

COMÉRCIO SOLIDÁRIO E A COMERCIALIZAÇÃO DA SOCIOECONOMIA SOLIDÁRIA NO ESTADO DE MINAS GERAIS

Geisa Daise Gumieiro
Instituto de Geografia - UFU
gdgumiero@ras.ufu.br

RESUMO

O comércio constitui-se em um dos agentes que contribui para acentuar as diferenças sociais e econômicas entre países, causando desigualdade, injustiças e aumentando o número de excluídos. Nesse contexto, pelo descontentamento de alguns perante as injustiças causadas pelo mercado internacional de comércio, surge o comércio solidário. O comércio solidário ou comércio justo surgiu na Europa no século XX como uma possível tentativa de inserir o pequeno produtor no mercado e também de reduzir o número de atravessadores, garantindo melhores resultados financeiros a esses produtores, uma vez que o preço pago aos produtos solidários é maior que os dos outros produtos. Nesse sentido, destacam-se como principais produtos comercializados pelo comércio justo os produtos agrícolas e o artesanato, que em alguns casos são até exportados. Portanto, acredita-se que inserir o produtor no mercado através da comercialização de seus produtos constitui-se em uma forma muito mais eficaz de promover o desenvolvimento social e econômico, do que investir em políticas assistencialistas, que nada contribuem para o desenvolvimento do país. Diante do exposto, este trabalho tem como objetivo analisar a realidade do comércio solidário no país, especialmente no estado de Minas Gerais.

Palavras-chave: Comércio Solidário; Economia Solidária; Comercialização; Minas Gerais.

FAIR TRADE AND MARKETING OF PARTNERSHIP ECONOMY IN THE STATE OF MINAS GERAIS

ABSTRAT

Trade increases the social and economic differences between countries, causing inequality, injustice and increasing the number of excluded. The injustice caused by the international trade gives rise to fair trade. Fair trade emerged in Europe in the twentieth century as a possible attempt to enter the small producer in the market and reduce the number of middlemen, ensuring better financial results from such producers as the price paid for fair trade products is higher than those of other products. Stand out as major products marketed by the fair trade agricultural products and crafts, which in some cases are even exported. It is believed that the producer entering the market through the marketing of their products is more effective and promotes social and economic development rather than invest in welfare policies, not contributing to the development of the country. Thus, the study aims to analyze the reality of fair trade in the country and the state of Minas Gerais.

Key-Word: Fair trade; Partnership economy; Commercialization; Minas Gerais.

INTRODUÇÃO

Com o crescimento e o fortalecimento do processo de urbanização, a instituição da moeda e, principalmente, com o advento do capitalismo, o comércio tornou-se uma das atividades econômicas mais importantes. Tornou os países desenvolvidos e as grandes nações, cada vez mais ricos, atenuando ainda mais as diferenças sociais e econômicas, causando desigualdade, injustiças e aumentando o número de excluídos.

Nesse contexto, pelo descontentamento de alguns grupos, principalmente de consumidores perante as injustiças causadas pelo mercado internacional de comércio, surge o comércio solidário. Por se tratar de uma modalidade de inserção dos excluídos, esta atividade vem se fortalecendo gradativamente em vários países, inclusive no Brasil.

A partir da década de 1980, o mundo passou por uma série de transformações significativas, tanto no campo político quanto no campo econômico. Com o fim da antiga divisão mundial, entre o capitalismo e o socialismo, os países perceberam a necessidade de se reunirem em blocos econômicos a fim de se tornarem mais poderosos política e economicamente. Com a criação de tais blocos e o fim do sistema socialista, a circulação de informações, de serviços e de mercadorias aumentou em nível mundial, fortalecendo o processo de troca, ou seja, a comercialização entre países de diversas partes do mundo. Mas, apesar de todas essas mudanças ocorridas, ainda se observa muito presente às injustiças e desigualdades sociais que tendem a serem amenizadas pela prática do comércio solidário.

O comércio solidário, também conhecido como comércio justo, ou ainda como comércio eqüitativo, surgiu na Europa no século XX como uma possível tentativa de inserir o pequeno produtor no mercado. É uma forma encontrada pelos países desenvolvidos de contribuir para a melhoria das condições econômicas e sociais dos países mais pobres.

As principais propostas do comércio solidário são: desenvolvimento social; preservação ambiental; criação de relações iguais entre produtores, comerciantes e consumidores; aproximação entre o produtor e o consumidor; garantia dos direitos de trabalhadores; garantia do preço justo pago ao produtor, dentre outros.

Através do comércio solidário tanto os trabalhadores rurais quanto os trabalhadores urbanos são beneficiados, pois há a eliminação ou redução no número de atravessadores e, também, o preço pago aos produtos solidários é maior que os dos outros produtos tradicionais. Esse preço diferencial convencionou-se a denominação de *Premium price*.

Para produtos alimentícios, agrícolas ou não, e para o artesanato o mercado solidário é muito expressivo e se encontra em processo de expansão. Porém, não são apenas esses produtos que são oferecidos pelo comércio solidário, pois a área de atuação desse tipo de comercialização está aumentando, o que contribui também para o aumento da oferta de produtos e serviços do comércio solidário.

Inserir o produtor no mercado através da comercialização de seus produtos é uma forma muito mais eficaz de promover o desenvolvimento social do que investir em políticas assistencialistas, que não contribuem para o desenvolvimento econômico do país, onde o produtor não se sente como parte do sistema econômico.

A prática do comércio solidário vem trazendo bons resultados, isso pode ser observado, dentre outros fatores, pelo aumento das exportações dos produtos resultantes da socioeconomia solidária e, também, pelo aumento do poder de compra dos trabalhadores que praticam o comércio solidário. Porém, observa-se também a falta de incentivo, principalmente por parte dos governantes, em relação à prática de tal atividade.

Este trabalho tem como principal objetivo, de forma geral, analisar o comércio solidário praticado, sobretudo, no estado de Minas Gerais. Para tal buscou-se identificar e localizar os principais pontos de comercialização da socioeconomia solidária existentes no estado mineiro e, a partir daí, tornou-se possível analisar as diferentes formas de comercialização de produtos e serviços resultantes da socioeconomia solidária.

Para o desenvolvimento do presente trabalho, foi realizada uma pesquisa, composta por referencial teórico e levantamentos empíricos de dados, os quais tiveram a finalidade de resultar no histórico e

na atual situação das práticas de comercialização solidárias em Minas Gerais.

Foram realizadas diversas pesquisas de consulta a várias Instituições Governamentais, Estatais e Organizações Não-Governamentais (ONGs). Dentre elas destacam-se a Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES); o Sistema de Informações de Economia Solidária (SIES); a Rede Solidária; o Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES); o Ministério do Trabalho e Emprego (MTE); Publicação do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA).

Os dados que são apresentados neste artigo foram obtidos através de levantamento de informações sobre a temática abordada, disponibilizadas pelas instituições anteriormente citadas, e, também, através de trabalhos de campo em municípios de algumas mesorregiões do estado de Minas Gerais, como, por exemplo, a Mesorregião Triângulo Mineiro/Alto Paranaíba, a Noroeste de Minas, a Sul e Sudoeste de Minas e a Mesorregião Oeste de Minas. Nestas localidades foram realizadas várias entrevistas com produtores, comerciantes e associações que atuam como agentes da socioeconomia solidária no estado.

Como se trata de uma temática pouco conhecida foram realizados alguns trabalhos de campo em diferentes regiões mineiras, o que proporcionou a obtenção de informações e dados necessários ao desenvolvimento da pesquisa, conforme veremos no decorrer deste artigo.

A SOCIOECONOMIA SOLIDÁRIA

O comércio solidário constitui-se numa das etapas da socioeconomia solidária ou economia solidária, que apresenta como princípios básicos a cooperação, a geração de atividade econômica, a autogestão e a solidariedade. Assim, a socioeconomia solidária apresenta-se como uma possível alternativa de inserção de uma grande parcela da população excluída do mercado formal de trabalho, valorizando as experiências de trabalho coletivo e autogestionário, sendo, portanto, uma importante fonte de geração de renda para essa população.

De acordo com Vasconcelos (2007, p. 269, apud Gaiger, 1999, p.10), a socioeconomia solidária

[...] pode ser caracterizada a partir das práticas de autogestão e cooperação usadas nos empreendimentos autogestionário, que alteram o princípio e a finalidade da extração do trabalho excedente encontrados na empresa capitalista, já que tais empreendimentos se assentam na unidade entre a posse e o uso dos meios de produção. Nesses empreendimentos: o funcionamento possui como premissa a propriedade social dos meios de produção, sendo vedada a apropriação individual desses meios ou sua alienação particular; o controle e o poder de decisão pertencem de forma paritária à associação dos trabalhadores; a gestão é determinada pelo conjunto dos trabalhadores, que organizam o processo produtivo, operam as estratégias econômicas e decidem sobre o destino do excedente produzido.

Contudo, a sócio-economia solidária, por sua vez, não se constitui como um modelo revolucionário para mudar ou subordinar o sistema atual, e sim um projeto que tem como objetivo estruturar uma alternativa econômica, social, política e também cultural. Paralelamente ao sistema capitalista, existem formas alternativas que atendem e suprem as necessidades mínimas da parcela da população que se encontra à margem do modo de produção vigente.

Assim, a economia solidária torna-se cada vez mais presente no cotidiano de uma expressiva parcela da população, sobretudo no Brasil. Por tratar-se de uma fonte de geração de renda para os cidadãos não inseridos no mercado de trabalho, a maioria das experiências de economia solidária tem como objetivo principal a comercialização de seus produtos, sobretudo artesanato, produtos alimentícios e materiais reciclados. É a venda dos mesmos que garante a obtenção de renda dos Empreendimentos Econômicos Solidários (EES). Desse modo, destaca-se a importância do comércio solidário para manutenção desses empreendimentos. Embora, deve-se salientar que nem toda a comercialização resultante das práticas da socioeconomia solidária é, necessariamente, resultado do comércio solidário.

No Brasil, a socioeconomia solidária encontra-se em processo de expansão, principalmente a partir das últimas décadas do século XX. Tal expansão acentuou-se ainda mais a partir do primeiro mandato do governo Lula da Silva, quando foi criada a Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES). Nesse sentido, a Tabela 1 apresenta os números referentes aos Empreendimentos Econômicos Solidários em todos os estados brasileiros.

Conforme demonstra a Tabela 1, a região Nordeste é a que apresenta o maior número de empreendimentos solidários, 9.498, ou seja, 43%, com destaque para o estado do Ceará, que possui 8,5% do total de EES do país. A segunda região com o maior número de EES é a região Sudeste, com 3.912, o que representa 18% do total, destacando-se o estado do Rio de Janeiro com um maior percentual, representando 6,2% do total nacional. Embora as regiões acima citadas sejam as que apresentam o maior número de empreendimentos, é o estado do Rio Grande do Sul, na região Sul, que se destaca como o estado que possui o maior número de Empreendimentos Econômicos Solidários, 2.085, o que representa 9,5% do total de EES existentes no Brasil.

A região Centro Oeste é a região do país é a que possui o menor número de Empreendimentos Econômicos Solidários, 2.210. Nessa região, o estado do Mato Grosso destaca-se por concentrar 747, que representa 3,4% do total de empreendimentos do país, de acordo com dados da Tabela 1.

Tabela 1

Empreendimentos econômicos solidários (EES), por unidades da federação - 2007

Unidades da Federação	EES	EES (em %)	Municípios com EES
Rondônia	293	1,3%	40
Acre	543	2,48%	21
Amazonas	461	2,1%	44
Roraima	126	0,57%	15
Pará	574	2,62%	86
Amapá	461	2,1%	44
Tocantins	502	2,29%	92
NORTE	2.656	13%	342
Maranhão	793	3,6%	86
Piauí	1.472	6,7%	158
Ceará	1.854	8,5%	173
Rio G. do Norte	817	3,7%	106
Paraíba	670	3,0%	129
Pernambuco	1.526	6,9%	185
Alagoas	284	1,3%	59
Sergipe	471	2,1%	68
Bahia	1.611	7,3%	210
NORDESTE	9.498	43%	1.174
Minas Gerais	1.236	5,7%	199
Espírito Santo	520	2,3%	75
Rio de Janeiro	1.343	6,2%	87
São Paulo	813	3,8%	174
SUDESTE	3.912	18%	535
Paraná	808	3,7%	143
Santa Catarina	690	3,2%	175
Rio G. do Sul	2.085	9,5%	303
SUL	3.583	16%	621
Mato G. do Sul	340	1,6%	42
Mato Grosso	747	3,4%	95
Goiás	737	3,3%	139
Distrito Federal	386	1,7%	16
CENTRO-OESTE	2.210	10%	292
TOTAL	21.859	100,0%	2.964

Fonte: Atlas da Economia Solidária no Brasil, SIES - 2007.

Org. Silva, R. R. da, 2009.

Ainda de acordo com a referida Tabela, na região Nordeste encontra-se Empreendimentos Econômicos Solidários em uma maior quantidade de municípios, totalizando 1.174, seguida pela região Sul, onde foram encontrados EES em 621 municípios.

Assim sendo, observa-se que a socioeconomia solidária é uma realidade no Brasil. Denota-se também que, com o crescimento dessa “outra economia”, cresce outro setor ligado à solidariedade, que é o comércio solidário.

O comércio solidário surgiu na Europa, entre as décadas de 1960 e 1970, com intuito de pagar ao produtor a remuneração justa por seu trabalho. Apresenta-se como uma alternativa de inserir, principalmente, os pequenos produtores no mercado de trabalho, sendo, dessa forma, um importante instrumento de geração de trabalho, tendo em vista o alto índice de desemprego no Brasil, reflexo do excludente modo capitalista de produção.

Contudo, as ações do comércio solidário não se limitam apenas à questão econômica e social, incluem também a preocupação com o meio ambiente, tendo como base o desenvolvimento sustentável. Assim, a prática do comércio solidário não se restringe apenas a uma relação comercial, tendo em vista que, através da compra de um produto comercializado pelo comércio solidário, estabelece-se uma relação de compromisso com os produtores.

Segundo o Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário no Brasil, os princípios básicos do comércio justo no país são:

Fortalecimento da democracia; respeito à liberdade de opinião e organização; condições justas de produção e comercialização; apoio ao desenvolvimento local e sustentável; respeito ao meio ambiente e aos direitos das mulheres, crianças, grupos étnicos e trabalhadores (as); e informação ao consumidor.

A prática do comércio solidário, segundo Cattani (2003), é sustentada pelo tripé: socialmente justo, ambientalmente correto, economicamente viável. Esses três pontos básicos definem e diferem essa categoria de comércio das demais. Desse modo, o comércio solidário deve ser economicamente viável, ou seja, os produtos comercializados devem ser atrativos e interessantes para o consumidor, caso contrário, não haverá comercialização. Outro fator interessante é a questão social, pois com a prática de tal forma de comércio, tenta-se inserir os produtores no mercado de trabalho, dando-lhes a oportunidade de obterem renda com os resultados do seu próprio trabalho, excluindo, portanto, a necessidade de políticas assistencialistas. Além dessas questões já abordadas, outra preocupação do comércio justo é, conforme abordado anteriormente, com a questão ambiental, sendo pautado nos princípios de desenvolvimento sustentável, em que as atividades do presente não comprometerão os recursos necessários para as gerações futuras.

No Brasil, o comércio justo iniciou-se, efetivamente, em 1999 com um grupo de agricultores nordestinos, produtores de melão, do município de Mossoró, no Rio Grande do Norte. Posteriormente, difundiu-se para outras regiões, conforme demonstrado na tabela anterior.

As Organizações não-governamentais, como a Federação de Órgãos para Assistência Social e Educacional (FASE), Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), Instituto Marista de Solidariedade (IMS), preocupadas com o desenvolvimento social, são algumas das principais incentivadoras do comércio solidário no país.

Atualmente, no Brasil, as principais formas de comercialização seguindo os moldes do comércio solidário, são as lojas de comércio solidário; algumas lojas convencionais que aderem o comércio justo e, por isso, comercializam algumas dessas mercadorias juntamente com os demais produtos, como, por exemplo, algumas lojas da rede de auto-serviço *Pão-de-Açúcar*; as feiras, livres ou exclusivas da socioeconomia solidária; e a criação de marcas.

A principal função do comércio solidário é auxiliar em uma das mais difíceis etapas da agricultura familiar, que é a comercialização, principalmente da produção sustentável. O comércio solidário também é muito importante para a comercialização do artesanato, sendo a *Artesanato Solidário* uma das principais entidades envolvidas com a produção e comercialização de tais produtos. A entidade *Artesanato Solidário* é resultado de um programa

do Governo Federal, atuando em âmbito nacional, e tem como principal objetivo incentivar o artesanato de tradição em comunidades de baixa renda, sendo muito importante no Norte de Minas Gerais.

O Quadro 1 apresenta algumas instituições brasileiras que apóiam e desenvolvem o comércio solidário, destacando a área de atuação, o ano de início das atividades, a modalidade de atuação e os principais objetivos de cada empreendimento listado. De acordo com o quadro, observa-se a presença do comércio solidário em vários estados do país, bem como a diversidade de produtos comercializados e os objetivos dos empreendimentos.

De acordo com o quadro, nota-se, no Brasil, a existência de algumas instituições que são exclusivamente voltadas para ações em prol do comércio solidário, como exemplo, destaca-se a *Viva Rio* e o *Faces do Brasil*. Porém, o maior incentivo à prática desse tipo de comércio ocorre por parte de algumas ONG's, preocupadas com o desenvolvimento social que dentre outras ações, apóiam o comércio justo. Mas essas não são as únicas formas de prática do comércio solidário. Há também algumas associações e cooperativas, principalmente do setor agrícola, que defendem e se beneficiam de tal forma de comércio.

A Realidade do Comércio Solidário em Minas Gerais

Em Minas Gerais a socioeconomia solidária encontra-se num processo de expansão que pode ser verificado quando se comparam os dados do Sistema de Informações em Economia Solidária (SIES), do Ministério do Trabalho e Emprego, dos anos de 2005 e 2007. No primeiro cadastramento de Empreendimentos Econômicos Solidários no Brasil, que resultou no Atlas da Economia Solidária, de 2005, Minas Gerais ocupava a 3ª posição no ranking de EES da região Sudeste, representando 14% do total da região, ficando à frente apenas do estado do Espírito Santo. Porém, em 2007 a situação do estado, em relação ao número de Empreendimentos Econômicos Solidários, foi alterada e o estado passou a ser o segundo da região com o maior número de EES, representando 31,5% do total de EES da região Sudeste, ficando atrás apenas do Rio de Janeiro, com 34,3%, de acordo com dados do SIES (2009).

No caso de Minas Gerais, a maioria das redes de comércio justo ocorre na agricultura e no artesanato como, por exemplo, na produção de café orgânico e na produção de artesanato, no Sul e no Norte do estado, respectivamente. Nota-se, portanto, a importância do comércio solidário para os pequenos produtores, pouco lembrados ou beneficiados por políticas públicas.

Na tentativa de melhorar a produção, a comercialização e a divulgação dos produtos oriundos de tal prática criou-se a Rede de Comercialização da Agricultura Familiar. Esta rede surgiu de uma parceria entre o governo de Minas Gerais, através da EMATER-MG, do Governo Federal, por meio da EMBRAPA e do Instituto Kairós.

No Quadro 2, têm-se algumas instituições que desenvolvem ou apóiam a prática do comércio solidário em Minas Gerais. Ao analisá-lo observa-se que a maioria dessas instituições encontra-se presente na região metropolitana do estado, isso se deve, dentre outros fatores, à presença e atuação, nessa região, do Fórum Mineiro de Economia Solidária. Outro fator que também pode ser observado no quadro é área de atuação de tais instituições, sendo que a maioria atua na produção de artesanato ou na agricultura.

No que se refere às lojas de comércio solidário e pontos de comercialização dos produtos resultantes da socioeconomia solidária de Minas Gerais, a concentração destes ocorre no Noroeste do estado e no Vale do Jequitinhonha, que também concentram grande quantidade de Empreendimento Econômicos Solidários.

No que tange ao comércio solidário, principalmente no estado de Minas Gerais, observa-se a falta de dados referentes a tal prática. Nesse sentido, a maioria dos dados do comércio solidário apresentados neste trabalho são anteriores ao ano de 2009.

Em Minas Gerais, as mesorregiões Sul de Minas, sobretudo os município de Pouso Alegre, Varginha, Maria da Fé, e Noroeste de Minas Gerais, com destaque para os municípios de Paracatu, Vazante, Natalândia e Uruçuia, destacam-se em relação ao comércio solidário.

Quadro 1

Principais instituições de comércio solidário que atuam no Brasil

Redes	Início da atuação	Área de atuação	Entidades envolvidas	Modalidade	Principais objetivos
Viva Rio	2000	Rio de Janeiro	Roda Viva, Papel Pinel, Colônia Juliano Moreira, Abayomi, Criola	artesanato e confecções	organizar, legalizar, equipar e capacitar cooperativas de costura já existentes no RJ
Ética Comércio Solidário	-	Recife	Pequenos produtores e com grupos da sociedade civil	artesanato, confecções e agropecuária	trabalha em prol do desenvolvimento sustentável
Grupo de Trabalho Amazônico	1992	Amazônia Legal	mais de 500 entidades	agricultores	promover a participação das comunidades da floresta nas políticas de desenvolvimento sustentável
Coopercaju	2000	Rio Grande do Norte	cooperativa de cajueiros e a ONG Visão Mundial	agricultura	capacitar pequenos produtores, investir em qualidade e comercializar a produção sem atravessadores
Visão Mundial	no Brasil, 1975	presente em cerca de 100 países	ONG's, sociedade civil	artesanato, agropecuária e confecções	transformação social sustentável
Ação Comunitária do Brasil	1966	Rio de Janeiro	Instituições privadas, ONG's, pessoas físicas	acessórios bijuterias, confecções e decoração e papelaria	promover e defender os direitos de cidadania dos excluídos
Faces do Brasil	2002	Nacional	ONG's, representantes governamentais, empresas, representações de trabalhadores e prestadores de serviços	produtos agroecológicos	promover o conceito de comércio solidário acessibilidade de produtos e difundir princípios e critérios do comércio solidário
Nova Amafrutas	2000	Pará	cooperativas de trabalhadores da fábrica e de pequenos agricultores	Produção de sucos	melhoria de vida da comunidade, desenvolvimento sustentável e negociação favorável junto ao mercado
Bambuzeira Capricho	2002	Alagoas	Usina de cana, Prefeitura de Cajueiro, Sebrae, cooperativas e ONG's	artesanato com bambu e papel reciclado	desenvolvimento sustentável e o bem estar dos trabalhadores
Adere	2003	São Paulo	Pão de Açúcar	artesanato	tornar o deficiente mental um trabalhador eficiente

Fonte: Visão Mundial, 2006.

Org: Silva, R. R. da 2006.

Quadro 2

Instituições que desenvolvem o comércio solidário em Minas Gerais

INSTITUIÇÃO	LOCALIDADE	ÁREA DE ATUAÇÃO
FUNJOBI - Fundação São João Bosco para a Infância	Belo Horizonte	Programa de Apoio ao Artesão do Vale do Jequitinhonha
C.C.SALVA TERRA - Conselho Comunitário "Salva Terra"	Jacarandira - Zona rural	Apoio a Produção Artesanal
REDE - Rede de Intercâmbio de Tecnologias Alternativas	Belo Horizonte	Rede de Intercâmbio de Sementes - RIS
C.D.C.RIBEIRÃO(MG) - Conselho de Desenvolvimento Comunitário de Ribeirão Santo Antônio	Resende Costa	Apoio à Produção Artesanal
C.C.CONCEIÇÃO(MG) - Conselho Comunitário Nossa Senhora da Conceição	Resende Costa	Apoio à produção artesanal
C.D.C.S.GERALDO - Conselho de Desenvolvimento Comunitário de São Geraldo	Resende Costa	Apoio à produção artesanal
Aprender Produzir Juntos (APJ)	Teófilo Otoni	(*)
Associação Comunitária Capela Serranos	Capela Serranos – área rural	artesanato
Instituto de Ecodesenvolvimento Agrícola (IDEA)	Belo Horizonte	(*)
Centro de Capacitação e Apoio ao Pequeno Empreendedor (CENTRO CAPE)	Belo Horizonte	capacitação de pequenos produtores artesanais, financiamento de pequenos produtores, treinamento de técnicos, feiras e eventos
Rede de Intercâmbio de Tecnologias Alternativas (REDE)	Belo Horizonte	programa de apoio ao associativismo
Centro de Tecnologias Alternativas da Zona da Mata (CTA-ZONA DA MATA)	Viçosa	Dentre outros projetos o CTA- Zona da Mata trabalha também com o comércio solidário
Centro de Agricultura Alternativa Vicente Nica (CAV)	Turmalina	(*)

(*) dados não encontrados.

Fonte: Projeto Terra, 2006; Rede Solidária, 2007.

Org.: Silva, R. R. da, 2009.

A maioria dos empreendimentos mineiros da socioeconomia solidária comercializa artesanato e produtos alimentícios os quais são produzidos por grupos de trabalhadores rurais, por assentados, por grupo de mulheres e outros.

No Quadro 3 estão relacionados alguns exemplos de lojas onde há a comercialização de produtos resultantes da economia solidária, os quais comercializam principalmente, alimentos e produtos artesanais.

Quadro 3

Redes de lojas de comércio solidário de Minas Gerais - 2007

LOJAS	LOCALIDADE	PRODUTOS COMERCIALIZADOS
ESTAÇÃO GERANA	Pouso Alegre	Alimentos Orgânicos, alimentação natural, marcenaria, brinquedos educativos
GENTE DE FIBRA (COMARTE)	Maria da Fé	Artesanato com fibra de bananeira
A BAMBUZEIRA	Itanhandu	Artesanato em bambu
ÉTICA COMÉRCIO SOLIDÁRIO	Belo Horizonte	redes, bijuterias e artesanato em pedra-sabão
BROTO BRASILIS	Aiuruoca	artesanato
PROJETO URUCUIA	Urucuia	Agricultura e artesanato
OFICINA DE AGOSTO	Tiradentes	Artesanato (bonecas de madeira e de papel)
GENTE DE FIBRA	Maria da Fé	Produção de produtos feitos de fibra de bananeira e papel velho
CASA DO ARTESÃO	Paracatu	Artesanato de forma geral e alimentos (doces, bolachas, compotas)
CASA DO ARTESÃO	Campina Verde	Artesanato de forma geral e alimentos (doces, bolachas, compotas)
CASA DO ARTESÃO	Uberaba	Artesanato de forma geral e alimentos (doces, bolachas, compotas)
ASSORART – Loja de Artesanato	Frutal	Artesanato de forma geral e alimentos (doces, bolachas, compotas)

Fonte: Ética Comércio Solidário, 2007; Projeto Terra, 2007.

Org.: Silva, R. R., 2007

Nesse sentido, ressalta-se o município de Pouso Alegre que possui uma loja de comércio solidário denominada *Estação Gerana*. Já, em Paracatu e Vazante foram encontradas experiências de economia solidária nas comunidades quilombolas, *São Domingos e Comunidade dos Bagres*, respectivamente. O município de Paracatu ainda se destaca por conta da presença da *Instituição Cáritas* (ligada a Igreja Católica) que apóia e incentiva o desenvolvimento da socioeconomia solidária na região. Destaca-se também, ainda na mesorregião Noroeste de Minas, o município de Natalândia, onde se encontra uma sede da instituição de âmbito nacional, *Artesanato Solidário*, que valoriza o artesanato local.

No Triângulo Mineiro também foram encontradas experiências de comércio solidário. Em Uberaba, Campina Verde e Frutal existem lojas de associações de artesãos, que adotam princípios da socioeconomia solidária. Essas lojas são designadas como “Casa do Artesão” e comercializam não apenas artesanato, mas também produtos alimentícios e bebidas, como licores e cachaça.

No que se refere ao comércio solidário observa-se diferentes formas de comercialização dos produtos da socioeconomia solidária. Além da comercialização em lojas específicas de comércio justo, há também a venda dos produtos em feiras, quer sejam exclusiva de comércio solidário ou feiras livres, com barracas diferenciadas de economia solidária. Outra forma de comercialização dos produtos solidários é a que ocorre em lojas tradicionais, sendo que esses produtos podem ou não ser identificados como resultantes da economia solidária.

Apesar de todas essas formas de comercialização, a forma de venda mais comum dos produtos da socioeconomia solidária ocorre nos próprios empreendimentos, mesmo que estes não possuam lojas em suas dependências. Outro fato que chama a atenção na comercialização dos produtos resultantes do comércio solidário é que os consumidores têm o costume de ir até os empreendimentos onde os produtos solidários são produzidos, podendo assim, observarem a forma como estes são fabricados.

As Formas de Comercialização dos Produtos Solidários em Minas Gerais

Conforme mencionado anteriormente, muitas são as formas de comercialização dos produtos e serviços resultante da socioeconomia solidária. Nesse sentido, embora a prática do comércio solidário seja interessante para o fortalecimento da economia solidária, tal prática não se constitui como única forma de comercialização desenvolvida pelos Empreendimentos Econômicos Solidários.

Dessa forma, as diferentes formas de comercialização dos produtos e serviços resultantes da socioeconomia solidária são resultantes das diferenças existentes entre os empreendimentos solidários. A forma como os produtos são comercializados é escolhida pelo próprio empreendimento, levando em consideração as características apresentadas pelo mesmo, ou seja, alguns empreendimentos são bem estruturados e, portanto, o processo de comercialização é facilitado. Alguns possuem lojas próprias para a venda, porém, outros grupos de trabalho não dispõem de muitos recursos e apresentam maior dificuldade de comercialização. Alguns produtos da socioeconomia solidária são vendidos como os produtos tradicionais, não sendo diferenciados e, por isso, são mais valorizados pelos consumidores conscientes de seu papel enquanto agentes responsáveis pela redistribuição de renda.

Entre as principais formas ou locais de comercialização destacam-se: as associações de artesãos; as lojas de comércio solidário; as feiras (feiras livres ou feiras de economia solidária); a criação de marcas próprias; e os próprios Empreendimentos Econômicos Solidários.

Assim, no estado de Minas Gerais observa-se que grande parte das lojas que comercializam produtos resultantes da economia solidária são associações de artesãos, sendo responsáveis tanto pela produção quanto pela comercialização de seus produtos. Para isso os artesãos pagam uma contribuição mensal, que representa cerca de 10% do valor de cada peça vendida, que tem como finalidade cobrir os gastos da loja, como aluguel, energia, contratação de funcionários e outros.

Em relação às lojas exclusivas de comércio solidário, ou especializadas, observa-se uma contradição, pois o comércio solidário tenta inserir o pequeno produtor no mercado e, de fato insere no que se refere à compra de seus produtos, porém exclui muitos que não tem condições de comprar esses produtos. Cabe ressaltar ainda que muitas lojas de comércio justo fazem o papel de atravessador, fato que contraria os princípios do comércio solidário. Como exemplo de loja de comércio solidário, no estado de Minas Gerais, destaca-se, conforme mencionado anteriormente, a “Estação Gerana”, em Pouso Alegre. Trata-se de uma loja modelo exportação, onde os preços praticados não condizem com a realidade econômica do país, pois os produtos são muito caros, embora sejam de boa qualidade.

A principal forma de comercialização dos produtos solidários são as feiras que se caracterizam como uma válvula de escape para os pequenos produtores que possuem maiores dificuldades em expor e comercializar seus produtos. Durante as feiras, os produtores podem comercializar suas mercadorias como pertencentes à economia solidária, o que permite uma maior valorização das mesmas, além de criar a possibilidade de aproximação entre produtores e consumidores.

As feiras de economia solidária normalmente são acompanhadas de debates e discussões a respeito de tal temática, o que aproxima os atores dessa “outra economia”, fortalecendo o conceito e a aplicação da economia solidária, além de promoverem a divulgando dos fóruns regionais. Como exemplo dessas feiras tem-se a feira anual de economia solidária que acontece no município de Santa Maria, no Rio Grande do Sul, que representa uma boa oportunidade de comercialização para os empreendimentos solidários de todo o país.

Alguns órgãos como a SENAES, o Instituto Marista de Solidariedade (IMS), o Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES) e outros, apóiam a realização dessas feiras, pois vêem nestes eventos uma boa oportunidade de comercialização de produtos, que não são vendidos em outros locais. Diante disso, foi estabelecido um programa nacional que apóia a realização de feiras em nível estadual (presentes em 22 estados brasileiros e no Distrito Federal). Além dessas feiras estaduais o programa de promoção do comércio solidário também incentiva as feiras de âmbito nacional, como o caso da feira anual do município de Santa Maria, no Rio Grande do Sul.

Porém, nem todos os produtores apresentam condições de exporem seus produtos em feiras específicas de economia solidária, ocorrendo, por isso, a venda de produtos econômicos solidários, ou seja, produtos feitos seguindo alguns princípios específicos como a preocupação ambiental e social os quais são comercializados juntamente com produtos tradicionais.

Uma importante estratégia que tem sido utilizada para a comercialização dos produtos resultantes da economia solidária é a criação de marcas-próprias que caracterizam os produtos bem como as instituições que o produzem. Um exemplo interessante é a marca “Dom de Minas”, criada pela *Cáritas* do município de Paracatu, Minas Gerais. Essa marca surgiu na tentativa de auxiliar na comercialização dos produtos alimentícios de comunidades rurais (sítios, chácaras, fazendas, assentamentos e quilombolas). Através da marca “Dom de Minas” os consumidores podem facilmente identificar os produtos como sendo de economia solidária. Os principais produtos que constituem o “Dom de Minas” são a farinha, o polvilho, o açúcar mascavo, as hortaliças, as frutas e verduras.

A intenção da *Cáritas* é auxiliar os produtores para que, posteriormente, os mesmos possam trabalhar sem a ajuda da instituição, tendo em vista que, com o passar do tempo, a marca irá se consolidar. Esse apoio da *Cáritas* segue os moldes da incubação. A marca “Dom de Minas” funciona como um selo, como a certificação obtida por alguns produtores para produtos que obedecem a certos critérios, como os selos de alguns produtos do comércio solidário.

Contudo, apesar de todos esses modos de comercialização, a forma de venda mais comum dos produtos da socioeconomia solidária ocorre nos próprios empreendimentos, mesmo que estes não possuam lojas em suas dependências. Isso se deve ao fato de que os consumidores têm o costume de ir até os produtos solidários onde os mesmos são produzidos podendo, assim, observarem a forma como são feitos, e também devido à falta de opção de lugares que comercializam os produtos resultantes da socioeconomia solidária.

Algumas Dificuldades Encontradas na Prática do Comércio Solidário e na Certificação dos Produtos

Alguns problemas em relação ao comércio solidário são enfrentados pelos produtores como o preço dos produtos comercializados, pois, como a prática do comércio justo é algo relativamente recente, ainda não houve a disseminação dessa forma de comercialização, implicando assim em algumas restrições de certos produtos no mercado, o que torna o preço mais elevado. Porém, a partir do momento em que existir uma maior procura por esses produtos diferenciados, a produção tende a aumentar o que, conseqüentemente, levará a uma queda nos preços.

Outro fator que dificulta a atuação do comércio solidário é a certificação dos produtos que se constitui num processo oneroso. Existem no mercado selos que identificam e diferenciam os produtos do comércio solidário, sendo esses exigidos principalmente para produtos de exportação. Para que os produtos recebam esses selos, os mesmos precisam passar por um processo de certificação, no qual são feitas inspeções nos produtos, verificando-se as condições dos mesmos. Quando os produtos passam por esse processo recebem um selo o qual os identifica como sendo resultante do comércio solidário. Esse processo é dado por produto, e não por produtor, o que significa dizer que se um produtor produz mais que um tipo de produto ele precisará de mais de um selo. Além do custo com o processo de certificação há também o custo com o selo utilizado para identificar o produto.

O selo do comércio solidário também é dado para os grandes produtores, desde que os mesmo atendam a alguns pré-requisitos como, por exemplo, os direitos dos trabalhadores. Como os grandes produtores também podem adquirir esses selos ocorre, em alguns casos, que estes produtores, por possuírem maiores recursos, sejam mais beneficiados, deixando o pequeno produtor, novamente, marginalizado.

Contudo, observa-se que é difícil para pequenos produtores, isolados ou organizados em associações ou cooperativas, inserirem-se no comércio solidário sem o apoio de uma instituição capaz de dar suporte ao processo de inserção e, também, de apoio ao longo do desenvolvimento das atividades.

Além do fato de que a comercialização apresenta-se como uma etapa difícil para os pequenos produtores, deve-se levar em conta também à questão da falta de apoio e suporte que muitos produtores enfrentam.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O comércio solidário constitui-se é um importante instrumento de inserção de pequenos produtores no mercado, o que reflete no desenvolvimento econômico e social.

É grande o potencial do Brasil para essa nova prática de comércio, pois existem no país muitos desempregados, ou seja, trabalhadores excluídos do mercado formal, dispostos a se unirem para trabalhar coletivamente, sendo que tais pessoas apresentam certa qualificação para essa forma de trabalho. No entanto, o que se observa é a falta de incentivo no desenvolvimento, não apenas do comércio justo, como também da própria economia solidária. Na realidade das pessoas que praticam a economia solidária nota-se a falta, não apenas de recursos financeiros, como também de capacitação, dificuldades na gestão de empreendimentos dentre outros.

Outro fato importante refere-se à participação dos consumidores. Por se tratar de uma nova temática, ainda existem limitações no número de consumidores solidários, principalmente pelo fato destes produtos serem comercializados por um preço mais elevado que os demais, visto que os mesmos são produzidos seguindo certos padrões como a preocupação com a questão ambiental e social.

Minas Gerais apresenta um grande potencial para o comércio solidário, assim como o restante do país. O que ocorre é que, em algumas regiões, o espírito de coletividade e cooperativismo entre as pessoas não é tão evidente, o que se deve, principalmente, a questões culturais e históricas.

Embora o comércio solidário com todas as características que o distinguem não seja comumente encontrado, ainda assim trata-se de uma modalidade diferenciada de comércio, pois é sustentado pelo tripé econômico, social e ambiental, apresentando ainda preocupações tanto com os produtores quanto com os consumidores.

Dessa forma, a prática e o incentivo ao comércio solidário se fazem necessários, uma vez que contribuem com o desenvolvimento econômico e social do país e com o surgimento de outro perfil de consumidores, conscientes, participantes e integrados às possíveis mudanças sociais, decorrentes dessa outra economia.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. Trad. R. V. Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v.1. (A era da informação: economia, sociedade e cultura)

CATTANI, A. D. (org.) **A outra economia**. Porto Alegre: Voraz Editores, 2003.

CLEPS, G. D. G.; SILVA, R. R. Comércio Solidário, algumas reflexões. In: **Comunicação Científica – I Encontro Nacional de Grupos PET Geografia**. Uberlândia – MG, 2006.

_____. As Redes do comércio solidário em Minas Gerais. In: **Comunicação Científica – XVIII Encontro Nacional de Geografia Agrária**. Rio de Janeiro – RJ, 2006.

_____. A realidade do comércio solidário em Minas Gerais. In: **Comunicação Científica – III Simpósio Internacional de Geografia Agrária**. Londrina – PR, 2007.

_____. O desenvolvimento do comércio solidário em Minas Gerais. In: **Comunicação Científica – III Semana Acadêmica**. Uberlândia – MG, 2006.

CHESNAIS, F. **A mundialização do capital**. São Paulo: Xamã, 1996.

CHOSSUDOVSKY, M. **A globalização da pobreza: impactos das reformas do FMI e do Banco Mundial**. São Paulo: Moderna, 1999.

FÓRUM BRASILEIRO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA. Disponível em: <http://www.fbes.org.br>. Acesso em 14 de abril de 2007.

GAIGER, L. I. **O trabalho no centro da Economia Popular Solidária**. Caxambu: Unisinos, 1999.

_____. **A solidariedade como uma alternativa para os pobres**. Disponível em: <<http://www.pacs.org.br>>. Acesso em 10 de março de 2006.

HARVEY, D. **A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. Trad. A. U. Sobral e M. S. Gonçalves. São Paulo: Loyola, 1992.

LISBOA, Armando. **Os desafios da Economia Popular e Solidária**. Disponível em: <<http://www.pacs.org.br>>. Acesso em 10 de março de 2006.

_____. **A economia Popular no contexto da grande transformação**. Florianópolis: UFSC, 1998.

MANCE, E. A. **Redes de Colaboração Solidária**. Petrópolis: Vozes, 2002.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária. Disponível em: <<http://www.mte.gov.br/ecosolidaria/sies.asp>>. Acesso em 15 de setembro de 2009.

NÚÑEZ, Orlando. **La economía popular asociativa y autogestionaria**. 2a. Managua: CIPERS, 1996.

RAZETO, Luis. Economia de solidariedade e organização popular. In GADOTTI, Moacir e GUTIÉRREZ, Francisco. **Educação comunitária e economia popular**. São Paulo: Cortez, 1993.

REDE SOLIDÁRIA. Disponível em: <<http://www.redesolidaria.com.br>>. Acesso em 14 de abril de 2007.

SECRETARIA NACIONAL DE ECONOMIA SOLIDÁRIA – Atlas da Economia Solidária. Disponível em: <<http://www.mte.gov.br/sistemas/atlas/atlases.html>>. Acesso em 15 de setembro de 2009.

SEBRAE, Comércio Justo: pesquisa mundial. Sebrae, 2004, p.11. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em 04/04/2006.

SISTEMA DE INFORMAÇÕES EM ECONOMIA SOLIDÁRIA. Disponível em: <<http://www.sies.mte.gov.br>>. Acesso em 14 de abril de 2007.

SOUZA, Herbert de. Globalização. Jornal **O Estado de São Paulo**, 06/07/1996.

_____. **A consistência das redes solidárias**. Ciências Sociais UNISINOS: São Leopoldo, v. 37, n. 159, p. 177-204, 2001.

TERRA PROJETO COMÉRCIO SOLIDÁRIO. Disponível em: <<http://www.projetoterra.com.br>>. Acesso em 14 de abril de 2007.