

VII Encontro Nacional de Estudos do Consumo
III Encontro Luso - Brasileiro de Estudos do Consumo
I Encontro Latino - Americano de Estudos do Consumo

Mercados Contestados – As novas fronteiras da moral, da ética, da religião e da lei

24, 25 e 26 de setembro de 2014

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (Puc-Rio)

A natureza da comercialização na economia solidária: aprofundando o debate acerca das suas dificuldades

Diogo Ferreira de Almeida Rêgo¹

Resumo

O presente artigo tem como finalidade analisar o perfil e qualificar as dificuldades de comercialização na economia solidária. Parte-se do pressuposto de que a comercialização é um tema ainda pouco tratado no ambiente da economia solidária. Além disso a realidade apresentada no mapeamento nacional da economia solidária, que foi realizado pela Secretaria Nacional da Economia Solidária em parceria com o Fórum Brasileiro de Economia Solidária, revela uma situação precária dos empreendimentos de economia solidária em nível nacional e, conseqüentemente, de seus trabalhadores pois muitos deles encontram-se em condições de alta vulnerabilidade e com pouquíssimos direitos conquistados. A comercialização é apontada, pelos próprios empreendimentos, como um dos seus principais desafios; muitos dos pesquisados associam sua precária condição de trabalho à falta de adequada comercialização do seu produto ou serviço. Para qualificar a análise, é abordado o tema da construção social do mercado e a interação da economia solidária com o mercado, a partir das argumentações feitas por Karl Polanyi sobre a economia plural e o papel histórico do mercado na sociedade. Em seguida o texto aborda o perfil geral desses empreendimentos e analisa suas dificuldades nesse campo, agrupando-os em 4 áreas: acesso a crédito, logística, articulação em rede e apoio formativo.

Palavras – chave: economia solidária, empreendimentos de economia solidária, comercialização

¹ Mestre em gestão social e desenvolvimento pela Universidade Federal da Bahia e membro da RedeMoinho – Cooperativa de Comércio Justo e Solidário (redemoinho.coop.br). E-mail: diogofar@gmail.com

1- Introdução

Durante a Revolução Industrial, foi “implantado” um novo padrão de produção e consumo que propiciou maior concentração de riqueza e poder, amparado nessa visão restrita da economia, bem como na tese do mercado autorregulado, campo fértil para a sua continuidade. Para que esse padrão de consumo e produção se consolidasse, foi preciso transformar os elementos centrais da sociedade em mercadorias, o que também subordinou a natureza, através da terra, ao mercado. Esta situação se justificou para que os elementos que interferiam diretamente na produção estivessem a serviço dos detentores dos meios de produção do período. Tal processo distanciou os trabalhadores de suas atividades produtivas e os submeteu ao trabalho assalariado, transformando o mercado o regente da sociedade. A partir desta nova configuração, iniciou-se um processo em que todo bem necessário para garantir o lucro do mercador podia ser transformado em mercadoria (POLANYI, 2000).

No entanto, Polanyi (2000) chama a atenção para o equívoco dessa definição, baseada em uma visão restrita e, portanto, empobrecida da economia, por ignorar a possibilidade de existência de um mercado plural. Segundo ele todos os sistemas conhecidos até o feudalismo eram pautados em pelo menos um dos três princípios acima descritos (domesticidade, reciprocidade ou redistribuição) ou em uma combinação destes. Inicialmente, a permuta/troca ocupava um lugar subordinado na reciprocidade ou na redistribuição, sendo pouco determinante na vida social da época, já que não conseguia abranger toda a produção e consumo. A partir do início do mercantilismo (século XVI) assistiu-se ao fortalecimento do mercado, sobretudo devido à ampliação do comércio externo, extrapolando os limites do mercado local. A partir deste fenômeno, a troca fortaleceu-se enquanto forma de relação. O mercantilismo preparou terreno para mudanças mais profundas, as quais se deram com a Revolução Industrial, ocorrida no final do século XIX, marca de uma nova era do capitalismo mundial. Uma das características deste novo momento foi a separação entre o político – representado pelo Estado – e o econômico – representado pelo mercado. Neste momento, o conhecimento econômico, considerado como técnico científico, ganhou uma áurea de imparcialidade, de modo que se convencionou subordinar todos os demais campos da vida social ao campo econômico. A partir desse cenário, viu-se consolidar a mudança de motivação da ação por parte da sociedade: o lucro passa a substituir a motivação da subsistência e a riqueza passa a ser determinada pelo valor e pelo dinheiro. Com o tempo, toda a sociedade torna-se dependente do ciclo da produção para obter renda, emprego e provisões. Dentro desta nova lógica, onde tudo se torna mercadoria, é importante aos detentores dos meios de produção que a escassez seja construída para a potencialização do lucro, devendo haver, por exemplo: poucas vagas de trabalho, para que se paguem baixos salários; abundância de insumos, para que o seu valor seja baixo. Os que têm mais acesso ao dinheiro passam a deter o poder de controle para concentrar a terra, meios de

produção e contratação das pessoas.

No entanto, desde esse período acima relatado, houve iniciativas contestando a centralidade do capital nas relações sociais, sua exacerbada concentração e o enfraquecimento dos trabalhadores nesse processo. Essas iniciativas de contestação partiram de pressupostos da economia substantiva e, portanto, pressupostos intrínsecos à natureza, contestando o paradigma da escassez. Dentre as iniciativas, atualmente vem-se fortalecendo e ganhando destaque, e em especial na América Latina, a economia solidária.

Com base em diversos autores que vêm trabalhando sobre o tema, pode-se afirmar que ainda não há uma definição consensual ainda acerca do próprio nome dela, sendo também chamada de economia popular solidária, cooperativismo popular, socioeconomia solidária, entre outros. O certo é que a economia solidária, embora tenha o seu termo empregado recentemente, tem raízes mais antigas, pois ela vem a ser uma síntese de diversas experiências organizacionais de caráter econômico baseadas em novas e antigas formas de solidariedade; seja em uma perspectiva de busca de alternativa de emprego através da autogestão, seja em uma perspectiva de construção de um modelo alternativo ou diferenciado do capitalismo, ou simplesmente enquanto utopia experimental de novas formas de sociabilidade e de vivências de valores relacionados com o modo de ser cuidado. (FRANÇA 1999, SINGER 2000, VAINER 2000, ARRUDA e BOFF 2000, ARRUDA 1996, CORAGGIO 2000, RAZETTO 1997 apud MOURA e MEIRA, 2002)

2 - A construção de mercados plurais e a economia solidária

Pelo exposto, vê-se que a Economia Solidária faz um contraponto ao capitalismo ao, dentre outras consequências, contestar a restrita visão econômica incapaz de dar conta da diversidade das iniciativas econômicas, bem como de suprir os anseios da população. Portanto, a economia solidária representa iniciativas que têm por base a economia plural, onde coexistem distintas formas de produção, distribuição, relações de trabalho, finanças e consumo.

Autores como Boulding (1973), Mauss (1923), Perroux (1960), Polanyi (2000) ou Razeto Migliaro (1988) convergem ao assumir a perspectiva da economia plural a partir da argumentação construída em torno da economia e do mercado. Tal economia plural retoma os princípios da economia que são: o mercado ou troca mercantil, a reciprocidade, a domesticidade e a redistribuição. É essa hibridação que permite à economia solidária a sustentabilidade das iniciativas existentes e representa mais do que a articulação entre as diversas

formas de economia, pois insere nestas uma dimensão social e política de ação (FRANÇA FILHO e LAVILLE, 2004; REIS, 2005).

Esta compreensão orienta a visão de uma economia plural, composta de três formas econômicas, quais sejam: a) economia mercantil: nela, a distribuição de bens e serviços é confiada prioritariamente ao mercado e baseada no princípio do mercado autorregulado, mas não é unicamente organizada ao redor do mercado, admitindo numerosas contribuições não-mercantis. É um tipo de troca marcado pela impessoalidade e pela equivalência monetária, limitando a relação a um registro puramente utilitário; b) economia não mercantil: funda-se no princípio da redistribuição, sendo marcada pela verticalização da relação de troca e por seu caráter obrigatório, como impostos, por exemplo. Pode ser privada, mas é geralmente pública, de modo que sua distribuição possa garantir direitos sociais; c) economia não monetária: funda-se nos princípios da reciprocidade e da domesticidade, com uma relação de troca orientada pela lógica da dádiva, aqui compreendida em três momentos: o dar, o receber e o retribuir. Neste tipo de sistema, os bens circulam de modo horizontal e o objetivo principal, para além da satisfação utilitária das necessidades, é de afirmar os laços sociais. Ainda que um número considerável de relações recíprocas utilize-se de formas monetárias, é no seio da economia não monetária que se encontram na prática as principais contribuições recíprocas (FRANÇA FILHO, 2007; LAVILLE, 2001).

A economia plural alinhada com as práticas e princípios da economia solidária formam algumas singularidades pautadas numa economia substantiva, para além de visões restritas. A primeira dessas singularidades diz respeito “à possibilidade de pensar as práticas de economia solidária como uma projeção, no nível micro ou meso-social, do conceito macro-social de economia plural. A segunda, concerne à possibilidade de compreender a economia solidária como uma articulação inédita entre as três formas de economia citadas acima, inventando assim um outro modo de definir o ato econômico” (FRANÇA FILHO, 2007, p. 160). A terceira singularidade trata da forma de gestão dos EES que atuam a partir de lógicas diferentes nas dinâmicas organizativas. Neste sentido, enfatiza-se o desafio da busca do equilíbrio de todas estas singularidades que é necessário à sustentabilidade de tais práticas, em meio à tensão dessas lógicas.

Portanto, o ineditismo da economia solidária traz consigo desafios com relação a sua sustentabilidade. Esses desafios têm uma relação estreita com a construção de um mercado no qual a vida não esteja subordinada a seu “desejo”, mas sim pautado na pluralidade das manifestações econômicas.

2.1 – A interação dos empreendimentos econômicos solidários com o mercado

Há muita especulação e receio em se fazer o debate acerca da economia solidária e o mercado. Porém, o que se busca ao discutir a relação destes temas, não é meramente a inserção ou não dos empreendimentos no mercado; a proposta deve passar pela construção de outra forma de mercado, ressignificando o seu papel na sociedade. Os empreendimentos devem disputar o poder econômico decorrentes dos fluxos de valor que tem por trás da construção social da oferta e da demanda. O debate do mercado, portanto, não pode estar dissociado da soberania alimentar, da garantia do trabalho associado, do acesso à terra, da reinvenção do controle social de organismos de regulamentação do mercado, dentre outras questões inerentes à construção de novas relações de produção e consumo e conseqüentemente de novo desenvolvimento social.

A própria interação dos EES com o mercado capitalista pode ser considerado superado quando se entende que a relação do empreendimento com o mercado seja fruto de sua própria ação – principalmente considerando que a economia solidária caracteriza-se pela pluralidade. A relação com o mercado capitalista passa a ser um problema, considerando o que a economia solidária propõe, apenas quando o empreendimento passa a existir para agir somente em tal mercado, não buscando construir formas de superação da desigualdade provocada pelas relações comerciais existentes. O que se pode concluir é que, de acordo com os argumentos aqui colocados, uma vez que se está inserido no capitalismo, deve-se, em alguma medida, dialogar com ele; os empreendimentos estão “dentro” deste sistema, o que faz com que sua interação com ele seja necessário.

Não é necessário isolar-se da economia dominante capitalista para desenvolver novas formas de distribuição e posteriormente de produção. Alguns estudiosos estão inclusive convencidos de que o mercado seja essencial, mesmo na perspectiva da economia solidária, enquanto estágio para se chegar ao socialismo (SINGER, 1998 apud CASTILLA CARRASCAL, 2011). Assim, para que a economia solidária transforme-se de paliativo dos males capitalistas a competidor deste, ela terá de alcançar níveis de eficiência na produção e distribuição de mercadorias, tal como ocorre no capitalismo. A lógica capitalista de produção introduz requisitos cada vez mais exigentes de competências, inovação e desempenho competitivo, aos quais os consumidores adaptaram-se. Logo, a economia solidária deve continuamente possuir uma capacidade de responder aos requerimentos de eficiência - não somente econômica, mas sistêmica – e de inovação (SINGER, 2002; GAIGER, 2007).

Por tal motivo, é inevitável que os EES busquem a implantação de relações sociais de produção que atendam a critérios mínimos já presentes no mercado, como o preço, a qualidade de produção e atendimento, dentre outros. Somente assim o consumidor terá possibilidade de escolher entre produtos representantes de duas lógicas distintas de economia, optando pelo que considera melhor (para si e para a sociedade). (PATEO,

2012). No entanto, essa igualdade de condições (que favorecerá liberdade de escolha ao consumidor) ainda não se verifica na grande maioria dos EES, devendo ser gradativamente construída. Cabe lembrar que os EES normalmente emergem de iniciativas populares sub-capitalizadas ou de empresas falidas e, portanto, já iniciam suas atividades algumas dificuldades como o padrão de produção abaixo, além do baixo grau de escolaridade, sobretudo se comparado ao que seria socialmente necessário para “sustentar a concorrência nos mercados-alvo de seus produtos” (TAUILLE et al, 2005, p. 157 apud PÁTEO, 2012, p. 93)

3- As dificuldades de comercialização da economia solidária

O Brasil é uma das referências mundiais na economia solidária. Para conhecer melhor essa realidade a Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES) em conjunto com o Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES) realizaram um mapeamento com os empreendimentos de economia solidária (EES) e teve os dados de sua última rodada – referentes ao período 2010/2012 – disponibilizados². Na rodada anterior do mapeamento (2007) 66% dos empreendimentos apontaram a comercialização como principal problema a ser enfrentado. Em 2012 61,73% dos EES continuam afirmando que possuem dificuldades nesta área.

3.1 Conhecendo o perfil da comercialização na economia solidária

Para melhor compreender a situação econômica relacionada à comercialização na economia solidária, insta analisar qual o perfil dos EES no que tange à produção e ao consumo. A definição deste perfil depende da avaliação da abrangência da comercialização, de para quem se destinam os produtos dos EES, bem como de onde vêm os insumos para a produção ou prestação de serviço.

Com relação à abrangência da comercialização³, verifica-se que a maioria dos empreendimentos comercializa no mercado local ou comunitário (66,72%) e no municipal (64,69%). A maior parte dos EES não consegue ou não quer sair do seu município e a ação territorial⁴ (24,56%) e estadual (18,91%) ainda é tímida; a comercialização a nível nacional (7,23%) e internacional (2,63%) é realizada por uma parcela ainda menor de empreendimentos. Quanto maior a abrangência do empreendimento, mais opções ele tem de

2 Para conhecer melhor a metodologia do mapeamento acesse: www.mte.gov.br

3 Esta pergunta foi feita apenas 13709 empreendimentos dos 19708 mapeados, pois esta pergunta era aplicada somente a segmentos econômicos que a eles tinham relevância. Os empreendimentos que possuem como segmento (só pode ser escolhida uma opção) são os de “produção e comercialização” e “comercialização e organização da comercialização”; a resposta poderia ser de múltipla escolha.

4 Território no contexto do mapeamento é entendido como microrregiões e agrupamento de cidades com identidades comuns, alinhado com o conceito definido pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA).

comercialização, ou seja, o EES que exporta também pode comercializar na sua comunidade.

Já com relação a para quem o empreendimento comercializa⁵, nota-se que a maior parte dá-se através de uma relação direta com o consumidor (80,46%). Infelizmente a comercialização (venda ou troca) entre EES ainda é pequena (12,27%), cujo percentual se assemelha ao da venda para as empresas (12,84%). Os órgãos públicos também possuem peso pequeno na aquisição dos produtos das EES (15,32%), sobretudo levando em conta o seu potencial de compra, enquanto o uso de revendedores ou a venda para o “mercado atacadista” revelam-se bem importantes para os empreendimentos (34,21%)⁶.

Quando se cruza a informação relativa à abrangência de comercialização com a referente ao público que adquire os produtos, fica claro que a maior parte dos EES vende, principalmente, direto ao consumidor final nos mercados comunitário e municipal, nesta ordem. A relação direta com o consumidor é ainda constante em todos os âmbitos de venda, do comunitário ao internacional. A venda e troca com outros EES, embora pequenas, também são maiores em nível comunitário do que nos demais níveis, inclusive no municipal. Isso aponta para a importância das relações de proximidade quando se trata de venda e troca com outros EES.

Na análise sobre a origem dos insumos e materiais para o funcionamento e produção do empreendimento⁷, nota-se que a relação entre EES é bastante tímida. Se por um lado, quando se analisa para quem os empreendimentos vendem, há pouca participação das empresas, o mesmo não acontece nesta análise dos insumos e materiais, em que as empresas são as principais fornecedoras da economia solidária, junto com os associados dos empreendimentos (ambas com cerca de 50%), enquanto a compra de bens, insumos, produtos e serviços de outros EES representam apenas 8,18% de toda a compra realizada⁸. Pode-se entender o elevado número de empreendimentos que compram de empresas devido a sua maior diversidade e quantidade de iniciativas, porém o mais grave é o baixo número de empreendimentos que comercializam ou compram de outros empreendimentos. Esta ação seria imprescindível para o fortalecimento da economia solidária como um todo⁹.

5 Essa pergunta é de múltipla escolha, para analisar para quem é feita a comercialização nos segmentos de “prestação de serviço”, “produção e comercialização” e “comercialização e organização da comercialização” e representam 15005 empreendimentos. No segmento de prestação de serviço, não havia a possibilidade de comercialização para revendedores.

6 Outras formas de comercialização chegaram a 5,48%.

7 Cada segmento tinha uma pergunta específica que levava a esta resposta. No segmento de finanças solidárias, por exemplo, a pergunta foi “Qual a origem dos recursos operados pelo empreendimento?”. Mas todos remetiam a esta resposta. Todas as respostas também poderiam ser de múltipla escolha.

8 Se considerado somente os segmentos que estão nas análises sobre para onde vendem e de quais dificuldades de comercialização possuem (“prestação de serviço”, “produção e comercialização” e “comercialização e organização da comercialização”), o dado acima agrava-se ainda mais. Enquanto os demais atores que vendem os produtos para os EES mantêm-se estáveis, a compra de empresas é uma prática para quase 60% dos empreendimento destes segmentos. Os outros atores que vendem produtos ou são fontes de insumos e matérias-primas para os EES foram “entidades filantrópicas (4,51%), órgãos públicos (7,56%) e produtores não associados (14,66%)”.

9 Nota-se, também, que o segmento e a área de atuação influenciam na articulação desses EES. Os empreendimentos rurais, por

Diante dos dados apresentados acima deve-se levar em conta, porém, que em comparação com 2007 houve uma diminuição na compra junto às empresas. No novo resultado, o destaque é a compra de insumos dos associados, cujo volume bruto praticamente dobrou. Houve aumento ainda, mesmo que tímido, na compra em outros empreendimentos de economia solidária, fato que pode ser um sinal positivo de que aos poucos a economia solidária esteja remotando as cadeias produtivas nos territórios. Já no escoamento da produção, a média de comercialização para o consumidor final não apresentou grande variação; houve aumento, no entanto, na comercialização para órgãos governamentais, que praticamente dobrou, provavelmente devido aos programas públicos de aquisição de produtos para os empreendimentos rurais. A venda e troca com outros empreendimentos também se manteve estável, com uma pequena alta. A venda para revendedores/atacadistas, por sua vez, caiu mais acentuadamente (MANCE, 2008).

3.2 - Analisando as dificuldades de comercialização

Para qualificar a análise sobre a temática da comercialização para os empreendimentos, é preciso agora analisar quais as dificuldades de comercialização enfrentadas pela economia solidária, a partir das respostas da rodada mais recente do mapeamento. Embora as ocorrências das dificuldades concernentes à comercialização estejam bem distribuídas entre si, há alguns destaques a serem feitos. Destaca-se a falta de capital de giro (52,07% dos EES com dificuldades de comercialização), principal dificuldade enfrentada pelos EES, seguida da falta ou deficiência de estrutura adequada para a comercialização (37,52%), a dificuldade em lidar com o alto custo do transporte (35,78%) e a alta concorrência de atravessadores ou existência de monopólios (31,73%).

Comparando estes resultados com os obtidos em 2007, pode-se dizer que houve avanços. Naquele período anterior, os maiores problemas citados pelos empreendimentos mapeados foram, nesta ordem: a falta de capital de giro, a dificuldade de encontrar quantidade suficiente de clientes, a dificuldade em manter a regularidade do fornecimento e, por fim, a inadequação dos preços praticados (MANCE, 2008). Com exceção da falta de capital de giro, as demais dificuldades não figuraram como principais no mapeamento recente, ao que parece porque em 2007 tais dificuldades estavam relacionadas a problemas de gestão e produção do empreendimento – é o caso, por exemplo, da dificuldade em manter a regularidade no fornecimento e do preço inadequado do produto. Em 2012, as principais dificuldades dialogam com problemas mais relacionados à ação de escoamento do seu produto, tais como a questão do transporte, a concorrência e monopólios e a estrutura deficiente para comercialização. Já as dificuldades mais afeitas à

exemplo, tendem a ter, como fornecedores, uma alta porcentagem de associados ou outros produtores não associados; já nos empreendimentos que trabalham com comercialização e organização da comercialização, uma das dificuldades é manter a regularidade de fornecimento, sendo que a maioria dos seus insumos vem dos seus associados (61,87%).

gestão dos grupos aparecem apenas em “segundo escalão”. Essa migração de problemas parece demonstrar que os empreendimentos se “movimentaram” para superar os problemas que estavam ao seu alcance, tendo agora que enfrentar dificuldades de outro nível, fenômeno comum devido ao pouco tempo de existência da maioria dos empreendimentos¹⁰. Para tornar o entendimento sobre as dificuldades apontadas mais articulado, será necessário entendê-las agrupadas em áreas.

3.2.1 - A dificuldade do crédito para a comercialização

Uma primeira área englobaria dificuldades relacionadas ao crédito, e são as seguintes: a falta de capital de giro (52,07%), a inadequada estrutura para a comercialização (37,52%), a falta de registro sanitário e alvará (12,48%) e a dificuldade em fornecer o prazo de pagamento exigido pelo comprador (24,07%).

A falta de capital de giro encontra-se intimamente atrelada com outras duas dificuldades básicas da comercialização: a falta de condição do empreendimento em dar prazo de pagamento adequado à realidade do comprador (não conseguindo vender a prazo) e a incapacidade do grupo em gerar estoques de insumos e matéria-prima (fazendo com se pague preços mais elevados nesses produtos pela impossibilidade de comprar em grande quantidade e em período mais vantajoso). Já a estrutura inadequada para a comercialização consiste em um problema de investimento que reflete na falta de equipamentos, de estrutura física e de local adequados para as aspirações do empreendimento ou para a demanda já existente. Quando isso ocorre, dificilmente o empreendimento consegue obter os alvarás de funcionamento, não conseguindo assim adaptar seu empreendimento às normas sanitárias vigentes¹¹. Logo, tanto a dificuldade de estrutura para a comercialização quanto a de falta de registro sanitário ou alvará estão relacionadas à falta de acesso a crédito para investimentos. Considerando que a solicitação de crédito nos EES foi direcionada para investimento (64,80%) ou para capital de giro (35,20%), nota-se que há uma relação direta entre as dificuldades aqui agrupadas.

A auto-organização comunitária no início da atividade econômica do EES, embora se trate de iniciativa interessante, pode ocasionar algumas dificuldades a serem enfrentadas pelo empreendimento, sobretudo quando se considera o perfil dos trabalhadores da economia solidária: em geral pessoas de baixa escolaridade, que já possuem certa fragilidade econômica, não conseguindo responder devidamente à

10 A grande maioria dos empreendimentos surgiu entre os anos de 1996 e 2007, o que demonstra ser a economia solidária fenômeno social bastante recente, bem como aponta para a falta de experiência dos EES, refletindo nas dificuldades de comercialização. Um comparativo entre os dados mapeados revela a tendência de que os EES mais velhos tenham menos dificuldades de comercialização do que os mais novos.

11 Não analiso aqui o mérito se estas leis são adequadas ou não a este tipo de iniciativa.

dinâmica de inovações e comercialização. O perfil das pessoas influencia tanto na criação dos EES (em 72,80% dos EES mapeados, foram usado recursos dos próprios associados¹²) como no desenvolvimento de suas atividades, já que, embora se iniciem com recursos próprios, provavelmente tais EES já nascem sem capital e com uma enorme urgência em conseguir resultados da atividade econômica desempenhada (PATEO, 2012; KRAYCHETE, 2013).

Dentro desse contexto – no qual as dificuldades de comercialização desde sua criação relacionam-se com o crédito –, seria esperado que os EES em dificuldades buscassem acesso a crédito. Não é o, porém, que se vê na realidade, pois os dados revelam que, dos EES com dificuldades de comercialização, 73,82%¹³ não buscaram o crédito. Deste total, 39,66% disse que o grupo tem medo do endividamento e da contração de dívidas; 16,46% justificou pelo não consenso no grupo em buscar o recurso; e 15,57% afirmaram que o empreendimento foi criado com recurso próprio exatamente para que não fosse necessária a obtenção de empréstimo. Por fim, somente 36,54% de todos os empreendimentos afirmaram que não tiveram necessidade do crédito.

A contradição maior com relação ao dado acima é que a necessidade por crédito continua latente em 75,40% dos EES em dificuldades com a comercialização, tanto nos que tomaram crédito como nos que não tomaram. Ou seja, sabe-se que o crédito é necessário, mas não ele não é buscado. Dos EES que não buscaram crédito mas tem consciência de sua necessidade, 64,43% afirmaram encontrar dificuldades para conseguir o crédito¹⁴. Já nos empreendimentos que solicitaram crédito (26,17%) e têm dificuldade de comercialização, 13,51% conseguiram o crédito e 12,66% não obtiveram êxito na busca. Vale ressaltar que há uma tendência nos empreendimentos, mesmo os que não buscaram crédito, em direcionar o recurso para investimento¹⁵.

Com relação ao investimento realizado, somente uma pequena parte (menos de 3%) dos EES (com e sem dificuldade de comercialização) investem em pontos diretamente ligados à expansão da comercialização – como a abertura de filiais ou espaços de comercialização. Grande parte do investimento vai para a melhoria na produção através de aquisição de novos equipamentos e estrutura (o que confirma que este é um dos

12 Essa pergunta foi de múltipla escolha. A segunda fonte de recursos são os públicos não reembolsáveis, conhecidos como recursos a “fundo perdido”, figurando em 22,62% dos EES.

13 Contra cerca de 80% dos EES sem dificuldades de comercialização que não buscaram crédito.

14 Se a maioria dos EES não buscou crédito nos últimos 12 meses, e a maioria afirmou que encontra dificuldades na obtenção do crédito, pode-se supor que os EES já buscaram crédito em algum período de sua existência, mas não foi concretizado por algum motivo.

15 No entanto, somente 1/3 de todos os EES realizaram algum investimento nos últimos 12 meses. Naturalmente se os EES não tomam empréstimos e contam com associados com baixa capitalização, não conseguirão fazer investimentos em sua estrutura, mesmo que haja essa necessidade.

principais desafios a serem superados pelos EES), seguidos da ampliação do estoque (que tem relação direta com o capital de giro), capacitação de mão de obra e comunicação¹⁶. Pode-se sugerir que muitos EES ainda necessitam de investimentos na produção para dar um salto qualitativo na comercialização. É curioso ainda constatar que o segmento econômico de prestação de serviço é o que mais investe¹⁷, melhor remunera e possui menos EES com dificuldades na comercialização.

Dos empreendimentos que estão buscando crédito (com e sem dificuldade de comercialização), 64,36% estão enfrentando dificuldades para consegui-lo¹⁸. As principais barreiras são a burocracia, a falta de apoio para elaborar o projeto, seguidas de três indicadores que demonstram a falta de alinhamento dos Bancos com a realidade dos EES, quais sejam, as altas taxas de juros, a falta de linha de crédito adequada para acesso ao crédito e a documentação exigida. Ainda segundo o mapeamento, dos grupos que pegaram empréstimo, 56,46% foram atendidos por bancos públicos e 9,67% por bancos privados. Cooperativas de crédito aparecem somente na terceira posição (com 8,27%), enquanto que os Fundos Rotativos Solidários e os Bancos Comunitários de Desenvolvimento, juntos, somente correspondem a 3,75% deste montante.

A partir dessas análises, fica claro que o crédito é transversal, pois dialoga com dificuldades relacionadas ao acompanhamento e articulação em rede. Na articulação em rede, os EES podem criar suas próprias iniciativas de finanças solidárias para, ao menos, minimizar a dificuldade enfrentada nessa área. Ademais, o apoio para a melhoria da produção deve estar casado com a comercialização e consumo, bem como por conseguinte a outras iniciativas.

A partir da não solicitação de crédito pelos EES, principalmente pelo receio de contrair dívidas, e a constatação de que os trabalhadores sabem da importância do crédito, pode-se entender que o empreendimento não tem clareza de sua estratégia de comercialização, sobre sua capacidade de pagar por um crédito, se supõe que o caminho a ser seguido com relação à produção, comercialização e consumo. Quando nenhum destes pontos está claro, é natural que os membros do EES tenham receio em solicitar um empréstimo e contrair uma dívida, pois não possuem segurança de que conseguirão pagar.

3.2.2 - A logística como empecilho para aumento da abrangência da comercialização

16 Talvez por isso as dificuldades referentes a estes pontos, constatados no mapeamento de 2007, tenha caído.

17 45,45% destes empreendimentos fizeram investimentos nos últimos 12 meses.

18 Vale salientar que não foi feita a pergunta se os EES estavam buscando o crédito, já foi para a pergunta sobre quais dificuldades. Ou seja, o questionário partiu do pressuposto que se há uma necessidade de crédito, há uma busca, mas vimos no dado sobre a não busca por crédito que esta forma de pensamento não é adequada aos EES.

Já as dificuldades com o custo elevado de transporte (35,78%) e a precariedade das estradas (24,65%) estão agrupadas na área da logística. Essas dificuldades são estruturantes, ou seja, não dependem somente da simples organização ou gestão do empreendimento para que sejam superadas. Nesse caso, o foco para resolvê-las será no que o empreendimento pode fazer para, ao menos, minimizar a dificuldade, a partir das condições ao seu alcance. De qualquer modo, os problemas relacionados à logística dificultam, sobretudo, ao rompimento dos limites geográficos no escoamento dos produtos dos EES.

Os EES da zona rural têm ainda mais dificuldade, pois nem sempre as transportadoras atendem a cidades pequenas. Já os EES da zona urbana, que em muitos casos já estão localizados em grandes centros consumidores, não precisam transportar produtos por longas distâncias e possuem poucas dificuldades nessa área. Para que se tenha uma ideia, 45,92% dos empreendimentos na zona rural afirmaram ter problemas com a dificuldade ou custo elevado do transporte, enquanto apenas 23,84% dos EES urbanos reconheceram esta questão como uma dificuldade. Já com relação à precariedade das estradas, 39,94% dos empreendimentos rurais assinalaram-na como uma dificuldade, enquanto apenas 6,64% dos empreendimentos assinalaram este item na zona urbana¹⁹.

Fazendo a relação entre as dificuldades logísticas e a abrangência (do local à exportação) da comercialização, percebe-se que, quanto maior a distância de comercialização do empreendimento, maior tende a ser a dificuldade com o custo elevado do transporte. Esta tendência, porém, não se manifesta quando se trata da precariedade das estradas, provavelmente porque essa dificuldade tende a ser superada com a terceirização do serviço de entrega e o uso de estradas com melhor estruturas, principalmente para locais mais distantes. A terceirização elimina a dificuldade com as condições da estrada, mas não necessariamente reduz o impacto do “frete” no produto.

Quanto maior a abrangência da comercialização, mais o grupo demonstra maturidade para a comercialização, já que o mapeamento aponta haver uma tendência de diminuição das dificuldades²⁰. Outro ponto que confirma essa tese é quem quanto maior a abrangência da comercialização, maior a quantidade de EES que remuneram seus trabalhadores. Obviamente que, à medida que se resolvam ou minimizem as dificuldades relacionadas à logística, fazendo com que o empreendimento atinja mercados mais distantes de seu centro produtor, surgirão problemas de outras ordens. No mapeamento percebe-se que, quanto mais longe é feita a comercialização, maiores são as dificuldades com o calote, com a regularidade no

19 Provavelmente por sua maior facilidade logística, os EES da zona urbana comercializam em porcentagem acima da média para os mercados estadual, nacional e internacional, enquanto os empreendimentos da zona rural destacam-se na comercialização em abrangência territorial.

20 A exceção está no comércio nacional, que apresenta dificuldade de comercialização acima da média com relação aos demais.

fornecimento, com a obtenção de associados que cuidem da comercialização e com o conhecimento do consumidor do produto. Já outras dificuldades tendem a diminuir, como o registro sanitário e a quantidade de clientes. Nota-se ainda que a comercialização para os mercados estadual e territorial aparece como marcos-chave para que os empreendimentos aprendam a comercializar seus produtos para outros públicos; isto porque, uma vez que nestes mercados concentra-se a maioria das dificuldades, depois que eles são conquistados estas dificuldades tendem a cair.

A logística torna-se, portanto, imprescindível e transversal para a comercialização, pois além de promover um aprendizado aos grupos, incentiva-os a agregarem valor aos seus produtos, a alcançarem mais pessoas e a serem melhor remunerados pela comercialização.

3.2.3 - A importância da articulação em rede entre produção e consumo para fortalecer a comercialização na economia solidária

Há ainda dificuldades relacionadas à necessidade de articulação em rede. As dificuldades dessa área são a insuficiente quantidade de clientes (23,7%), a irregularidade no fornecimento (24,97%), a dificuldade de atender pedidos em grandes quantidades (8,97%), a concorrência de atravessadores e a existência de monopólios (31,73%).

Com relação à quantidade insuficiente de clientes, como a maior parte dos empreendimentos comercializa diretamente para o consumidor final, pode-se constatar que essa dificuldade está relacionada com a falta de demanda ou a existência de poucos clientes no território de atuação do EES²¹. A dificuldade na comercialização em larga escala, por sua vez, pode estar ligada ou a um problema na organização da produção – relacionado diretamente com a dificuldade de regularidade no fornecimento –, ou mesmo a uma desarticulação entre os empreendimentos; a articulação tornaria possível a superação, a partir da soma de suas produções, tanto desta dificuldade quanto da falta de regularidade no fornecimento.

Outra dificuldade é com relação à concorrência de atravessadores e à existência de monopólios, dificuldade que poder ser bastante minimizada quanto maior for a articulação em rede e a articulação entre produção e consumo. Quando se trata de para quem a economia solidária comercializa e, principalmente, de quem ela compra seus insumos e matérias-primas, torna-se mais evidente a necessidade de fortalecer a articulação em

²¹ Vale lembrar que a maioria dos EES comercializa até o mercado municipal e estão nas zonas rurais. Provavelmente muitos estão em pequenas cidades.

rede. No entanto, a compra e venda entre empreendimentos de economia solidária ainda é muito baixa, fato que pode ser analisado por diferentes aspectos, seja pela baixa diversidade e valor agregado de produtos, como pela disponibilidade do seu produto para a comercialização dentro do “padrão de qualidade” exigido pelo consumidor (MOURA E MEIRA, 2002; SINGER, 2002; REIS, 2005). Isto porque os produtos dos EES não se diferenciam dos demais do mercado informal – conforme se vê em atividades econômicas de mais destaque, como bijouteria, artesanato e souvenirs –, concorrendo com número elevado de atores que escoam seus produtos também localmente e com base em preços baixos, obrigando os empreendimentos a adequarem-se aos preços baixos praticados no local.

Embora muitos EES participem de articulações comunitárias (46,13%), movimentos sociais (57,43%) ou fóruns de economia solidária (39,6%), não se vê a mesma presença participativa em outras redes que tenham como objetivo o fortalecimento econômico do grupo – como as redes de produção, comercialização, consumo ou crédito (17,7%). Não deixa de ser um contrassenso que apenas 13,98% dos EES com dificuldades de comercialização participem destas redes nas quais os empreendimentos unem-se para, coletivamente, superarem barreiras de produção, comercialização, consumo ou crédito e muitas vezes esta é uma condição preponderante para que eles se viabilizem economicamente (CASTILLA CARRASCAL, 2011; SINGER, 2002). No entanto, este mesmo dado revela um aspecto interessante, pois nota-se que, mesmo fragilizados economicamente, os EES optam por participar de espaços com cunho político, reafirmando a forte marca da economia solidária de constituir um movimento social engajado.

Os dados revelam ainda que os EES participantes dessas redes têm um menor número de dificuldades do que aqueles que não participam. Apesar disso, os resultados relacionados as dificuldades de comercialização são tímidos, pois há pequenas variações – para baixo e para cima – nos dados que poderiam ser diretamente afetados pela articulação em rede, como: a quantidade de clientes, a regularidade no fornecimento, a concorrência e atravessadores e a estrutura para comercialização. Com relação ao capital de giro, por exemplo, que é a principal dificuldade dos empreendimentos, não há variação de resultados entre os EES que participam e os que não participam dessas redes.

Não se pode negar a importância do forte engajamento político dos EES enquanto movimento social e enquanto uma proposta de desenvolvimento para o nosso país, mas a pouca participação dos EES nas articulações que lhes fortalecem economicamente aponta para a necessidade de que a economia solidária dedique-se também a tornar-se um movimento econômico. Neste mesmo sentido, Silva (2013) destaca a necessidade de haver maior equilíbrio entre o político e o econômico, e afirma que a causa primordial das dificuldades dos EES em manter sua sustentabilidade deve-se ao fato de manterem seu foco ou apenas no

econômico ou apenas no social. Quando o foco é apenas no econômico, corre-se o risco de não atender aos princípios que lhe deram origem – ou seja, a solidariedade, a reciprocidade e a autogestão. Por outro lado, quando o foco é apenas no social, o empreendimento costuma depender mais de apoio de parceiros ou da aprovação de projetos via órgãos financiadores para poder operacionalizar-se – ou seja, o empreendimento fica na dependência de ações externas, perdendo sua autonomia. A bem da verdade, essa dedicação em excesso à militância política pode significar que os EES enxergam a resolução de seus problemas – dentre eles a comercialização – na construção de novas bases de desenvolvimento para a sociedade, e buscam realizar esta construção por via dessas redes; argumento reforçado pelos dados que indicam maior participação, em todas as redes, justamente dos EES com dificuldades de comercialização.

Portanto a economia solidária precisa estar atenta à importância da articulação entre produção, comercialização, consumo e finanças para superar algumas das suas dificuldades e fortalecer os EES, especialmente para comprar invertendo o fluxo de valor no qual boa parte dos gastos com insumos e matéria-prima vai para as empresas, quando poderiam ir para outros EES.

3.2.4 - A relação do apoio formativo com as dificuldades de comercialização

De início, cabe perceber que nesta área os dados são mais animadores que nas demais, pois 64,49% dos EES estão recebendo apoios formativos. Mesmo assim, este número não é o ideal, pois 35,51% – número considerável de empreendimentos – ainda não recebem nenhum tipo de apoio formativo.

Aqui se reunirá, com a denominação de apoio formativo, os aspectos assessoria, assistência técnica e acompanhamento. Os problemas relacionados com a falta de apoio formativo, tem relação com dificuldades de assistência técnica e gerencial (não haver pessoas para cuidar da comercialização – 14,73%, preço inadequado do produto – 22,93%, não saber evitar um calote -11,49% e a dificuldade em conseguir o registro para comercialização – 21,83%) e de qualificação profissional das pessoas (não sabe fazer a venda – 5,52%). Todos estes problemas parecem ter relação com a elaboração dos planos de viabilidade econômica (diretamente aqui há a dificuldade de produtos não conhecidos – 11,81%) que faz com que se planeje as ações de comercialização e vários destes problemas serem evitados já no início das atividades do EES²².

²² A viabilidade econômica e o planejamento adequado para a comercialização do produto é fundamental também para a resolução de dificuldades em outras áreas, a exemplo do crédito, uma vez que muitos EES têm receio em pegar empréstimos – seja para investimento ou para capital de giro – por não saberem quais são as condições que precisam ser satisfeitas para que o empreendimento tenha sucesso e assim se possa honrar o compromisso assumido. A pouca articulação em redes de produção, comercialização, consumo ou crédito também é agravada com a falta de planejamento e viabilidade econômica. Também as dificuldades com logística poderiam ser minimizadas, havendo um planejamento adequado; por exemplo, a criação de um produto que se viabilize com a venda num território menor ou que tenha características (tamanho, embalagem, formato) que facilitem essa

Com relação à precificação inadequada, podem-se destacar duas hipóteses. Partindo do pressuposto de que determinado empreendimento saiba precificar o seu produto, os preços inadequados podem ser “impostos” pelo contexto do mercado onde ele está inserido. Nesse caso pode-se constatar que faltou ao empreendimento um planejamento inicial para conhecer o contexto antes do início da atividade a fim de torná-la viável. Portanto, seja por não saber ou por não conseguir precificar o produto adequadamente, devido ao ambiente no qual o empreendimento está inserido, o fato é que ambas as hipóteses são frutos da inexistência ou da debilidade no apoio formativo. O mesmo pode-se afirmar da dificuldade relacionada ao desconhecimento dos produtos, o qual pode fazer parte de uma ação militante do empreendimento na tentativa de resgatar práticas produtivas em determinada(s) localidade(s), valorizando a cultura local.

Há entidades variadas que realizam esse acompanhamento aos empreendimentos, a maior parte delas ligadas aos poderes públicos – como o “Sistema S” (22,03%), as Prefeituras (21,83%) e os Governos Estaduais (17,45%). Após dessas, encontram-se as ONGs (11,13%) e o movimento sindical (7,11%). As Universidades e o Governo Federal representam 6,86% e 6,81% respectivamente. As cooperativas de técnicos aparecem com uma porcentagem irrisória de participação (2,56%), que podem ser considerados em boa parte como EES de prestação de serviços, bem como outros empreendimentos e entidades de representação (3,41%). Aqui cabe atentar ao fato de que, também na formação, utiliza-se pouco a relação entre empreendimentos. Além dessas entidades, 14% dos empreendimentos acabam contratando ou contando com ajudas externas de trabalhadores não sócios – consultores individuais ou voluntários. Outros 41% dos EES criam seus próprios espaços formativos internos como forma de superar as dificuldades encontradas.

Dos empreendimentos que afirmaram receber apoio das entidades, a maior parte do acompanhamento é direcionada à assistência técnica ou gerencial (60,86%), ou seja, para “resolver problemas técnicos de produção, processos, tecnologia, produtos, serviços ou de gestão” (SENAES, 2012, p. 44). Já a qualificação profissional, técnica e gerencial (57,06%), que está focada mais na capacitação dos associados para o exercício de suas funções “refere-se especificamente a qualificação técnica, profissional. Isto é, voltada para as atividades relativas às funções e cargos” (SENAES, 2012, p. 44). A formação política aparece com destaque em cerca de 1/3 dos grupos mapeados. O diagnóstico, planejamento e análise de viabilidade econômica, por sua vez, que consiste na “assessoria para elaboração de diagnósticos, planos estratégicos, planos de negócios, etc” (SENAES, 2012, p. 44), possui incidência baixa, computando apenas 15,21%; este número assemelha-se ao da assessoria em marketing e na comercialização de produtos e serviços (13,30%), que se refere à assessoria para facilitar a comercialização – exemplos: “elaboração de marcas, material de divulgação, campanhas publicitárias, etc.” (SENAES, 2012, p. 44). Ou seja, o apoio formativo na

distribuição.

viabilidade econômica, que pode antever dificuldades de comercialização, não assiste a maioria dos grupos; não à toa, os EES têm enormes dificuldades para exercer sua atividade, tendo por consequência uma enorme dificuldade em garantir condições materiais dignas a seus associados.

Os empreendimentos com dificuldades de comercialização recebem atenção ligeiramente maior no apoio formativo (67,91%). Já com relação aos temas dos apoios oferecidos, incluindo viabilidade econômica e marketing, há pouquíssima diferença entre os empreendimentos que têm e os que não têm dificuldades com a comercialização. A única grande disparidade é na formação sociopolítica: 38,63% dos empreendimentos com dificuldades de comercialização têm acompanhamento nesta área, contra 82% dos empreendimentos sem dificuldades de comercialização. Chama atenção ainda o fato de que os EES com dificuldades de comercialização recebem apoio maior de entidades ligadas ao lado considerado “militante” da formação – como as igrejas, pastorais, associações, conselhos comunitários e movimento sindical –, enquanto os empreendimentos sem dificuldade recebem atenção maior do Sistema S e das suas entidades de representação ou outros EES.

A partir da não disparidade significativa dos dados relativos ao apoio formativo entre os EES com e sem dificuldades de comercialização, pode-se afirmar que não há um tratamento diferenciado entre esses EES. Talvez já seja hora de se investir equilibradamente não apenas formações mais básicas – necessárias principalmente no início de um empreendimento (a exemplo da assistência gerencial e qualificação profissional) –, mas também naquelas formações voltadas a superar as dificuldades de comercialização (como as de marketing e viabilidade econômica), que são voltadas diretamente para o fortalecimento econômico do empreendimento, especialmente na sua comercialização, e estão desassistidas para a maioria dos grupos e pela maioria das entidades que prestam suporte. A partir da constatação de que a assistência técnica e gerencial e a qualificação profissional correspondem à maior parcela das formações ofertadas, pode-se afirmar que muitos grupos ainda estão em fase de arrumação da própria gestão para qualificar o seu processo de comercialização, o que se justifica pelo pouco tempo de existência da maioria dos EES. Há ainda dificuldades aparentemente básicas e que merecem apenas uma melhor organização do empreendimento, como para saber evitar os calotes, saber fazer uma venda e para que tenha pessoas para cuidar da comercialização.

4- Conclusões

A partir dos empreendimentos econômicos solidários, percebe-se nitidamente a existência de uma economia

plural e de ações com base na práxis da autogestão. Esses empreendimentos, formados por homens e mulheres do campo e da cidade, atuam todos os dias em suas comunidades, produzindo e contribuindo, a seu modo, para a construção de um mercado pautado em outras relações. Porém estes empreendimentos não avançam sem dificuldades. Dentro dessa diversidade de dificuldades que se manifestam em desafios para a comercialização, formaram-se agrupamentos que aqui se dividiram nas seguintes áreas: crédito, formação, logística e não articulação em rede. Juntas, essas áreas resumem bem as dificuldades – das mais diferentes ordens – que interferem na ação dos EES.

Essas dificuldades de comercialização ameaçam diretamente a existência de alguns empreendimentos, os quais, muitas vezes, não conseguem enxergar as saídas viáveis (e disponíveis) para superação desse problema; há uma inércia dos EES em tratar de possíveis ações para superar a dificuldade de comercialização, como o tipo de formação recebida e realizada, a (não) busca por crédito e a não participação em redes de produção, comercialização, consumo e finanças. Aparentemente, esta não ação não resulta de uma escolha consciente; deve-se, ao contrário, a diversos fatores já tratados, como a falta de informação e de formação, pois, como visto, tais empreendimentos exercem sua atividade dentro de um ambiente institucional desfavorável: as leis para formalização dos empreendimentos não são adequadas à realidade da maioria deles, as regras tributárias não lhe beneficiam, não há legislação que garanta um acompanhamento técnico adequado e constante, há uma ausência de políticas de crédito adequada a sua realidade, as legislações são voltadas a médias e grandes empresas, a escala de produção é reduzida e concentrada em poucas atividades, além de muitas outras. Se em uma atividade econômica com todos esses apoios, já parece difícil a obtenção de resultados comerciais no curto prazo, imagine dentro dos EES, em que há um contexto mais adverso. Mesmo diante desta situação é preciso considerar nas análises que houveram avanços entre os anos de 2007 e 2012, principalmente com relação às principais dificuldades de comercialização e à proporção da compra de insumos em empreendimentos e nos associados dos empreendimentos.

Na economia solidária, é preciso trabalhar com mais estratégia e integração para superar as dificuldades. A maioria dos EES remunera mal as pessoas, provavelmente por interagir no mercado dentro do jogo construído pelas grandes empresas, no qual ele naturalmente terá desvantagens. Os empreendimentos não possuem igualdade de condições para atuar no mercado com as empresas, de modo que toda iniciativa de economia solidária envolve uma ação política das pessoas e das iniciativas no sentido do seu fortalecimento econômico e político. Por isso, é preciso que a economia solidária caminhe para a constituição de relação entre os EES.

Esse trabalho deixa ainda alguns elementos a serem aprofundados em trabalhos posteriores, principalmente no aprofundamento dos 4 eixos onde foram agrupadas as dificuldades de comercialização. Por fim, tem-se que a economia solidária pode se constituir como um movimento social com ações políticas na mesma medida em que se fortalece economicamente dentro de sua pluralidade. Muitos, dentro do movimento de economia solidária, sejam eles EES ou EAF, resistem ao tema da comercialização e do mercado. Aqui se acredita que, ao contrário, há de se romper barreiras e construir o mercado que se quer, desde que não pelas vias tradicionais. Há de se pensar em formas de relação direta entre produtores e consumidores, como já se tem feito, através da organização do consumo, organização da produção, aperfeiçoamento das cadeias produtivas e articulação em rede.

Referências bibliográficas

CASTILLA CARRASCAL, Ivette Tatiana. **A construção do mercado solidário brasileiro: contribuições das redes de economia solidária**. 2012.120 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Sociologia, Departamento de Sociologia, Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de. Teoria e prática em economia solidária: problemática, desafios e vocação. **Civitas – Revista de Ciências Sociais**, Porto Alegre n.01 pp.155-174, 2007.

FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de; LAVILLE, Jean-Louis. **Economia solidária uma abordagem internacional**. Rio Grande do Sul: UFRGS, 2004.

GAIGER, Luiz Inácio Germany. **A outra racionalidade da economia solidária. Conclusões do primeiro Mapeamento Nacional no Brasil**. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, n. 79, p. 57-77, 2007.

KRAYCHETE, Gabriel. **O problema da sustentabilidade e a escala dos empreendimentos mercantis associativos**. 2013. SEMINÁRIO INTERNACIONAL ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA “Rol de la Economía Popular y Solidaria y su aporte en el Sistema Económico Social y Solidario”, organizado por el IEPS/MIES, 24-26 de Julho de 2013, Quito- Ecuador. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/luizdenis/sustentabilidade-e-escala-nos-ees>>. Acesso em: 27 jan. 2014.

LAVILLE, J-L. Economia solidária, a perspectiva europeia. In Sociedade e Estado: **Revista de Sociologia da UNB**, volume XVI, número 1-2, Brasília, 2001.

MANCE, Euclides André. **Visões de uma Economia Responsável, Plural e Solidária no Brasil**. 2008. Disponível em: <<http://www.solidarius.com.br/mance/>>. Acesso em: 30 jan. 2014.

MOURA, Maria Suzana; MEIRA, Ludmila. **Desafios da gestão de empreendimentos solidários**. Bahia Análises & Dados. Salvador: SEI v.12, n.1, p.77-84, jun. 2002.

PATEO, Felipe Vella. **Sentidos da economia solidária: limites e avanços dos trabalhadores sobre o controle do processo e do produto do seu trabalho**. 2012. 321 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Integração da América Latina, Departamento de Programa de Pós-graduação em Integração da América Latina Prolam, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

POLANYI, Karl. **A grande transformação: as origens da nossa época**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000

REIS, Tatiana. **A sustentabilidade de empreendimentos de economia solidária–Pluralidade e Interconexão de dimensões**. 2005. 191f. Diss. Dissertação (Mestrado em Administração) -Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005.

SENAES. Ministério do Trabalho e Emprego - Mte. **Sistema nacional de informações de economia solidária –sies – disponibiliza nova base de dados: Divulgação do dados do SIES 2013**. 2013. Boletim Senaes Acontece - Edição Especial. Disponível em: <[http://portal.mte.gov.br/data/files/8A7C816A3D183F81013D274F4D3F6E19/Acontece SENAES 2012 - n31.ed.especial.pdf](http://portal.mte.gov.br/data/files/8A7C816A3D183F81013D274F4D3F6E19/Acontece%20SENAES%202012%20-%20n31.ed.especial.pdf)>. Acesso em: 27 dez. 2013.

SINGER, Paul. **A recente ressurreição da Economia Solidária no Brasil** (pp. 81-103). In Santos, B. (Org) **Produzir para viver: os caminhos da produção não-capitalista**. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2002.