentos que tratam somente de comercialização, para os quais ela é a segunda dificuldade que mais aparece. Isso já era de se esperar, levando-se em conta que estrutura para comercialização é mais importante para esses empreendimentos, mas também para os EES de Produção ou Produção e Comercialização ela está praticamente empatada na segunda posição com as dificuldades de transporte. Já para os EES de Serviços, a dificuldade é um pouco menos relevante, sendo a quarta mais mencionada (BRASIL, 2013, p. 6).

Podemos verificar que uma pequena parte dos EES tem como principais locais de comercialização as Feiras de Economia Solidária (28,3%), espaço próprio (22,5%) ou centrais de comercialização (20,1%), enquanto a maioria realiza a comercialização principalmente com entrega direta ao cliente (59,1%) ou em feiras livres (58,7%), demonstrando, dessa forma, o quanto se torna fundamental a criação e o aprimoramento das redes de Economia Solidária, o que resultaria em um aumento exponencial dos espaços de comercialização. A inadequação dos espaços de comercialização, segundo resultados do mapeamento, está basicamente atrelada à ausência de locais com maior visibilidade para a produção solidária.

A dificuldade de transporte dos produtos também se impõe como um verdadeiro obstáculo para o desenvolvimento dos EES:

A terceira dificuldade de comercialização mais indicada pelos empreendimentos, quase empatada com a anterior, é a dificuldade para o transporte, relacionada ao custo ou outras dimensões. Esse problema afeta 21,6% (3.235) dos empreendimentos de produção, comércio e serviços, e se torna ainda maior se o consideramos em conjunto com a quinta maior dificuldade, a “precariedade das estradas”. Ou seja, se fizéssemos uma

nova categoria juntando os EES que marcaram dificuldades para transporte e os que marcaram precariedade das estradas, o número resultante (3.870) superaria a segunda colocada (estrutura para comercialização) (BRASIL, 2013, p. 14).

As dificuldades de transporte afetam principalmente os empreendimentos localizados em área rural. Em análise à outra pergunta do questionário, constata-se que os EES com área de atuação rural ou rural e urbana correspondem a 73% dos que marcaram a alternativa “dificuldade/custo de transporte”. A inserção da Economia Solidária nos mercados é vista como uma condição para prover objetivamente os empreendimentos dos meios necessários para realização dos seus princípios e objetivos.

As empresas e empreendimentos do campo da Economia Solidária, apesar de serem organizações solidárias, dependem de vendas de seus produtos ou dos serviços oferecidos, pois são organizações econômicas e têm como objetivo central a melhoria da qualidade de vida de seus associados, através da valorização do trabalho e da organização social (ANTEAG, 2005, p. 125).

Assim, a maior parte dos EES atuam no terreno do mercado formal, no qual a compra e venda de produtos ou serviços é realizada a partir da lógica concorrencial ou monopolista do capital. Diante deste fato, não podemos deixar de considerar as contradições decorrentes das lógicas conflitantes que envolvem a Economia Solidária e sua sujeição ao modelo econômico vigente:

A Economia Solidária pressupõe um outro tipo de relação com a produção, embora seus empreendimentos e empresas estejam inseridos em um mercado majoritariamente pautado em valores próprios da organização capitalista. Assim, as empresas e os empreendimentos autogestionários estão sujeitos à competição quanto às empresas convencionais e, por não se utilizarem dos mesmos mecanismos que as convencionais para serem competitivas (achatamento dos salários – aumento da mais-valia – dispensa de trabalhadores ou mesmo o investimento em tecnologia de ponta), precisam ser criativas e inovar no modo de se desenvolverem e conquistarem espaço no mercado (ANTEAG, 2005, p. 125-126).

Quando tratamos da diferença entre os mecanismos utilizados pelos EES e os utilizados pelas empresas convencionais, identificamos a disparidade entre ambos. Tais mecanismos se tornam determinantes no campo da competitividade. Parte considerável das práticas capitalistas, exercidas por empresas convencionais,

não corresponde ao ideário da Economia Solidária, cujos critérios estabelecidos ao longo de todo o processo produtivo contribuem para outra espécie de economia.

Desse modo, os produtos e serviços que se originam em um ambiente solidário estão imbricados com uma lógica alternativa, na qual as relações de produção ocorrem em uma perspectiva solidária, que valoriza os grupos associativos. Nesse sentido, é emergente a necessidade de elaboração de estratégias que visem à criação de um espaço de comercialização mais solidário, aquilo que chamaremos de mercados econômicos solidários, na mesma medida em que é preciso uma inserção lenta e gradual dos EES no mercado capitalista.

A estruturação de espaços de comercialização é um desafio estratégico para a Economia Solidária. Aqui encontramos iniciativas de criação e estruturação de espaços fixos e permanentes, tais como: lojas, mercados públicos e feiras de comercialização solidária. Também identificamos a criação de pontos de comercialização de produtos da Economia Solidária em locais de grande circulação de pessoas, tais como praças, parques públicos e áreas de desembarque aéreo, marítimo e rodoviário. Iniciativas de comércio virtual, com a criação e o fortalecimento de portais eletrônicos da Economia Solidária. Além destas iniciativas, temos avanços com a criação e o fortalecimento de centros públicos multifuncionais, geralmente revitalizando equipamentos públicos para a promoção da comercialização solidária.

No contexto da participação e do desenvolvimento da comercialização, como elemento fundamental para a consolidação da Economia Solidária, verificamos outro importante movimento a ser realizado com o fim de estruturar os espaços de comercialização para os EES, denominado redes de comercialização entre empresas e empreendimentos de autogestão.

Cabe lembrar, por fim, que a comercialização dos produtos e serviços da Economia Solidária encontra amparo na forma como ocorre sua produção de forma geral. O ambiente de cooperação, no qual os(as) trabalhadores(as) não são expropriados de sua força de trabalho, resulta em um produto com valor agregado maior, pois as condições com que foram obtidos se diferenciam profundamente da maneira assalariada. Por tanto, as relações de trabalho no campo da Economia Solidária, por si só, tornam-se fator preponderante de divulgação e comercialização.

Em termos gerais, podemos identificar três movimentos de relação da Economia Solidária com os mercados, no tocante ao enfrentamento da questão da comercialização:

1) **Construção de estratégias para torná-la mais competitiva nos mercados convencionais:** neste caso, o princípio da ajuda mútua, do associativismo e a cooperação permitem maior agregação de valor qualitativa e quantitativamente; 2) **Disputa do mercado institucional por meio da venda de produtos e serviços para o Estado:** neste caso, a existência de políticas específicas, como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), são fundamentais, assim como a organização dos empreendimentos para participarem das licitações e concorrências públicas; 3) **A construção de mercados justos e solidários,** com a criação de novos espaços de comercialização para viabilizar a relação direta entre produtos e consumidores, seja por meio da criação de “pontos de comercialização”, seja por meio de sistemas virtuais de articulação entre produtores e consumidores.

A seguir, apresentaremos a experiência de três EES que se caracterizam por adotar, de forma preponderante, cada uma das três estratégias de comercialização de seus produtos e serviços.

## TRÊS DIFERENTES HISTÓRIAS DE COOPERAÇÃO SOLIDÁRIA NA REGIÃO DO VALE DO ITAJAÍ/SC

A questão da inserção nos mercados está relacionada à trajetória de cada um dos empreendimentos, características de seus sócios/sócias, objetivos de sua constituição e atividade econômica desenvolvida. Iremos relatar três histórias de empreendimentos econômicos solidários: a) Cooperativa dos Trabalhadores Coletores de Resíduos Recicláveis de Blumenau (Cooperreciblu); b) Associação de Produtores Orgânicos de Timbó (ProOrg) e c) A Cooperativa de Terraplanagem e Transportes (Cooperttran).

A Cooperreciblu surgiu como a Associação dos Trabalhadores Coletores de Resíduos Recicláveis de Blumenau (Reciblu), fundada em 5 de agosto de 1999, quando alguns catadores de materiais recicláveis buscaram o apoio da Secretaria de Assistência Social do Município de Blumenau e de um Vereador para criar a Associação.

O perfil inicial dos associados era composto por pessoas de profissões diversas: três jardineiros, seis serventes de pedreiro, uma revisora (trabalhadora têxtil), uma copeira, uma diarista, quatro auxiliares de serviços gerais, dois pedreiros, um faxineiro e um pintor, totalizando vinte trabalhadores, dos quais seis eram mulheres, e catorze, homens. A característica comum do coletivo inicial de sócios era a precariedade.

O início das atividades da Associação se deu em um espaço alugado, na Rua Amazonas, s/n, Blumenau, próximo ao Terminal de Ônibus Urbano da Fonte. Uma das primeiras ações do Poder Público local foi conceder auxílio para custeio do aluguel, conquistado por intermédio da Secretaria de Assistência Social, Criança e Adolescente (Semasci).

Em 2009, a Reciblu firmou um convênio com a Prefeitura, criando o programa “Recicla Blumenau”, destinado à logística da coleta de material reciclável na cidade. Este convênio permitiu à Prefeitura disponibilizar à Reciblu, sem custos, um galpão destinado à triagem dos materiais e à sua comercialização, com a contrapartida de que a Associação disponibilizasse coletores para atuarem conjuntamente na coleta com os caminhões e motoristas.

Em 2012, a Associação passa a contar com o apoio da Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade Regional de Blumenau (ITCP/Furb). Em 2013, com o apoio da ITCP/Furb, a Prefeitura iniciou a elaboração de uma Política Municipal de Resíduos Sólidos, tendo como fundamento a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), referenciada na Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010. Para esta tarefa, foi criado, em 2013, um grupo de trabalho (GT) formado pela Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (Sedec), a Secretaria Municipal de Assistência Social (Semudes), a ITCP/Furb e o Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto (Samae). Este GT se reunia semanalmente para apoiar a Reciblu (PRIM; ANDRADE; MARCHI, 2013).

Segundo o relatório da ITCP/Furb, no final de 2013, apuramos alguns resultados da atuação conjunta do GT e Reciblu. Falamos de recursos provenientes da União, a partir do Ministério do Trabalho (MTE), via Secretaria Nacional da Economia Solidária (Senaes), Banco Nacional de Desenvolvimento Social (BNDES), entre outros.



Houve obtenção de recursos financeiros externos no montante de R\$ 300.000,00 financiados pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), aproximadamente R\$ 300.000,00 financiado pelo Projeto Fortalecimento do Associativismo e Cooperativismo dos Catadores de Materiais Recicláveis (CATAFORTE III) e aporte financeiro do Projeto Ações Integradas para o Fortalecimento da Economia Solidária do Desenvolvimento Local visando a Redução da Extrema Pobreza no município de Blumenau subsidiado pela Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES) - vinculada ao Ministério do Trabalho e Emprego (PRIM; ANDRADE; MARCHI).

Atualmente, a Cooperreciblu conta com aproximadamente sessenta associados, que desenvolvem suas atividades no Bairro do Salto Norte, Rua Engenheiro Udo Deeke, Blumenau, Santa Catarina.

Para compreendermos um pouco da relação entre a Cooperativa e o Samae, precisamos voltar ao ano de 2009. No dia 1º de agosto daquele ano, o Samae, autarquia municipal responsável pela coleta de lixo e materiais recicláveis da cidade de Blumenau, firma um convênio com a Cooperreciblu, por meio do qual a Cooperativa comprometeu-se a fornecer oito coletores; e o Samae, quatro caminhões e a infraestrutura necessária para os cooperados receberem, armazenarem e triarem o material. O espaço de infraestrutura tem 1.600 m<sup>2</sup> de área livre, contendo um galpão de 1.100m<sup>2</sup>. Ocorre que, por um lado, muito embora o Samae forneça equipamentos que, de alguma maneira, possibilitam a atividade dos cooperados, por outro, existem algumas questões que chamam a nossa atenção. Uma delas é o fato de que frequentemente os equipamentos cedidos à Cooperativa param de funcionar por falta de manutenção. Com isso, segundo o relatório da Oslo Assessoria, Consultoria e Treinamento Ltda., a capacidade produtiva fica comprometida, (OSLO, 2016). Compromete, porque, a renda dos associados é composta única e exclusivamente do resultado da comercialização.

Ainda sobre a questão da produtividade, recentemente, através da assessoria jurídica que a Cooperativa recebe da ITCP/Furb, foi iniciado diálogo com o Ministério Público, com intuito de resolver este cenário. A partir disso, o Ministério Público aplicou um Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) ao Samae, do qual elencamos três aspectos exigidos: a) elaborar Plano Municipal de Resíduos Sólidos; b) fazer a coleta seletiva em todas as regiões do Município; c) proibição ao Samae de entregar materiais recicláveis em núcleos não formalizados (SANTA CATARINA, 2015). Isto

significa que, com o possível cumprimento desta determinação judicial, a Cooperreciblu pode aumentar a produtividade.

A coleta seletiva é realizada, como já exposto, conforme o convênio firmado entre o Samae e a Cooperreciblu, no qual o Samae fornece os caminhões e os motoristas; e a Cooperreciblu, os coletores. Basicamente (podemos descrever o fluxo das atividades da Cooperativa da seguinte maneira: a) **coleta**: em cada caminhão que visita as casas e empresas coletando materiais, há dois coletores, que têm a tarefa de recolher o material; b) **descarga e pré-triagem**: momento em que há a separação dos materiais por tipo, como, por exemplo, vidro, papel e outros; c) **alimentação da esteira de triagem**: feita por dois cooperados, na qual já se separam os materiais de maior volume; d) **triagem**: processo em que o material sofre a última separação e, a partir disso, fica à disposição para ser prensado e) **prensagem**: última etapa do processo, que agrega valor ao material, momento em que o material, depois de prensado, fica à disposição do cliente.

A ProOrg foi formalizada quando um grupo de produtores rurais orgânicos, um engenheiro agrônomo da Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural (Epagri) e um técnico agropecuário da Prefeitura Municipal de Timbó, organizaram-se para fundar a Associação, no dia 27 de março de 2013, no município de Timbó. O objetivo era criar uma associação para promover o desenvolvimento da agricultura orgânica e de canais de comercialização de produtos mais saudáveis, uma produção diferenciada dos produtos agrícolas convencionais, ou seja, daqueles que em alguma etapa da produção recebem algum composto químico. Na fundação, com o apoio da Prefeitura e da Epagri, os agricultores formaram o documento de Descrição do Sistema OCS (Organização de Controle Social), uma espécie de garantia de origem da produção, para a venda direta ao consumidor.

Atualmente, a Associação é formada por seis sócios, que cultivam cerca de vinte produtos, divididos entre frutas, verduras e hortaliças. A ideia inicial, entretanto, surgiu muito antes, no ano de 1997. Naquele ano, dois agricultores iniciaram o processo de criação da Associação, a partir de conversas sobre a possibilidade de cultivar frutas, verduras e legumes sem agrotóxicos. No Departamento de Agricultura da Prefeitura de Timbó, procuraram informações sobre algum tipo de assessoria técnica para a produção, e por indicação de um engenheiro agrônomo da Epagri, foram convidados a fazer um curso de agroecologia na cidade de Itajaí.

A relação entre a Epagri e os agricultores foi mais do que de assessoria técnica para cultivo e manejo de produtos orgânicos. Um engenheiro da Epagri fez a interlocução entre Prefeitura e alguns agricultores, a fim de organizarem uma feira em Timbó. A intenção era viabilizar um espaço de comercialização para os produtos cultivados sem o uso de agrotóxico, tendo em vista que, no primeiro momento, estes produtos eram comercializados juntamente com os que utilizavam algum tipo defensivo, pesticida, adubo químico ou outros, ou seja, os produtos convencionais.

A Associação do Agronegócio de Timbó (Assagro) surge no ano de 2001. Foi organizada e constituída apenas com objetivo de alcançar a formalização jurídica necessária para que a Prefeitura pudesse conceder algum tipo de benefício ao grupo. Um dos principais auxílios, que a Prefeitura disponibilizou a fim de que o grupo pudesse comercializar seus produtos, foi um espaço de feira, localizado em um pavilhão de eventos da cidade de Timbó.

A Assagro era composta por agricultores que cultivavam com e sem o auxílio de defensivos químicos, os quais dividiam a mesma banca na feira, inclusive. Praticamente não havia separação física entre os dois tipos de produtos, nem identificação visual que os distinguisse. Mas o mais comum era o diálogo com o cliente. Ou seja, o feirante abordava o cliente explicando que determinada fruta ou legume continha ou não agrotóxico, pois, naquele momento, eles não possuíam certificado ou qualquer outro documento que comprovasse a origem do que estava sendo comercializado. A dificuldade na diferenciação do produto orgânico em relação aos demais motivou a desvinculação dos agricultores orgânicos da Assagro e a criação da ProOrg.

Os primeiros passos para a organização da ProOrg foram dados em momentos de bastante aproximação com a Prefeitura (conforme já descrito acima), entretanto, desde de 2014 (após a constituição), os associados têm se sentido abandonados. Não há, atualmente, por parte de nenhuma Secretaria Municipal, qualquer tipo de incentivo (exceto o espaço da feira, que já foi conquistado no início da organização da Associação). As dificuldades com a atual gestão municipal (que está no segundo mandato) são tamanhas, que já tem cerca de oito meses que o chefe do Executivo se recusa a atender os associados da ProOrg.

Apesar de o início da auto-organização deste grupo ter se dado em torno de uma associação com características diversas (Assagro), ou seja, parte deles

cultivavam com agrotóxico e parte não, hoje esse mesmo grupo trabalha exclusivamente com orgânicos, pois não houve, em qualquer momento, reconversão da cultura convencional para orgânica na antiga Associação.

A Cooperativa de Terraplanagem e Transportes (Cooperttran) foi fundada por um grupo de trabalhadores no dia 5 de agosto de 2000. O advogado José Monarim e os professores Leo Bittencourt e Vera, ambos da FURB, também acompanharam a assembleia de constituição.

Suas preocupações eram fundamentalmente na exploração da sua força de trabalho por empresários da região. Ocorre que o grupo não encontrava trabalho de forma contínua, tampouco com vínculo empregatício. Essa ausência de vínculo provocava falta de direitos básicos, como por exemplo: férias, décimo terceiro salário, piso salarial incompatível com a função, não pagamento de horas extras e, em muitos casos, jornada de trabalho exagerada (SOMBRI, 2002). Este cenário estimulou um grupo de trabalhadores a criar um movimento no sentido de buscar melhorias em suas condições de trabalho. Um dos desafios daquele grupo era escapar da relação de exploração e insegurança que o trabalho informal muitas vezes ocasiona. A experiência inicial de trabalho coletivo foi importante, e ela surgiu como estímulo, uma vez que, em determinado momento, um dos cooperados que já havia experimentado o trabalho em cooperativa trouxe essa experiência ao grupo em formação. Esse grupo de trabalhadores tomou conhecimento da Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares ITCP/FURB.

Com intuito de tentar resolver a situação destes trabalhadores, a ITCP procurou mostrar-lhes as opções de trabalho associativo e como poderia dar assessoria à demanda que estava sendo trazida pelos trabalhadores. As exigências feitas pela ITCP para assessorar o empreendimento associativo foram as seguintes: o empreendimento deveria ter como base a mobilização popular e gestão coletiva. Com o término do curso, os trabalhadores decidiram fundar a Cooperttran.

Outro aspecto importante no processo de formação e consolidação da Cooperttran está relacionado à contribuição atribuída ao Poder Legislativo municipal, especificamente ao vereador Célio Scholemberg, bem como apoio recebido por parte do Município de Blumenau no momento em que vigia a gestão democrático-popular (1997-2004). É nesse momento da formação histórica que a Cooperttran identifica a importância da parceria estabelecida entre o Poder Público e o

empreendimento solidário, em um período em que o governo municipal tomava conhecimento da importância de estimular o cooperativismo. As atas apontam, inclusive, a participação do então prefeito, nas reuniões da Cooperativa.

No ano de 2001, a Prefeitura Municipal de Blumenau promoveu processo licitatório com o fim de contratar caminhões para trabalhar no Distrito da Vila Itoupava; lá a Coopertran conseguiu dois postos de trabalho. No ano seguinte, após vencer a licitação para trabalhar no Distrito da Vila Itoupava, em Blumenau, ocorreu nova licitação neste Município, dessa vez abrangendo todo o território da cidade, o que conseqüentemente geraria mais oportunidades de trabalho. Desde então, a Cooperativa vem prestando serviço ao Poder Público de maneira ininterrupta. Entretanto, o volume de trabalho apresenta diferenças em cada ano.

## **OS EMPREENDIMENTOS ECONÔMICOS SOLIDÁRIOS E SUAS RELAÇÕES COM OS MERCADOS**

Cada um destes EES possui também uma estratégia dominante na relação com os mercados. A Cooperreciblu vende o material devidamente separado e prensado para o mercado por meio de atravessador. A Coopertran fornece serviços ao Poder Público por meio da participação de licitações para contratação de serviços de terraplanagem e transporte de materiais. Por sua vez, a ProOrg participa de feiras de comercialização com a venda direta para o consumidor e também fornece produtos para programas de aquisição de alimento.

### **A COOPERRECIBLU E A DEPENDÊNCIA DO ATRAVESSADOR**

A Cooperreciblu tem sua atividade econômica restrita, ou seja, é dependente dos investimentos de uma empresa que compra o material reciclado, tornando-se assim refém de um atravessador do negócio.

As vendas ocorrem para uma empresa chamada Total Pet, que, conforme consta em seu sítio na internet<sup>4</sup>, atua na transformação de materiais reciclados em matéria prima. Neste caso, a questão da subordinação da Cooperativa ao

---

<sup>4</sup> Cf.: <<http://www.totalpet.ind.br/>>. Acesso em: 16 maio 2016.

atravessador decorre da inexistência de capital de giro para garantir o repasse da retirada mensal para os(as) trabalhadores(as) sócios(as) do empreendimento. Caso a Cooperativa possuísse capital de giro, poderia negociar de maneira mais vantajosa, uma vez que isso lhe facultaria, por exemplo, entregar em maior quantidade. Tal como é feito atualmente, é necessário esperar um período (cerca de 30 dias) para receber o pagamento, o que, por vezes, torna-se danoso ao grupo.

A questão da definição dos preços também funciona, neste caso, seguindo a mesma lógica, com o atravessador a definir os preços. Ocorre que o mercado em que a Cooperativa está inserida funciona também por escala produtiva. Se produzir mais, pode vender mais e com melhor preço, mas, como uma coisa leva à outra, a produção fica limitada à sua capacidade de fluxo de caixa.

Assim, deparamo-nos com o impacto negativo causado pela existência de empresa atravessadora no processo. Como a Cooperativa não possui capital de giro, capacidade de estoque ou estrutura para processamento/beneficiamento do material, torna-se inevitavelmente refém de outra empresa intermediária.

Outro aspecto se refere à não aplicação, por parte do Executivo municipal, da legislação que trata dos resíduos sólidos da cidade. Para que a inserção no mercado seja assegurada, é necessário que o empreendimento tenha condições básicas de funcionamento. Como o valor atribuído ao produto final não pode ser estipulado a partir das demandas dos cooperados, pois as condições são pré-estabelecidas por terceiros, a solução imediata consiste em estímulo financeiro, possibilitando assim maior empoderamento organizativo e financeiro por parte da Cooperativa.

Nesse contexto, podemos observar que a política de atenção aos resíduos recicláveis no Município ainda não é implementada como uma política mais ampla, mas sim como de gestão. O que pretendemos dizer com isso é que, na verdade, as ações nesse setor estão limitadas estritamente à vontade da gestão municipal. Não existe uma política efetiva de preocupação com os resíduos recicláveis e, em consequência, com os trabalhadores e trabalhadoras do setor, o que acaba tornando muito dificultoso o êxito do empreendimento.

Para explicitarmos melhor nossa preocupação, buscamos informações junto aos relatórios da Oslo Assessoria, a fim de construirmos um roteiro com capacidade demonstrativa da realidade da Cooperreciblu. Faremos um recorte bastante recente; desta maneira, poderemos verificar a problemática do mercado e da

comercialização. No relatório quadrimestral de meados de 2016, observamos como a preocupação com o funcionamento das atividades do empreendimento era dependente da “boa vontade” do Poder Público municipal:

A SAMAE é proprietária dos equipamentos e responsável por sua manutenção e com isso possui um processo burocrático que demora a ser cumprido e faz com que o empreendimento sofra prejuízos produtivos. Para amenizar esse problema o empreendimento tem arcado com os custos de alguns consertos o que é prejudicial, visto que é responsabilidade do Município estes reparos devido aos serviços prestados pelo empreendimento através dos coletores junto aos caminhões. A SAMAE deseja utilizar o espaço onde a COOPERRECILU se encontra para outra finalidade e com isso transferir a cooperativa para um galpão alugado. Desta forma, até o presente momento, não foi autorizada a instalação da Linha de Moagem de Plásticos que foi adquirida junto ao Programa Economia Verde e Solidária do Governo do Estado e BNDES. O empreendimento não aceita sair do espaço onde se encontra para um imóvel alugado. A cooperativa está aberta a discutir a possibilidade da mudança para um galpão próprio. O custo para o serviço dos coletores é pago com a venda dos materiais reciclados, o que é deficitário para o empreendimento. Segundo algumas estimativas, os coletores absorvem no mínimo 40% do faturamento da cooperativa para a manutenção do serviço. (OSLO, 2016, p. 15).

Como podemos analisar no conteúdo do relatório, os entraves burocráticos junto ao Poder Público municipal estão postos como o principal impedimento para que o empreendimento consiga se desenvolver economicamente. Mesmo com a existência de uma legislação federal, que garante o incentivo a estes empreendimentos, as dificuldades impostas pela Gestão Municipal não permitem o desenvolvimento de atividade saudável economicamente por parte da Cooperreciblu.

A situação acima referida se arrastou pelo período de um ano, como aponta o relatório da Oslo para o segundo quadrimestre de 2017:

A prensa adquirida pela ABIHPEC [Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos] foi instalada, como as obras no galpão não ficaram prontas a tempo o empreendimento encontra-se operando no galpão ao lado e isso ocasionou na diminuição da produção do empreendimento. Para amenizar este impacto, para o mês de maio o empreendimento realizou um empréstimo junto ao comprador no valor de quarenta mil reais e no mês de junho resolveu não pagar o INSS. Foram realizadas a visita do representante da ABIHPEC junto ao empreendimento e a Prefeitura para acompanhar o processo e tratar da renovação da parceria no próximo ano (OSLO, 2017 p. 33-34).

Novamente, é possível verificar como as dinâmicas de mercado e comercialização são afetadas de modo decisivo, quando os interesses do Município não estão na mesma sintonia das demandas dos cooperados. E que, apesar da instalação de equipamento tecnológico, no caso uma prensa de material reciclado, com vistas a aperfeiçoar o procedimento de produção de material reciclado, a Cooperreciblu ainda se encontra na condição de “refém” das ações da Prefeitura.

Em sendo assim, as condições de mercado e comercialização para o empreendimento, na perspectiva econômica, encontram-se em um patamar deficitário, o que certo modo acarreta uma espécie de estímulo reverso. Os problemas colocados no contexto da Cooperreciblu explicitam a necessidade de uma revisão profunda nos mecanismos responsáveis pelo funcionamento eficaz desta categoria de empreendimento, sendo perceptível a ingerência da Prefeitura e suas consequências desastrosas para os cooperados, que dependem do empreendimento.

#### A COOPERTTRAN E O MERCADO INSTITUCIONAL

O processo de formação de preço é um momento de fundamental importância para o empreendimento, de bastante transparência e participação, visto que se baseia em critérios de autogestão, e esse é um dos momentos em que percebemos como a autogestão se faz presente.

No que diz respeito aos clientes e ao faturamento, temos a seguinte situação, conforme demonstrado na Tabela 1: a Coopertran, apesar de atender diversos clientes, de alguma maneira concentrou a parte mais representativa da sua força de trabalho no atendimento à Prefeitura de Blumenau, assim como à Cia de Urbanização de Blumenau (URB) e ao Samae, também de Blumenau. Com esta decisão, a Coopertran passou a priorizar o chamado mercado institucional. Os dados fornecidos pelo departamento financeiro, apesar de não apresentarem resultados anteriores aos de 2004, demonstram claramente este fato:



**Tabela 1** – Demonstrativo Financeiro da Cooperativa de Terraplanagem e Transporte, Blumenau, Santa Catarina, Brasil – 2004-2014

| Ano  | Faturamento por cliente (R\$) |            |            | Total (R\$)           |              | Mercado institucional (%) |
|------|-------------------------------|------------|------------|-----------------------|--------------|---------------------------|
|      | Prefeitura Blumenau           | URB        | Samae      | Mercado Institucional | Faturamento  |                           |
| 2004 | 1.769.744,31                  | 463.747,69 | 134.592,21 | 2.370.088,21          | 2.425.005,53 | 97,74                     |
| 2005 | 1.736.206,42                  | 906.534,36 | 68.563,48  | 2.713.309,26          | 2.844.959,75 | 95,37                     |
| 2006 | 2.930.080,91                  | 84.145,48  | 86.366,96  | 3.102.599,35          | 3.812.139,29 | 81,39                     |
| 2007 | 2.435.395,05                  | 45.762,68  | 87.750,08  | 2.570.914,81          | 3.353.749,97 | 76,66                     |
| 2008 | 3.912.192,49                  | 244.135,44 | 69.258,00  | 4.227.593,93          | 4.752.549,98 | 88,95                     |
| 2009 | 5.095.220,69                  | 6.955,95   | 112.818,31 | 5.217.003,95          | 7.850.409,45 | 66,46                     |
| 2010 | 2.880.506,04                  | 22.159,00  | 70.349,66  | 2.975.024,70          | 4.401.152,19 | 67,60                     |
| 2011 | 2.857.327,75                  | 43.612,56  | 82.327,09  | 2.985.278,40          | 4.669.533,98 | 63,93                     |
| 2012 | 2.509.218,13                  | 242.945,55 | 69.156,90  | 2.823.332,58          | 3.602.540,37 | 78,37                     |
| 2013 | 2.360.708,49                  | 211.616,10 | –          | 2.574.337,59          | 3.019.780,58 | 85,25                     |
| 2014 | 2.628.645,49                  | 211.225,00 | –          | 2.841.884,49          | 3.280.107,99 | 86,64                     |

– Dado numérico igual a zero não proveniente de arredondamento.

Fonte: Desenvolvido pelos autores (2017), com base nas informações da Coopertran (2004-2014).

Sinal convencional utilizado:

Analisando-se, a Tabela 1, é possível perceber que, entre o ano de 2004 e 2008, o volume de faturamento junto ao mercado institucional mantinha um ritmo de crescimento que não apresentava grandes surpresas. O volume percebido na coluna referente ao faturamento do ano 2009 é que mostra uma surpresa positiva, pois trata-se do resultado do faturamento de 2008. Naquele período, o volume de trabalho necessário para atender às demandas causadas pelas cheias impossibilita qualquer análise sobre estes números. A preocupação maior está no faturamento após o ano daquela tragédia, momento em que se percebe uma forte queda do faturamento, mesmo se comparado ao período que antecede o ano de 2008.

Outro dado que a Tabela 1 nos mostra é o percentual relativo ao faturamento obtido junto ao Poder Público em relação aos trabalhos executados para as empresas privadas. Percebe-se que, nos primeiros anos, mais de 95% do faturamento tinha origem no mercado institucional. Indício de forte dependência deste mercado. Nos anos seguintes, esse percentual encolhe, entretanto ainda há forte concentração de trabalho para o Poder Público local.

Como podemos diagnosticar, devido à condição de extrema dependência da Coopertran dos serviços prestados à Prefeitura de Blumenau, quando se altera a conduta do Poder Público perante o empreendimento, temos resultados negativos para a saúde financeira da entidade.

Fato que merece atenção é a questão dos tipos de clientes da Cooperativa. Como visto acima, historicamente o empreendimento concentrou sua força de trabalho para o atendimento à Prefeitura de Blumenau. Em relação à formação de preço, para atender este cliente, o método da Cooperativa não conta com nenhum tipo de pesquisa ou apontamento técnico, baseando-se exclusivamente nos dados fornecidos pela própria Prefeitura, que contrata os serviços por meio de processo licitatório, os quais possuem preço base legal (tabela oficial de valores), formado por critérios próprios. De posse deste valor, a administração reúne os cooperados por tipo de atividade ou serviço e discute o preço a ser apresentado, buscando equilíbrio econômico-financeiro com relação aos cooperados, de modo a permitir que a Cooperativa possa ser competitiva perante os demais licitantes.

No que diz respeito à formação de preço para a iniciativa privada, que, de acordo com a Tabela 1, concentra o menor volume de trabalho, a processo se dá com maior dificuldade, uma vez que essas empresas contratantes, na maioria das vezes, executam grandes obras, reduzindo, dessa maneira, o poder de negociação da Cooperativa.

Outra diferença entre os trabalhos realizados para a Prefeitura e os realizados para empresas privadas é a pontualidade dos pagamentos. Como a Prefeitura é o principal cliente, também é o que mais atrasa os pagamentos. Fato que se agravou na última década, período que, ao longo dos anos, gerou um atraso total de seis meses. Nos últimos oito anos, período compreendido pela administração de dois mandatos diferentes, o atraso acumulado no pagamento é de seis meses. Neste aspecto, as empresas privadas apresentam maior pontualidade.

Apesar da situação apontada, a relação de trabalho para Prefeitura é histórica, surgiu com a fundação da própria Cooperativa, e até hoje é seu principal cliente. Com essa decisão histórica, surge outro problema, que diz respeito à pontualidade dos pagamentos, como já exposto. Na medida em que os cooperados continuam mantendo a maior parte da sua força de trabalho concentrada no atendimento à Prefeitura, de alguma maneira reproduzem situação de dependência.

Surgida como uma alternativa de geração de trabalho e renda para trabalhadores que, em um determinado momento histórico, estavam sendo explorados pelas empresas que os subcontratavam, esses trabalhadores parecem estar novamente diante de uma situação complexa, que exigirá reflexão coletiva.

## PROORG: COMPRAS GOVERNAMENTAIS E RELAÇÃO DIRETA PRODUTOR-CONSUMIDOR

A busca por oferecer aos clientes somente produtos 100% orgânicos fez com que os associados buscassem o máximo de controle sobre sua produção. A garantia que a produção é orgânica dá-se através de uma certificação específica. Em 2014, os associados da ProOrg conquistaram um certificado chamado Organização por Controle Social (OCS).

A fim de facilitar nosso entendimento, trazemos a citação de Cotera e Ortiz (2009, p. 62) acerca da temática do comércio justo “O comércio justo implica ainda produzirem-se estratégias de diálogo com os Estados, as organizações multilaterais e as redes sociais, buscando-se a incorporação de um estatuto jurídico para o comércio justo aos níveis nacional e internacional”.

Segundo o inciso VIII do art. 2º do Decreto nº 6.323, de 27 de dezembro de 2007, a Organização de Controle Social é definida como

grupo, associação, cooperativa ou consórcio a que está vinculado o agricultor familiar em venda direta, previamente cadastrado no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, com processo organizado de geração de credibilidade a partir da interação de pessoas ou organizações, sustentado na participação, comprometimento, transparência e confiança, reconhecido pela sociedade (BRASIL, 2007).

Nesta forma de regularização, quem dá a garantia da qualidade orgânica é o produtor, acompanhado de perto pela sociedade. Os produtores devem permitir que os consumidores visitem a sua propriedade e vejam o processo de produção do alimento – de que forma é produzido. A garantia se baseia nessa relação de confiança entre o agricultor e o consumidor, entre quem compra e quem vende. O agricultor também se compromete a permitir a entrada dos órgãos de fiscalização sempre que for preciso.

Para que o agricultor possa comercializar seus produtos numa relação direta com o consumidor, a organização deve se cadastrar perante a Superintendência Federal de Agricultura da unidade federada (BRASIL, 2007, art. 25 e 28), atendidas às exigências da Instrução Normativa (IN) nº 19, de 28 de maio de 2009, contidas em seus art. 96 e 97 e nas Seções I e II de seu Capítulo III (BRASIL, 2009). Os

produtores assinam um termo, com o qual se comprometem a atender ao Decreto nº 6.323/2007, no tocante aos princípios e diretrizes da produção orgânica. Como grupo, cada um se responsabiliza por todos e vice-versa.

Para o cadastramento (BRASIL, 2009, art. 99), a OCS deve apresentar os formulários preenchidos conforme modelos sugeridos nos Anexos V, VI e VII da IN nº 19/2009 (BRASIL, 2009), mais os documentos que relatem como se dão os controles internos e social sobre a produção e comercialização, além de declaração oficial de cada produtor comprovando a condição de agricultor familiar. Esta comprovação, de acordo com a Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006, dá-se atualmente pela apresentação da Declaração de Aptidão (DAP) ao Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf).

Não existe um formulário padronizado para a descrição dos procedimentos, pois os meios de controle social sobre a produção e comercialização poderão variar entre os diferentes grupos e princípios agroecológicos utilizados. Entretanto, a descrição do controle social deve conter, no mínimo, os procedimentos a seguir, conforme informação veiculado no sítio do Ministério da Agricultura (BRASIL, 2016): a) Frequência de reuniões entre os membros; b) Frequência de visitas entre os membros a cada unidade de produção controlada pelas OCS; c) Medidas para garantir a rastreabilidade dos produtos e c) Providências tomadas pelo grupo quando algum membro não cumpre com as normas da produção orgânica acordadas.

Quando o produtor rural se cadastra apenas para venda direta sem certificação, não pode vender para terceiros, mas somente nas feiras (ou direto ao consumidor) e para o governo (fornecimento de produtos para merenda escolar ou para o Companhia Nacional de Abastecimento – Conab).

As diretrizes que apontam se o associado está dentro dos padrões da OCS estão reunidas em um documento chamado *Descrição do Sistema de Controle Social por OCS da Associação dos Produtores Orgânicos de Timbó – ProOrg*. Além deste sistema de controle, os associados elaboraram um estatuto, um regimento interno e um formulário de visitas técnicas. A título de exemplo, consta no aludido documento o seguinte tópico: “Todo produtor terá sua agenda, onde ao final de cada dia anotarás suas atividades desenvolvidas, como compra de insumos e outras atividades relacionadas com a produção orgânica” (PROORG, 2013).

São os próprios agricultores que se ocupam de “fiscalizar” uns aos outros, tanto que eles estão cadastrados no Ministério da Agricultura como um organismo de controle social. Como os agricultores vendem diretamente aos seus consumidores, o consumidor pode saber a origem daquele produto. Vale ressaltar que um dos requisitos para a certificação é estabelecer essa visitação entre os produtores, como uma espécie de fiscalização mútua.

Em relação aos espaços de comercialização do grupo, são dois os locais. Um em Timbó e o outro em Blumenau, (ambos em espaço público municipal). Em Blumenau, as vendas tiveram início tão logo a Associação fora constituída, e ocorrem três vezes na semana. Em Timbó, as feiras acontecem duas vezes por semana. Neste Município, as vendas são em maior volume, apesar de ocorrerem apenas duas vezes na semana. Uma das explicações pode estar na relação que a Associação mantém com a comunidade, que é mais longa, portanto mais digna de confiança.

Em 2016, os associados passaram a vender, pela primeira vez, para as escolas públicas municipais de Timbó. No ano de 2015, alguns membros da Associação também vendiam para os restaurantes do Município, entretanto o baixo volume de vendas para esses clientes, comparado aos do novo mercado, que são as escolas, ou seja, o mercado institucional. De outra parte, o aporte empreendido por parte do Poder Público garante a compra das mercadorias.

Com isso, a ProOrg passou a estabelecer relações também com o mercado institucional. A partir de 2016, a Associação começou a entregar batatas, cenouras e laranjas.

Já pensando nos impactos positivos desse mercado, os associados passaram a discutir internamente estratégias de conseguir aumentar a produção. Segundo eles, de alguma maneira, sem causar prejuízo a nenhum associado, a ideia é fazer um rodízio anual de espécies por agricultor, ou seja, cada um se concentra em cultivar determinada espécie em cada ano.

A respeito da situação do mercado de orgânicos, a procura está aumentando ao ponto de os associados da ProOrg não conseguirem produzir o volume necessário para atender aos diversos mercados, sejam eles as feiras ou o mercado institucional.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desafio proposto no presente trabalho propunha-se a empreender uma análise da relação da Economia Solidária com os mercados e ainda como tal relação influencia no desenvolvimento da autogestão, sendo esta última o alicerce elementar da própria Economia Solidária.

O estudo parte de uma abordagem sócio-histórica, na qual se identifica a forma como o movimento de Economia Solidária surge no mundo, sendo esse decorrente de momentos em que a crise do sistema capitalista tornou emergente a necessidade de os trabalhadores se organizarem de maneira distinta.

A Economia Solidária pode ainda ser reconhecida como um fenômeno da globalização, oriunda das contradições do sistema capitalista, em razão das diversas crises pelas quais este sistema passou o longo dos tempos, que se aprofundaram cada vez mais no final do século XX e no início do século XXI. Portanto, podemos concluir que a Economia Solidária se apresenta como forma alternativa de organização social, com objetivo de superar as crises a partir da organização humana. Todavia, sem entendimento amplo sobre como funciona, seu potencial de alcance acaba se tornando restrito.

Na sequência, deparamo-nos com a temática da comercialização, um dos eixos norteadores de nossa produção. Devido a estarmos em meio a um modelo consumista, do qual não possuímos controle, sendo esse atrelado aos interesses da mídia, que não mede esforços para nos convencer a consumir até mesmo o supérfluo, produtos e serviços oriundos de um ambiente solidário não pertencem a tal lógica, suas relações de produção ocorrem em uma perspectiva solidária, que valoriza os grupos cooperativos e associativos.

Como suposta solução, é preciso elaborar estratégias que visem à criação de espaços de comercialização totalmente solidários, que poderiam ser denominados de mercados econômicos solidários, como forma de permitir aos EES uma participação cada vez maior no mercado.

Os EES têm um processo de desenvolvimento mais lento, quando comparados aos de outra natureza, que se pautam por regras estabelecidas pelo mercado vigente, mas de maneira alguma podemos descartar a relevância de tal modelo no contexto da produção. A Economia Solidária tem uma maneira distinta de

se apresentar, com seus mecanismos próprios de produção aliados a formas de organização autogestionárias, aspectos que despontam inquestionavelmente como uma alternativa ao desenvolvimento social. Sendo assim, de modo algum podemos nos esquecer de salientar como é importante uma sensível mudança no pensamento e comportamento das pessoas do mundo atual, visando a uma sociedade mais justa e solidária.

À medida que entramos na discussão acerca da formação e/ou criação dos mercados, identificamos certas características que merecem ser relembradas. Existem diferenças entre os modelos de produção e consumo no contexto do sistema capitalista e no mundo dos EES. Pelo exposto, tornam-se evidentes as divergências na constituição de cada um, tendo em vista que, no sistema capitalista, a produção decorre da exploração dos trabalhadores, ou seja, é necessário explorar a força de trabalho daqueles desprovidos dos meios de produção. Já quando abordamos a questão do consumo no seio do capitalismo, fica notória a concepção de consumismo irracional e desmedido, arquitetada para manutenção e perpetuação do sistema. O modelo de EES, por sua vez, no que se refere à produção, adota uma forma muito distinta, baseada na valorização do trabalhador e nas condições favoráveis a ele oferecidas em todo o processo. Já no que tange ao consumo, destacamos a capacidade racional dos seus membros de compreender a importância de um consumo sustentável.

Todavia, ainda é preciso que a Economia Solidária obtenha melhores resultados. Para tanto, elencamos alguns aspectos a serem considerados. O fortalecimento do cooperativismo como alternativa é fundamental para o êxito dos EES, juntamente com a necessidade de aumentar o caráter formal do negócio, em especial a obtenção de resultados econômicos plausíveis, sem esquecer os princípios do cooperativismo.

O aproveitamento dos espaços comuns de comercialização é imprescindível, pois neles é possível encontrar nichos destinados à comercialização de produtos que tenham sido elaborados nos EES. As feiras de solidariedade e do cooperativismo alternativo fortalecem experiências existentes, a partir das trocas, e ainda consolidam a relação entre produtor e o consumidor. Podemos então destacar um elemento fundamental, que garante a Economia Solidária neste ambiente de

disputa, passando pela superação da limitada lógica financeira e ocupando outras dimensões da vida humana.

Também não podemos deixar de lembrar a importância do mercado institucional, o qual, por vezes, é responsável pela manutenção dos EES. O Poder Público deve assumir a responsabilidade pelo aprimoramento do movimento solidário, a fim de que saia do campo da possibilidade e torne-se uma realidade, tal aplicação do Estado supera o limite estabelecido pelo financiamento. É preciso que mecanismos de intervenção estatal se tornem mais eficazes, melhorando substancialmente os resultados obtidos. O Estado como fornecedor de ferramentas elementares para o desenvolvimento da Economia Solidária possibilita que a sociedade civil vislumbre um novo mundo de possibilidades.

Sobre o comércio justo, destacamos que se encontra, no contexto da Economia Solidária, a possibilidade de torná-lo concreto enquanto modelo alternativo da comercialização de produtos; para tanto, faz-se necessário o entrelaçamento com os demais movimentos e incentivos à Economia Solidária. As possibilidades que circundam a combinação de Economia Solidária e comércio justo estão colocadas como circunstâncias elementares, na medida em que proporcionam a emancipação das sociedades em que se encontram submetidas, com ênfase numa maior inserção nos espaços públicos, a fim de se consolidarem enquanto movimento.

Na sequência, partimos para a identificação dos EES previamente escolhidos. Lembrando que cada qual possui obviamente suas particularidades, e que nossa preocupação elementar estava em observar como cada um dos empreendimentos estabelece sua inserção no mercado.

No caso da Cooperreciblu, verificamos que os cooperados enfrentam diversos problemas, o que coloca a Cooperativa em situação muito frágil. A comercialização é um dos principais desafios do empreendimento. Os desafios aos quais nos referimos são inquestionavelmente impostos pelo modelo mercadológico ao qual estamos submetidos, no qual a Cooperreciblu se encontra na condição de refém de um mecanismo que opera de acordo com seus interesses. Tais empecilhos, de algum modo, tornam a autogestão frágil, na medida em que, atualmente, aqueles cooperados não reúnem condições de superar as imposições do mercado.



Para a ProOrg, a questão do mercado nos parece bastante encaminhada, principalmente no que diz respeito à situação do mercado de orgânicos. Fica evidenciado o aumento na procura por produtos desse gênero, inclusive atingindo níveis para os quais os cooperados não conseguem produzir o volume necessário, a fim de atender os diversos mercados, sejam eles as feiras ou o mercado institucional. Sem dúvida, o consumo de alimentos de origem orgânica tende a ganhar cada vez mais espaço na mesa dos consumidores, por se tratar de uma necessidade de saúde cada vez mais premente. De outra sorte, o mercado institucional tem se demonstrado cada vez mais inclinado a esta direção.

A situação da Cooperttran merece bastante atenção, uma vez que o mercado em que está inserida mostra sinais que, de alguma forma, vem contribuindo para que a autogestão se fragilize. Entendemos que, se o mercado institucional pode, em certa medida, gerar algum tipo de segurança, por outro, este mesmo mercado influencia na (des)organização da Cooperativa. Em primeiro lugar, pelo fato de percebermos que houve certa acomodação por parte dos cooperados. Em segundo, a relação mercantil com o poder público local, em especial na última década, não permitiu que aqueles trabalhadores conseguissem se organizar financeiramente, pois a falta de pontualidade nos pagamentos gera insegurança financeira à Cooperativa.

## REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES ORGÂNICOS DE TIMBÓ (PROORG)  
**Descrição do Sistema de Controle Social por OCS da Associação dos Produtores Orgânicos de Timbó – ProOrg.** Timbó, 2013. [mimeo].

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS TRABALHADORES E EMPRESAS DE AUTOGESTÃO E PARTICIPAÇÃO ACIONÁRIA (ANTEAG). **Autogestão e Economia Solidária: uma nova metodologia.** 2. ed. São Paulo, 2005.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 2011.

BRASIL. Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo,** Brasília, DF, 24 dez. 2003, Seção 1, p. 8. Texto original. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/L10.831.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.831.htm)>. Acesso em: 10 maio 2016.

\_\_\_\_\_. Lei nº 11.326, de 24 de julho 2006. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo**, Brasília, DF, 25 jul. 2006, Seção 1, p. 1. Texto original e alterações posteriores. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2006/lei-11326-24-julho-2006-544830-norma-pl.html>>. Acesso em: 11 maio 2016.

\_\_\_\_\_. Decreto nº 6.323, 27 de dezembro de 2007. Regulamenta a Lei no 10.831, de 23 de dezembro de 2003, que dispõe sobre a agricultura orgânica, e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo**, Brasília, DF, 28 dez. 2007, Seção 1, p. 2. Texto original e alterações posteriores. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2007/decreto-6323-27-dezembro-2007-567641-norma-pe.html>> Acesso em: 15 maio 2016.

\_\_\_\_\_. Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010. Lei de resíduos sólidos. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo**, Brasília, DF, 3 ago. 2010, Seção 1, p. 3. Texto Original e alterações posteriores. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/conama/legiabre.cfm?codlegi=636>>. Acesso em: 10 maio 2016.

\_\_\_\_\_. Ministério do Trabalho. Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária. **Relatório dos dados do SIES sobre dificuldades de comercialização dos Empreendimentos Econômicos Solidários**. Brasília: Ministério do Trabalho, 2013.

\_\_\_\_\_. Ministério do Trabalho. Secretaria Nacional de Economia Solidária. **O que é Economia Solidária**. Brasília, 26 ago. 2015. Disponível em: <<http://trabalho.gov.br/trabalhador-economia-solidaria/o-que-e>>. Acesso em: 24 set. 2014.

\_\_\_\_\_. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Produção orgânica**. Brasília, DF, 30 nov. 2016. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/cartas-de-servico/desenvolvimento-agropecuario-cooperativismo-e-associativismo-rural/producao-organica>>. Acesso em: 17 maio 2017.

\_\_\_\_\_. Ministério da Educação. Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação. Programa Nacional de Alimentação Escolar. Aquisição de produtos da agricultura familiar para o Programa Nacional de Alimentação Escolar. **Pnaes**, Brasília, DF, [2016]. Disponível em: <<http://www.fnede.gov.br/programas/pnae/pnae-eixos-de-atuacao/pnae-agricultura-familiar>>. Acesso em: 12 maio 2017.

\_\_\_\_\_. Ministério do Desenvolvimento Agrário. Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário. Sítio institucional. Brasília, DF. Disponível em: <<http://www.mda.gov.br>>. Acesso em: 20 maio 2016.

\_\_\_\_\_. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Banco de Dados. Acesso aos diversos sistemas de controle de dados ligados à pecuária e à agricultura. Brasília, DF. Disponível em: <<http://www.sistemasweb.agricultura.gov.br>>. Acesso em: 10 maio 2016.

CONFERÊNCIA NACIONAL DE ECONOMIA SOLIDÁRIA, 1. Brasília, 26 a 29 jun. 2006. **Anais eletrônicos...** Brasília: SENAES/TEM, 2006. Disponível em: <<http://docvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=docms&pagfis=1967>>. Acesso em: 10 maio 2016.

COOPERATIVA DOS TRABALHADORES COLETORES DE RESÍDUOS RECICLÁVEIS DE BLUMENAU (COOPERRECIBLU). **Estatuto da Cooperreciblu**. Blumenau, 2012. [mimeo].

GRUPO DE PESQUISA EM ECONOMIA SOLIDÁRIA. **Sítio Institucional do Grupo de Pesquisa em Economia Solidária e Cooperativa da Unisinos**. São Leopoldo, Rio Grande do Sul. Disponível em: <<http://www.ecosol.org.br>>. Acesso em: 18 ago. 2015.

LIANZA, S.; HENRIQUE, F. C. (Orgs.). **A economia solidária na América Latina: realidades nacionais e políticas públicas**. Rio de Janeiro: Pró Reitoria de Extensão UFRJ, 2012.

OSLO ASSESSORIA, CONSULTORIA E TREINAMENTO. **Relatório Cooperreciblu**. 2º quadrimestre de 2016. Blumenau, 2016. [mimeo].

\_\_\_\_\_. **Relatório Cooperreciblu**. 2º quadrimestre de 2017. Blumenau, 2017. [mimeo].

PARISOTTO, I. R. S.; LEHNENSTOLL, S.; PURIN, G. T.; BEVIAN, E. C. Reflexões sobre a contribuição jurídica e contábil nos Empreendimentos de Economia Solidária na área de Reciclagem de Blumenau. In: HERRERO, D. E.; DALMOLIN, B. (Orgs.). **III Jornadas de Extensión de MERCOSUR**. 1. ed. Tandil, Argentina: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, v. 1, p. 241-258, 2014.

PRIM, L. de F.; ANDRADE, T.; MARCHI, R. de C. **Economia solidária na ITCP/Furb: reflexões e experiências em busca a inclusão social**. Blumenau: Meta, 2013.

SANTA CATARINA. Ministério Público. Décima Terceira Promotoria Pública. Inquérito Civil n. 06.2015.00006370-0. Termo de Ajuste de Conduta. Data da Instauração: 22 jul. 2015. Data da Conclusão: 9 nov. 2015. Membro do Ministério Público: Leonardo Todeschin. Partes: Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto de Blumenau e Cooperativa dos Trabalhadores Coletores de Resíduos Recicláveis de Blumenau. **Diário Oficial Eletrônico do Ministério Público de Santa Catarina**, Florianópolis, SC, a. 7, n. 1.632, 12 nov. 2015, p. 6. Disponível em: <<https://justotal.com/diarios/mpsc-12-11-2015-pg-6>>. Acesso em: 10 maio 2016.

SIMÃO, V. M. **As trajetórias e o trabalho cooperado e autogestor**: uma análise marxista. Blumenau: Edifurb, 2011.

SINGER, P.; SOUZA, A. R. de. **A economia solidária no Brasil**: a autogestão como resposta ao desemprego. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

SOMBRIO, C. **Coopertran**: uma nova experiência significativa. Blumenau: FURB, 2002. Relatório de Pesquisa.

**Artigo recebido em: 25/07/2018**

**Artigo aprovado em: 25/04/2019**

**Artigo publicado em: 25/04/2019**