

Construção de conhecimentos conjunta e articulação de Incubadoras  
Tecnológicas de Cooperativas Populares do Estado de São Paulo



## **Comercialização, Consumo e Finanças Solidárias:**

Reflexões e Sistematização de práticas das ITCPs

## Sumário

Apresentação.....	3
FINANÇAS, CONSUMO E COMERCIALIZAÇÃO SOLIDÁRIA NA INCUBADORA TECNOLÓGICA DE COOPERATIVAS POPULARES DA FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS	
Introdução.....	4
Formações Internas.....	5
Apoio a Bancos Comunitários.....	6
1 - Ampliar as receitas ligadas aos juros pagos pelos tomadores de crédito.....	7
2 - Ampliação das operações realizadas pelos correspondentes bancários.....	10
3 - Estratégias consistentes de qualificação das atividades econômicas de seus tomadores de crédito, com destaque ao fomento e fortalecimento de EES e qualificação dos comércios locais.....	11
Conclusão.....	13
Experiências de Comercialização Solidária.....	14
Mercosol.....	14
Agesol.....	14
BNI.....	15
Oficina de Atendimento ao Cliente, Estruturação da Força de Vendas e Gestão	
Comercial Negócio Inclusivo: Caso Limpet Tonato.....	17
Introdução.....	17
Temas tratados:.....	17
Introdução.....	28
Matriz Metodológica do BTS.....	28
Marcos Referências.....	28
Gestão do Banco de Trocas Solidárias.....	32
Instrumentos de Gestão.....	38
Serviços Financeiros.....	39
Contexto da AMRMC.....	39
O trabalho coletivo da associação.....	40
Estratégia do BTS-Centro.....	42
Desafios e Soluções.....	46
Dificuldades e avanços, descobertas e mudanças.....	46
Considerações Finais.....	52
Bibliografia.....	53
CONSUMO, COMERCIALIZAÇÃO E FINANÇAS SOLIDÁRIAS NA INCOOP/UFSCAR: HISTÓRICO, FORMAÇÃO E AVANÇOS.	
Apresentação:.....	54
Estudos e atuação da INCOOP/UFSCar anteriores ao projeto Articulação.....	55
Articulando práticas e saberes.....	60
Finanças solidárias na INCOOP/UFSCar.....	63
Formação da equipe local nos temas.....	64
Articulação interna com as equipes de Formação para Economia Solidária e ConsumoSol.....	66
O projeto Articulação de ITCP's e as contribuições para a INCOOP/UFSCar.....	67
Considerações finais.....	73
Bibliografia.....	75
Anexo.....	75

## LEVANTAMENTO DE PRÁTICAS INCOP UNESP – NÚCLEO ASSIS

1. Rede de comercialização na região do oeste paulista .....	77
1.1. Cenário Histórico .....	77
1.2. A busca por parcerias e financiamentos .....	81
1.3. Negociação entre as Bases para pactuação dos procedimentos de comercialização .....	84
1.4. Legalização da Rede de Transformação de Plástico e de Comercialização Conjunta.....	85
1.4.1. Constituição de uma Associação:.....	85
1.4.2. Constituição de uma Cooperativa de Segundo Grau: .....	86
1.5. Considerações finais. ....	87
1.6. Referências: .....	87
2. Três experiências com feira de trocas .....	89
2.1. Introdução.....	89
2.2. Semana de Liberdade Criativa.....	90
2.3. As primeiras Feiras de Trocas no campus da FCL Assis. ....	90
2.4. Noite de Trocas Solidárias no Galpão Cultural.....	91
2.5. Considerações Finais. ....	94
2.6. Depoimentos. ....	96
2.7. Links para os vídeos apresentados. ....	97

## CONSUMO, COMERCIALIZAÇÃO E FINANÇAS SOLIDÁRIAS: REFLEXÕES DA ITCP/UNICAMP

Resumo.....	98
Introdução .....	98
O que é viabilidade econômica? .....	100
Consumo e Comercialização Solidários .....	103
Finanças Solidárias .....	107
Fundo Rotativo de Produção gerido por Mulheres (FRPM) .....	111
Apresentação da proposta.....	111
Breve relato da experiência iniciada.....	112
Considerações finais .....	113
Referências Bibliográficas .....	114

## EXPERIÊNCIAS DA ITCP-USP EM FINANÇAS SOLIDÁRIAS, COMERCIALIZAÇÃO E CONSUMO SOLIDÁRIO

Apresentação.....	116
Reflexões do Coletivo.....	117
Moeda Social, Clube de trocas e Bancos Comunitários .....	121
A polivalência da Moeda Social .....	121
Os bancos comunitários .....	123
Os clubes de trocas.....	128
Analisando a estratégia .....	132
Resultados.....	133
Convergências e Divergências .....	135
Núcleos de Consumo, Redes de comercialização e o CJS.....	136
Referências Bibliográficas .....	146

MAPEAMENTO DE PRÁTICAS DE COMERCIALIZAÇÃO .....	146
---	-----

## Apresentação

Este documento é o fruto de um longo processo de formação, discussão e sistematização efetuado pela cinco ITCPs participantes do projeto “Articulação de ITCps Paulistas”: USP, UNICAMP, UFSCar, UNESP – Assis e FGV.

Trata-se de práticas e reflexões que cada uma vivenciou durante os meses que antecederam o 3º Seminário do projeto, intitulado “Comercialização, Consumo e Finanças Solidárias”. Como o nome já sugere, este ciclo temático parte deste setor da economia solidária que não foca diretamente no interior dos empreendimentos, em sua produção e funcionamento, e sim nas questões relacionais, tanto em relação ao mercado, quanto com seus prossumidores<sup>1</sup> e sua comunidade local. A economia solidária, ao propor uma nova forma de fazer economia, também se envolve em novas práticas de consumo, ao entender a importância do papel social do “consumidor”. Também o faz ao entender o papel das finanças nos sistema hegemônico atual e como subverter sua lógica de exploração e submissão, na importância de acesso ao crédito e em criar novos contratos sociais para regê-lo, e ao (re)interpretar o mercado e a circulação de mercadorias e seus limites e possibilidades, tem a chance de praticar um vislumbre do que poderia ser um mercado justo.

Observa-se que se trata de um tema abrangente, envolvendo várias ramificações e paradigmas, e por isto também, serão abrangentes os diferentes textos aqui reunidos. Sob autoria de cada um dos coletivos, são textos que retratam o que acontece dentro de seu cotidiano, tanto interno, quanto junto aos empreendimentos solidários que acompanham.

Na parte final do documento encontra-se um levantamento de como são as práticas de comercialização dos grupos incubados, divididos por cadeias produtivas. Seu propósito foi de identificar práticas comuns e fomentar a trocas de saberes e operações entre os empreendimentos durante (e após) o 3º Seminário. Assim como ocorreu na Feira de Tecnologias Sociais durante o seminário anterior<sup>2</sup>, esta troca se relaciona com um dos principais objetivos do projeto que é promover a interação e a sinergia entre os empreendimentos incubados.

---

<sup>1</sup> Um neologismo derivado da junção das palavras Produtores e Consumidores

<sup>2</sup> Ver sistematização do 2º Seminário – Tecnologia Social

# FINANÇAS, CONSUMO E COMERCIALIZAÇÃO SOLIDÁRIA NA INCUBADORA TECNOLÓGICA DE COOPERATIVAS POPULARES DA FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS

---

## Introdução

Este documento é o resultado do processo de sistematização realizado pela Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Fundação Getúlio Vargas no âmbito do projeto “Construção Conjunta de Conhecimentos Articulação de Itcp’s”. Apesar de se relacionar a práticas distintas, sintetizam o acúmulo e as práticas da equipe dentro do tema principal: Finanças, Consumo e Comercialização Solidárias.

É composto por uma série de textos, elencados a seguir:

- Formações Internas – De modo a possibilitar o contato com diferentes paradigmas e metodologias de atuação, todo tema é acompanhado por uma série de formações com a equipe da ITCP. Neste tópico são descritos os temas abordados de forma cronológica.
- Apoio a Bancos Comunitários – é composto por algumas reflexões e apontamentos da equipe responsável pela assessoria a bancos comunitários.
- Experiências de Comercialização Solidária – trata das principais iniciativas da ITCP para expandir a capacidade dos empreendimentos solidários parceiros de ampliarem seu acesso ao mercado.
- Oficina: Guia de Procedimentos do Departamento de Vendas – A sistematização de uma série de quatro atividades junto ao Limpet Tonato (EES que produz vassouras de PET) para implementação do departamento de vendas. Visa instrumentalizar os empreendedores para coordenar o processo de comercialização do grupo.

## Formações Internas

A ITCP possuiu um espaço coletivo, de periodicidade semanal, de cunho formativo. Durante os meses de junho a novembro de 2011 foi realizada uma série de discussões e reflexões, que envolviam a utilização de textos acadêmicos, filmes e documentários, planos de aulas e oficinas para EES, relatos de experiências e debates. Estas ocorriam paralelamente ao processo de sistematização, de modo a subsidiar a sua execução. Os temas estudados foram :

### *Comercialização*

- Oficina de Atendimento ao cliente e forças de vendas
- Franquias e Marketing Solidário.
- Comunicação Visual para Empreendimentos Econômicos Solidários
- Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SNCJS)

### *Finanças*

- Financeirização da Economia - Do plano real a crise de 2008
- Crise Financeira e Bolha Imobiliária
- Finanças Solidárias: Novos Paradigmas

### *Consumo*

- Oficina de Reflexões sobre o Consumo
- Consumo crítico e Redes

## Apoio a Bancos Comunitários

A ITCP-FGV iniciou seus trabalhos com Finanças Solidárias em 2005 a partir da reaplicação da experiência do Banco de Trocas Solidárias do Jardim Angela, implementado pela ITCP-USP em 2004, inspirado no Banco Palmas e ajustado às possibilidades de mobilização comunitária naquele contexto.

Durante os anos de 2005 a 2010, a ITCP-FGV trabalhou exclusivamente com essa prática e iniciou a oferta de microcrédito para EES incubados a partir do BTS-Centro. Esses microcréditos, diferente dos oferecidos pelos BTS's apoiados pela ITCP-FGV, não envolvia as moedas sociais como forma de pagamento e se configuravam como microcréditos convencionais com pagamento em reais e taxa de juros de 1% ao mês.

Em 2010, a partir da parceria com a Associação Ateliê de Idéias, gestora do Banco Bem, para qualificação de suas atividades de incubação de EES, a ITCP-FGV começou a refletir sobre suas possibilidades de contribuir para o fortalecimento dos Bancos Comunitários, a partir dos desafios encontrados pelo Banco Bem e União Sampaio.

Nesse sentido, a ITCP-FGV está se organizando para, a partir de 2012, iniciar ações de fortalecimento dos Bancos Comunitários de forma mais sistemática. A seguir apresentaremos mais reflexões sobre esses desafios, suas ramificações e proposta de atuação da ITCP-FGV.

Uma das principais dificuldades apontadas foi a falta de perspectiva dos Bancos Comunitários não dependerem mais de recursos financeiros oriundos de Políticas Públicas ou investimentos sociais de empresas e Organizações Sociais.

Esse tema é polêmico dentro da Rede Brasileira de Bancos Comunitários pois alguns atores acreditam que os Bancos Comunitários devem ser subsidiados por Políticas Públicas por oferecerem serviços de inclusão produtiva e desenvolvimento local atrelados ao processo de combate a pobreza.

A ITCP-FGV respeita esse argumento, mas é crítica com relação à dependência dos Bancos Comunitários em relação a recursos governamentais que geram dois problemas estruturais. Primeiro é que os recursos governamentais federais estão atrelados a convênios públicos com prazo de duração e sem garantia de renovações, fragilizando a continuidade plena das operações realizadas pelos Bancos Comunitários com o fim dos recursos financeiros dos convênios. O segundo é que a Rede Brasileira de Bancos Comunitários corre o risco de ser cooptada pelo Governo e se ver pressionada a reduzir suas críticas à Política Econômica do Governo e demais

ações que divergem completamente da essência da luta pela inclusão financeira e democratização da economia.

A partir disso, a ITCP-FGV propõe aos Bancos Comunitários, que estão engajados em garantir sua autonomia e sustentabilidade financeira, a pensarem se enxergarem como EES de Finanças Solidárias, que oferecem serviços microfinanceiros de forma autogestionária e com forte controle social/comunitário. Ou seja, os Bancos Comunitários podem começar a pensar seus Planos de Negócios de forma a entender quais os desafios para se conseguir fazer com que as suas receitas sejam maiores do que suas despesas, assim como os EES tradicionais o fazem.

A partir de entrevistas com Bancos Comunitários, percebemos que as fontes de receitas e destinação das despesas são parecidas e podem ser esquematizadas de forma genérica no quadro abaixo:

<b>Receitas</b>	<b>Despesas</b>
Juros pagos pelos tomadores de crédito; Taxas pagas pelas operações realizadas pelos correspondentes bancários; Taxa administrativa que é descontada quando os comerciantes trocam moedas sociais por reais;	Equipe de agentes de crédito e gestores; Contas de água, luz telefone e internet; Materiais de escritório; Elaboração e impressão de materiais de comunicação e moedas sociais;

Quadro 1 : Principais dificuldades dos bancos comunitários.

A partir desse quadro, a ITCP-FGV iniciou reflexões e estratégias para contribuir para a ampliação das receitas geradas pelos Bancos Comunitários, sendo elas:

## **1 - Ampliar as receitas ligadas aos juros pagos pelos tomadores de crédito**

As taxas de juros cobradas nos empréstimos realizados pelos Bancos Comunitários constituem parte expressiva das receitas dos Bancos e pensar estratégias de ampliação dessa receita se mostra estratégico. Existem duas formas básicas de ampliação dessa receita:

- a. Aumento das taxas de juros: Como um dos objetivos centrais dos Bancos Comunitários é oferecer crédito barato e desburocratizado, aumentar as taxas de juros não se mostram uma estratégia muito consistente com sua proposta e essa ação pode ser adotada por



Bancos Comunitários que operam com juros muito baixos, até menores de 1% ao mês;

- b. Aumento do volume de empréstimos realizados: Outra forma de ampliação das receitas e muito mais saudável do que o aumento das taxas de juros reside na ampliação do número de tomadores de crédito. Para isso, os Bancos Comunitários precisam ampliar suas carteiras de crédito (recursos financeiros disponíveis para a realização de empréstimos) e assim, ampliar sua base de clientes.

A partir de reflexões realizadas pela ITCP-FGV sobre o tema da sustentabilidade de instituições de microfinanças, adequamos a lógica do estudo de viabilidade econômica aplicada aos EES para os Bancos Comunitários trabalhando com duas variáveis que podem ser definidas no momento de elaboração do Plano de Negócios dos Bancos Comunitários, sendo elas: taxa de juros e o volume de empréstimos realizados todo mês, também chamado de carteira ativa.

Para facilitar o entendimento desse raciocínio, apresentamos suas linhas gerais a partir de um exemplo de um Banco Comunitário fictício que possui as seguintes variáveis:

- -Taxa de Juros = 1% e não está em questão sua ampliação;
- -Taxa de inflação desprezível;
- -Despesas mensais = R\$ 5.500,00;
- -Receitas com Correspondente Bancário = R\$ 400,00;
- -Receitas com taxa administrativa da troca de moedas sociais por reais = R\$ 100,00;
- -Valor médio dos créditos solicitados = R\$ 1000,00.

Para simplificar o exemplo, suponhamos também que as receitas com correspondente bancário e taxas administrativas são fixas. Assim, a forma de garantir que esse Banco Comunitário amplie suas receitas e consiga sua sustentabilidade econômica é ampliando as receitas ligadas aos juros pagos pelos tomadores de crédito. Dado que os juros de 1% não serão aumentados, resta ao Banco Comunitário aumentar sua carteira ativa. Mas aumentar quanto? Para descobrirmos esse valor podemos realizar alguns cálculos. Primeiramente é importante conhecer o valor do déficit das contas do Banco Comunitário sem considerar as receitas dos juros dos créditos:

- -Receitas (excluindo juros) - Despesas
- -R\$ 500,00 - R\$ 5.500,00 = - R\$ 5000,00.

Ou seja, o Banco Comunitário precisa arrecadar R\$ 5.000,00 de juros para arcar com suas despesas. Como os juros são fixos em 1%, precisamos saber qual o valor total dos empréstimos que, ao juros de 1%, garante a receita de R\$ 5.000,00. Para isso, podemos realizar um novo cálculo:

- -Receita de juros = Valor total dos empréstimos X taxa de juros
- -R\$ 5.000,00 = Valor total dos empréstimos X 1% (ou 0,01)
- -Carteira ativa = R\$ 5.000,00 / 0,01
- -Carteira ativa = R\$ 500.000,00

Para que o Banco Comunitário consiga pagar suas contas ele deve ter uma carteira ativa, de R\$ 500.000,00. Outra conclusão importante é que, dado que o valor médio dos créditos solicitados é R\$ 1.000,00, o Banco terá que manter uma média de 500 clientes ativa. Essa conclusão subsidia a elaboração do Plano de Negócios dos Bancos Comunitários a partir de duas metas:

1. Meta de captação de recursos para composição da carteira de crédito: A meta de R\$ 500.000,00 contribui para o Banco Comunitário elaborar projetos e realizar a prospecção de possíveis investidores sociais que podem aportar recursos financeiros sem expectativa de retorno econômico.
2. Meta de clientes atendidos: A meta de 500 clientes ativos orienta a composição da equipe de agentes de crédito e as estratégias de busca de novos clientes, caso não haja demanda já identificada na comunidade.

Caso o Banco Comunitário esteja disposto a aumentar suas taxas de juros, esse raciocínio pode construir cenários que demonstrem as alterações da necessidade de ampliação da carteira ativa em relação a cada taxa de juros estipulada. Vejamos no exemplo em que o Banco Comunitário aumenta sua taxa de juros para 2%:

- -Receita de juros = Valor total dos empréstimos X taxa de juros
- -R\$ 5.000,00 = Valor total dos empréstimos X 2% (ou 0,02)
- -Valor total dos empréstimos = R\$ 5.000,00 / 0,02
- -Valor total dos empréstimos = R\$ 250.000,00
- -Número de clientes ativos = 250

E os diferentes cenários podem ser descritos como na tabela abaixo:

<b>Cenário 1</b>	<b>Cenário 2</b>
Juros fixos em 1%	Juros ampliado para 2%
Carteira Ativa = R\$ 500.000,00	Carteira Ativa = R\$ 250.000,00
Número de clientes ativos = 500	Número de clientes ativos = 250

## Quadro 2: Cenários de autofinanciamento de bancos comunitários

Esse exemplo simplificado e fictício apresenta o início das reflexões realizadas para adequar a metodologia da ITCP-FGV de elaboração de estudos de viabilidade econômica e Planos de Negócios para Bancos Comunitários.

## **2 - Ampliação das operações realizadas pelos correspondentes bancários.**

O correspondente bancário é um serviço oferecido pelos bancos comerciais como Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal, entre outros, que possibilita a realização de pagamentos e recebimentos (como bolsa família, aposentadoria, e outros), abertura de conta corrente, poupança, e outros serviços bancários e são operados por comércios locais ou associações comunitárias. Os Bancos Comunitários normalmente operam correspondentes bancários como forma de contribuir para a inclusão financeira de comunidades que não possuem agências bancárias e, em alguns casos, oferecer microcrédito com recursos financeiros dos Bancos Comerciais que oferecem os correspondentes.

O grande desafio que alguns Bancos Comunitário encontram, com destaque ao Banco Bem que opera um correspondente bancário da Caixa Econômica Federal, reside no fato de que todo fim do dia o Banco Bem precisa fazer o alívio do correspondente bancário na agência da Caixa próxima ao Banco Bem. O alívio é o procedimento de depositar todo o dinheiro arrecadado no dia. Com isso, todos os dias o Banco Bem abre suas portas com a caixa do correspondente bancário zerado, o que gera problemas com relação aos clientes do Banco que querem realizar saques ou recebimentos no início do dia que acabam não conseguindo realizar essas operações e acabam se frustrando com a proposta do Banco Comunitário. Com isso, o Banco Bem não se sente seguro para avançar na divulgação do correspondente bancário e ampliação das suas operações de forma a ampliar as receitas oriundas das taxas que são arrecadas em cada operação.

Assim propomos viabilizar apoio no planejamento financeiro dos Bancos Comunitários de forma a viabilizar a constituição de um fundo capaz de garantir que, mesmo com a necessidade da realização dos alívios diários, os Bancos Comunitários abram suas portas com recursos em caixa necessários para garantir os saques e recebimentos dos primeiros clientes que procuram os correspondentes bancários.

Dado o forte controle social/comunitário sobre os Bancos Comunitários, seus gestores precisam, além de soluções ligadas ao planejamento financeiro, de formas simples de apresentar a proposta de constituição desses fundos, em detrimento do

uso desse recurso para a oferta de microcrédito, de forma a clarear para a comunidade os ganhos e perdas de se investir no capital de giro do correspondente bancário

### **3 - Estratégias consistentes de qualificação das atividades econômicas de seus tomadores de crédito, com destaque ao fomento e fortalecimento de EES e qualificação dos comércios locais**

Na inauguração dos primeiros Bancos Comunitários implementados na cidade de São Paulo, Paul Singer, em seu discurso caracterizou os Bancos Comunitários como estratégias efetivas de substituição de importações das comunidades de baixa renda que compram grande parte dos produtos e serviços que consome no dia a dia de fora do território.

De fato, a estratégia de substituição de importações se mostra efetiva para o combate a pobreza e manutenção da circulação do dinheiro no território. Mas para essa estratégia se efetivar, a produção local deve ser impulsionada pelos Bancos Comunitários e não só o comércio local.

Não há dúvidas sobre o importante papel que os Bancos Comunitários apresetam no fortalecimento dos comércios locais, com destaque a função que as moedas sociais exercem na orientação do consumo para esses comércios, mas a produção não é impulsionada naturalmente por esse mecanismo. Esse fato reside na possibilidade dos consumidores que acessam a moeda social poderem comprar produtos produzidos fora da comunidade, mase vendidos no comércio local.

Assim, a ITCP-FGV acredita que os Bancos Comunitários precisar dar mais um passo, fortalecendo suas atividades de fomento e fortalecimento de EES locais capazes de oferecer produtos e serviços que, atualmente, são gerados fora da comunidade. É resolvendo esse dilema que os Bancos Comunitários poderão, plenamente, implementar estratégias de substituição das importações.

A ITCP-FGV, a partir de sua experiência na incubação e assessoria técnica de EES e mobilização de atores locais propõe que os Bancos Comunitários se engajem com mais fôlego nesse propósito. O desenvolvimento de propostas para fortalecimento da atuação dos Bancos Comunitários nessa perspectiva se mostra um processo complexo que deve ser pensado de forma específica para a realidade de cada Banco Comunitário, segundo suas possibilidades e contexto local. Com isso, as propostas da ITCP-FGV não estão bem desenvolvidas, apenas diretrizes gerais que são apresentadas no quadro abaixo:

<b>Proposta</b>	<b>Estratégia</b>
Fomentar o nascimento de novos EES e fortalecimento dos já existentes	<p>Os Bancos Comunitários podem realizar parcerias com Organizações Sociais e Políticas Públicas de fomento à Economia Solidária ou de qualificação profissional que podem somar esforços com o Banco para a atuação direta com EES.</p> <p>Caso não tenham oportunidades de parcerias locais, os Bancos Comunitários podem criar seus próprios programas de incubação e assessoria técnica aos EES nascentes ou já existentes.</p>
Fortalecer o comércio local	<p>Atualmente diferentes atores estão oferecendo cursos e ferramentas para a modernização do chamado varejo de baixa renda. Essa tendência é motivada pela compreensão do Capitalismo que a base da pirâmide é um mercado próspero e pouco explorado pelas grandes empresas. Acreditamos que podemos realizar uma adequação sócio técnica capaz de resignificar esses conhecimentos e contribuir para que os comércios locais possam se modernizar e se articular em redes locais para se defender dos grandes varejos como hipermercados, shoppings centers e megastores que estão se difundindo nas periferias dos grandes centros urbanos e que desestruturam as cadeias produtivas locais.</p>
Integrar a produção e o comércio local	<p>Os Bancos Comunitários podem oferecer linhas de crédito com juros mais baixos para comércios locais que, em contrapartida, começam a vender produtos dos EES locais.</p> <p>Outra estratégia é realizar rodadas de negócios reunindo os EES locais com amostras de seus produtos e os comerciantes locais, estimulando-os a revenderem os produtos dos EES.</p>

Essas propostas e estratégias serão mais aprofundadas e testadas em 2012 em parceria com o Banco União Sampaio para garantir uma experiência piloto capaz

de alinhar melhor as estratégias e práticas metodológicas para a difusão de boas práticas na Rede Brasileira de Bancos Comunitários.

## **Conclusão**

Apesar de preliminares, as propostas da ITCP-FGV de fortalecimento dos Bancos Comunitários representam o engajamento da Universidade no apoio às iniciativas populares que buscam reorganizar as economias locais na perspectiva do Desenvolvimento Local de forma autogestionária, capazes de gerar inclusão social e produtiva a partir de uma nova forma de organizar a economia.

Acreditamos que em 2012 conseguiremos avançar nessa construção e estreitar vínculos com Bancos Comunitários interessados em avançar na superação dos limites e desafios estruturais de sua atuação prática.

## Experiências de Comercialização Solidária

### Mercosol

O Mercosol é uma loja de Comércio Solidário Itinerante que oferece produtos de empreendimentos, cooperativas e associações de pequenos produtores que buscam pessoas e instituições que compartilham os princípios da solidariedade, democracia e respeito ao ser humano e à natureza. Trabalhando sobre os princípios do comércio justo e da Economia Solidária, as vendas realizadas beneficiam diretamente as comunidades que produziram estes produtos.

Realiza atividades e parcerias comerciais solidárias, com empresas e organizações interessadas em comprar produtos e serviços com esse diferencial, ligados a valores de sustentabilidade, desenvolvimento social e econômico de comunidades carentes. Estimulando a criação de redes de empreendimentos de mesma atividade econômica, unindo propósitos e integrando estratégias capazes de ampliar a capacidade de atender grandes encomendas ou reduzir custos a partir de compras coletivas e trocas de tecnologias.

Principais atividades do Mercosol:

- Abrir mercado para os grupos, criando soluções sustentáveis em brindes para eventos;
- Programa de Feiras In Company: Realização de Feiras in Company dentro de empresas;
- Mercosol: Loja de Comércio Solidário itinerante montada em grandes feiras e exposições;
- Plataforma de Comércio Solidário: Missões comerciais em lojas, empresas, poder público e comércio internacional;
- E-commerce Solidário: Venda on-line de produtos e serviços dos empreendimentos atendidos pela Agesol. (em fase de estruturação).

### Agesol

É uma Agência de Comunicação e Comércio Solidário interna da ITCP-FGV. Ela busca contribuir para que os Empreendimentos e Cooperativas incubadas acessem mercados e vendam seus produtos, de forma a facilitar a inserção econômica destes empreendimentos.

As principais atividade da Agesol:

- Serviços de Comunicação Solidária: Desenvolvimento de materiais de comunicação, incluindo web;
- Criação de layout, textos, idéias sobre a campanha promocionais, tecnologia de envio e controle sobre a leitura das nossas divulgações;
- Site: Headers, footers, backgrounds personalizados, adaptação da tipologia, cores, padrões visuais, programação CSS, atendimento na atualização de textos e fotos, inserção de catálogo virtual envolvendo fotos e tratamento de imagem, animações em GIF.
- Tecnologia, presença online e dados estatísticos sobre o site.
- Oficinas de comercialização aos EES.

## BNI

O Banco de Negócios inclusivos surgiu com a proposta de regularizar os empréstimos destinados aos empreendimentos incubados a partir de microcréditos concedidos a baixas taxas de juros. Surgido em 2011, o recém-nascido BNI está se organizando para ampliar a sua carteira para oferecer microcrédito orientado a negócios inclusivos fora da esfera já trabalhada pela incubadora. O serviço consta de atendimento, triagem, planejamento e acompanhamento do cliente buscando construir em conjunto o melhor plano de negócios para o investimento.

Para tal, dividimos nossos clientes em 3 grupos distintos de tipos de atendimento que variam de acordo com a capacidade de empreendimento do cliente. Com linhas de orientação já programadas, acompanhamos o cliente desde sua aplicação para concessão de crédito até o final do empréstimo.

Atualmente trabalhamos com 2 principais linhas de crédito: o APO e o CPO.

- APO: Adiantamento Produtivo Orientado – o cliente já deve ter um pedido em mãos e o empréstimo deve servir como ajuda financeira na produção e atendimento ao pedido. O empréstimo é feito com juros simples de 1% a.m. mais uma taxa que prevê os custos da operação.
- CPO: Crédito Produtivo Orientado - O CPO é um empréstimo com juros simples de 1,5% a.m com a utilização do sistema de amortização SAC mais uma taxa que prevê os custos da operação. O CPO é um investimento no processo de produção e em projetos e, como não requer uma garantia certa (como no APO), a taxa de juros é maior.

Outras linhas de crédito também estão sendo estudadas para a implementação próxima, como a de ajuda à agricultura familiar e a de ajuda à produção indígena.



O Banco capta recursos de investidores que acreditam na economia solidária para capital de giro e financiamento de recursos.

A estrutura do Banco é organizada em Diretorias que atualmente se apresentam assim: Coordenadoria, DFC, DJ, DOE, DMR e Assessoria.

- Coordenadoria: Centralizar e organizar os departamentos. Representação interna e externa.
- DFC: Planejar e organizar os financiamentos.
- DJ: Encarregado das pendências jurídicas.
- DOE: Deve acompanhar o cliente desde o pedido do crédito, oferecer ajuda no planejamento, desenvolver a melhor estratégia de acompanhamento, produzir relatórios dos empréstimos.
- DMR: Responsável pela captação de recursos e de clientes. Desenvolver novas linhas de crédito, apresentação oficial do banco e manter a imagem do mesmo.
- Assessoria: Contato em rede com outros projetos semelhantes e/ou oportunidades, tais como Bancos Comunitários.

# Oficina de Atendimento ao Cliente, Estruturação da Força de Vendas e Gestão Comercial Negócio Inclusivo: Caso Limpet Tonato

## Introdução

Este material de apoio foi desenvolvido para orientá-lo nas rotinas do seu dia a dia, colocando a disposição informações básicas sobre as atividades a serem desenvolvidas pelo departamento de vendas do Negócio Inclusivo.

Este guia se propõe a ser fonte permanente de consulta e orientação sobre a rotina do departamento. Sempre que surgir alguma dúvida, este guia deverá ser consultado no seu dia a dia.

São informações padronizadas das atividades, rotinas e procedimentos trabalhados em oficinas teóricas e práticas junto aos integrantes do departamento. Todas as informações são dinâmicas e podem ser melhoradas no dia a dia do negócio, portanto melhorias e novas sugestões são sempre muito bem vindas.

## Temas tratados:

### Reforçar a Função e Importância do Departamento de Vendas.

O Departamento de Vendas é responsável por organizar o atendimento ao cliente e realizar as vendas do empreendimento.

Para orientar esse trabalho, apresentamos alguns conceitos para inspirar a organização do departamento de vendas do seu empreendimento:

As atividades do departamento devem ter como objetivo, fidelizar o cliente. Ou seja, o cliente, sempre que precisar de um produto que seu empreendimento oferece, ele comprará de vocês.

Para isso é necessário satisfazer as necessidades do cliente para conquistar a credibilidade junto ao cliente. ou seja, o cliente deve reconhecer que você é uma solução.

a)Atendimento de qualidade: com atenção e dedicação ao cliente para que ele sempre se lembre que foi bem atendido, tratado com respeito e recebeu as informações que precisava de forma clara e ágil;

b) Satisfação das necessidades dos clientes: apresentar os benefícios sociais e ambientais que seu produto ou serviço tem a oferecer. Além disso, os produtos ou serviços devem ser de qualidade, com preço justo e entregue dentro do prazo.

c) Excelência: perceber o cliente como parte importante do negócio ajuda a construir credibilidade. Sem o cliente o negócio não cresce, e na verdade morre. O EES deve se esforçar para realizar seu trabalho da melhor forma possível, com dedicação, força e vontade e empenho.

Os quatro princípios de postura para o bom atendimento ao cliente para conquistar credibilidade são:

- o Atender com Clareza : saber o preço correto (atacado, varejo e preço mínimo), o prazo de entrega, a forma de pagamento, além de ter informações detalhadas sobre o produto, como medidas, peso, como é produzido;
- o Atender com Agilidade : responder para o cliente de forma rápida. Procure responder por email ou telefone se possível na mesma hora ou pelo menos no mesmo dia;
- o Apresentar a proposta do grupo: Essa é a hora de apresentar o diferencial do grupo, de forma breve falar que é um empreendimento que gera renda para pessoas da comunidade do Tonato, é projeto responsabilidade social que se iniciou com o apoio da Fundação AlphaVille, controlado e mantido por pessoas da própria comunidade.
- o Demonstrar proximidade com o cliente: Anote o nome do cliente quando ele ligar, procure tratá-lo, sempre pelo nome e de forma atenciosa.
- o

No departamento de vendas podemos nos inspirar em quatro profissões, vejamos:

a) O pintor: o pintor utiliza um pincel e uma tela para criar uma obra de arte fantástica, o representante de Vendas utilizam palavras para criar entusiasmo e desejo pelos seus clientes.

b) O engenheiro: o engenheiro cria um edifício começando com a fundação e subindo até o topo, uma sequência de passos irá transformar pessoas interessadas nos produtos em clientes.

c) O psicólogo: assim como o psicólogo, o representante de vendas precisa deixar o seu cliente à vontade e encorajá-lo a falar, a fim de conhecê-lo melhor.

d) O artista: Não importa quantas vezes você tenha mostrado o mesmo produto. Sua demonstração tem que buscar ser sempre nova e empolgante e criativa.

Organização do Departamento de Vendas:

Este guia tem como objetivo orientar o passo a passo para realizar as vendas do empreendimento. Chegamos no momento mais importante para o nosso negócio, onde o cliente tem interesse no nosso produto, e o departamento de vendas precisa estar estruturado para atender esse cliente. O desempenho e dedicação pessoal é fundamental para a construção dos resultados coletivos do grupo.

Pontos de partida:

*a) Metas de Vendas:*

A partir do Estudo de Viabilidade Econômica (EVE) foram definidas as metas de vendas do Empreendimento. Essas metas devem orientar o trabalho do departamento, que tem como objetivo de alcançar as metas apresentadas. Ou seja, o departamento deve bater a meta de vendas.

*b) Formação da equipe de vendas do empreendimento:*

Para reunir e organizar esforços para bater as metas de vendas, o empreendimento deve formar uma equipe de, pelo menos, duas pessoas para se responsabilizarem pelas vendas.

Outras pessoas do grupo devem ajudar nas vendas também, mas os responsáveis pelas vendas tem o compromisso de trabalhar para esse objetivo.

*c) Organizar o Atendimento ao Cliente:*

O atendimento ao cliente tem o objetivo de oferecer um atendimento qualificado como diferencial do empreendimento. Para isso, elaboramos algumas dicas sobre as diferentes formas de atendimento ao cliente:

*i) Atendimento por Telefone:*

- Boa postura – atender falando o nome do empreendimento, se mostrar educado;
- Se apresentar;
- Apresentar brevemente o grupo;
- Falar com calma, devagar;
- Anotar recado (caso quem atendeu não seja do departamento de vendas, anotar o nome e o telefone do cliente e dizer que vai passar para a pessoa responsável);
- Iniciar o cadastro do cliente (Nome e telefone);

*ii) Atendimento por E-mail:*

1 - Responder com agilidade, ver com o cliente, qual o prazo para a resposta, caso seja urgente, responder na mesma hora, no mesmo dia, ou no máximo em 24 horas (1 dia);

- 2 - Utilizar respostas padronizadas de e-mail;
- 3 - Enviar orçamentos em papel timbrado.

### Organizar a frente de Força de Vendas:

A Força de Vendas reúne esforços para atingir o cliente. Diferente do atendimento, em que o cliente busca o empreendimento, agora o empreendimento deve buscar o cliente.

Ciclo de Vendas: Para organizar essa tarefa podemos pensar em um Ciclo de Vendas formado por 4 etapas:

#### **1- Abordagem**

Contato inicial com o cliente utilizando, de preferência o telefone, mas pode ser por e-mail ou visitas comerciais.

Importante: A abordagem deve ser leve, nesse momento é necessário ser breve, com o objetivo de criar o interesse no cliente em conhecer melhor o produto e a proposta do grupo.

Observação: Na fase seguinte de apresentação será a hora de “vender melhor o peixe”. Não queime etapas, espere a hora certa de falar sobre os produtos com mais detalhes;

Roteiro de Abordagem:

1 - Entrar em contato com o cliente;

2 - Se apresentar, falar o seu nome e falar o nome do grupo;

i)Apresentar brevemente a proposta do grupo. Exemplo: Somos uma Associação de produção de vassouras ecológicas produzidas com PET, ligado a Economia Solidária, composto por pessoas da comunidade do bairro do Tonato em Carapicuíba;

ii)Falar o objetivo do contato: Por exemplo, buscar parcerias comerciais com empresas de renome no mercado oferecendo produtos ecológicos e sustentáveis para clientes como empresas, supermercados, entre outros clientes interessados nesses valores de responsabilidade social e ambiental e sustentabilidade;

iii)Falar brevemente dos produtos com destaque ao diferencial: exemplo: Vassouras produzidas com fios de garrafa PET que apresentam boa qualidade, durabilidade e vantagens ambientais;

iv)Após está breve abordagem, perguntar se o cliente tem interesse em conhecer melhor os produtos e, em caso positivo, pedir o e-mail do cliente;

## **2-Apresentação do Produto:**

Após a abordagem, caso o cliente tenha interesse nos produtos, pode-se utilizar materiais de comunicação e amostras de produtos. A apresentação se dá por e-mail ou pessoalmente. Está é a hora de “vender melhor o peixe”.

Roteiro de Apresentação dos produtos:

i) Encaminhar o catálogo digital dos produtos por e-mail, apresentando os produtos;

ii)Ligar após algumas horas depois de ter enviado, para saber se: Cliente recebeu o e-mail; Gostou da proposta; Tem alguma dúvida.

iii)Falar um pouco mais do grupo, para que o cliente entenda melhor a proposta

iv) Reforçar as vantagens e benefícios do produto, exemplo: comprando este produto a empresa está apoiando comunidades para o desenvolvimento social e econômico, contribuindo para a geração de trabalho e renda das pessoas da comunidade.

Falar que são produtos ecológicos que reaproveitam materiais que seriam descartados no meio ambiente, sobre tudo da importância de ser um produto ecológico, com ótima qualidade, maior durabilidade com relação as vassouras convencionais;

Dicas para a apresentação:

“Somos um empreendimento pequeno, estamos começando e precisamos de uma oportunidade para entrar no mercado”;

“Vamos experimentar, coloca algumas nas prateleiras, veja se seus clientes gostam, faz um teste; É um produto novo, mas é diferenciado, traz benefícios para vocês e o seus clientes”;

“Comprando da gente você está ajudando a comunidade a gerar trabalho e renda”;

“É um produto diferenciado, ecológico, com boa durabilidade; Quanto vocês estão pagando para o atual fornecedor?”

## **3 - Negociação**

Definimos negociação como o diálogo com o cliente, portanto é conversando com o cliente que avançamos na venda do nosso produto. O fundamental é saber que a negociação somente acontece quando há objeção nos termos da negociação por parte do cliente. Caso o cliente não questione não crie objeções, o diálogo de

negociação segue normalmente dentro do cenário da venda. Existem quatro pontos serem observado na negociação.

- Preço;
- Prazo de entrega;
- Frete (forma de entrega);
- Forma de pagamento.

Negociar é ter clareza até onde ceder! Negociação é o exercício de dar as mãos, onde ambos os lados cedem! (lembrar do desenho das mãos se cumprimentando). Em uma negociação de compra e venda, há sempre um lado querendo comprar por menos, e o outro lado querendo vender por mais.

Exemplo: O lado do cliente quer pagar R\$ 5,00 e o lado da empresa quer vender por R\$ 10,00. Seguindo o exemplo da negociação das mãos onde ambos cedem, um possível acordo é o meio, que representa o valor de R\$ 7,50). Ambos cedem R\$ 2,50. O cliente paga R\$ 2,50 a mais do que queria e o vendedor ganha R\$ 2,50 menos do que queria.

O importante, é saber se este acordo é vantajoso para ambas as partes. Para o grupo é fundamental avaliar se este valor negociado esta dentro do preço mínimo contido na tabela de preços. Para realizar uma boa negociação, se faz necessário ter as seguintes informações:

i)Tabela de Preços: para iniciar a negociação com preço no atacado, varejo e preço mínimo. Destaque para a necessidade do preço mínimo: saber até onde pode ceder na redução de preço! Caso o cliente queira negociar o preço, sabemos que não podemos fechar por menos que o valor do preço minimo de venda;

ii)Prazo de entrega: devemos informar o prazo de entrega de acordo com a capacidade produtiva, proponha prazos de entrega com dois ou três dias a mais para termos folga e diminuir o risco de atrasar;

iii)Forma de entrega : temos que saber onde deve ser entregue e ter o valor do frete para passar para o cliente, junto ao preço);

iv)Forma de pagamento: definir quais as formas que vocês recebem o pagamento. Exemplo: só dinheiro, cheque para 30 dias, cartão de crédito entre outros.

Materiais de apoio necessários:

- 1 – Tabela de Preço;
- 2 – Informações dos Produtos oferecidos (medidas, como é produzido, quantidade produzida por mês);
- 3 – Forma de entrega (prazo de entrega e transporte);

4 – Emissão de Nota fiscal (para emitir a nota fiscal é preciso ter o cadastro do cliente preenchido).

#### Roteiro da Negociação:

1 - Preço: Caso o cliente não questione o preço, podemos seguir na negociação, se existir objeção, e ele falar que acha caro, iniciamos a negociação, com base na tabela de preço, buscando superar a objeção e seguirmos na negociação. Lembre-se: o preço nunca deverá ser menos do que o preço mínimo;

2 - Prazo: O prazo de entrega é um ponto que o cliente sempre pergunta, caso o prazo de produção informado para ela seja satisfatório, e não apresente objeção. seguimos na negociação. Caso ele precise da entrega com mais rapidez, inicia-se a negociação. Para podermos aceitar a nova proposta de prazo do cliente, se faz necessário consultar a produção para dar uma acelerada e ver se é possível atender, lembrando que é necessário ser verdadeiro com o cliente para não oferecer algo que não vai conseguir entregar;

3 - Frete: Dentro da estratégia comercial do empreendimento, é convencionado que os custos com o frete (transporte dos produtos), são de responsabilidade do cliente.

4 - Forma de pagamento: A forma de pagamento por parte do cliente é fundamental para a sustentabilidade do negócio, no cenário ideal, é fundamental recebermos à vista ou 50% adiantado.

#### l) Como se preparar para a negociação:

##### a) Como saber o preço mínimo?

A Tabela de preços deve, obrigatoriamente ter o preço de varejo, atacado e mínimo. Exemplo simplificado de tabela de preço:

<b>Produtos</b>	<b>Preço no Atacado</b>	<b>Preço no Varejo</b>	<b>Preço Mínimo</b>
Vassoura Gari	R\$ 10,00	R\$ 8,00	R\$ 7,50
Vassoura Original	R\$ 5,00	R\$ 4,00	R\$ 3,50

##### b) Como saber o prazo?

Para isso, se faz necessário saber a capacidade de produção diária de cada produto. Assim, deve-se dividir a quantidade de produtos encomendados pela capacidade produtiva diária.



Exemplo: O grupo produz 25 unidades de vassouras por dia e recebeu uma encomenda de 500 unidades. Deve-se dividir a quantidade encomendada que nesse exemplo são: 500 vassouras, por 25 unidades que é a quantidade produzida por dia,  $500 \div 25 = 20$  dias.

Sendo o resultado a quantidade de dias necessários para a encomenda, ou seja o prazo de produção são 20 dias fora o transporte (frete) que pode levar mais dois ou três dias para chegar ao cliente, dependendo da localidade.

Observação: O grupo precisa de 20 dias para entregar a encomenda + o tempo do transporte (frete), a ser combinado com a transportadora e informado ao cliente.

c) Como calcular o valor de frete/entrega?

Caso o cliente não queira assumir o custo do transporte, o grupo colocar o custo do frete no custo do produto.

Exemplo: O grupo recebe uma encomenda, e precisa calcular o valor de frete, para passar para o cliente. O preço mínimo é R\$ 7,50. É preciso colocar o valor do frete.

Precisamos calcular o preço unitário do frete: Dividir a quantidade de produtos encomendados pelo preço do frete. Por exemplo: se o frete custa R\$ 200,00 para entregar 100 unidades. Fazemos a seguinte conta: Custo unitário do frete é R\$ 200,00 reais, precisamos dividir por 100 unidades. Valor unitário do frete: R\$ 2,00 reais.  $R\$ 200,00 \div 100 = R\$ 2,00$  reais (valor unitário)

Novo preço mínimo: O preço mínimo da vassoura passa a ser R\$ 9,50 com o frete incluso. Valor do preço mínimo R\$ 7,50 + R\$ 2,00 do frete unitário. Dessa forma sabemos quanto custa cada vassoura, com o frete incluso.

Procedimento de cotação do valor do Frete:

Sempre que for fazer a cotação do frete passar por e-mail e ligar para confirmar com responsável da transportadora, e pedir agilidade.

Exemplo (passo a passo):

1 - Endereço de Saída (Limpet) e Endereço de destino (cliente), passar o endereço completo e CEP

2 - Volume da carga (Altura da caixa x Largura da caixa x Comprimento da caixa):

3 - Peso aproximado da carga (pesar as caixas e anotar o peso de cada caixa, somando para saber o peso total):

4 - Valor Total da Carga (valor que vai na nota):

5 - Quantidade de vassouras:

d) Formas de pagamento:

O Ideal é o pagamento à vista na entrega, ou 50% adiantado como sinal. Caso a negociação cause dúvidas se o preço pode ficar abaixo do mínimo ou se os prazos e formas de pagamento podem gerar problemas para garantir a satisfação do cliente, o fechamento da negociação pode ser prorrogada por um pequeno espaço de tempo para o grupo ter certeza se vale a pena. A pessoa responsável deve avaliar com calma se é possível fechar o negócio ou não, sem prejuízo para o empreendimento.

É preciso evitar a ansiedade, caso haja alguma dúvida converse com o grupo e ligue após 30 minutos com mais segurança para fechar a venda.

4 - Fechamento do pedido:

Quando a negociação finalizada com sucesso, o cliente efetua o pedido que deve ser registrado de forma organizada.

Roteiro para fechamento do pedido:

i) Finalizar o cadastro da encomenda, com todos os dados: Estas informações são fundamentais para a o cadastro e a emissão da Nota Fiscal!

Nome da empresa; CNPJ (se for empresa);

Inscrição estadual e inscrição municipal;

Endereço;

Lista da encomenda com preços; Prazo de entrega;

Local de entrega;

Forma de pagamento.

ii) Encaminhar o Contrato de Venda para assegurar que o pedido não vai ser cancelado.

O Contrato segue um padrão simples, devendo ser alterado somente os campos dos dados do cliente, a data e as informações relativas ao pedido fechado (quantidade, valor, prazo que foi negociado).

Procedimentos de envio do contrato:

1 - Encaminhar por e-mail o contrato em anexo;

2 - Ligar para o cliente, orientando do envio do contrato e pedir que ele leia, veja se está tudo certo quanto as informações do pedido.

3 - Pedir que ele responda o mesmo e-mail, aceitando o termos do contrato.

### Instrumentais de Gestão de Vendas

*a) Cadastro dos Clientes e dados do pedido*

O Cadastro do Cliente é onde anotamos as informações relevantes ao pedido de forma organizada, principalmente os dados do cliente e os dados do pedido. Deve-se numerar cada pedido com: dia, mês, ano/ordem de pedido do dia. Dessa forma todo o pedido do dia recebe a numeração padrão (pedido.dia.mes.ano). Exemplo: 01.09/08/11, o pedido seguinte 01209/08/11.

*b)Planilha de Controle de Produção*

A produção precisa se organizar para não atrasar os pedidos, evitando passar clientes na frente e perder prazos de entrega! Dessa forma temos que tentar trabalhar, os pedidos que chegam, assim geramos um cadastro do pedido (encomenda), esse numero é anotado no Controle da Produção para atendermos na ordem sem perder o controle do que precisa ser feito para cada cliente dentro do prazo.

*c)Política de venda por Consignação:*

A venda por consignação é quando vendemos um produto que só é pago quando ele for vendido pelo parceiro comercial. Não é uma boa prática, mas pode ser uma exigência dos parceiros. Para evitar que percamos clientes, temos que ter a nossa diretriz para lidar com a consignação.

- 1)Trabalhar com (pontos) de Comércio Fixos;
- 2)Cadastro de cliente (Ficha de cliente consignado);
- 3)Contrato de consignação.

*d)Informações da gestão e controle de consignação:*

1. Cada cliente terá o seu Controle de Consignação separado;
2. Cada entrada (novos produtos deixados em consignação, deve ser mediante ao pagamento dos produtos já vendidos;
3. Os estoques devem ser atualizados conforme a solicitação do cliente, a partir dos volumes de vendas mensais;
4. Em cada linha fazemos a atualização do estoque, tentando manter o estoque conforme o volume de venda mensal de cada cliente;
5. Contagem do estoque na prateleira (falar com o responsável e realizar a contagem do estoque), assim que realizar a contagem, verificar a quantidade que será deixada em consignação;
6. Checar com as informações contidas na planilha de consignação e informar o responsável para dar baixa no que foi vendido (solicitar a assinatura do cliente);
7. Receber o valor das vendas realizadas e anotar o novo pedido na linha de baixo;

8. Importante: O campo “visto” é fundamental para mantermos a transparência de entrada de produtos e valores recebidos junto ao cliente e deve conter o visto (assinatura) do cliente e do vendedor estando ambos de acordo e dando ciência da entrada e saída de produtos (entrega e recebimento do valor vendido).

9. A primeira parte da tabela (esquerda) deve ser preenchida sempre que for deixado produtos em consignação, a segunda parte (direito) deve ser atualizadas com as quantidades vendidas e o visto do cliente e do vendedor.

10 Vistos: Cada vez que visitar o cliente pegue o visto dele, (gerente/comprador/caixa ou responsável) quando for receber ou deixar produtos em consignação.

# **Banco de Trocas Solidárias como Tecnologia Social**

Autores: Isabelle Caroline Levy Afonso Notari, Alexandre Assada, Rafael Furlan Moraes

## **Introdução**

O presente capítulo apresenta, de forma resumida, a Tecnologia Social de Finanças Solidárias, chamada Banco de Trocas Solidárias (BTS), que integra microcrédito e moedas sociais com o objetivo de criar um ambiente fértil para estimular pessoas em situação de vulnerabilidade social a iniciarem atividades econômicas associativas e solidárias, gerando renda, inclusão social e desenvolvimento local.

Para isso, apresentaremos o caso do Banco de Trocas do Centro de São Paulo (BTS-Centro), o primeiro e maior BTS implementado pela ITCP-FGV, em parceria com a Associação Minha Rua Minha Casa, que administra um centro de convivência para a população de rua a partir de um convênio com a Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social de São Paulo.

O BTS-Centro foi implementado em Outubro de 2006 e possui um interessante histórico de desenvolvimento marcado por avanços, dificuldades e adaptações que possibilitaram o desenvolvimento de certas técnicas para lidar com os desafios e realização de mudanças estratégicas.

Este texto pretende relatar resumidamente essa experiência desde o seu início até o momento atual. Acreditamos que a experiência BTS-Centro pode contribuir para pensar outras ações de BTS e Bancos Comunitários, assim como ajudar a pensar trabalhos coletivos e cooperativistas com as pessoas em situação e rua.

## **Matriz Metodológica do BTS**

A construção da metodologia básica do BTS foi realizada em 2004 na interação da equipe da ITCP-USP responsável pela Feira de Trocas do Jardim Angela, Felipe Bannitz e Sandra Helena, e lideranças locais, com destaque a Emília, Alvina, Alice e Itamar. Seu impulso foi marcado pela busca de qualificar o uso de instrumentos de finanças solidárias como moedas sociais e microcrédito, inspirada nas práticas do Banco Palmas, no fortalecimento das atividades de incubação de EES.

## **Marcos Referências**

A seguir apresentamos as principais reflexões e diretrizes metodológicas atreladas a essa Tecnologia Social:

### *Proteção aos EES nascentes incubados*

A idealização do BTS parte de duas ideias básicas:

- a) Os EES, que iniciam sua produção com pouca infraestrutura e conhecimento técnico, precisam de um período de aprendizado antes de disputarem mercado com as grandes empresas consolidadas. Ou seja, precisam de uma proteção;
- b) Essa proteção pode ser criada por meio do uso de uma “Moeda Social”.

Essas ideias básicas partem de uma argumentação elaborada pelo prof. Paul Singer que ressalta a oportunidade para que a massa de desempregados possa reinserir-se por sua própria iniciativa na economia

...pode ser criada a partir de um novo setor econômico formado por pequenas empresas e trabalhadores por conta-própria, composto por ex-desempregados, que tenham um mercado protegido da competição externa para seus produtos. Tal condição é indispensável porque os ex-desempregados, como se viu, necessitam de um período de aprendizagem e angariar fregueses. Para garantir o período de aprendizagem, os próprios participantes do novo setor devem criar um mercado protegido para suas empresas (SINGER, 1998, p.122 ).

Segundo o mesmo autor, há a possibilidade de se criar uma moeda própria do movimento de Economia Solidária, capaz de garantir uma reserva de mercado para os produtos dos empreendimentos ainda não consolidados. Sua proposta parte da ideia de que

...as transações entre cooperados deveriam ser feitas com uma moeda própria, diferente da moeda geral do país, digamos um ‘Sol’ (de solidariedade) em vez do ‘Real’. O uso dessa moeda, que só terá validade para pagar produtos do novo setor, dará a proteção que as pequenas empresas precisam para poder se viabilizar (...) sendo [a pequena empresa] protegida da concorrência da grande empresa capitalista... porque as mercadorias destes concorrentes ‘externos’ não poderão ser compradas com ‘Sóis’, mas apenas com ‘Reais’ (SINGER, 1998, p.123).

Ou seja, a criação de uma moeda complementar, conhecida como “Moeda Social”, é uma estratégia possível para proteger os pequenos grupos produtivos, até que eles atinjam um bom padrão de qualidade em seus produtos e serviços e

adquiram uma capacidade de gerenciamento suficiente para a aquisição de um microcrédito e, assim, disputarem mercado com as grandes empresas.

Chamamos de proteção a possibilidade dos “grupos nascentes” produzirem e venderem seus produtos, mesmo que os mesmos não tenham a qualidade ou o preço dos produtos concorrentes. Essa proteção gera a possibilidade dos grupos produtivos entrarem em um ciclo econômico que chamamos de giro produtivo ilustrado pela imagem abaixo:



Figura 1 : Fases do Giro Produtivo orientado

O caráter cíclico se dá pelo fato de que depois das compras e da produção o EES consegue vender seus produtos e reiniciar o ciclo comprando novas matérias primas. É a partir desse giro que o grupo adquire habilidades para consolidar sua atividade econômica, garantir a geração de renda efetiva e a sustentabilidade econômica do EES.

### **Mercado Escola**

Para que tal proteção realmente ocorra, o BTS organiza uma Feira de Trocas Solidárias (FTS) e oferece um microcrédito no valor de até R\$ 600,00 para os EES incubados, que serão pagos em doze prestações, sem juros, de 50 moedas sociais. Com esse dinheiro os EES compram matérias-primas, produzem e comercializam seus produtos nas FTS mensais.

Além disso, cada EES tem a possibilidade de, no final das FTS, trocar uma cota de 200 moedas sociais por R\$ 200,00 para a aquisição de mais matérias-primas para a continuidade da produção destinada para a próxima FTS.

Os microcréditos e as cotas mensais de matéria-prima representam uma entrada de R\$ 1500,00 de produtos produzidos pelos grupos incubados. Ou seja, todo mês a Feira de Trocas oferecerá R\$ 1500,00 de produtos, o que possivelmente gerará uma mínima "Viabilidade econômica" para que outros EES, pequenos produtores e comerciantes locais comecem a aceitar a moeda social em seus estabelecimentos, iniciando um círculo virtuoso de fortalecimento do poder de compra da moeda social local, mobilização comunitária e desenvolvimento local.

Os pagamentos dos créditos e as conversões realizadas pelos EES geram para o BTS um grande volume de moedas sociais que podem ser usadas para remunerar equipes de organização, divulgação, limpeza, atividades culturais, entre outras e comprar produtos dos participantes da FTS, empoderando e motivando pessoas desempregadas a resgatarem ou descobrirem talentos e dons, a fim de iniciarem novos projetos produtivos.

Com isso, a FTS tende a se tornar cada vez mais atrativa, fomentando a participação de mais pessoas, principalmente produtores e comerciantes locais, que podem se articular para a elaboração de projetos coletivos. Nesse sentido, o BTS desempenha o papel de articulador, formador, proponente de ações de rede como práticas de comércio justo solidário como Feiras de Economia Solidária, Lojas itinerantes, entre outras ações.

Os recursos financeiros necessários para pagar os créditos e conversões dos EES são financiados por investimentos sociais públicos ou privados interessados na geração de trabalho e renda com estratégia de redução da pobreza. Essa operação remete às políticas keynesianas de pleno emprego, a partir da utilização das moedas sociais arrecadadas (política fiscal) para geração de demanda para os produtos dos EES incubados (política monetária).

### ***Incubação, Redes e Bancos Comunitários***

No Mercado Escola, durante dois anos, os EES têm garantido o seu giro produtivo e, portanto estão protegidos. Após esse período, cada EES já devem estar preparados para angariar novos fregueses e perder a proteção, podendo solicitar um microcrédito oficial e ampliar suas atividades produtivas. Uma estratégia de graduação. Essa tecnologia social está inspirada no conceito de proteção à indústria nascente que protege setores industriais estratégicos com impostos e restrições às importações.

A partir do fortalecimento dos EES e da FTS, pode-se começar a construção de Redes Locais. A vivência coletiva da FTS cria um ambiente ideal para o fortalecimento



dos vínculos entre os EES e a elaboração de estratégias coletivas que viabilizam a construção de EES de práticas associativas.

Essas estratégias podem começar com atividades ligadas à comercialização, como a organização de uma Feira Local, que utiliza R\$, criação de materiais de comunicação e website para divulgar os produtos, passando por formações coletivas e troca de experiências e saberes, até a constituição de Arranjos Produtivos Locais e Cadeias Produtivas integrando os EES em estratégias de desenvolvimento local e regional.

Além de integrar os EES, a FTS se torna um ponto de referência da Economia Solidária na região, mobilizando pessoas, instituições e gestores públicos na busca por soluções e melhorias para o bairro. Existiriam esses dois focos: integrar as estratégias de fortalecimento de EES e mobilizar a comunidade para implementar, a partir do BTS, um Banco Comunitário capaz de gerir uma moeda social aceita em todo o comércio local, além de operar diferentes linhas de crédito e oferecer serviços de correspondente bancário.

### **Gestão do Banco de Trocas Solidárias**

O BTS se organiza no formato de um comitê gestor, autogerido, formado pela:

- Equipe da ITCP-FGV;
- Equipe das entidades parceiras que incubam EES em parceria com a ITCP-FGV;
- Representantes dos EES atendidos;
- Representantes de ONGs locais interessadas;
- Representantes de Movimentos Sociais;
- Gestores Públicos interessados.

Quinzenalmente o BTS deve realizar reuniões para avaliação das suas atividades e elaboração de planejamentos e estratégias de ampliação das suas ações.

As principais atividades desempenhadas pelo BTS são:

- Organização da Feira de Trocas Solidárias mensal;
- Assessoria aos empreendimentos econômicos solidários;
- Oferecimento de serviços financeiros aos EES;

### **Organização da FTS**

As Feira de Trocas Solidárias são espaços que tem o intuito de organizar e tornar permanente as trocas de mercadorias e serviços e saberes para o desenvolvimento de uma comunidade local.

Sua proposta parte da busca de respostas à falta de dinheiro oficial, Reais, nas regiões pobres empobrecidas pelo atual modelo de desenvolvimento econômico. Seu objetivo é tornar a troca de produtos, serviços e saberes permanente e organizada e, assim, construir um mercado complementar ao oficial capaz de ajudar a viabilização da comercialização dos produtos gerados por pessoas ou grupos produtivos “nascentes” e também facilitar o acesso de pessoas pobres ao consumo de produtos e serviços gerados na região.

O espaço proporciona um ambiente de cooperação entre os “prossumidores” (pessoas que são ao mesmo tempo produtores e consumidores), no lugar da acirrada competição do mercado. Para isso, utiliza-se a moeda social que visa ser exclusivamente um meio de troca, que só pode ser usada durante as Feiras.



Figura 2: Moeda Social Miruca – Feira de março de 2009

Do ponto de vista econômico, a FTS abre espaço para que as pessoas se desenvolvam como sujeitos de mudança na busca por alternativa para o desemprego e concentração de renda, pois cooperam entre si para gerar benefícios para todos. Além disso, é um ambiente pedagógico, pois proporciona aos produtores um espaço para se desenvolverem enquanto empreendedores para poderem enfrentar o mercado no futuro próximo. É também uma oportunidade de criar uma cultura de consumo

consciente na comunidade, trazendo para o indivíduo a noção das consequências do seu consumo no âmbito social, ambiental e econômico.

Por fim, a Feira possibilita as pessoas realizarem-se fazendo trabalhos que gostam, como: poesias, quadros, artesanatos, dentre outros, permitindo melhoras também no nível psicológico de cada um, por se sentirem úteis, realizado e estimulado com as novas coisas que pode oferecer, e com as que pode receber em troca.

As FTS também contribuem para o fortalecimento das relações comunitárias, pois são um espaço de construção coletiva onde todos são convidados ajudar na organização, dar sugestões, criticar e melhorar. Um espaço democrático de partilha e união. Elas criam um ambiente de encontro entre pessoas que não se veem no dia-a-dia, fortalecendo amizades antigas, criando novas e facilitando o nascimento de projetos comunitários e propostas de melhoria do bairro.

Por último, as Feiras representam um ótimo local para realizar trabalhos pedagógicos e reflexões sobre temas importantes como:

- Ecologia e cuidado com o meio ambiente;
- Questões de gênero e raça;
- Consumo consciente e as consequências dos nossos hábitos de consumo;
- Cidadania ativa;
- Educação Alimentar;
- Economia Solidária;
- Empreendedorismo Popular;
- Desenvolvimento Local;
- Políticas Públicas e demais temas afins.

Para isso, podemos utilizar palestras, oficinas, vídeos, música, teatro entre outras atividades sócio culturais e educativas.

A realização da FTS é realizada de forma a capacitar as pessoas que estarão executando as tarefas, a fim de torná-las multiplicadoras dessa tecnologia social. A supervisão das tarefas é de responsabilidade da equipe de incubação da ITCP-FGV, que oferece inicialmente um conjunto de oficinas sobre Trocas Solidárias, de forma a introduzir o tema para as pessoas que coordenarão todas as atividades da Feira.

Para a constituição da equipe de coordenação da FTS é efetuada uma divisão de tarefas seguida pela capacitação da equipe. Essa equipe é organizada de forma autogestionária, garantindo a tomada de decisão democrática e o envolvimento e empoderamento de todos no processo. Suas reuniões ocorrem quinzenalmente para o planejamento e avaliação das suas atividades.

### ***Tarefas da Equipe de Coordenação***

As atividades de responsabilidade da Equipe de Coordenação da FTS são divididas em pré-feira e durante a Feira, sendo elas:

#### **Antes da Feira**

- Elaboração e emissão e controle da moeda social;
- Divulgação da FTS;
- Arrecadação de doações e recursos para a realização da feira, com destaque a produtos de primeira necessidade;
- Viabilizar atrações culturais e oficinas educativas para serem realizadas durante a feira;
- Preparar o local para os expositores e para as atividades culturais e educativas;
- Dividir o trabalho das barracas do BTS durante a feira;
- Separar o valor a ser pago para aqueles que trabalharão durante a feira.

#### **Durante a Feira:**

- Realizar a recepção das pessoas;
- Realizar o câmbio, trocando moedas sociais por Reais;
- Adquirir parte dos produtos oferecidos pelas pessoas;
- Disponibilizar local para as pessoas exporem os seus produtos, serviços e saberes;
- Organizar o mural do Classificado solidário anotando as procuras e ofertas;
- Dar suporte às atividades culturais e educativas;

### ***Procedimentos de Gestão***

A Gestão do BTS é composta basicamente pelo:

1. Controle do Fluxo de Caixa das entradas e saídas de moedas sociais;
2. Controle das Contas Correntes dos EES;
3. Contas correntes pessoais dos participantes em geral.

### ***Controle do Fluxo de Caixa do BTS***

#### **Tipos de Entrada:**

- Depósito Empreendimentos
- Depósitos pessoais
- Venda das Barracas (bazar feminino, bazar masculino, lojinha, lanchonete, armazém e brincadeiras)

Tipo de Saída:

- Compras de Produtos – Lastro e Resíduos Sólidos;
- Compras de Serviços – Organização, Cultura
- Compras de Saberes – Oficinas de Capacitação
- Compras de Câmbio - Troca de Mirucas por Reais
- Saques pessoais
- Empréstimos (experimental)

A tabela abaixo mostra ilustra o fluxo de caixa do BTS com as Entradas e saídas citadas acima:

**BANCO DE TROCAS SOLIDÁRIAS DO CENTRO**

Fluxo de caixa				
Moeda:	Miruca	Valor de câmbio	R\$1,00 = \$1,00	
Mês:	Junho/2007	Saldo Inicial	\$3.500,00	
Data	Descrição	Entradas	Saída	Saldo
23/06/07	Câmbio		\$121,50	\$3.378,50
23/06/07	Compra resíduos Sólidos		\$235,00	\$3.143,50
23/06/07	Compra do Lastro		\$341,00	\$2.802,50
23/06/07	Atividades Culturais		\$460,00	\$2.342,50
23/06/07	Saques Pessoais		\$325,00	\$2.017,50
23/06/07	Equipe de Apoio		\$524,00	\$1.493,50
23/06/07	Doações		\$651,00	\$842,50
23/06/07	Depósitos pessoais	\$160,00		\$1.002,50
23/06/07	Vendas das AMRMC	\$1.445,50		\$2.448,00
23/06/07	Depósito Empreendimentos	\$949,00		\$3.397,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$2.554,50</b>	<b>\$2.657,50</b>	<b>\$3.397,00</b>

Tabela 1 - Fluxo de caixa com entradas e saídas de Moedas

**Controle das Contas Correntes dos EES**

Cada EES incubado possui uma conta corrente onde se registram as entradas e saídas de Mirucas e conversões de mirucas para reais. As movimentações se resumem a:

- Entradas: Depósitos das Mirucas arrecadadas na FTS;
- Saídas: Prestações do Microcrédito e Conversão de Mirucas por Reais;

A seguir apresentamos o modelo de planilha de gestão das contas correntes dos EES incubados:

<b>Conta Corrente</b>				
<b>Nova Geração</b>				
<b>Valor do Microcrédito</b>			<b>R\$ 400,00</b>	
<b>Número de Prestações</b>			<b>5</b>	
<b>Valor da Prestação</b>			<b>R\$ 80,00</b>	
<b>Saldo Inicial</b>		<b>R\$ 0,00</b>		
<b>Data</b>	<b>Descrição</b>	<b>Entrada</b>	<b>Saída</b>	<b>Saldo</b>
20/10/06	Depósito 1	\$215,00		\$215,00
25/10/06	Conversão 1		\$205,00	\$10,00
24/11/06	Depósito 2	\$571,50		\$581,50
30/11/06	Conversão 2		\$531,50	\$50,00
10/02/07	Depósito 3	\$201,00		\$251,00
20/02/07	Conversão 3		\$235,50	\$15,50
10/03/07	Depósito 4	\$220,00		\$235,50
14/03/07	Microcrédito	\$400,00		\$635,50
15/03/07	Conversão 4		\$576,00	\$59,50
14/04/07	Depósito 5	\$280,50		\$340,00
14/04/07	Prestação 1		\$80,00	\$260,00
<b>Saldo Final</b>				<b>\$260,00</b>

Tabela 2 - Controle de Moedas sociais nas contas correntes dos EES

### **Contas correntes pessoais**

Ao término e/ou início das Feiras de Trocas Solidárias, cada pessoa pode sacar suas mirucas ou depositá-las no BTS abrindo assim uma conta corrente. A cada FTS o saldo se atualiza. O gráfico abaixo ilustra a quantidades de contas correntes criadas:

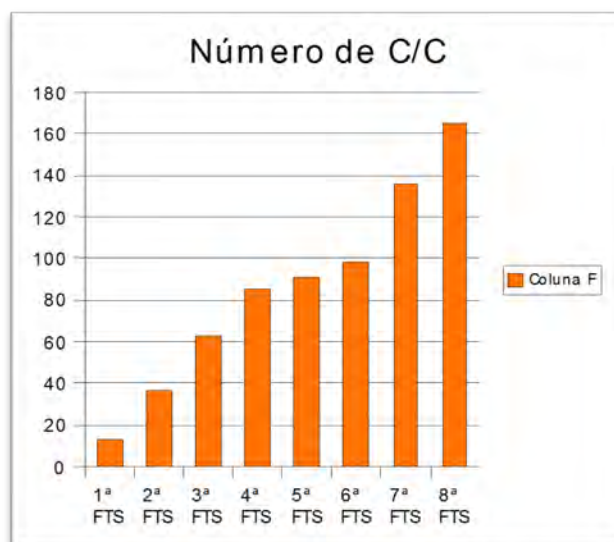


Gráfico 1 - Ilustra quantidades de contas correntes pessoais.

### Instrumentos de Gestão

As planilhas utilizadas nas FTS são as seguintes:

- Planilha de doação: registra a quantidade de pessoas que vieram à feira e receberam duas unidades de moeda social;
- Planilha de câmbio: registra a entrada da moeda nacional Real no caixa do BTS através da troca desta pela moeda social. Esse registro também pode servir como um medidor do fluxo de visitantes da feira.
- Planilha do lastro: registra as compras dos produtos trazidos pelos participantes (usuários e visitantes) pagando-lhes em moeda social. Esta planilha situa-se na barraca do BTS na FTS e funciona como o principal controle de oferta de moeda social e produtos a serem comercializados no bazar.
- Planilha de depósitos pessoais: registra cada montante de moeda social que as pessoas não gastaram na FTS. Depositando, as pessoas têm o direito de sacar as moedas sociais numa próxima feira, uma conta-corrente, assim como uma conta bancária tradicional.
- Planilha de depósitos dos empreendimentos: registra a quantidade de moeda social que os empreendimentos e fontes de moedas do BTS depositam em suas contas-correntes. Fornece dados significativos para avaliação da atividade comercial dos grupos de geração de renda no evento.

- Planilha de vendas de ofertas individuais: registra os produtos vendidos durante a feira. Quanto mais pessoas preencherem mais saberemos a quantidade de riqueza que esse mercado de trocas está movimentando.

## Serviços Financeiros

Para realizar a gestão dos microcréditos e conversões realizadas pelo BTS, são utilizadas as seguintes planilhas:

- Fluxo de Caixa da Moeda Social: Registra as movimentações (entradas e saídas) de moedas sociais no caixa do BTS. Essa movimentação está relacionada tanto ao recebimento de moedas sociais, relativas à venda de produtos do BTS, recebimento de depósitos pessoais e dos empreendimentos, como a utilização das moedas sociais para a compra de produtos e serviços na FTS, destacando as transações do lastro, câmbio (troca de moedas sociais por reais) e pagamento das equipes de organização e divulgação da FTS.
- Fluxo de Caixa da Moeda Nacional Real: registra as movimentações (entrada e saída) de Reais no caixa do BTS. As entradas referem-se à arrecadação do câmbio, da venda dos materiais recicláveis arrecadados pelo lastro e doações. Por outro lado, as saídas de “reais” são realizadas na cessão dos empréstimos e conversão de moedas sociais por reais oferecidas aos empreendimentos, compras das barracas, materiais de divulgação e alimentos.
- Plano de Pagamento de Crédito: Essa planilha é utilizada para planejar e monitorar a cessão dos microcrédito cedidos aos empreendimentos. Para isso, devem se registrar os dados do empréstimo, como: data, valor, número de prestações e taxa de juros. Com isso, sabemos qual o valor de cada prestação. Por fim, monitora-se os pagamentos lançando o valor e a data de cada prestação paga.
- Volume de Insumos Disponíveis: Essa planilha é utilizada para monitorar a conversão de moedas sociais por “Reais” realizada pelos empreendimentos. Inserindo o valor do microcrédito, sabemos o valor das cotas mensais de conversão. A cada mês, o valor da conversão é registrado, demonstrando o volume ainda disponível de “reais” para cada empreendimento.

## Contexto da AMRMC

O projeto Banco de Trocas Solidárias do Centro de São Paulo (BTS-Centro), iniciado em setembro de 2006 e funciona até hoje, dezembro de 2012. Ele foi desenvolvido em parceria Associação Minha Rua Minha Casa (AMRMC) e Incubadora



Tecnológica de Cooperativas Populares da Fundação Getulio Vargas (ITCP-FGV). A ITCP-FGV implementou a metodologia do BTS na AMRMC e captou recurso com o HSBC por 1 ano renovando-o para mais 3 anos, para a realização do projeto e a AMRMC entrou com a experiência de 12 anos com adultos em situação de rua e a infraestrutura para a execução do projeto BTS.

A Associação Minha Rua Minha Casa (AMRMC) foi criada em 1994, fruto de uma parceria do PNE- Pensamento Nacional das Bases Empresariais com a Organização de Auxílio Fraternal (OAF) e é hoje um centro de referência para moradores de rua reconhecido pelo seu trabalho inovador que vai muito além de uma abordagem assistencialista. Com capacidade para receber 200 pessoas no espaço que foi cedido em comodato pela Prefeitura Municipal de São Paulo, a associação tem diversificado suas atividades e ampliado suas parcerias.

### O trabalho coletivo da associação

Apesar de a AMRMC possuir um convênio com a prefeitura para a prestação de serviços a população em situação de rua, recebendo auxílio financeiro e ficando obrigada a servir alimentação e permitir o uso de equipamentos para a higienização pessoal para determinado número de pessoas em situação de rua, a AMRMC desenvolve outras atividades sócioeducativas de acordo com sua missão.

As atividades sócioeducativas constituem-se em programas ou simplesmente oficinas que buscam *“promover um processo de fortalecimento pessoal, motivação e conquista de uma maior autonomia”* (Associação Minha Rua Minha Casa, sem data). Podem se referir a atividades de lazer, cultura, trabalho e cuidados pessoais, que visam o reestabelecimento de vínculos fora da sociabilidade adquirida na condição de morador de rua, e estimula os sujeitos a buscar autonomia quebrando a situação de dependência e de assistencialismo.

Trata-se de uma postura que vem desde o início do trabalho da OAF, de não *“fazer por”* e sim *“fazer com”*, e visa destacar ampliar o protagonismo, estimulando a percepção dos sujeitos não como recebedores de um serviço, simplesmente, e sim como participantes ativos, sujeitos propícios a buscar direitos e exercer deveres (Idem, ibidem).

Para o seu funcionamento, a AMRMC possui uma equipe de educadores, um profissional de assistência social e um de psicologia, além da coordenadora, que ficam responsáveis pelas atividades cotidianas da associação. Soma-se a eles também funcionários que ajudam na portaria, como vigilantes, e na cozinha, como cozinheiros. No início do projeto, havia o Programa de Geração de Renda – Caminhos Produtivos e

a Oficina Escola, com educadores que ficavam responsáveis por acompanhar mais de perto os grupos produtivos formados por pessoas em situação de rua frequentadoras da AMRMC.

A metodologia da AMRMC constituía-se, assim, em três fases. Na primeira fase, os *usuários* buscam ser atendidos, principalmente, em suas necessidades básicas, como de alimentação e higiene, guardar ou retirar documentos, conseguir encaminhamentos para albergue, saúde e relacionados à documentação, e é chamada de “Olhar para si”. Na segunda fase, os usuários, chamados agora de *usuários participantes*, participam de equipes de cooperação (onde colaboram com atividades realizadas para atender o público) – Apoio, Manutenção, Cozinha e Jardinagem – e grupos de artesanato. As equipes e os grupos envolvem processos de capacitação, funcionando como Núcleos-Escola. São estas pessoas que cooperam para que a AMRMC possa oferecer seus serviços aos participantes da tarde, esta fase chama-se “Olhar para si e para o mundo”. A terceira fase, por fim, chamada “Olhar para o mundo”, envolve um processo educativo preparatório para o encaminhamento da pessoa a Programas de Geração de Renda ou para a saída da AMRMC, em busca de sua autonomia (seja preparando-se para o mundo do trabalho, seja buscando formar algum empreendimento, revertendo a postura de dependência em relação à rede sócio-assistencial).

Essa metodologia de trabalho da AMRMC casou-se com a metodologia de aproximação das pessoas em situação de rua com as atividades do BTS Centro. As quatro fases de aproximação da AMRMC corresponderiam: primeiramente, aos momentos em que a pessoa participaria da feira recebendo doações de 2 mirucas ao entrar na feira para garantir a alimentação; a segunda, ao momento em que o usuário começa a participar das equipes da AMRMC e colabora para a organização da feira antes e durante recebendo pagamento do banco; e a terceira, corresponderia ao momento em que o associado passa a realizar as conversões de mirucas por reais, para a produção de produtos que são levados para feira de trocas, e receber microcrédito para a aquisição de equipamentos. Acrescenta-se uma nova fase com o BTS, uma fase em que os empreendimentos desenvolvidos dentro do mercado protegido da FTS, estando com os processos produtivos consolidados, começam a participar de eventos e feiras em reais. Nesse momento, recebem microcrédito oficial, em reais, e paga em reais e não mais com moeda social. Este recurso para os microcréditos é oriundo dos apoiadores financeiros do projeto o Instituto HSBC e Campanha da Fraternidade. A tabela abaixo ilustra as fases da AMRMC e do BTS.

<b>Metodologia</b>
--------------------

<b>1ª FASE</b>	<b>2ª FASE</b>	<b>3ª FASE</b>	<b>4ª FASE - REDE DE GRUPOS</b>
<b>“Olhar para si”</b>	<b>“Olhar para si e para o outro”</b>	<b>“Olhar para o mundo”</b>	<b>“Fortalecimento da autonomia”</b>
Acolhimento e Atividades Sócioeducativas (com inserção de voluntários e educadores)	Torna-se associado	Constituição de Grupos de Geração de Renda dentro dos princípios da Economia Solidária/ Formação.	Estratégia coletiva de comercialização
<b>Atividades</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuidados pessoais</li> <li>- Oficinas Artesanato</li> <li>- Oficina Cultural</li> <li>- Oficina Mutirão (lanche /limpeza)</li> <li>- Encaminhamento (Social, jurídico, saúde, documnetos)</li> <li>Participação das FTS</li> <li>Doação de Mirucas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participação em núcleos escola</li> <li>- Equipe Jardinagem</li> <li>- Equipe de Apoio</li> <li>- Equipe de manutenção</li> <li>- Unidade Produtiva</li> <li>Participação das FTS</li> <li>- Cotas 20,00 (Geração individual de mirucas)</li> <li>- Troca de produto</li> <li>- Cultura</li> <li>- Participação nos Grupos Colaboração .</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oficina Escola (Art Cidadania e Artesanato Consciente)</li> <li>- Programa de Geração de renda Caminhos Produtivos.</li> <li>Participação das FTS e BTS</li> <li>- Conversão de R\$ 200,00 por mês .</li> <li>- Microcrédito para equipamentos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Feira em REAIS</li> <li>Feira Solidária Anhangabaú</li> <li>Feira de FEI</li> <li>Feira da Prefeitura</li> <li>Feira Estadual de Economia Solidária</li> <li>- Microcrédito Oficial para Grupos (recurso do câmbio)</li> </ul>
<b>Resultados Esperados</b>			
Convivência /Vínculo / Melhoria da qualidade de vida	Terapêutico/ Organização e Motivação para o trabalho	Educação para o trabalho	Apropriação do trabalho

Tabela 3 : Fases de implantação da Feira de Trocas Sociais

## Estratégia do BTS-Centro

O projeto tem como objetivo criar um ambiente propício a formação de pessoas em situação de vulnerabilidade social, iniciarem atividades econômicas associativas e solidárias, gerando renda, inclusão social e desenvolvimento local. Para isso

trabalhamos em parceria com outras organizações que já acompanham esses grupos produtivos.

Ele é desenvolvido pela Associação Minha Rua Minha Casa (AMRMC), que trabalha com pessoas em situação de rua no Centro de São Paulo e conta com o apoio financeiro do Instituto HSBC Solidariedade e apoio técnico da Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Fundação Getulio Vargas (ITCP-FGV).

O Projeto organiza uma FEIRA DE TROCA SOLIDÁRIAS que funciona uma vez por mês, aos sábados, na sede da AMRMC, na Rua Dr Lund, 361 - Baixada do Glicério. Esta feira comercializa produtos e serviços através de uma MOEDA SOCIAL chamada MIRUCA que só pode ser utilizada para comprar os produtos na própria feira. Utilizam essa moeda para estimular as trocas e facilitar a comercialização dos produtos oferecidos, já que ela fica circulando dentro da feira.

Na feira de trocas os grupos têm facilidade de vender seus produtos, cria-se então um ambiente ideal para o desenvolvimento das atividades de treinamento para geração de renda (como gestão financeira, atendimento ao cliente, comunicação visual, melhoria da qualidade dos produtos e formação em Economia Solidária), ambiente chamado de MERCADO ESCOLA. Esse Mercado Escola possibilita que os empreendimentos realizem seu giro produtivo, ou seja, que possam comprar matérias-primas, produzir e comercializar seus produtos. Estando nesse ciclo, os empreendimentos tendem a melhorar gradativamente a qualidade de seus produtos, os seus custos, a sua capacidade de negociar, contabilizar e gerir seu grupo de maneira autogestionária, rumo à sua profissionalização e consolidação. Além disso, o ciclo gera o ambiente ideal para se trabalhar as questões do cooperativismo, economia solidárias e autogestão.

Os grupos apoiados pelo projeto BTS, participam da feira vendendo seus produtos por MIRUCA, tendo a possibilidade de, mensalmente, trocar Mirucas por Reais, também chamada de CONVERSÃO (sendo que cada miruca equivale a 1 Real), para a reposição de matérias-primas, além de pegar um EMPRÉSTIMO feito para a compra de equipamentos e material de comunicação, que podem ser pagos em MIRUCAS, viabilizando que o grupo possa crescer e se fortalecer para levar produtos cada vez melhores, fortalecendo sua prática empreendedora.

Por fim, os grupos participam de feiras e eventos para gerar oportunidades de comercialização de seus produtos por Reais e iniciar a geração de renda de fato. Os grupos em 2007 participavam e organizavam a Feira Solidária do Anhangabaú (que funcionava com Reais), realizada mensalmente no Centro de São Paulo. Atualmente participam das atividades comerciais do Mercosol apoiado pela ITCP-FGV, com destaque para as feiras realizadas no Conjunto Nacional que no ano de 2011 teve

um faturamento de 28 mil reais com participação de 13 empreendimentos. A figura abaixo ilustra as principais áreas que o Banco desenvolve com EES.



Figura 3 : Eixos de ação do Banco de Trocas Solidária

### *Parceiros que contribuíram ao longo do projeto BTS*

Programa Extensão de Serviços à Comunidade da USP (PESC-USP)

O apoio de estudantes do PESC-USP no projeto BTS teve seu início em junho de 2006, durante estes cinco anos o projeto BTS recebeu 5 grupos de estudantes tendo o primeiro grupo uma participação fundamental para a implementação do BTS na AMRMC, segundo estudou formas de aprimorar a organização da feira e a sua divulgação, o terceiro estudou a contabilidade de 5 empreendimentos apoiados pelo BTS-centro, o quarto grupo realizou o estudo da viabilidade econômica do empreendimento “Quero mais salgados” e o quinto e último grupo estudou a gestão do BTS e a circulação da moeda social na FTS.

Projeto Metuia

De 2008 até 2010 o projeto Metuia, com estudantes de Terapia ocupacional da USP, apoiaram a feira de trocas na sua organização, divulgação e durante as feiras realização de oficinas de confecção de brinquedos feitos com materiais recicláveis e atividades lúdicas com as crianças. Um grupo de estudantes de Terapia ocupacional da USP, promoviam oficinas de brinquedos recicláveis com crianças e colaboravam na organização da feira.

Estágio Psicologia da Unip;

Projeto Enriquecendo Nas Relações

Orientador: Luis Guilherme Galeão

Estudantes: Beatriz de Deus Boa Sorte e Rodrigo Tadeu Pereira

Universidade Paulista – UNIP

Data: Abril/2009



Figura 4 : Empreendedores e Estagiários

Os estagiários fizeram contato com os grupos (cooperativas e cooperados), que participavam da Feira de trocas solidárias do centro, conheceram o local, as pessoas, a dinâmica das relações presentes nestes grupos, bem como suas necessidades e possibilidades de trabalho. Este contato ocorreu através de visitas dos estagiários às Feiras de trocas, utilizando o método de roda de conversa, onde foram reunidas pessoas do mesmo grupo ou grupos diferentes.

O Objetivo deste projeto foi viabilizar tanto às cooperativas assim como aos cooperados assistidos pela ITCP-FGV, a possibilidade de compreenderem seus papéis na dinâmica da cooperativa ao qual são pertencentes assim como a “rede” em que estão inseridos.

Através de reuniões grupais e se necessário atendimentos à cooperativas de maneira individualizada , procura-se auxiliar com que os indivíduos inseridos nestas “redes” identifiquem-se com o propósito do projeto e com isso, consiga compreender a sua e a importância do outro nestas relações.

Acredita-se que, conforme constatado em Terapias Grupais, mudanças aconteçam através da troca de experiência e nas relações e buscamos através deste projeto, possibilitar isto, a troca de uma experiência enriquecedora entre as cooperativas e cooperados.

## **Desafios e Soluções**

### **Dificuldades e avanços, descobertas e mudanças**

Ao longo do seu desenvolvimento, muitas foram as dificuldades e diante delas é que foi sendo criado uma série de técnicas para, primeiramente, pôr em prática a ideia inicial, e depois para aprimorar o trabalho do projeto. Como já foi descrito desde início, a organização das Feiras de Trocas Solidárias e o funcionamento do Banco de Trocas Solidárias, teve que se casar com a estrutura da AMRMC tanto a física quanto a de pessoal.

Durante o seu desenvolvimento, o projeto possuiu várias fases e eventos marcantes.

Primeiramente, de outubro de 2006 á dezembro de 2007, podemos dizer que foi a fase de implementação do projeto, onde as ideias iniciais se confrontaram com a realidade. A lógica de funcionamento do banco já estava estruturada, posteriormente houve apenas algumas modificações, mas ficou mais claro que para o desenvolvimento de empreendimentos capazes de se inserir no mercado oficial e de articular um desenvolvimento local era preciso mais tempo

Depois desse primeiro ano e meio, em junho de 2007, o projeto foi renovado, dessa vez por mais três anos. Com a perspectiva de ampliar o atendimento aos grupos produtivos populares e a empreendedores individuais.

À medida que ia se complexificando a gestão da feira e do banco, foi sendo desenvolvida uma série de planilhas de controle das movimentações financeiras e do desempenho de vendas das barracas da AMRMC e de empreendimentos durante a feira, assim como práticas administrativas rotineiras, como estão descritas na parte 2.2. No âmbito da gestão financeira e da gestão operacional, o avanço Centro SP foi grande, e as técnicas podem servir de modelo para outros bancos e outras feiras de trocas. Nesse sentido, é que se caminha para um plano antigo e ainda em projeto de



transformar essas planilhas num software, que traria mais agilidade e facilidade às atividades do BTS Centro.

A ideia era também ir aumentando a circulação da moeda no cotidiano da AMRMC. Assim, passaram a ser realizados bazares, com as roupas e calçados recebidos como doação, em que os associados e usuários participantes podiam comprar com a moeda social ou com o saldo de sua conta corrente pessoal. As moedas sociais podiam ser adquiridas tanto na feira quanto uma semana antes da feira, quando o trabalho das equipes da AMRMC valiam algumas mirucas e seriam ou retiradas ou no dia da feira de trocas ou depositadas na sua conta corrente. Para melhor exercer tal controle, também, foi criada uma planilha de frequência, com os valores de cada dia, que passou a ser preenchida pelos educadores da AMRMC. Além disso, começou a aceitar-se trocar materiais recicláveis de resíduos sólidos por mirucas, que no início para servir de matéria-prima para empreendimentos de artesanato. Mais tarde esses empreendimentos deixaram de aproveitar o material, mas a prática já estava consolidada. Para isso também foi criada planilhas e procedimentos que somavam mirucas para as pessoas em situação de rua durante o mês.

Com relação aos empreendimentos, apareceram alguns problemas. Dos 5 grupos produtivos apoiados pelos BTS em 2007, três encerraram suas atividades econômicas. Os grupos de alimentação, Nova geração e Chá Franciscanos compostos por adultos em situação de rua, tiveram seu fim devido a sua fragilidade interna, dificuldade na autogestão e quase todos os membros estavam em tratamento de dependência química e alcoólica. O terceiro grupo, o Limpe Bem, acabou por ter sua sede lacrada pela ANVISA por falta de alvará de funcionamento. Restando apenas 2 grupos no projeto, foi alterado o perfil do público-alvo, que no início era focado especialmente em grupos de adultos de situação de rua, e passou a atender pessoas em situação de vulnerabilidade social podendo desenvolver atividade econômica individual ou coletiva. Assim, percebeu-se também que o trabalho com pessoas em situação de rua não era tão simples e exigia mais cuidados e uma metodologia própria.

A interrupção do programa Caminhos Produtivos, de fomento a geração de renda da OAF, que possibilitava um apoio mais cuidadoso aos grupos produtivos formados pelas pessoas em situação de rua que frequentavam a AMRMC, fez com que empreendimentos formados pela população em situação de rua fossem enfraquecimento até se desmobilizar. Esse foi o destino do grupo Motiró e do grupo de alimentação.



Deve ser lembrado também que a realidade da AMRMC, e da população em situação de rua em geral, é rotativo. Cerca de 150 a 200 pessoas passam pela AMRMC todos os dias, muitos somente pela refeição, outros em busca de assistência social, que, uma vez conseguida, podem não mais aparecer na AMRMC. As pessoas, então, que participavam desse grupo produtivo, sendo novas, precisariam de um educador para auxiliar nas atividades. Sem esses educadores a inserção de pessoas novas ficava comprometida. A AMRMC tentou por algum tempo manter um oficinairo para orientar o Motiró e fazer com que os educadores e funcionários da equipe da cozinha tentem realizar essa assistência. Mas a forma de trabalho mais precária, não produz o mesmo resultado.

A realidade delicada dessas pessoas, a marginalização, o preconceito e os problemas com drogas, que vindo antes ou depois da entrada delas na condição de moradores de rua, obrigou uma adaptação na estratégia. O caso de um empreendimento que se findou por conta de conflitos internos, mesmo sendo apoiado por uma ONG, é um exemplo dessa realidade, que se não leva ao fim a outros, é ao menos uma grande dificuldade com que eles tem que lidar. Optou-se por apoiar também empreendimentos autônomos, com um valor de conversão de mirucas em reais para compra de matérias-primas e insumos um pouco menor.

Já os estudantes da UNIP que realizaram intervenções junto aos grupos produtivos que participavam da Feira de Trocas Solidárias destacaram essa vulnerabilidade dessas pessoas, que pode ser um elemento explicativo da dificuldade de trabalho em grupo e de aprendizado prático de tarefas, processos e reflexão sobre a constituição de um grupo produtivo. São decorrência dos próprios processos de exclusão social e econômica que os levaram a situação de rua, que deixam marcas profundas na subjetividade dos indivíduos. Em seu relatório de estágio, citam um psicólogo que explica essa condição da seguinte forma:

A humilhação social corresponde a um caso particularmente doloroso de angústia: um afeto mórbido derivado da exposição do homem pobre a mensagens de inferioridade social. Mensagens que lhe são assiduamente dirigidas pelos outros e pela cidade. Mensagens verbais e também mensagens mudas: são palavras ou são circunstâncias públicas que lhe parecem como o perpétuo lembrete de que não estão em casa (GONÇALVE FILHO, 2000 apud SANTOS et al, 2009, p. 5).

Esse é um dos fatores que deve se considerar quando se leva em conta a dificuldade encontrada para que as pessoas em situação de rua sigam os princípios da feira e a lentidão de aprendizado na gestão do seu empreendimento. Soma-se a isso, também, a grande quantidade de pessoas com baixa escolaridade e analfabetos.

Esses problemas ultrapassam a capacidade da metodologia do projeto, sendo problemas estruturais de deficiência educacional da sociedade brasileira, mas são obstáculos que podem atrapalhar o projeto. Por conta disso, a educação popular tem grande importância na postura dos educadores. Também essencial é manter as parcerias com outros projetos, para que esses assuntos sejam trabalhados com os associados e usuários da AMRMC.

Essa questão delicada fica na mão dos educadores da AMRMC. Porém, assim como foi interrompido os programas de geração de renda, houve uma diminuição no salário dos educadores, fato esse que começou a gerar evasão e uma grande rotatividade de educadores, algumas vezes sem experiência com grupos populares, que deviam aprender sobre a metodologia da AMRC e do BTS Centro SP. Por não permanecerem o tempo suficiente, saíam sem entender a metodologia do BTS, e o trabalho assim ficava sem avançar quando não regredia. Nesse sentido, que se caminha no projeto para sistematizar a integração da metodologia do BTS com a da AMRMC, considerando uma ênfase na postura do educador diante dessa realidade complexa e delicada das pessoas em situação de rua, para a formação dos educadores seja garantida. É uma tentativa de combater esse problema, mas a sua solução mesmo se dá em outras instâncias.

Diante desta situação, a saída do BTS foi mapear, na sua mudança de público-alvo, empreendimentos econômicos solidários da região central apoiados por organizações sociais e os convidar para participar do projeto, iniciando, assim, um novo ciclo com novos empreendimentos.

Dentro da feira de trocas, a falta de produtos de primeira necessidade na feira de trocas solidárias do centro fez com que a AMRMC começa-se a buscar de doações desses produtos no intuito de oferecê-los nas feiras. Isso possibilitou o consumo desses produtos (como produtos de higiene pessoal, açúcar, farinha e sal) pela população em situação de rua que, de outra forma, a eles não teria acesso. Há uma grande procura por esses bens nas feiras de trocas enquanto que alguns produtos de artesanato, de costura e de decoração tem alguma dificuldade para vender.

As feiras em reais são a saída para isso, como a Feira Solidária do Anhangabaú que foi de uma articulação de entidades e movimentos no centro de São Paulo, mas que não teve continuidade devido à problemas com lideranças locais e com o poder público. A saída foi a realização de feiras itinerantes em empresas e eventos. Na última dessas feiras, realizada no Conjunto Nacional em dezembro de 2011, alguns empreendimentos conseguiram realizar vendas no valor de mais de R\$2000,00.

Um fato a considerar, sobre o qual há alguns indícios, é a dificuldade de empreendedores com uma condição menos precária e de um público com mais condições de comprar produtos que não sejam de primeira necessidade frequentar a AMRMC e de conviver com a população em situação de rua. É uma questão que marca o bairro, a baixada do Glicério, onde a população de rua se ajunta, onde muitos são vítimas de um trabalho quase escravo de sucateiros, e que não se consegue livrar com facilidade. Uma divisão espacial que traz embutido uma questão social, um preconceito. Esse tipo de pensamento com relação a população em situação de rua pode impedir que a Feira de Trocas Solidárias expanda o seu público para uma população de classe média, que teria a renda para consumir esses produtos, para além daquelas pessoas que se interessam pela economia solidária, ou por trabalhos sociais. Daí a solução pela feiras itinerantes em empresas ou lugares de melhor circulação, que é capitaneado pela Agesol (Agência de Comunicação e Comércio Solidário), uma organização ligada à ITCP-FGV.

As dificuldades já elencadas dos programas e educadores, somadas às dificuldades da população em situação de rua, a mudança do público-alvo fizeram com que somente dois empreendimentos formados pela população em situação de rua consiga participar dessas feiras. Das feiras de maneira contínua, apenas duas senhoras, que participavam da OAF Pinheiros, participam, mas como individuais. O encaminhamento dessas pessoas para o trabalho continua, mas, devido a uma conjuntura adversa (que pode ser de um apoio insuficiente da prefeitura, de diminuição de recursos na OAF-SP, de mudanças políticas em nível federal da entidade de classe de assistência social e uma dificuldade de trabalhar com a população em situação de rua), não como se esperava no começo do projeto, com grupos produtivos que se formariam dentro da AMRMC e amadureceriam nas feiras até acessarem o microcrédito. Uma cooperativa de catadores ligada à OAF, a Coopamare tem sido um dos principais destinos com relação à trabalho dos associados da AMRMC. Atualmente, pode-se resumir a estratégia do BTS e da AMRMC por meio da seguinte tabela.

Convivência e autonomia para o trabalho na AMRMC e no BTS.

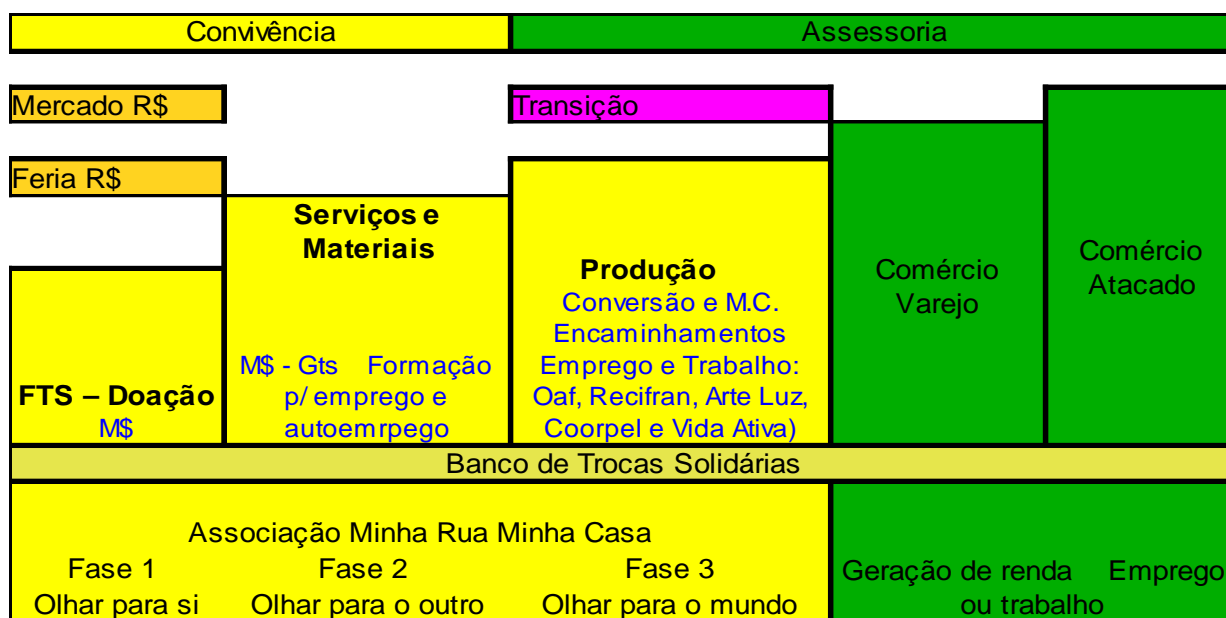


Tabela 4. Trajetória de inclusão da população de rua para o mundo do trabalho

Ainda que tenham muitos desafios, o projeto traz muitos frutos. A partir da experiência do BTS Centro, foram criados dois outros bancos de trocas solidárias, um no Centro de Convivência e Cooperativa de Santo Amaro (Cecco Santo Amaro) e um no Jabaquara, com sede na AME Jabaquara, formando duas outras redes de empreendimentos. Alguns empreendimentos chegam até a participar das outras feiras, numa rica troca de experiências e articulação. A partir daí, de uma forma espontânea, começaram a circular moedas desses outros bancos nas diversas feiras de trocas solidárias, fazendo com que os bancos de trocas dessas redes começassem a aceitar essa moeda e a realizar o câmbio das diferentes moedas entre si.

Um impacto local positivo é a participação da comunidade do bairro nas feiras de trocas solidárias. Há um público além das pessoas em situação de rua formado pelas pessoas de baixa renda do entorno, que como já dito, se caracteriza por altos índices de pobreza. A feira de trocas solidárias serve como um evento cultural na região e muitas pessoas vem trazer produtos para serem trocados no lastro ou para vendê-los.

O projeto também teve influências com mudanças em políticas públicas. Sua experiência contribuiu para a aprovação da lei nº 14.731, de 20 de maio de 2008, que instituiu a Feira Municipal de Economia Solidária – ECOSOL e as Feiras Regionais de Economia Solidária das Subprefeituras – ECOSOL REGIONAIS, no Município de São Paulo.

Essa lei pode ser uma boa estratégia para o tal desenvolvimento local, mas ainda há uma série de desafios a serem superados. Para resumir dentre os vários tipos de desafios, podemos esboçar uma divisão em 4 tipos de problemas: 1) problemas de gestão e/ou logística; 2) problemas de ordem material, falta de equipamentos, instrumentos, recursos financeiros; 3) problemas metodológicos e pedagógicos. Para o primeiro e o último já há uma grande avanço, mas para o segundo há problemas estruturais e conjunturais.

Por fim, um grande desafio que é mais palpável é a apropriação das pessoas da gestão do banco, que ainda que tenha avançado, algumas questões técnicas ficam nas mãos de um conselho gestor limitado entre técnicos, os funcionários e a coordenação da AMRMC. Além de um desafio metodológico, há uma limitação de ordem estrutural, própria da realidade das cooperativas, porque os empreendimentos teriam que conciliar mais uma atividade além da produção, comercialização e capacitações.

## **Considerações Finais**

Não há como negar o importante papel que a feira de trocas solidárias e o banco de trocas tem entre a população de rua no centro de São Paulo. As feiras de trocas são eventos culturais onde se criam e recriam culturas, onde se pode ressignificar a dolorosa experiência da rua. É um encontro, é uma possibilidade de recriar uma sociabilidade com confiança, onde se pode recuperar a solidariedade. As feiras de trocas, as moedas social e o banco de trocas ajuda sobremaneira a criar um outro ambiente, protegido, para se recriar uma sociabilidade sofrida.

As técnicas criadas para as trocas ajudam, mas não são mágicas. Existe todo o problema de educação de uma população oprimida, excluída, explorada e descartada pela economia oficial, com a reestruturação produtiva e o neoliberalismo avançando na periferia em crescimento. Muitos problemas estruturais são mais difíceis de resolver.

Como estratégia de inclusão de empreendimentos, tem conseguido inserir empreendimentos em situação de vulnerabilidade social, com êxitos com relação a resultados econômicos e sociais, e caminhando para a consolidação de uma rede. Entretanto, as pessoas em situação de rua poderiam também tentar ingressar nesse caminho, mas para isso seria preciso um maior apoio do poder público em programas de inclusão produtiva. Esses problemas mais estruturais e conjunturais atrapalham também uma expansão maior do projeto. A dependência de escrita de projetos e apoio

privado, ainda que dê maior liberdade no uso de recursos, não visa atender, pela sua própria natureza, a universalidade das pessoas.

## Bibliografia

AMRMC. Manual de Referência para Equipe Técnica. AMRMC, sem data.

BARROS, D.D.; LOPES, R.E.; REIS, T.A.M.; MALFITANO, A.P.S. População adulta em situação de rua: resgatando percursos e Construindo projetos – a experiência do projeto metuia. In: I Congresso Brasileiro de Extensão Universitária, 2002, João Pessoa. I Congresso Brasileiro de Extensão Universitária - Anais. João Pessoa : Universidade Federal da Paraíba / Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Comunitários, 2002. v. 1. p. 58-58. Disponível em: [http://www.prac.ufpb.br/anais/lcbeu\\_anais/anais/direitoshumanos/rua.pdf](http://www.prac.ufpb.br/anais/lcbeu_anais/anais/direitoshumanos/rua.pdf). Acesso em: 20/01/2012.

ITCP – FGV. GESTÃO FINANCEIRA DO BTS. ITCP-FGV, 2007.

GHIRARDI, M.I.G.; LOPES, S.R.; BARROS, D.D.; GALVANI, D. Vida na rua e cooperativismo: transitando pela produção de valores. In: Interface - Comunicação, Saúde, Educação, v. 9, n. 18, p. 601-610, 2005.

GONÇALVES FILHO, J.M. Humilhação social: um problema político em psicologia. Conselho Federal de Psicologia, artigo nº 62, março de 2000.

Prefeitura do Município de São Paulo. **Lei nº 14.731, de 20 de maio de 2008.**

SANTOS, F.C.S.; L. RODRIGUES; L.T. PEREIRA. Relatório de Estágio para Curso de Psicologia da UNIP Pompéia. Unip Pompéia, 2009.

SINGER, P.I. Uma solução não-capitalista para o desemprego. In: **Globalização e desemprego**. Diagnóstico e alternativas. 5.ed. São Paulo: Contexto, 2001.

# CONSUMO, COMERCIALIZAÇÃO E FINANÇAS SOLIDÁRIAS NA INCOOP/UFSCAR: HISTÓRICO, FORMAÇÃO E AVANÇOS.

---

Equipe Articulação INCOOP UFSCar: Danilo Ferreira Malta, Patrícia Guarany Cunha Santos e Tatiane Marina Pinto de Godoy

## **Apresentação:**

Esse texto traz as experiências acumuladas pela INCOOP/UFSCar e as reflexões que delas se podem fazer em temas que são estratégicos para a Economia Solidária. Não que todos os demais já tratados no projeto Articulação ITCPs (metodologia de incubação, educação e autogestão, movimento de economia solidária e tecnologia social) e aqueles que estão por vir (gestão participativa, políticas públicas, desenvolvimento territorial, legalização e captação de recursos) não sejam centrais na consolidação de uma economia que valorize o homem e não o capital. A questão é que, se nos basearmos na afirmação de Marx que não há produção sem consumo, tanto quanto sem a distribuição e a troca veremos que os empreendimentos econômicos solidários (EES) necessitam da troca tanto quanto os empreendimentos de produção capitalista, pelo simples fato de que a produção precisa ser consumida para que possa ser novamente produzida.

Se o consumo está diretamente relacionado à produção, a comercialização solidária entra em campo como uma das formas de troca que aproximam produtor e consumidor. Pensar em novas formas de comercialização que inclua valores pautados pela solidariedade e cooperação é uma das demandas da Economia Solidária e, nesse sentido vê-se que as finanças solidárias podem ir além de incrementar a produção dos EESs. Elas fomentam a produção, mas também ampliam as condições de consumo e fazem circular novas referências de valores.

A estrutura que apresentamos aqui apoia-se em três momentos: o primeiro relata a maneira pela qual a INCOOP/UFSCar tem trabalhado com os referidos temas ao longo de sua atuação até o início da formação no projeto Articulação ITCPs; o segundo descreve como se deu o processo de formação a partir de julho de 2011, e; o

terceiro faz indicações dos caminhos que a incubadora começou a trilhar a partir das contribuições e avanços do projeto.

## **Estudos e atuação da INCOOP/UFSCar anteriores ao projeto**

### **Articulação**

Dos três temas do projeto Articulação ITCPs nesta terceira formação na Incubadora Regional de Cooperativas Populares da Universidade Federal de São Carlos, o de consumo foi aquele trabalhado de forma sistemática há mais tempo. Isto devido à parceria com o grupo ConsumoSol, descrito a seguir. O tema de comercialização era discutido de forma mais pontual nas situações em que os EESs assessorados pela INCOOP/UFSCar desde o início de sua atuação já enfrentavam dificuldades. O tema de finanças solidárias começou a ser estudado mais recentemente após uma mudança de estratégia de atuação da incubadora que será apresentada a seguir.

De acordo com Cortegoso<sup>3</sup> (2008) uma das práticas de interesse para a Economia Solidária é a de consumo. A autora afirma ainda que esta prática produz consequências que podem estar relacionadas com problemas sociais atuais relevantes devido ao sistema econômico vigente.

O ConsumoSol (Articulação Ética e Solidária para um Consumo Responsável) é um grupo articulado pela INCOOP/UFSCar, em atuação desde 2004, formado por componentes da equipe da incubadora e por membros da comunidade de maneira geral. Seu objetivo é realizar reflexões sobre os padrões de consumo vigentes em nossa sociedade e apoiar o consumo ético e solidário, especialmente por meio da articulação entre empreendimentos e consumidores e pela promoção de eventos econômicos solidários (como compras coletivas e feiras de trocas) e educativos (como apresentação de filmes relacionados aos objetivos do grupo e discussões sobre a temática – Cine ConsumoSol).

Este grupo, formado por psicólogos com atuação e/ou parceria na INCOOP/UFSCar trabalha na perspectiva de que essa área de conhecimento pode

“(…) contribuir para o desenvolvimento da Economia Solidária à medida que pode descrever ações de pessoas que participam de EES e pode também indicar formas de promover comportamentos considerados adequados do ponto de vista da EcoSol como tomar decisões por meio de autogestão, preservar o ambiente no processo

---

<sup>3</sup> Ana Lucia Cortegoso é docente coordenadora da INCOOP UFSCar e membro do ConsumoSol.



de produção, entre outros.” (Cortegoso, Cia e Lucas, 2008 apud Médiçi, 2011).

A parceria entre INCOOP/UFSCar e ConsumoSol tem qualificado as discussões sobre as práticas de consumo nesses dois coletivos. Além da realização de estudos e debates que buscam questionar e mudar hábitos de consumo de seus participantes a parceria tem colaborado com estratégias para consumir produtos e serviços oferecidos pelos EES incubados pela INCOOP/UFSCar. O quadro a seguir apresenta os objetivos do ConsumoSol.

Quadro 1 – Objetivos do ConsumoSol

- 1) Promover um padrão de consumo que corresponda ao mínimo necessário para atender a necessidades humanas e dos seres em geral, significativas e relevantes, de modo a produzir melhor equilíbrio no acesso a produtos e serviços por todos e com maior grau de conservação ambiental;
- 2) Promover produção, comercialização e uso de diferentes produtos e serviços necessários ao atendimento de necessidades humanas e dos seres em geral, desde que garantidas características como: melhor qualidade possível; preço justo; processo ético de produção de bens/prestação de serviço; adequação aos princípios de conservação da natureza, ao longo de todo o ciclo de vida dos produtos e serviços (incluindo concepção, produção, comercialização, utilização e destinação pós-uso), promoção da saúde humana, preservação da diversidade biológica e de processos naturais sustentadores da vida, prevenção e prudência diante dos limites do conhecimento.
- 3) Promover a inclusão social para o maior número possível de pessoas, tanto no processo de produção e comercialização quanto no de consumo, com acesso a produtos e serviços com as características propostas;
- 4) Dar preferência a produtos e serviços: de origem local, de modo a fortalecer a economia local, passando a abrangências maiores conforme não existam produtos e serviços próximos ou em função de outras prioridades previstas (por exemplo, possibilidade de inclusão, oferta por empreendimentos solidários etc.); preferencialmente oriundos de empreendimentos solidários, ou que apresentem potencial para contribuir com a construção de relações solidárias no interior da economia;
- 5) Capacitar produtores, fornecedores, distribuidores e consumidores (membros do grupo ou não) para produzir, fornecer, distribuir, adquirir e utilizar produtos e serviços com estas mesmas características;
- 6) Favorecer a educação alimentar e o consumo de produtos mais adequados para a saúde;

- 7) Incentivar e facilitar a relação ética e respeitosa entre produtores, fornecedores, distribuidores e consumidores, por meio de fidelidade, transparência e integração das atividades destes atores;
- 8) Apoiar também empreendimentos que, mesmo atendendo a apenas parte das características previstas, possam vir a melhorar suas condições de funcionamento na direção dos objetivos do grupo;
- 9) Promover a cultura local, valorizando a diversidade cultural, o conhecimento e a identidade das comunidades tradicionais nas transações comerciais;
- 10) Contribuir para a construção de práticas de produção, comercialização e consumo baseadas em valores que questionem as regras dos mercados vigentes (incluindo os de trabalho, da ciência, da tecnologia, das mercadorias, do dinheiro, da comunicação, da publicidade, da cultura etc.), priorizando: bem estar do ser humano (vs das corporações), benefício coletivo (vs apenas individual), ganho social (vs ganho e acúmulo financeiro), cooperação (vs competição), prevenção (vs apenas remediação);
- 11) Buscar e consolidar relações com outras iniciativas similares, em redes de cooperação solidária;
- 12) Pautar-se, em seu funcionamento, pelos princípios do cooperativismo, como: livre acesso, adesão voluntária, participação coletiva e democrática dos membros, autogestão, cooperação e intercooperação;
- 13) Monitorar os processos de funcionamento do grupo, permanentemente, por meio de indicadores diversos.

Dentre as atividades desenvolvidas na parceria entre ConsumSol e INCOOP/UFSCar estão as compras coletivas. Ainda que as atividades estejam temporariamente suspensas no período que corresponde a essa descrição, mensalmente circula entre os membros da incubadora uma planilha com os produtos oferecidos não apenas por EESs incubados pelo INCOOP/UFSCar, mas também por outros grupos de São Carlos. A variedade de produtos oferecidos inclui alimentos, tanto in natura como processados como é o caso de massas frescas e pães, bem como produtos de limpeza.

Assim como para os EESs em geral, como mostram os diferentes dados e informações sobre a Economia Solidária no Brasil, o tema da comercialização sempre foi uma dificuldade enfrentada pelos grupos incubados pela INCOOP/UFSCar. Reverter o trabalho incorporado aos produtos e serviços oferecidos pelos EESs em ganho econômico que suporte a sua sobrevivência e de seus membros é um dos fatores centrais que implicam na existência permanente dos grupos.

Diferentes experiências foram vividas pelos grupos incubados pela INCOOP/UFSCar. Da venda dos serviços para órgãos governamentais, como foi o caso das cooperativas de limpeza e alimentação, Cooperlimp e Coopercook; à facção na qual se viu dependente a cooperativa de costura Coosturarte, passando pelos espaços tradicionais de comercialização dos produtos artesanais como as feiras, sejam elas de Economia Solidária ou daquelas que reúnem empreendedores individuais. O que se pode explicitar sobre essas experiências é que a particularidade de cada produto e serviço exige uma estratégia de comercialização diferente que deva levar em consideração as especificidades daquilo que é produzido na Economia Solidária. As condições de trabalho, por exemplo, são determinantes para que um EES consiga oferecer seus serviços para órgãos governamentais. Os casos da Cooperlimp e da Coopercook são notórios nesse sentido. À medida que passaram a concorrer, e ganhar, em editais públicos em condição de igualdade (inclusive mais vantajosa porque essas cooperativas não têm fim lucrativo) com empresas capitalistas, tornaram-se vulneráveis em razão de uma legislação que não contempla as especificidades do trabalho associado no contexto da Economia Solidária. Assim, à medida que ganhou visibilidade os serviços oferecidos por essas cooperativas, também se tornaram alvo de lobbies que se viram ameaçados de perder um mercado que sempre dominaram.

Da facção a que se vê dependente a Coosturarte pode-se afirmar que um sistema de comercialização solidária mudaria a situação atualmente enfrentada. Sair dessa condição é uma dificuldade que a incubadora e o EES vem enfrentando nos últimos anos.

Colocar no mercado os produtos da Economia Solidária exige estratégias que se diferenciam daqueles produzidos em massa. Isso porque a produção da Economia Solidária é na sua maioria artesanal. Ela emprega um outro tempo de trabalho e, por isso, um outro valor. Consequentemente o custo é maior, assim como geralmente é o preço dos produtos da Economia Solidária. Um sistema que considere o preço justo, onde produtor e consumidor se aproximem e tornem vantajosos para ambos a comercialização e o consumo é um dos desafios que a INCOOP/UFSCar tem enfrentado.

De 1998 até 2006 a centralidade da atuação da INCOOP/UFSCar foi à incubação de EESs em diferentes territórios, o que contribuiu para criação e consolidação de empreendimentos em várias cadeias produtivas, como limpeza, alimentação, costura, artesanato, resíduos, marcenaria, horta orgânica, derivados da cana orgânica, entre outros, atuando em diferentes municípios como São Carlos, Matão, Catanduva, Jaboticabal, Ribeirão Preto, Rio Claro, Itapeva e Araras. Realizou

articulação com diversos parceiros como prefeituras municipais, sindicatos e entidades da sociedade civil e elaborou e executou vários projetos.

A partir de um balanço crítico realizado no início de 2007, a INCOOP/UFSCar assumiu como forma de atuação preferencial, a atenção a territórios definidos a partir de empreendimentos com os quais a incubadora tem atendido e que apresentem potencial de ampliação e consolidação da Economia Solidária. A INCOOP/UFSCar passa a atuar em dois territórios (urbano e rural) com a perspectiva de promover o desenvolvimento territorial. O território urbano é o bairro Jardim Gonzaga e entorno, localizado na cidade de São Carlos, SP. O território rural é um assentamento localizado na cidade de Itapeva, SP.

Em 2008 foi composta uma equipe de finanças solidárias e compras coletivas, composta por pesquisadores e estudantes de graduação preocupados em experimentar diferentes iniciativas de finanças solidárias e organizar compras coletivas de produtos e serviços que se organizaram em quatro eixos temáticos: banco comunitário<sup>4</sup>, feira de troca, banco de tempo e compras coletivas (em que há economia devido à compra em escala). Em 2009, após uma reestruturação da estrutura e funcionamento da INCOOP/UFSCar foi constituída uma equipe de finanças solidárias com a responsabilidade de estudo e atuação na temática. Foi proposta no âmbito desta equipe iniciativas de finanças solidárias como o banco comunitário, banco de tempo (em que a moeda é o tempo), feira de trocas e compras coletivas.

Sendo a estratégia de atuação da INCOOP/UFSCar para Desenvolvimento Territorial ampliar e articular iniciativas de EcoSol para desenvolvimento local por meio da consolidação dos Empreendimentos Solidários existentes e de seu protagonismo no processo de criação e implantação de novos empreendimentos e iniciativas solidárias, é de fundamental importância o fomento a iniciativas de finanças solidárias. Neste momento, a equipe entendia que tais iniciativas congregam o conjunto de esforços para a disponibilização de recursos monetários a pessoas não atendidas pelo sistema financeiro convencional e o conjunto de tecnologias sociais que contribuem para a criação de uma rede de empreendimentos econômicos solidários. Tais medidas contribuem para o fortalecimento da produção e do consumo local, de forma a potencializar a integração social e relações comunitárias.

Descrevemos nessa primeira parte a atuação da INCOOP/UFSCar em cada um dos temas dessa terceira formação. A seguir segue uma análise da atuação da

---

4 Banco Comunitário é um serviço financeiro solidário em rede, de natureza associativa e comunitária, voltado para a reorganização das economias locais, na perspectiva de geração de trabalho e renda de acordo com os princípios da economia solidária. (Relatório PRONINC, 2008)

incubadora durante o processo de formação em consumo, comercialização e finanças solidárias.

## **Articulando práticas e saberes: o processo de formação da equipe INCOOP UFSCar**

A participação da INCOOP/UFSCar nos estudos sobre os temas dessa terceira formação em comercialização, consumo e finanças solidárias se desenvolveu em diferentes frentes. Na busca por melhores resultados na formação da equipe, algumas estratégias foram elaboradas. Uma dessas estratégias consistiu na articulação interna da incubadora com outras equipes que têm atuação nos temas abordados nesse ciclo de estudos. Também foi uma estratégia a realização de um evento surpresa para equipe com o objetivo promover uma discussão sobre comercialização e consumo usando ferramentas de marketing. Além disso, a equipe local do projeto esteve presente nas formações realizadas em reuniões presenciais do projeto, bem como em discussões via videoconferência ao longo dos cinco meses que se seguiram para a preparação do terceiro seminário do projeto. Por fim, o levantamento das práticas de alguns dos EESs assessorados pela INCOOP/UFSCar teve papel importante para uma compreensão mais ampla das dificuldades e das potencialidades que apresentam esses temas.

O que essa parte do texto apresenta trata de uma descrição do processo de formação da equipe INCOOP/UFSCar no período de preparação do comitê gestor para a realização do terceiro seminário do projeto “Finanças Solidárias, Comercialização e Consumo Solidário”. Apresentado o histórico das experiências da INCOOP/UFSCar anteriores ao momento descrito nesse segundo momento do texto, o que se pretende é relatar como essa formação está subsidiando o debate de novas questões que esses temas suscitaram para o coletivo de São Carlos.

## **Levantamento e sistematização das práticas nos empreendimentos assessorados pela INCOOP/UFSCar**

Assim como se apresenta nos dados parciais do SIES (Sistema Nacional de Informações sobre Economia Solidária, 2007 e 2010), uma das principais dificuldades dos EESs incubados pela INCOOP/UFSCar está na comercialização de seus produtos e serviços. O retorno do investimento realizado na produção é uma das condições de reprodução dos empreendimentos econômicos solidários. A troca é uma das esferas

imprescindíveis de reprodução da atividade econômica e dos sujeitos envolvidos nas suas práticas. Os empreendimentos de produção solidária necessitam da troca tanto quanto os empreendimentos de produção capitalista, pelo simples fato de que a produção precisa ser consumida para que possa ser novamente produzida (GODOY, 2009 p. 8). É importante entender de que maneira se dá essa relação econômica na Economia Solidária.

O comércio é uma das formas de troca. Outras formas existem e a Economia Solidária tem desenvolvido algumas delas. Feiras e clubes de trocas são alguns dos exemplos. Aprimorar essas formas de troca de modo a propiciar que a cooperação e solidariedade extrapolem a esfera da produção é um dos desafios para a Economia Solidária.

A propriedade social dos meios de produção na Economia Solidária elimina a exploração do homem pelo homem no “chão da fábrica”, nas relações de produção limitadas ao espaço propriamente restrito da produção material. Fora dos muros da produção está a contradição. Se dentro dos empreendimentos as relações sociais de produção podem ser caracterizadas pelo socialismo, fora de seus muros imperam são as relações sociais capitalistas de produção. Na distribuição e na troca o produto da Economia Solidária concorre frontalmente com o produto da economia capitalista (GODOY, 2009 p. 146).

Superar essa dificuldade é o desafio dos empreendimentos econômicos solidários. Para os empreendimentos assessorados pela INCOOP/UFSCar não é diferente. A depender do tipo de produção do empreendimento essa dificuldade vai para além de vender aquilo que produzem. Algumas especificidades implicam na maneira pela qual os produtos são divulgados. A informalidade do empreendimento restringe a sua cartela de clientes. Esse é caso dos empreendimentos que produzem produtos de limpeza. As exigências da fiscalização sanitária para comercialização desses produtos implicam numa divulgação muito limitada e, conseqüentemente, numa comercialização que ainda não garante um retorno que possibilite aos trabalhadores desses empreendimentos não depender de outras fontes de rendimento.

O processo produtivo, ainda limitado pelas condições técnicas, também impede que a escala de venda seja ampliada. Espaço restrito, número reduzido de trabalhadores por empreendimento e demanda de soluções técnicas para o processo produtivo em si, como por exemplo, a demora na secagem do sabão feito a partir da reciclagem de óleo, são algumas das dificuldades de produção que tem relação direta com o processo de comercialização. Nos casos levantados para essa sistematização todas essas questões aparecem nos quatro empreendimentos das cadeias de limpeza e confecções.

Um levantamento realizado junto aos empreendimentos assessorados pela INCOOP/UFSCar no segundo semestre de 2011 com o objetivo de formular diretrizes de políticas públicas indicou que o acesso a condições para comercialização de produtos e serviços da Economia Solidária apresenta, de maneira geral, uma incipiente estrutura e condições de comercialização da produção da Economia Solidária bem como práticas de consumo, mesmo no âmbito da Economia Solidária, desfavoráveis a ela.

Apareceram de forma mais específica algumas demandas tais quais:

- garantia de condições de legalização para empreendimentos solidários: (por exemplo, possibilidade de atendimento a exigências de vigilância sanitária);
- garantia de logística para distribuição e comercialização de produtos, no território e no município;
- divulgação de produtos e serviços da Economia Solidária para potenciais consumidores;
- compra pública dos produtos de uma potencial marcenaria (ex.: compra de brinquedos educativos pelas escolas);

A partir dessas demandas foram relacionadas algumas diretrizes para formulação de políticas públicas que atendessem as necessidades dos EESs:

- realização de compras públicas de produtos e serviços da Economia Solidária;
- criação de espaços permanentes de comercialização, no território e no município;
- facilitação da participação de empreendimentos em oportunidades de comercialização no município, como feiras;
- formação para o consumo ético, responsável e solidário;
- defesa da revisão da lei de licitação para se ajustar as necessidades da EcoSol;

Para a implementação dessas políticas públicas algumas formas foram sugeridas por EESs, gestores públicos e assessores dos empreendimentos:

- Reserva de percentual para compras públicas;
- Formulação de editais públicos que possibilitem a participação dos EESs (por exemplo, segmentados, de modo que EESs menores também tenham condições de concorrer);
- Criação de Mercado Público de Economia Solidária, Centro de Comércio Justo e Solidário;
- Benefícios e facilidades para produtores locais da Economia Solidária (ou de outros lugares quando não houver oferta local), de modo que a comunidade tenha acesso a produtos da Economia Solidária, em feiras;
- Criação de uma Escola de Consumo no município.

## Finanças solidárias na INCOOP/UFSCar

Dentre as equipes da INCOOP/UFSCar está a de finanças solidárias, responsável pela meta: “Análise da Viabilidade de Implantação de Diferentes Iniciativas de Finanças Solidárias: Feiras de Trocas Solidárias, Banco de Tempo, Cooperativa de Crédito, Banco Comunitário, Moeda Social, Compras Coletivas”. Atualmente, a equipe de finanças solidárias trabalha na incubação de duas iniciativas de Economia Solidária no Jardim Gonzaga (bairro com índice de alta vulnerabilidade social em São Carlos) e adjacências: um clube de trocas solidárias e um banco comunitário. O primeiro empreendimento começou seu processo de constituição em outubro de 2010. Participam neste momento das atividades do clube de trocas um grupo de aproximadamente 15 mulheres da comunidade, e apesar da rotatividade, atualmente possui 5 mulheres consolidadas no grupo. Elas se encontram uma vez por mês para realizarem trocas solidárias de objetos e saberes. Já o início das discussões sobre a viabilidade de se implantar um Banco Comunitário na comunidade se deu no final de outubro de 2010, sendo que atualmente fazem parte do grupo 05 mulheres moradoras do Jardim Gonzaga e do Pacaembu.

A equipe de trabalho é composta por membros da incubadora (professores, técnicos e estudantes de graduação e pós-graduação) e membros do território de atuação da INCOOP/UFSCar (as Agentes de Desenvolvimento Local - ADL) . Esta equipe tem sido responsável por planejar e implementar atividades sobre finanças solidárias, construídas conjuntamente, dentro dos dois tipos de iniciativas financeiras proposta.

A atuação da equipe INCOOP/UFSCar e das ADLs conjuntamente, proporcionou uma relação de confiança e de diálogo constante sobre a situação da comunidade. Esta estratégia de diálogos para o clube de trocas e banco comunitário colaborou em parte para a rearticulação da associação de moradores, fruto também do trabalho e envolvimento do antigo coordenador da meta. A equipe tem o entendimento de que a estratégia de colaboração com movimentos emancipatórios como a associação de moradores do Jardim Gonzaga constroem reivindicações e mobilização política para o aumento da qualidade de vida e maior acesso aos direitos de cidadania.

O levantamento realizado junto aos EESs assessorados pela INCOOP/UFSCar também indicou as condições para acesso a crédito e implantação de um sistema de finanças solidárias. Os EESs têm dificuldade de iniciar a atividade produtiva ou de serviços e de legalizar seu funcionamento em razão da falta de capital e das exigências das instituições financeiras para acesso a crédito, que usualmente não



podem cumprir; alto custo do crédito, quando este é possível de ser alcançado em instituições financeiras.

Demandas específicas foram apresentadas nesse levantamento:

- Apoio financeiro ou de crédito para aquisição de máquinas, matéria-prima e capital de giro para a Coosturarte;
- Apoio ao clube de trocas no Jardim Gonzaga e entorno;
- Aquisição de matéria-prima (grupos da cadeia de limpeza LimpSol e Sabão Recicla, Maria & Fuxicos);
- Criação de um fundo para o Banco Comunitário Nascente no Jardim Gonzaga.

Das soluções possíveis por meio da implementação de política pública foram propostos:

- Destinação de recursos públicos municipais para constituição de um fundo para Empréstimo Produtivo (microcrédito) para Bancos Comunitários;
- Fomento aos clubes de trocas no município de São Carlos.

O apoio aos empreendimentos de Economia Solidária, tanto por parte das incubadoras, quanto dos gestores públicos, de organizações não governamentais, entre outros promoveram, por muito tempo, a formação e a produção. Grupos, nas mais diversas atividades, foram apoiados sistematicamente na aprendizagem de ofícios e na produção dos diversos produtos e serviços. Entretanto, a troca das mercadorias ainda é um campo pouco explorado. É fundamental que o produto se reverta em ganho econômico para que o trabalhador reproduza suas condições de vida. Do contrário constata-se o esvaziamento dos empreendimentos e a priorização, por parte do trabalhador, das atividades que garantam a sua reprodução, mesmo que de forma precária ou degradante. Estabelecer estratégias que facilitem a troca, por meio de suas diferentes formas, tais quais a comercialização, os clubes e feiras de trocas, por exemplo, com a utilização de moedas sociais e outros instrumentos no âmbito das finanças solidárias é um caminho promissor para os empreendimentos. Algumas experiências estudadas pelo projeto Articulação ITCPs durante o período de formação do comitê gestor e preparação do III Seminário indicaram, por exemplo, como um sistema de finanças solidárias mobiliza comunidades e dinamiza a economia local.

## **Formação da equipe local nos temas**

Os temas trabalhados nessa terceira formação do projeto Articulação ITCPs já estavam no foco de atuação da INCOOP/UFSCar como foi relatado na primeira parte

deste texto. O tema de finanças solidárias, por exemplo, está estruturado na estratégia de desenvolvimento territorial que a incubadora da UFSCar vem realizando já há alguns anos. Parte dos integrantes da incubadora já atua sistematicamente na consolidação de um consumo ético, solidário responsável por meio e uma articulação de consumidores com compras coletivas e outras atuações como feira de trocas e mudança de hábitos de consumo.

Dessa forma os temas não eram novidade na atuação da INCOOP/UFSCar, mas durante a formação para o projeto, que teve início em julho de 2011, com a primeira discussão presencial do comitê gestor, foi possível aprofundar conceitos e trocar experiências com as demais incubadoras que formam o coletivo do projeto.

Para entender quais são as potencialidades da Economia Solidária enquanto uma nova forma de produzir, de trocar, de consumir e, ainda, de viver, a contraposição com as práticas hegemônicas acaba sendo uma maneira de visualizar as diferenças, as fragilidades, os limites e o quê de cada experiência estudada pode ser extrapolada para a formação de outros coletivos. Se pudéssemos resumir, muito superficialmente, o principal objetivo do projeto Articulação ITCPs está em fazer com que a atuação em cada incubadora seja aprimorada a partir da troca de experiência, de saberes e de fazeres. Esse é o objetivo da equipe local do projeto na INCOOP/UFSCar: atuar na articulação entre os coordenadores técnicos (ou formadores, como se diz nas demais ITCPs) e o comitê gestor buscando levar as experiências desenvolvidas pela UFSCar e trazer para o coletivo local maneiras de superar dificuldades já vivenciadas por outras incubadoras.

Nessa terceira formação a equipe local conseguiu aproximar melhor os demais membros da INCOOP/UFSCar do contexto do projeto. Algumas oficinas foram organizadas nesse sentido. O ConsumoSol, por exemplo, ofereceu uma oficina sobre práticas de consumo para o comitê gestor do projeto. O foco dessa formação foi repensar hábitos e lugares de consumo. Para o tema das finanças solidárias a equipe responsável por coordenar as ações de formação do Banco Comunitário Nascente em São Carlos apresentou para o comitê gestor a maneira pela qual a INCOOP/UFSCar tem construído, juntamente com os moradores, uma estratégia de desenvolvimento territorial que tenha o banco comunitário como fomentador e articulador de empreendimentos. O banco comunitário no Jardim Gonzaga adquiriu centralidade ao longo da execução do projeto de desenvolvimento territorial da INCOOP/UFSCar a partir da mudança da estratégia centrada no protagonismo de quatro cooperativas que ao longo do período foram encerradas, por conta de ação do ministério público, ou ainda reestruturada em razão da fusão com outras cooperativas do mesmo setor.

Experiências que indiretamente estão ligadas a atuação da INCOOP/UFSCar também foram abordadas na formação. A Universidade Federal de São Carlos possui uma rádio comunitária que promove, entre outros eventos, o Festival CONTATO há alguns anos. Uma das práticas desse festival é a circulação da moeda social Contato, que paga os serviços e produtos daqueles que trabalham no festival.

Entender como a moeda social dinamiza a economia local foi um dos avanços que o projeto trouxe. Os textos que relatavam experiências, aliados as visitas, como por exemplo, ao Banco União Sampaio, permitiram compreender o que está por trás da circulação de um papel moeda local.

## **Articulação interna com as equipes de Formação para Economia Solidária e ConsumoSol**

Uma nova estratégia foi posta em prática pela equipe local do projeto Articulação ITCPs nessa terceira formação. Foi realizada a aproximação e a construção de ações articuladas entre as equipes de finanças solidárias, formação em Economia Solidária e ConsumoSol.

Da articulação entre equipes de formação e ConsumoSol dois produtos principais foram obtidos: uma oficina com os temas de comercialização e consumo e uma enquete com a equipe da incubadora sobre os temas de maior interesse e as contribuições para formulação de novos materiais nos temas indicados. Essa enquete está em processo de avaliação pela equipe de formação em Economia Solidária.

A oficina realizada no dia 05 de dezembro sobre comercialização e consumo teve desde a sua concepção a proposta de provocar uma reflexão sobre a maneira como o consumidor é conduzido pelas estratégias de marketing. Na divulgação sobre a oficina optou-se por não apresentar sobre o que trataria exatamente o evento para qual todos os membros da incubadora estavam convidados. Apenas para aguçar a curiosidade de todos foram espalhados cartazes, telas de proteção dos computadores e e-mails sem autoria com os dizeres sobre um grande evento em tom de propaganda.

Embora a autoria e o propósito da oficina tenham sido descobertos alguns dias antes da sua realização a dinâmica atingiu, em parte, os resultados esperados. Dessa oficina saiu a construção de uma nova classe de comportamento para o método de incubação (que está em fase de finalização) e o compromisso dos participantes de mudarem hábitos de consumo depois da realização de uma dinâmica de tribunal onde as práticas de um “consumidor-personagem” foram discutidas.

As características elencadas desse consumidor, que mesclava hábitos responsáveis, éticos e solidários com outros que não condiziam com esses princípios, suscitaram um amplo debate na oficina em que se destacam alguns pontos principais como o que condiciona o consumo. Assim foram destacados:

preço;

tempo de deslocamento e de validade dos produtos;

indução ao consumo de produtos tecnológicos;

obsolescência programada dos produtos;

tempo determina o que consumismo (microondas);

falta de opção entre os produtos e serviços atualmente oferecidos pelos EESs;

o livre arbítrio é limitado pelas condições;

não basta a mudança individual, é preciso mudar o sistema;

o consumidor organizado pode mudar o sistema;

é difícil conseguir o ideal diante da hegemonia.

Algumas conclusões saíram dessa oficina: a primeira é de que não existem inocentes ou culpados no consumo. O que é necessário é a busca permanente pelas melhores alternativas de consumo, desde que elas existam. Por outro lado, temos que considerar que a Economia Solidária ainda não produz todas as alternativas ao modelo de consumo tradicional. As práticas individuais pouco interferem na mudança de um novo padrão de consumo, mas a articulação de consumidores e produtores podem induzir a construção de uma nova lógica que favoreça a produção local e solidária.

## **O projeto Articulação de ITCP's e as contribuições para a INCOOP/ UFSCar**

Diante do histórico apresentado na primeira parte deste artigo, e com as vivências do trabalho da equipe no projeto Articulação relatados na segunda parte, é possível observar a atuação da INCOOP UFSCar nos temas relacionados a finanças solidárias, consumo responsável e comercialização.

Apesar dessa temática proposta pelo projeto Articulação de ITCP's já ser uma abordada pela INCOOP/UFSCar em metas de atuação e pelo ConsumoSol, os estudos realizados pelo comitê gestor foram de importante contribuição nas questões que seguem:

formação da equipe local do projeto Articulação de ITCP's;

integração entre equipes com diferentes focos de atuação;

ampliação dos conhecimentos adquiridos previamente;  
rediscussão interna dos temas contribuindo para a formação da equipe da INCOOP/UFSCar;  
reflexão individual e em grupo importantes para a transformação de nossas ações no dia a dia.

Desde que iniciamos os estudos sobre o tema de finanças solidárias, a equipe local do Projeto Articulação na UFSCar passou a acompanhar a formação das Agentes de Desenvolvimento Local, responsáveis pela estruturação do Banco Comunitário Nascente, contribuindo com este processo. Buscamos participar das atividades de divulgação do Banco na comunidade, nas quermesses do bairro e em algumas das inúmeras reuniões que foram realizadas com os diferentes segmentos sociais locais como Igrejas, terreiros, comerciantes, moradores e associação dos moradores. Também estivemos presentes em momentos de arrecadação de fundo para as atividades iniciais do Banco, como a venda de pizzas, organização de bingo e venda de pastel em eventos do bairro.

Neste processo de acompanhamento visualizamos na prática o que foi estudado e discutido no comitê gestor do projeto, e fomos além. Também presenciamos como a prática da economia solidária e os processos de cooperação e colaboração não são conceitos fáceis de serem incorporados ao dia a dia de qualquer indivíduo, seja ele profissional de EES, membro da incubadora ou não.

Dentro dos empreendimentos de Economia Solidária há, no mínimo, dois elementos de intersecção entre os profissionais: a necessidade de recursos financeiros para sobrevivência e o conhecimento para o desenvolvimento do que está sendo produzido. Nos empreendimentos que foram o foco desse terceiro estudo do projeto Articulação ITCP's, saber costurar é ponto comum entre as integrantes dos grupos Maria & Fuxicos e Coosturarte, e saber as etapas da produção de sabão e produtos de limpeza é ponto comum entre os grupos LimpSol e Sabão Recicla. No coletivo do Banco Comunitário Nascente, com as Agentes de Desenvolvimento Local, a intersecção é o interesse e empenho em participar das atividades de formação de um banco comunitário, e acreditar no banco comunitário como uma ferramenta propulsora do desenvolvimento do território na medida em que contribui com o fomento e a articulação de EESs. No entanto, há inúmeras diferenças entre esses profissionais, o que gera muitas vezes atritos e desentendimentos.

A maneira como os indivíduos compreendem os conceitos “colaboração”, “cooperação”, “gestão do trabalho de forma horizontal”, entre outros da economia solidária, é muitas vezes distinta, ocasionando desgastes entre os profissionais ou até rupturas nos grupos. Estar inserido no sistema capitalista, no qual a competição é uma

das maiores características, é um argumento notável neste contexto, pois "colaborar" e "cooperar" dentro deste sistema tem conotação individualista no qual todos colaboram para que poucos obtenham sucesso, diferente da proposta da economia solidária. Tal fato demonstra a importância dos processos formativos dentro dos EESs em Economia Solidária, na qual todos cooperam para o sucesso do grupo. Andrada (2006) tem uma reflexão a esse respeito:

"Em relação a isso, deve-se levar em conta um agravante importante: esses trabalhadores nasceram e se desenvolveram para o trabalho sob a égide de uma organização social capitalista, pautada pelo assalariamento, pela subordinação, pela divisão capital- trabalho, pela competitividade, enfim, por uma ordem francamente diferente daquela proposta pela Economia Solidária – a partir da qual, agora, assumiram o desafio de viver e trabalhar, ainda que "lá fora" a situação não tenha passado pelo mesmo processo de reorientação (Andrada, 2006)."

Durante o processo de acompanhamento das Agentes de Desenvolvimento Local, este tipo de conflito apareceu em duas circunstâncias. As Agentes passaram por um período de desconfiança entre elas, o que foi solucionado a partir de diálogo franco entre todos os participantes da equipe (ADL's e pessoas da Incoop que participam do processo de acompanhamento da criação do Banco Comunitário), e os constantes momentos de formação em economia solidária ao qual passaram<sup>5</sup>.

A partir do processo desenvolvido nesse terceiro momento de formação do projeto Articulação de ITCP's em comercialização, consumo e finanças solidárias, a INCOOP/UFSCar construiu transformações, tanto individuais e coletivas, como no trabalho desenvolvido pela incubadora. Segue abaixo as principais diretrizes e contribuições estabelecidas:

a) Inserção de uma nova classe de comportamento no método de incubação

Durante o processo de debates sobre como seria realizada a formação da equipe da INCOOP/UFSCar juntamente com a equipe de formação em Economia Solidária e o ConsumoSol, as discussões sobre consumo e comercialização apontaram lacunas relacionadas aos dois temas dentro das ações da Incubadora. Sobre consumo será apresentado nos pontos b e c. Sobre comercialização observamos a ausência do tema no método de incubação da INCOOP/UFSCar e trilhamos o caminho na busca da construção desta nova classe de comportamento como um dos resultados de nossa atividade formativa.

---

<sup>5</sup> Formação realizada pela equipe INCOOP/UFSCar; ida à Fortaleza fazer curso no Banco Palmas; Formação realizada pelo NESOL (Núcleo de Apoio às Atividades em Economia Solidária - USP).

Na formação em comercialização realizada com integrantes da incubadora foram relatadas dificuldades dos EESs em comercializarem seus produtos, como ausência de profissionais nos EESs para a produção de grandes encomendas, a não legalização de funcionamento dos EESs (como apontado anteriormente) e falta de habilidade em divulgar os produtos em diferentes meios de comunicação. Baseando-se nas dificuldades apresentadas e na maneira como a incubadora entende a comercialização, elaborou-se coletivamente a classe de comportamento “assessorar empreendimentos para comercializar”.

A INCOOP/UFSCar hoje conta com 22 classes de comportamento no método de incubação que englobam desde o momento de união do grupo e escolha do tipo de empreendimento e produto que será produzido, até o acompanhamento do grupo após a consolidação de seu funcionamento. Além dessas, estão em fase de inserção cinco novas classes, dentre elas a classe "assessorar empreendimentos para a adoção de práticas de consumo ético, solidário e responsável" e “assessorar empreendimentos para comercializar”. Para compor a nova classe de comportamento sobre comercialização foi necessário responder à quatro questões:

- Em que situações ocorre/ deveria ocorrer?
- O que a Incubadora leva/ deve levar em consideração?
- O que é esperado como resultados?
- Como a Incubadora deve atuar no processo de assessoramento?

As dificuldades do empreendimento para garantir a comercialização do produto, necessidade de realizar ou aperfeiçoar procedimentos de comercialização e lacunas de conhecimento de membros de empreendimentos sobre processos adequados de comercialização, dentre outras, são situações que a incubadora necessita atenção para poder auxiliar no processo de incubação. Dois pontos importantes, dos seis levantados como resultado esperado do assessoramento para comercializar, são as necessidades das pessoas serem atendidas e produtos e serviços comercializados realizados com preço justo. Como ação esperada da incubadora, esta deverá manter estudos atualizados, compartilhados com o grupo assessorado, de viabilidade econômica e técnica e capacitar permanentemente os EESs para o consumo e comercialização ético e responsável.

b) Debate sobre mudança de hábitos da equipe INCOOP/UFSCar;

Na atividade realizada em que se discutiu o perfil de um consumidor comum, conclusões foram apontadas questionando os hábitos individuais e coletivos da equipe da INCOOP/UFSCar. A proposta da atividade foi debater sobre as práticas individuais

e a inquietação "É possível ser um consumidor plenamente ético, solidário e responsável?".

Para a consolidação deste debate, buscamos realizar uma atividade descontraída em que todo o coletivo presente pudesse participar ao mesmo tempo. A atividade foi a dramatização de um julgamento de um consumidor hipotético<sup>6</sup>, no entanto muito real, visto as ações dos indivíduos da INCOOP/UFSCar, que contou com juiz, promotores, advogados de defesa e júri popular. A questão colocada para o julgamento foi se este é um consumidor que segue as diretrizes apontadas pela economia solidária sendo ético, solidário e responsável (defesa realizada pelos advogados), ou se é um consumidor inadequado (argumento relativo à promotoria).

Durante a atividade os participantes foram encontrando argumentos que classificavam o consumidor hipotético das duas maneiras apontadas acima, chegando à conclusão de que não é possível classificar um consumidor que adota algumas práticas economicamente solidárias de maneira emblemática, sendo, portanto, considerado um consumidor inadequado, entretanto responsável, considerando as limitações da oferta de produtos da economia solidária.

No debate posterior à atividade, questões de visível relevância foram discutidas e serão apresentadas a seguir como reflexões do grupo:

- os princípios da economia solidária necessitam ser debatidos e apresentados aos indivíduos desde criança, quando estão aprendendo a atuar dentro da sociedade, sendo uma forma de mudança social;
- ao consumir, os indivíduos buscam atender às suas necessidades de consumo, e não suprir as necessidades de desenvolvimento de um grupo ou território;
- O livre arbítrio é limitado pelas condições e possibilidades apresentadas em cada situação;
- As mudanças individuais são importantes, no entanto não bastam. É necessário mudar o sistema, e consumidores organizados, agindo de forma coletiva, podem mudar o sistema;
- Não há ainda oferta de EESs nem para produtos de necessidades básicas;
- O que é ser um consumidor consciente num mundo capitalista?
- Para indivíduos com baixas condições financeiras, o preço justo torna-se viável?

Sobre a postura de consumo adotada pelos membros da equipe da INCOOP/UFSCar ocorreu um debate interessante, ainda sem respostas. Parte da equipe considera que, para que a assessoria dos empreendimentos ocorra de maneira

---

<sup>6</sup> O perfil do consumidor debatido na atividade encontra-se em anexo.



coerente nas questões relativas ao consumo ético, responsável e solidário, os integrantes da incubadora necessitam ter práticas de consumo condizentes com a proposta da economia solidária, para posteriormente poder capacitar os indivíduos dos EES. Outra parte da equipe considera que, apesar de não adotarmos todas as práticas solidárias possíveis, podemos capacitar as pessoas para um consumo responsável, pois frequentemente iremos nos deparar com situações em que não é possível realizar a prática mas indicá-las aos EESs assessorados.

Seguindo a diante no debate proposto, o coletivo concluiu que, apesar de todas as limitações existentes na prática da economia solidária, ainda há posturas e atitudes individuais e coletivas a serem transformadas na perspectiva de aproximação da teoria com a prática. Como finalização desta atividade os integrantes da INCOOP presentes realizaram um acordo coletivo de mudança de hábitos de consumo que inclui dentre outros, consumir em supermercado local, não em grandes redes; andar de bicicleta, utilizando menos os meios de locomoção individuais a combustível; consumir mais produtos de EESs e de compras coletivas; plantar em casa verduras que consome e consumir menos produtos supérfluos.

c) Feira de trocas interna em conjunto com o ConsumoSol;

Ainda inserido no acordo coletivo de mudança de hábitos de consumo, relatado no item b, a equipe propôs transformações para todo o grupo da incubadora.

Após amplo debate a respeito de hábitos de consumo e processos de comercialização, e na perspectiva de vivenciar diferentes práticas de finanças solidárias, foi proposta uma feira de trocas interna da INCOOP/UFSCar, em conjunto com o coletivo do ConsumoSol. Para tanto, a primeira ação será a elaboração de uma lista de necessidades e ofertas dos membros da incubadora, para posteriormente ser possível elaborar uma dinâmica sobre as trocas. As compras coletivas também serão reestruturadas para serem colocadas em prática com maior adesão dos membros da incubadora.

Mesmo realizando o Clube de Trocas no território de atuação da incubadora, muitos dos integrantes da INCOOP/UFSCar não o frequenta por diferentes razões. Algumas das justificativas apresentadas são a distância do local onde reside, o dia da semana em que é realizado (aos sábados), a não compatibilidade de gostos e interesses com o que é oferecido para troca e o não interesse na participação. Entretanto, consideramos a experiência da troca importante para o processo formativo dos indivíduos que atuam com economia solidária, pois as pessoas fazem uma reflexão sobre os apegos e acúmulos materiais, exercitam a solidariedade, voltam a colocar em uso produtos e materiais que seriam descartados, além de desfrutarem de

momento de integração e aproximação do coletivo que atua em conjunto, sendo essa uma ação considerada importante na formação da equipe.

d) Fórum sobre dificuldades encontradas no sítio do ConsumoSol;

Outra proposta levantada pela equipe foi a inserção de um fórum sobre as dificuldades encontradas para o consumo e comercialização de empreendimentos da economia solidária, na perspectiva de elaborar uma rede de demandas e ofertas de produtos de EES. O Fórum será parte da página do ConsumoSol na internet.

e) Avanço no debate teórico

A partir das leituras, filmes e atividades de formação propostas pela Fundação Getúlio Vargas, foi possível ampliar o conhecimento prévio adquirido nos temas de estudo.

O tema Finanças Solidárias foi bastante abordado trazendo para o conhecimento da equipe os princípios básicos da economia. Compreendemos o contexto de trocas no qual a moeda surgiu, de que forma essa condição foi sendo resignificada tornando-se o início da implementação do sistema capitalista, e de que maneira o dinheiro deixou de ser um facilitador nas operações de troca e passou a ser o produto de consumo, que necessita ser acumulado.

Os estudos a respeito das diversas iniciativas em finanças na economia solidária, que perpassaram os clubes e feiras de trocas, as moedas sociais e o Banco Comunitário, trouxe para a equipe um acúmulo de informações que foram ao encontro das atividades realizadas pelas ADL's e equipe de finanças solidárias na INCOOP/UFSCar. As iniciativas de bancos comunitários de diferentes partes do país e a avaliação e gestão dos fundos rotativos solidários trouxeram, mais uma vez, a compreensão de que o desenvolvimento de um território tem alto percentual de ocorrência se por meio das iniciativas de Finanças Solidárias.

## **Considerações finais**

A solidariedade restrita apenas à esfera da produção não é suficiente para o estabelecimento e reprodução da Economia Solidária. As formas econômicas distintas de troca é que podem implicar decisivamente a efetivação dessa economia. Para isso algumas adaptações, ou, se podemos chamar de cooptações contra-hegemônicas (GODOY, 2009 p. 155), expressam formas de troca que externamente aparentam aquelas mesmas do capitalismo, mas cuja função é, em princípio, diversa. O comércio

e a moeda, dois instrumentos de troca tradicionais da economia capitalista, ganharam adjetivos que os qualificam para também servirem à Economia Solidária.

Emitidas por bancos comunitários de desenvolvimento, as moedas sociais que surgem como alternativa à troca direta de mercadorias. Entre a moeda social e a moeda nacional oficial não existe obrigatoriamente vínculo. Sua circulação é restrita aos grupos que participam da Economia Solidária local, tem como objetivo redistribuir os recursos dentro da comunidade e diminuir a centralização do poder econômico, como ocorre na economia capitalista. À medida que aumentam as transações comerciais, aumenta, também, a quantidade de moeda social em circulação na comunidade. A moeda social estabelece uma relação diferenciada com o dinheiro. Ela serve para movimentar a economia local e não para ser acumulada.

Dos três temas trabalhados nessa terceira formação do projeto o consumo foi aquele que mais deixou ânsias por discussões e respostas. Talvez pelo pouco tempo destinado nos estudos do comitê gestor que acabou centrando forças em entender o sistema financeiro capitalista para contrapor as finanças solidárias.

Internamente a equipe local promoveu espaço de discussão sobre esse tema e, em seguida será apresentado uma síntese dessa oficina. Mas algumas questões, do nosso ponto de vista merecem nossa atenção.

Em sua tese de doutorado, Godoy (2009) levanta algumas questões sobre o consumo solidário. Mance (In HESPANHA et al., 2009, p. 74) afirma a importância da consciência de um consumo solidário, que não se revele apenas como ato econômico, mas também ético e político. Para este autor o consumo é um exercício de poder que, tanto pode fomentar a exploração do trabalhador e a destruição progressiva do planeta, quanto pode realimentar a produção solidária. A questão oculta para Godoy (2009) é: para quem o consumo é um exercício de poder? Não será para quem pode escolher e dispõe de condições para fazê-lo? Uma de suas explicações está no fato de que a mercadoria da Economia Solidária tem um fator de produção que tem um custo a mais. A justa remuneração do trabalhador implica um preço maior da mercadoria, que nem todos podem pagar, mesmo que tenham consciência do processo produtivo. Responsabilizar o consumidor por suas escolhas obscurece as relações sociais estabelecidas no modo de produção hegemônico. A massa trabalhadora convencional, de empresas capitalistas tradicionais, remunerados com os salários de exploração da mais-valia, tem condições de optar por mercadorias mais caras que, entretanto, significam a não exploração do trabalhador? O consumidor pode ser ético e responsável na medida em que suas condições de reprodução lhe permitam o exercício do consumo como um ato de poder.

## Bibliografia

ANDRADA, Cris Fernández. Onde a autogestão acontece: revelações a partir do cotidiano. Universidade de São Paulo. Instituto de Psicologia. Cadernos de Psicologia Social do Trabalho, 2006, vol. 9, n. 1, pp. 1-14.

GODOY, Tatiane M. P. de. O Espaço da Economia Solidária: a autogestão na reprodução das relações sociais e os limites da emancipação social. Tese (Doutorado em Geografia). Programa de Pós-Graduação em Organização do Espaço. Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2009.

HESPANHA, P. et al. Dicionário internacional da outra economia. Coimbra: Almedina/CES, 2009.

## Anexo

Julgamento do caso “Consumidor”

Caso analisado: André da Silva Santos

Problemática: consumo responsável x consumo inadequado

Perfil do consumidor:

André da Silva Santos, trabalhador, 30 anos. Mora com a família. Faz compras para sua casa 2 vezes por semana no hipermercado Carrão.

Com a nova lei de proibição do uso de sacolas plásticas, o mercado passou a adotar um dia sem sacolinhas. Por conta disso, André passou a refletir a respeito de seu consumo e a questionar seus amigos e familiares mais próximos sobre seus hábitos de consumo. Assim, no supermercado, André passou a não utilizar mais sacolas plásticas, levando sua própria sacola de pano. Além disso, ele procura comprar mais produtos in natura do que em conserva ou embalados. Costuma optar por produtos mais baratos, por exemplo na compra de papel higiênico, escolhe as embalagens com maior quantidade do produto, o que barateia os custos. Evita levar embalagens não recicláveis para casa, por exemplo, bandejas de isopor, papéis metalizados. Consume biscoitos e bolachas industrializados que são demandados pelos seus filhos pequenos. Evita pegar panfletos de propaganda em semáforos ou na porta do mercado.

Sua vizinha produz sabão caseiro, portanto esse item não é adquirido no supermercado. Uma vez por semana compra chocolate da Dona Maria que mora no quarteirão de cima da sua casa, cujo marido está desempregado. Na hora de comprar

cerveja para o churrasco, sempre opta pelas latinhas anunciadas no intervalo do jornal que assiste na TV.

Em casa, André separa os resíduos recicláveis e encaminha para a coleta e sua esposa utiliza os resíduos orgânicos para fazer composto para o jardim.

Com relação ao transporte, utiliza o carro todos os dias para se locomover.

Todo ano, ele troca os móveis e a decoração da casa, adquirindo mobiliário novo, doando os móveis antigos. Certa vez trocou uma cadeira por um vaso com sua irmã. A família toda gostou da ideia, e passaram a praticar trocas no momento de mudar a mobília.

André gosta muito assistir filmes no cinema com a família. Costumam ver filmes de grandes produtoras cinematográficas no cinema do shopping todo final de semana. Quando vão ao cinema, se alimentam na praça de alimentação, num restaurante por quilo, aproveitam para passear e olhar vitrines.

# LEVANTAMENTO DE PRÁTICAS INCOP UNESP – NÚCLEO ASSIS

---

Responsáveis: Ricardo Abussafy e Ricardo Gonçalves Conceição

## 1. Rede de comercialização na região do oeste paulista<sup>7</sup>

### 1.1. Cenário Histórico

A organização coletiva de grupos com o propósito de gerar trabalho e renda vem se consolidando como uma alternativa às restrições impostas pelo mercado formal de trabalho, especialmente para os sujeitos pertencentes aos grupos populares, em geral, com baixa escolaridade e pouca qualificação profissional, como os catadores de materiais recicláveis. Trabalhando individualmente, coletando recicláveis pelas ruas e pontos da cidade, resta-lhes, ao final do dia, “entregar” o fruto do seu trabalho a um dono de depósito, por eles denominado atravessador, em troca de poucos reais, insuficientes ao sustento seu e da família. Quando reunidos em cooperativa ou associação, com apoio da Prefeitura, realizam juntos a Coleta Seletiva, a triagem e preparação dos materiais arrecadados e sua posterior comercialização. As condições de trabalho e de renda melhoram significativamente, passam a ter alguns direitos garantidos, como o recolhimento da Previdência Social, descanso semanal e anual remunerados e as condições de comercialização são alteradas: material preparado com mais qualidade e em maior volume, possibilitando a obtenção de melhores preços.

A constituição desses grupos em associações e cooperativas, orientados pelos princípios da Economia Solidária e do Cooperativismo Popular, tem significado mais do que a oportunidade de trabalho e renda. O processo de organização e de gestão coletiva, democrática e autônoma tem requerido desses trabalhadores a re-apropriação e a construção de conhecimentos, o desenvolvimento de habilidades, bem como, o exercício de funções e papéis novos, antes nunca exercitados. A

---

7 A primeira parte deste texto é proveniente do artigo "TRABALHO E SOCIABILIDADE: A FORMAÇÃO DE UMA REDE DE CATADORES NO OESTE PAULISTA" de autoria dos professores Ana Maria R. de Carvalho e Carlos Rodrigues Ladeia, apresentado no VII Encontro Internacional de Economia Solidária - NESOL - USP; nov/2011

expropriação de seus conhecimentos pelo sistema capitalista, que lhes reservou o papel de meros executores de trabalhos por outros concebidos, produziu o esvaziamento do sentido de suas atividades e do próprio trabalho. Essa condição apresenta-se como um desafio a ser superado pelos grupos populares que se proponham trabalhar nessa nova perspectiva.

O Movimento Nacional de Catadores de Materiais Recicláveis – MNCR – vêm por meio de projetos, buscando superar essa e outras condições restritivas ao trabalho dos catadores em cooperativas e associações. São programas de capacitação técnica para o trabalho, envolvendo temas sobre gestão administrativa das cooperativas e autogestão, logística, economia solidária, políticas públicas, entre outros. Prevêem também assistência técnica para prepará-los para concorrerem a editais públicos, visando prover de infraestrutura seus galpões. Entre os projetos desenvolvidos, pode ser citado o “CATAFORTE – Fortalecimento do Cooperativismo e Associativismo dos Catadores de Materiais Recicláveis” (MNCR, 2011) que busca também:

[...] fomentar políticas públicas regionais para implementação da coleta seletiva solidária e o pagamento dos catadores pelos serviços prestados ao município. Assim como a formação e o fortalecimento das redes solidárias de comercialização conjunta e criação de planos de negócios.

Os catadores organizados têm sido beneficiados por políticas públicas e acesso a recursos concedidos por intermédio do governo federal. Outras reivindicações apresentadas pelo Movimento (MNCR: 2011: 2) referem-se a novos investimentos para capacitação técnica dos catadores, fortalecimento do Centro Nacional de Referência do MNCR, avanço da categoria na cadeia produtiva de reciclagem e combate a pobreza, bem como para infraestrutura das cooperativas, saúde, moradia, educação popular e inclusão digital. Os catadores solicitam também pagamento por serviços ambientais, aplicação da Política Nacional de Resíduos Sólidos e apoio ao Projeto de Lei de iniciativa popular do MNCR sobre a inclusão dos catadores como segurados especiais na Previdência Social, em tramitação na Comissão de Legislação Participativa da Câmara dos Deputados.

Concomitantemente às ações desencadeadas pelo MNCR, outras instituições parceiras dos grupos de catadores, como as incubadoras universitárias de cooperativas populares, também contribuem para que levem avante a luta por trabalho e vida digna. A Incubadora de Cooperativas Populares da Unesp - Incop Unesp, desde 2001, assessora grupos de catadores no Oeste Paulista.

Na Região, os catadores de materiais recicláveis organizados em associações e cooperativas vêm, há anos, se articulando para lutarem por políticas públicas com

inclusão de catadores. A formação do Comitê Regional de Catadores do Oeste Paulista, em 2003, vinculado ao MNCR, tem contribuído para o desenvolvimento dos grupos, possibilitando a identificação de interesses em comum, a discussão de suas atividades, de seus desafios e a importância do papel que desempenham na execução e aperfeiçoamento da gestão dos resíduos sólidos nos municípios.

Participam do Comitê dezesseis associações e cooperativas, denominadas Bases, subdivididas em três pólos que têm a responsabilidade de orientar e apoiar os grupos da microrregião, conforme a localização: Ourinhos, Assis e Presidente Epitácio. Cabe ressaltar que esses grupos, associações e cooperativas que constituem o Comitê, encontram-se em estágios de desenvolvimento distintos. Enquanto algumas Bases contam com várias realizações, conquistas e boa organização, o que quase sempre resulta em bons rendimentos, outros grupos ainda estão em um nível de desenvolvimento e organização inferior.

Neste sentido, é usual que uma cooperativa ou associação com mais conhecimentos ou com melhor infraestrutura coopere com outro grupo no atendimento de suas demandas por orientação, reforço de mão-de-obra, apoio nas comercializações, empréstimo de equipamentos ou veículos. Essa relação de intercooperação tem constituído uma nova sociabilidade entre os grupos e os pares, fortalecendo vínculos de confiança e de solidariedade, viabilizando os empreendimentos e melhorando as condições de trabalho e de vida desses catadores.

Outros espaços corroboram para o fortalecimento dessa trama entre os grupos. Para viabilizar as ações do Comitê, constituíram sua Secretaria da qual participam coordenadores dos pólos e representantes dos grupos. Esse coletivo reúne-se mensalmente com o compromisso de articular o Comitê, organizando as pautas e os encontros itinerantes realizados periodicamente. Nesses encontros contam com a presença dos gestores públicos da cidade sede do evento e de outras instituições apoiadoras, discutem temas relacionados ao cotidiano de trabalho dos grupos, como organização coletiva, coleta, processamento e comercialização dos materiais, a relação com o poder público e a comunidade, o acesso aos recursos financeiros, bens e meios de produção e a própria política nacional de resíduos sólidos.

Por essa intensa mobilização, atualmente, o Comitê está entre os mais atuantes do MNCR, em todo o território nacional, tanto pela articulação e solidariedade entre seus grupos, como pela frequência com que se reúne, pois entre 2003, ano de sua constituição, e meados de 2011, ocorreram 30 encontros, uma média de quatro encontros por ano.



Por meio dessa organização política, os catadores vêm assumindo o papel de protagonistas, pautando questões das relações dos grupos com o poder público, definindo e lutando por políticas públicas que a categoria pretende ver implantadas. A partir dessas articulações, a organização dos catadores no Oeste Paulista ganhou visibilidade e reconhecimento, inclusive de gestores públicos municipais que passaram a contar com a sua contribuição na elaboração do plano de gestão de resíduos sólidos com a inclusão de catadores.

Cabe destacar que várias associações e cooperativas, neste percurso, com o apoio da Incop Unesp, passaram a ter a posse de bens e meios de produção, mediante apresentação de projetos em resposta a editais do BNDES, FUNASA, ou diretamente a órgãos de fomento, como a Fundação Banco do Brasil. A Cooperativa dos Catadores de Materiais Recicláveis de Assis e Região – Coocassis - possui infraestrutura que lhe permitirá, inclusive, avançar na cadeia produtiva, transformando plásticos, bem como comercializar em rede.

A despeito das conquistas que esses grupos tiveram, ainda existem desafios a serem enfrentados, especialmente em relação ao fortalecimento dos grupos, os quais reconhecem que isoladamente, poucos avanços terão em suas lutas. Para tanto, além dos investimentos que visam o desenvolvimento do próprio empreendimento de economia solidária e das pessoas que dele participam, esses atores econômicos e sociais também vêm se articulando, com vistas à constituição de redes solidárias de comercialização, uma estratégia de fortalecimento político e econômico.

As redes solidárias, conforme Mance (2003), “[...] enfrentam a reprodução do capitalismo, combatendo a exploração dos trabalhadores, a expropriação dos consumidores e as diversas formas de dominação política e cultural presentes em nossas sociedades”. Na prática e na literatura, em geral, encontram-se referências às redes de consumidores, produtores e outras organizações populares como uma estratégia para o avanço da Economia Solidária. Elas integram diversos atores, tanto setorialmente como em cadeias entre si, os quais articulados pelos princípios da colaboração e da cooperação potencializam-se mutuamente podendo, inclusive, dar origem a novos empreendimentos econômicos solidários.

Neste sentido, segundo o autor:

Busca-se, portanto, integrar consumo, comercialização, produção e crédito em um sistema harmônico e interdependente, coletiva e democraticamente planejado e gerido, que serve ao objetivo comum de responder às necessidades da reprodução sustentável do bem viver das pessoas em todas as suas dimensões, inclusive, nos âmbitos da cultura, arte e lazer. (MANCCE: 2006)

Em relação aos catadores, segundo Roberto Rocha, do MNCR (2008) “A visão de futuro é que as cooperativas se organizem em redes”. Neste caso, trata-se da constituição de redes solidárias de comercialização, estabelecidas entre empreendimentos congêneres, com o propósito de garantir escala, qualidade e o avanço na cadeia produtiva.

As relações de confiança estabelecidas entre os grupos do Comitê Oeste Paulista e a compreensão que construíram acerca da realidade social e econômica capitalista excludente e competitiva levaram à discussão sobre a elaboração de um projeto de comercialização em rede, baseado em experiências pontuais já ocorridas entre alguns grupos.

Em seguida serão descritos os caminhos percorridos pelas cooperativas e associações da região do oeste paulista para a consolidação dos processos de comercialização em rede, desde as primeiras experiências de venda conjunta de materiais entre algumas Bases, passando pela experiência do “observatório”, pela construção de uma associação entre as bases que compõem o Comitê, tendo, por fim, como perspectiva a efetivação de uma cooperativa de segundo grau para comercialização conjunta e transformação de plástico para avanço da cadeia de produção desta faixa de mercado.

## **1.2. A busca por parcerias e financiamentos**

A Cooçassis, desde que adotou a comercialização conjunta como princípio do movimento de Economia Solidária, vem buscando, conjuntamente com as Bases que compõem o Comitê, meios de colocá-la em prática através da constituição desta rede de comercialização. Para tanto, a partir do ano de 2004, buscou obter recursos que pudessem garantir a infraestrutura básica para avançar na cadeia produtiva, por meio da transformação de plásticos, bem como, pela comercialização em rede.

Nesse mesmo ano, firmou convênio com a Fundação Banco do Brasil com a elaboração do projeto intitulado “REDE DE COMERCIALIZAÇÃO INTEGRADA DAS COOPERATIVAS/ASSOCIAÇÕES DE CATADORES DE MATERIAIS RECICLÁVEIS DA MICRO-REGIÃO DE ASSIS”, cujo objetivo principal era viabilizar a comercialização em rede e a agregação de valor aos materiais das organizações de catadores integrando, inicialmente, os municípios de Maracaí, Platina, Cândido Mota e Paraguaçu Paulista. Cidades pequenas, com menos de 40 mil habitantes, próximas a Assis que contavam com grupos de catadores organizados, formal e informalmente, e que, em virtude da baixa quantidade de material coletado e armazenado, sobretudo por estarem iniciando suas atividades, enfrentavam dificuldades em sua comercialização. Pouco material faz os preços caírem demais devido aos custos com

frete, além de haver uma grande demora entre uma comercialização e outra. Esse fato quase inviabiliza a organização de grupos menores de catadores que necessitam de dinheiro em curto espaço de tempo, para sobreviver e honrar o pagamento de suas contas.

Parte dos recursos deste projeto foi investido na aquisição de um caminhão para recolher nesses grupos os materiais recicláveis coletados pelos catadores dos municípios envolvidos e realizar a sua comercialização de forma conjunta. Para isto, pretendeu-se consolidar as organizações locais de catadores que estão em municípios da região, aumentar significativamente o volume de material com vistas a viabilizar uma comercialização mais vantajosa, frequente e regular, de modo a agregar a esse material maior valor de mercado, o que culminaria em uma retirada mais justa e compatível para os catadores.

A despeito das dificuldades encontradas para organizar alguns dos pequenos grupos da região, como na cidade de Platina e Florínea, sempre por questões relacionadas à ausência de comprometimento e/ou de possibilidades dos Gestores Públicos locais, as várias experiências de comercialização conjunta comprovaram seus resultados favoráveis. Foram beneficiados não apenas os pequenos grupos que puderam ter seus materiais comercializados por valores mais altos e com periodicidade menor e regular, elevando a renda dos catadores. Também para a Cooocassis que se dispôs à prática o saldo foi positivo, de um lado a vivência solidária, fortalecedora do grupo praticante, de outro, o aumento do volume comercializado favorecendo as condições de negociação e de preço, melhorando o rendimento de seus membros.

Dando continuidade à busca por recursos, em dezembro de 2005, a Cooocassis estabelece novo convênio com a Fundação Banco do Brasil, por meio do projeto “UNIR E TRANSFORMAR PARA MELHORAR A VIDA”, com objetivo principal de avançar na cadeia produtiva a partir da aquisição de equipamentos para a transformação de plásticos, visando concretizar uma ação em rede na Região Oeste do Estado de São Paulo, na perspectiva da Economia Social ou Solidária, com as cooperativas, associações e grupos organizados vinculados ao Comitê. Os recursos deste projeto seriam utilizados na aquisição de equipamentos e instalação de uma central de transformação de plástico, de uma fragmentadora de papel, equipamento que permitiria a cooperativa receber e processar os papéis provenientes de bancos, fóruns e órgãos que exigem o processamento imediato dos papéis doados, além de carrinhos mais apropriados para a implementação da Coleta Seletiva Solidária no município de Assis. A estruturação desta rede de comercialização conjunta teria como finalidade auxiliar o fortalecimento dos grupos de catadores de materiais recicláveis,

integrantes da Micro-Região de Assis, também a partir da implantação da coleta seletiva nestes municípios com a inclusão dos catadores.

Na época, a Associação de Catadores de Materiais Recicláveis de Ourinhos – Recicla Ourinhos, instalada em uma das cidades pólo do Comitê Oeste Paulista, distante aproximadamente 65 km de Assis, havia adquirido recentemente equipamentos para a trituração de plásticos PE (Polietileno de alta e baixa densidade), PP (Polipropileno) e outros. Para viabilizar o uso de tais equipamentos, contou-se com a valiosa colaboração da Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup> Maria Zanin (Professora dos Programas de Graduação e de Pós Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de São Carlos – UFSCar), especialista no estudo do processamento dos plásticos, que orientou o grupo da Cooocassis a utilizar o recurso para a aquisição de equipamentos para extrusão e granulação desses materiais, articulando os pólos de Ourinhos e Assis, onde o plástico seria triturado e extrusado, respectivamente, completando o processamento para atingir o nível de granulação destes materiais quando formada a rede.

Com o desenvolvimento das ações de comercialização em rede entre os pólos de Assis e Ourinhos, a partir da criação da central de transformação de plástico, o que, em tese, resultaria em um melhor aproveitamento e aumento no valor desse produto, pretendia-se aumentar o rendimento dos catadores e criar condições para incentivá-los a terem, em número cada vez maior, seus direitos previdenciários garantidos com o pagamento do INSS. Outro fator esperado como consequência da consolidação desta rede, seria o fortalecimento nas ações de articulação entre as Bases da região do Oeste Paulista, tanto no que diz respeito ao avanço na cadeia produtiva, por meio do processamento e transformação dos plásticos, bem como nas ações políticas do Comitê, resultantes desta maior articulação, reafirmando, cada vez mais, o protagonismo do catador na participação das ações de gestão de resíduos sólidos urbanos em seus municípios. Entretanto, os equipamentos adquiridos pela Recicla Ourinhos estiveram impossibilitados de entrar em operação, o que comprometeu o início do processamento e comercialização dos plásticos em rede.

Como alternativa para viabilizar a utilização dos equipamentos adquiridos anteriormente, a Cooocassis buscou por meio do projeto “CENTRO REGIONAL DE PREPARAÇÃO, COMERCIALIZAÇÃO E PROCESSAMENTO EM REDE DE MATERIAIS RECICLÁVEIS DE ASSIS”, em convênio estabelecido com o BNDES no ano de 2007, recursos que seriam aplicados na aquisição de um caminhão, de equipamentos como triturador de plástico e fragmentadora de papel, além do investimento em infraestrutura através da construção e provisão de utensílios para o novo barracão que passaria a abrigar o Centro Regional. Apesar da liberação e

aplicação dos recursos, algumas dificuldades como atraso na entrega dos equipamentos para processamento do plástico e a não realização da adaptação do espaço físico para a instalação dos mesmos, ação que seria de responsabilidade do poder público local, impossibilitaram a operacionalização do processamento desses materiais até este momento.

### **1.3. Negociação entre as Bases para pactuação dos procedimentos de comercialização**

Ainda que a transformação e comercialização dos plásticos não tenham sido iniciadas até o momento, a estratégia adotada pelo Comitê Regional Oeste Paulista de fortalecer as Bases de catadores que se encontravam em estágio embrionário de formalização, por intermédio das experiências de comercialização em conjunto entre estas Bases e outra em um nível superior de desenvolvimento e organização, já possibilitou aos grupos pertencentes ao Comitê proceder à avaliação das dificuldades desta atividade, tais como:

- Diferenças de classificação, nomenclatura e segregação dos materiais (diferentes tamanhos e pesos de fardos) dificultam uma padronização para a venda conjunta;
- Registros de pesagem, por cooperativas/associações que aproximam os valores por média de peso de um BAG ou de um fardo, implicando em diferenças de pesagem no momento da comercialização;
- Conflitos que comprometem a relação de confiança entre as Bases, gerados por esta diferença na pesagem e pela deficiência na transparência e compreensão quanto à prestação de contas entre as Bases;
- Falta de capital de giro para o pagamento antecipado dos materiais, pois a quantidade mínima de materiais, exigida pelas indústrias recicladoras para concretizar a compra, demanda um período de tempo maior para o armazenamento até que se alcance essa quantidade;
- Ausência de um procedimento logístico elaborado conjuntamente por essas Bases, com o objetivo de pactuar e regulamentar todas as ações pertinentes à atividade de comercialização conjunta.

O reconhecimento dessas dificuldades impulsionou ainda mais um trabalho coletivo, estreitando a relação entre as Bases de catadores e a Incop Unesp Assis, de modo a construir coletivamente algumas propostas de resoluções.

A proposta apresentada pela equipe da Incubadora, para auxiliá-los na busca de resoluções para as dificuldades diagnosticadas, aceita pelo Comitê, mas que acabou não prosperando, foi a de contribuir com a constituição de uma Comissão de Comercialização. Esta Comissão de Comercialização seria constituída por

representantes das diferentes Bases integrantes do Comitê e teria como objetivo elaborar um estudo de mercado que pudesse oferecer subsídios para a organização e planejamento da Rede de Comercialização Conjunta e Transformação de Plásticos, na busca pela superação das dificuldades encontradas.

Esse aparente insucesso foi precedido pela construção do Observatório Regional do Catador, com o propósito de levantar as informações de cada Base sobre a comercialização praticada, tipos de materiais vendidos e por qual valor; estrutura física; processos de produção; condições de trabalho e existência de políticas públicas de gestão de resíduos em cada município, para subsidiar a pactuação do processo de produção. Por intermédio desse “banco de dados” sobre os grupos que participam do Comitê, pretendia-se também, reconhecer as potencialidades de produção e identificação das demandas de cada grupo por investimentos em infraestrutura (estrutura física, de logística e equipamentos), capacitação técnica dos catadores, desenvolvimento de lideranças, entre outras. Munidos de tais informações, lideranças em conjunto com apoiadores poderiam projetar ações e discutir o modelo mais adequado para constituição da Rede de Comercialização de Materiais e Transformação de Plástico conforme as características da região.

Esta proposta elaborada em 2008, atualmente, ainda tem levado os membros do Comitê Regional a visitarem as Bases de catadores para coletar tais informações. No entanto, alguns pólos tiveram, e ainda tem dificuldade em manter esta atividade em prática, comprometendo a eficácia da estratégia.

#### **1.4. Legalização da Rede de Transformação de Plástico e de Comercialização Conjunta.**

##### **1.4.1. Constituição de uma Associação:**

A partir do reconhecimento que o Movimento Nacional de Catadores de Materiais Recicláveis passou a atribuir à articulação de diferentes grupos de catadores, enquanto estratégia de desenvolvimento e fortalecimento destes grupos, houve uma primeira tentativa para a oficialização e legalização destas práticas de comercialização conjunta entre cooperativas e associações de catadores que compõem o Comitê Oeste Paulista, por meio da criação de uma Associação entre estas Bases. Seu objetivo seria oferecer suporte jurídico ao Comitê para possibilitar a captação de recursos, regulamentar a gestão financeira das contribuições ao fundo do Comitê, bem como a formação de capital de giro para subsidiar as futuras atividades de comercialização conjunta de materiais e de transformação de plástico a serem, posteriormente gerenciadas e executadas por uma cooperativa de segundo grau.

Esta representação jurídica também ficaria responsável por informações referentes à comercialização de cada grupo (revitalização do Observatório Regional do Catador) e também como espaço de pactuação para comercialização em rede. Deste modo, o Comitê Regional ficaria apenas com atribuições de representação política do MNCR, enquanto a Associação teria uma finalidade organizativa de articular e captar recursos para a comercialização conjunta entre as Bases de catadores da região. Neste processo de constituição da Associação foi possível identificar algumas discussões herdadas das outras tentativas de trabalho em rede. Dentre elas está a fragilidade do vínculo de confiança entre algumas Bases, proveniente das outras experiências de comercialização. Um dos debates que permeia este cenário é a disputa pela localização da sede da associação em que o argumento que se coloca é, justamente, a descentralização das ações de articulação regional que, habitualmente, ficam polarizadas entre as principais cidades: Ourinhos e Assis.

Este nível de discussão apresenta, de forma efetiva, um amadurecimento nos processos de debate democrático sobre a autonomia dos grupos e sua representatividade regional, tanto política, como de mercado. Neste contexto, consideramos o debate salutar, com a ressalva de que deve ser conduzido com o cuidado de considerá-lo como um potencializador de um processo democrático de socialização das representatividades para futura consolidação das práticas de comercialização conjunta e de transformação do plástico para avanço coletivo e regional na cadeia produtiva dos materiais recicláveis.

#### **1.4.2. Constituição de uma Cooperativa de Segundo Grau:**

A opção jurídica considerada mais adequada para viabilizar a prática dessa nova forma de organização é a constituição de uma cooperativa de segundo grau, da qual deverão participar pelo menos três cooperativas (necessariamente) e todas as demais associações da região. Isto porque juridicamente, as cooperativas possuem maior reconhecimento legal e, conseqüentemente, maiores possibilidades de firmar convênios com as esferas de governo Federal, Estadual e Municipal.

Em razão disso, as lideranças do Comitê, assessoradas pela equipe da Incop Unesp, vêm construindo o Estatuto Social e realizando os estudos necessários à constituição desta Rede de Comercialização Conjunta e de Transformação de Plástico, ao mesmo tempo em que buscam conhecer as experiências de cooperativas de segundo grau já existentes e atuantes na região metropolitana de São Paulo, como por exemplo a Cata Sampa e a Coopcent.

A perspectiva que se coloca é que, apenas posteriormente à consolidação da Associação, bem como das ações de organização e captação de recursos para o

capital de giro, será possível que a cooperativa de segundo grau passe a efetuar as práticas de transformação do plástico e comercialização conjunta dos materiais recicláveis, alcançando os avanços pretendidos pelos grupos que compõem o Comitê Oeste Paulista. Isto porque, primeiro, os encargos para manter uma cooperativa legalizada são muito superiores aos tributos pagos por uma associação, e segundo, os grupos que compõem o Comitê estão apropriados da dimensão das dificuldades e desafios que uma articulação entre todos estes grupos envolve, portanto, da prudência necessária para tamanha empreitada.

### **1.5. Considerações finais.**

Esse texto tem por objetivo descrever alguns aspectos que envolveram o processo de constituição da Rede de Transformação de Plástico e Comercialização Conjunta entre os grupos de catadores de matérias recicláveis que compõem o Comitê Regional Oeste Paulista, de forma a apresentar brevemente as etapas, dificuldades, desafios e toda complexidade pertinente a uma atividade com estas pretensões.

Vale ressaltar que, a despeito da possibilidade do texto transmitir uma ordem cronológica dos acontecimentos descritos, principalmente em virtude da forma como foi redigido, essa ordem não necessariamente é linear, ou seja, muitos dos acontecimentos apontados ao longo de todo texto, aconteceram simultaneamente.

### **1.6. Referências:**

MANCE, A. E. O que são e como montar redes solidárias. In: MANCE, A. E. (org). Como organizar redes solidárias. Rio de Janeiro: DP&A, Fase, IFIL, 2003.

\_\_\_\_\_. A Consistência das Redes Solidárias. Disponível em: <[http://www.rits.org.br/redes\\_testedownload/tema\\_janeiro2006.zip](http://www.rits.org.br/redes_testedownload/tema_janeiro2006.zip)>. Acesso em 27 Ago. 2011.

Movimento Nacional de Catadores de Materiais Recicláveis (MNCR). Catadores participam de debate sobre cadeia de reciclagem. São Paulo: MNCR, 2008. Disponível em <<http://www.mnccr.org.br>>. Acesso em 27 Ago. 2011.

\_\_\_\_\_. Cataforte formará 2 mil em São Paulo. São Paulo, 2011. Disponível em <<http://www.mnccr.org.br>>. Acesso em 27 Ago. 2011(a).



\_\_\_\_\_. MNCR se reúne com Ministro Gilberto Carvalho. São Paulo, 2011. Disponível em <<http://www.mncr.org.br>>. Acesso em 27 Ago. 2011(b).

## 2. Três experiências com feira de trocas

*“Para início de conversa,  
uma boa troca é a troca de idéias,  
não acham?”*

*Formadora Incop Unesp- Núcleo Assis*

### 2.1. Introdução

Em razão da relação predominante com empreendimentos de catadores de materiais recicláveis, característica que marca o trabalho de assessoria e acompanhamento da equipe da Incubadora de Cooperativas Populares da Unesp – Núcleo Assis junto a grupos populares, o tema Finanças Solidárias esteve pouco presente nas pautas de trabalho cotidiano desta equipe.

O início do ciclo de estudos sobre Finanças Solidárias, Comércio Justo e Consumo Consciente, desenvolvido pelo projeto Articulação ITCPs, executado em parceria com as Incubadoras da FGV, UFSCar, UNICAMP e USP, proporcionou, em um primeiro momento, a aproximação da equipe aos temas citados anteriormente e, conseqüentemente, despertou um interesse maior por parte de alguns membros que acabaram se aprofundando nos estudos iniciados.

Partindo da troca de opiniões, dúvidas, planos e pensamentos desencadeados pelas leituras e estudos sobre essas temáticas, estes formadores passaram a idealizar e desejar algo que pudesse envolver as pessoas numa prática que realmente questionasse certos valores, como individualismo e consumismo. Para alguns membros da Incop Unesp – Núcleo Assis, o envolvimento com esta temática representou também, uma possibilidade a mais de estudar, refletir e atuar para além da assessoria e acompanhamento aos grupos populares com os quais nos relacionamos, ou seja, de agir para além destas ações que marcam, de maneira genérica, o processo de incubação desenvolvido conjuntamente com os grupos populares, articulando outros elementos e atores que estivessem igualmente interessados em participar da realização de espaços que permitissem às pessoas o estabelecimento de uma outra maneira de se relacionarem economicamente.

Foi a partir do aprofundamento que estes formadores tiveram com os textos a serem utilizados durante o ciclo de estudos realizado pelo projeto Articulação ITCPs, especialmente a cartilha “Como Criar uma Rede de Trocas em sua Comunidade” (Dídac Sanchez Costa, 2003), que surgiu a idéia de realizar, durante a Semana de Liberdade Criativa, uma Feira de Trocas no campus da Unesp em Assis.

## **2.2. Semana de Liberdade Criativa**

A Semana de Liberdade Criativa, que no ano de 2011 esteve em sua 5ª edição, é um evento resultante da iniciativa dos estudantes da FCL Unesp Assis, mas que conta também com a participação de funcionários e professores, e que tradicionalmente é realizada sempre no mês de outubro. Surgiu da identificação da necessidade de se criar, dentro da universidade, espaços para diferentes tipos de intervenção artística, política e cultural, como forma de questionamento e manifestação de oposição ao movimento de massificação da cultura e das artes, resultado do momento histórico em que vivemos, e que é marcado por uma inquietante carência de criatividade.

O objetivo principal, além de aproximar e envolver a Incubadora de Cooperativas Populares da Unesp – Núcleo Assis aos eventos realizados dentro do campus da universidade, era de oferecer aos participantes da Semana de Liberdade Criativa, uma distinta experiência prática no âmbito das relações de comercialização e consumo, que pudesse ser palpável, concreta, para que as pessoas pudessem vivê-la e senti-la, praticando dessa forma, uma outra economia, estendendo a outros lugares a discussão e a prática da Economia Solidária.

Estabelecidos o local e horário para a realização desta primeira experiência em Feiras de Trocas, a equipe passou a efetuar uma campanha de divulgação da atividade, para isso providenciaram panfletos que serviram tanto para convidar e orientar previamente os participantes sobre os princípios e objetivos da atividade. Além da ampla divulgação da Feira de Trocas, a partir da utilização de meios de comunicação virtual, como por exemplo: facebook e lista de e-mail dos alunos da Unesp do campus de Assis, o evento foi anunciado também no “mural” de recados da universidade (lado externo de uma das paredes da biblioteca que tradicionalmente, há muito tempo, vem sendo utilizado para a divulgação dos mais variados tipos de informação, desde de anúncios de compra, venda, oferta de carona, como também de manifestação artística, cultural e política.

## **2.3. As primeiras Feiras de Trocas no campus da FCL Assis.**

Nesta primeira experiência de Feira de Trocas durante a Semana de Liberdade Criativa, realizada no Largo do Carmelo (espaço a céu aberto, situado entre um dos bosques da universidade e o prédio onde funcionam os setores administrativo, gráfico e de segurança), participaram aproximadamente trinta pessoas. O local foi organizado pelos formadores da Incubadora que dispuseram cangas no chão e varais presos às

árvores, para que os participantes pudessem expor os seus produtos para a troca. Para facilitar a identificação dos artigos a serem trocados, os formadores providenciaram cartazes em que foi registrada a qualidade e quantidade dos produtos expostos, bem como a identificação (nome) das pessoas que estavam disponibilizando seus produtos aos participantes da feira.

Em virtude do grande interesse que esta primeira experiência de Feira de Trocas despertou nos participantes e das várias solicitações para repeti-la, os membros da Incubadora que ficaram responsáveis pela preparação e realização desta atividade, conjuntamente com os coordenadores da Semana de Liberdade Criativa, decidiram organizar mais uma experiência de feira, ainda durante a programação deste evento. Assim, quatro dias após a primeira, os formadores realizaram a segunda Feira de Trocas no mesmo local e com formato idêntico ao da feira anterior, contando com uma maior participação de alunos e funcionários do campus da universidade.

Nas duas Feiras de Trocas que aconteceram durante a V Semana de Liberdade Criativa, a proposta era de ofertar aos participantes a experiência de espaços de trocas sem circulação de dinheiro, por isso, inicialmente, muitos dos que por ali passaram não tinham clareza de como seriam concretizadas as trocas. Os formadores responsáveis avaliaram que alguns participantes queriam apenas se desfazer de objetos antigos, enquanto que outras pessoas estiveram apenas de passagem, com o intuito de conhecer a iniciativa sem praticar nenhuma troca. Em virtude disso, os membros da Incubadora identificaram após essas duas experiências, a necessidade de incluir na divulgação das feiras, informações que pudessem preparar, esclarecer e dar subsídio ao público interessado em participar tanto das trocas como das discussões e reflexões relacionadas ao objetivo da atividade realizada. A partir dessa identificação e das ponderações decorrentes desta, os membros da Incubadora decidiram organizar e realizar mais uma edição da Feira de Trocas.

#### **2.4. Noite de Trocas Solidárias no Galpão Cultural.**

A terceira experiência em Feira de Trocas preparada e concretizada pelos formadores da Incubadora ocorreu dia 23 de novembro de 2011, no Galpão Cultural, cidade de Assis, como uma atividade dentro da programação do Mês da Consciência Negra. Esse evento teve por objetivo principal promover discussões e reflexões sobre a condição e situação dos negros e de outros grupos tidos, equivocadamente, como minoria pela nossa sociedade, e como estes aspectos estão estreitamente relacionados com a lógica capitalista em que vivemos e que acaba contribuindo com a opressão e silenciamento destas pessoas.

O Galpão Cultural é um Ponto de Cultura do município de Assis, portanto, um dispositivo de cultura que congrega além das ONGs Zimbauê, Pirassis e Circus, pessoas e coletivos interessados em fomentar e divulgar diversas linguagens artísticas em atividades abertas à comunidade, como por exemplo, cursinho comunitário, prática de capoeira de angola, oficina de ritmos brasileiros, oficina de culinária, oficina de break dance. O Galpão Cultural, além de possuir uma biblioteca comunitária, disponibiliza suas dependências e equipamentos para os ensaios das bandas Shandala e Loko na Boa, essa última, formada por usuários dos serviços de Saúde Mental do município e por estagiários do curso de Psicologia da FCL Unesp Assis. Atualmente, o Galpão Cultural está no terceiro e último ano do projeto conveniado com o Ministério da Cultura e Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo, integrando a Rede de Pontos de Cultura.



Figura 1. Feira de Trocas no Galpão Cultural.

Como esta terceira experiência em Feiras de Trocas ocorreu em um evento voltado para discussões e reflexões acerca da organização social, os formadores da Incubadora, abalizados pelas duas experiências anteriores, decidiram criar outra dinâmica para a atividade da feira. Idealizaram uma atividade, denominada “Noite de

Trocas Solidárias”, onde pretendiam conciliar a realização da Feira de Trocas com um espaço formativo nomeado “Ágora: Práticas da Economia Solidária”, que teria o objetivo de facilitar a inserção de discussões sobre Economia Solidária enquanto alternativa para problematizar e praticar outras maneiras de organização econômica e social. Esperava-se também, promover discussões e debates sobre a articulação entre vários outros setores da sociedade (universidade, ONG’s, pastorais, associações e organização de moradores de bairro) e esses grupos oprimidos, abordando a participação direta de cada um deles no estabelecimento do modo de organização social vigente. E que, a partir destas discussões, fosse possível pensar possibilidades para a construção conjunta de outras formas de refletir e atuar.

Dessa terceira Feira de Trocas realizada pelos formadores da Incubadora, participaram cerca de trinta pessoas. Como dispunham do acúmulo das experiências anteriores, decidiram ampliar a forma de divulgação com: folder explicativo, cartazes que foram expostos em Unidades Básicas de Saúde de Assis, rodoviária e na UNESP. Foram utilizadas também estratégias de comunicação virtual por intermédio de mensagens no facebook e e-mails para alunos e professores da universidade, bem como da utilização dos meios tradicionais de comunicação, rádios e jornais locais.

O espaço foi organizado a exemplo do ocorrido nas duas experiências anteriores, os produtos foram expostos em mesas, etiquetados e identificados com o nome do respectivo “trocador”. Participaram desta edição, membros dos empreendimentos assessorados pela Incubadora além de integrantes da Comissão Pastoral da Terra da região de Assis. A interação entre os formadores da Incubadora e as ONGs e coletivos que habitam o espaço físico do Galpão Cultural, foi marcada pela realização de um ensaio aberto da Banda Loko na Boa, acertado para acontecer simultaneamente à realização da Feira de Trocas, e pelos participantes da oficina de culinária da Pirassis, que forneceram os alimentos para o lanche oferecido no intervalo entre a feira e o espaço formativo de discussão e de reflexão sobre Economia Solidária.





Figura 2. Feira de Trocas no Galpão Cultural.

### **2.5. Considerações Finais.**

De maneira geral, as feiras contaram com uma participação bem variada, desde amigos e conhecidos dos formadores, e que, em razão disso estavam mais apropriados sobre os motivos, objetivos e como seriam realizadas as feiras, como também de pessoas que ocasionalmente transitavam pelo local, se interessaram e acabaram participando trocando alguns produtos que dispunham ali no momento. Essa participação ocasional ficou mais evidente na edição realizada no Galpão Cultural, pois alguns moradores que foram ao local apenas com o intuito de assistir a apresentação da Banda Loko na Boa, se interessaram pela Feira de Trocas, foram até suas residências para buscar produtos e em seguida, voltaram para participar da feira.

Esta terceira edição da Feira de Trocas, realizada no Galpão Cultural, foi a que melhor atendeu as expectativas dos formadores, primeiro por ter contado com a participação de um público diferenciado das edições anteriores, ou seja, moradores da Vila Operária, trabalhadores, estudantes e crianças do bairro que habitualmente freqüentam este local, e principalmente devido à realização de um espaço formativo de discussão e de reflexão sobre Economia Solidária.

Para a efetivação deste espaço formativo, denominado “Ágora: Práticas da Economia Solidária” foram convidados, antecipadamente, alguns participantes que pudessem contribuir com falas mais específicas (membros de Empreendimentos de Economia Solidária, formadores da Incubadora, professores), em virtude de suas experiências e acúmulo, colaborando para que a roda de conversa sobre as práticas desta temática, pudesse contemplar as mais variadas experiências em Economia Solidária e métodos alternativos ao capitalismo. Como dispositivo para iniciar e aquecer essas discussões, os vídeos ‘História das coisas’ e ‘Feira Escambau’ (partes 1, 2 e 3), foram apresentados aos participantes do evento.

Cabe ressaltar que, em nenhuma das três feiras as trocas entre os participantes foram “facilitadas” pelo uso da moeda social, estas foram concretizadas no boca a boca, na negociação direta entre os participantes. Isso, primeiro, pela ausência de experiência em organizar e realizar Feiras de Trocas com utilização de moeda e, segundo, pelo fato da equipe de formadores entender ser mais interessante, uma vez que a metodologia de troca sem moeda deveria estimular a negociação direta entre os participantes das feiras e, conseqüentemente, uma maior interação entre eles, como evidenciado no relato de alguns participantes:

a) “Eu trouxe uma tesoura, aquela de jardim, e troquei ela por uma panela de barro, mas foi a maior confusão um monte de gente queria trocar a tesoura e eu fiquei pesquisando, pesquisando, no fim eu queria a panela, e a dona da panela não trocou a tesoura comigo, não trocou nada, uma outra pessoa pegou a panela e aí eu troquei com ela, aí deu certo, saiu todo mundo feliz.”

b) “A feira de troca foi bem divertida, troquei uma panela, que na verdade foi uma guerra, todo mundo tava querendo a panela, acabei trocando a panela por discos, e estou bem satisfeita.”

“Fiz várias trocas, a primeira troca que fiz foi trocar uma panela de barro por alguns discos que trouxe, posteriormente surgiu uma tesoura, e troquei essa panela por essa tesoura juntamente com uma refeição feita nessa panela”.



Por fim, por meio do relato dos participantes, pode-se constatar que estas experiências de Feira de Trocas, organizadas e realizadas pelos membros da Incop Unesp - Núcleo Assis, constituíram-se em potentes espaços de articulação e interação social entre os participantes, entretanto, quando avaliada, pelos próprios organizadores, sua capacidade de promoção de uma consciência crítica acerca de alguns valores capitalistas, como individualismo e consumismo, a sensação que prevalece é a da necessidade de (re)produção de iniciativas como esta com uma frequência maior, para que, dessa forma, os sujeitos participantes destas pequenas ações concretas tenham, cada vez mais, subsídios e condições para ampliar a reflexão sobre as relações de comercialização e consumo estabelecidas pelo sistema econômico capitalista, a qual também fazem parte cotidianamente.

## **2.6. Depoimentos.**

A seguir, algumas impressões e relatos dos formadores responsáveis por organizar e realizar as Feiras de Trocas:

“Talvez seja difícil contar assim, em palavras, as coisas boas dessas Feiras, porque o mais legal mesmo não foi o ‘adquirir coisas’, mas sim ter num entrosamento com as pessoas, numa dessas experiências difíceis de explicar como o conhecer gente nova, trocar dicas uteis, revisitar memórias e afetos quando se escolhe os objetos pra trocar e mais. Mas vamos tentar dizer aqui algumas coisas que conseguimos e merecem ser contadas”.

“Foi intrigante perceber como os objetos que já não são mais uteis ou interessantes pra nós, para outra pessoa têm uma serventia que a gente nem imaginava que ele teria. Foi emocionante ver a empolgação e o empenho das pessoas em fazer negociações: elas perambulavam de lá pra cá, carregando as mercadorias que desejavam, procurando os donos/trocadores para discutir, negociar uma troca daquilo que já, naquele momento passava a ter tanto valor pra elas.”

“Foi bom de ver a disposição das pessoas para negociar através de valores que elas estabeleciam ali, na hora, na conversa, sem nenhum tostão, moeda, cheque ou cartão; às vezes troca direta entre a pessoa que quer algo meu e oferece algo dela, ou numa trama entre a pessoa que quer algo meu, oferece algo de outro que quer algo dela, e por ai vai... em mais negociações confusas que quem topa viver uma outra alternativa acaba entendendo e ajudando a construir outra experiência.”

“E ainda foi muito bom ver as pessoas que participaram da primeira feira, na Semana de Liberdade Criativa, usando seus novos artigos, durante aquela semana mesmo. E claro, também foi bom nós estarmos usando os que arrumamos, por ai, perambulando e conhecendo gente!”

“Além de tudo isto, foi bem bom poder proporcionar os momentos nos quais as pessoas puderam viver na pele uma outra forma de “adquirir objetos”, que fosse claro, para além da própria ação de obter algo para si...uma experiência que vimos trazer reflexões a cerca do que consumimos, o que consumimos e realmente usamos, como trocar pensando na importância que o objeto pode ter para o outro, criar a possibilidade de outro espaço de relacionamento e construção coletiva de algo.”

“Ter mais Feiras com o ensaio da Banda Loko na Boa.” – membro da Banda Loko na Boa, avaliação anual do Ponto de Cultura - Galpão Cultural.

## **2.7. Links para os vídeos apresentados.**

‘História das coisas’ < <http://www.youtube.com/watch?v=lqmTfPzLI4E> >;

‘Feira Escambau’, Parte 1<<http://www.youtube.com/watch?v=EsrDFt2c3w4>>,

Parte 2 <<http://www.youtube.com/watch?v=PMjGym3XFXk&feature=related>>,

Parte 3 <<http://www.youtube.com/watch?v=4rQjy74zlo4&feature=related>>.

# CONSUMO, COMERCIALIZAÇÃO E FINANÇAS SOLIDÁRIAS: REFLEXÕES DA ITCP/UNICAMP

---

**Autores:** Patrícia Tavares da Silva<sup>8</sup>, Mariana Pereira de Castro<sup>9</sup>, Theo Martins Lubliner<sup>10</sup>.

## Resumo

Este artigo é uma sistematização de estudos e experiências relacionados aos temas de comercialização, consumo e finanças solidárias. Procura fazer um debate crítico e socializar algumas propostas encontradas pela ITCP/Unicamp e pelos grupos incubados por ela no processo de construção de alternativas ao modelo de práticas econômicas hegemônicas em nossa sociedade.

O artigo teve início com o projeto “Articulação de ITCPs”, que apresentou este como terceiro tema a ser trabalhado pelas quatro incubadoras do estado de São paulo que fazem parte do projeto. Busca contribuir com o acúmulo do tema para o desenvolvimento de novas práticas nas relações econômicas e sociais, com a preocupação de entender a realidade e propor a sua transformação no sentido da superação da exploração das(os) trabalhadoras(es).

## Introdução

O presente trabalho é fruto de um ciclo de estudos e debates realizado pelo Grupo de Estudo e Pesquisa em Economia Solidária de Planejamento Econômico (GEPES de PE), que faz parte da estrutura organizativa da Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCP/Unicamp). Tais estudos foram, por sua vez, motivados pelos debates ocorridos no projeto “Articulação ITCPs”, que visa a troca e sistematização de experiências entre quatro incubadoras do estado de São Paulo, e

---

<sup>8</sup> Economista pela Universidade Estadual de Campinas, monitora da ITCP/UNICAMP, [patricia@itcp.unicamp.br](mailto:patricia@itcp.unicamp.br)

<sup>9</sup> Economista pela Universidade Federal de Viçosa, monitora da ITCP/UNICAMP, [maripereira@itcp.unicamp.br](mailto:maripereira@itcp.unicamp.br)

<sup>10</sup> Graduando em Ciências Econômicas na UNICAMP, monitor da ITCP/UNICAMP, [theo@itcp.unicamp.br](mailto:theo@itcp.unicamp.br).

que entre os meses de agosto de 2011 e fevereiro de 2012 teve como tema de discussão consumo, comercialização e finanças solidárias. O objetivo de tais estudos e debates era conhecer teórica e metodologicamente experiências de atuação, bem como sistematizar experiências da ITCP/Unicamp nesse campo.

Ao iniciarmos os debates um incômodo tomou conta dos membros do GEPES de PE. Apesar das reflexões teóricas e práticas sobre o tema se preocuparem com a proposição e construção de um outro modelo de relações econômicas, percebemos que em grande medida as análises acabavam por reproduzir o pensamento econômico hegemônico.

Iniciamos então um debate sobre a não neutralidade do discurso econômico. Nossa intenção era demonstrar que por trás dessa suposta neutralidade existe uma intencionalidade política e ideológica, que molda as proposições econômicas. Mais do que um interesse de dominação de classe, tal intencionalidade apresenta também um interesse de dominação de gênero, produzindo análises e proposições androcêntricas.

O androcentrismo refere-se às construções de noções que tomam a experiência dos homens como universais, ou seja, que ocultam ou desconsideram as experiências das mulheres. Um exemplo presente na linguagem, mas que acaba se reproduzindo em distintas áreas do conhecimento, é o uso do termo “homem” para se referir ao conjunto dos seres humanos. Uma ciência que se produza naturalizando as experiências dos “homens” como se fossem universais, termina por reproduzir uma visão enviesada do fenômeno que pretende demonstrar e estudar, pois desconsidera que a humanidade é composta por homens e mulheres e que há diferenças e desigualdades entre esses sujeitos. Dessa forma, a produção de conhecimento torna invisível as experiências das mulheres na elaboração de noções, conceitos e teorias. (FARIA; MORENO; 2012)

Partimos portanto, do pressuposto de que as análises e proposições no campo da economia estão intrinsecamente ligadas ao posicionamento político e ideológico de seus proponentes, mesmo que em muitos momentos esse posicionamento não seja explícito. Dessa forma, quando nos propomos a pensar alternativas econômicas para e com a classe trabalhadora, em especial as mulheres trabalhadoras, não podemos reproduzir o mesmo discurso que segrega e discrimina estes sujeitos.

Dessa forma, procuramos por meio dos debates, estudos e da sistematização do presente artigo, contribuir com a reflexão e proposição de novas alternativas socioeconômicas para as mulheres (e homens) trabalhadoras(es). Para tanto, nos ancoramos na crítica à economia política de Marx e também nos pressupostos da economia feminista, por acreditarmos que a partir desse referencial teórico e metodológico podemos pensar alternativas realmente transformadoras da economia,

que tenham um posicionamento claro a favor da classe trabalhadora e que fujam ao androcentrismo.

Nesse sentido, no campo de debate e experiências sobre consumo, comercialização e finanças solidárias, acreditamos ser necessário trabalhar uma outra questão que está por trás disso tudo: a ideia de viabilidade econômica. É através do debate sobre o que significa viabilidade econômica na sociedade capitalista e o que isso significa no contexto da economia solidária que damos início ao nosso debate sobre os temas. Em seguida apresentamos algumas reflexões e experiências da ITCP/Unicamp acerca do consumo e comercialização solidárias. Na parte quatro o tema debatido e as experiências levantadas são relativas às finanças solidárias. Por fim, apresentaremos as considerações finais.

## O que é viabilidade econômica?

O debate sobre consumo, comercialização e finanças solidárias deve ser fruto de uma crítica ampla sobre o modo de produção capitalista. Porém, esse debate é muitas vezes reduzido pelo que vagamente chamamos de viabilidade econômica. Mas, afinal, o que isso quer dizer? O que se entende por viabilidade econômica?

Para uma empresa capitalista viabilidade econômica significa rentabilidade<sup>11</sup>, ou seja, o rendimento deve minimamente superar os investimentos e os custos de forma a não ter prejuízos (ou ter lucro).

E para um Empreendimento Econômico Solidário (EES), o que significa viabilidade econômica? Considerando que viabilidade econômica para um EES tem o mesmo significado do que para um Empreendimento Capitalista (EC), podemos afirmar que todos os EES são economicamente inviáveis, ainda que suas(seus) trabalhadoras(es) estejam capacitadas(os) para entender a linguagem econômica e para administrar um empreendimento<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> Atualmente costuma-se usar no lugar de “rentabilidade” ou “lucratividade”, o termo “sustentabilidade” como forma de dar um ar de responsabilidade sócio ambiental às empresas capitalistas e mascarar o único, verdadeiro e último objetivo dessas empresas: o lucro. Utilizamos aqui o termo “rentabilidade” como forma de expressar a sobrevivência de empresas em meio à concorrência capitalista. O que implica em ter lucro, ou no limite não ter prejuízo.

<sup>12</sup> Não se trata aqui de desqualificar a capacitação contábil e administrativa das(os) trabalhadoras(es) dos EES em relação a cálculo de custos e de preços, criação de reservas para manutenção e depreciação, saber o ponto de equilíbrio etc., mas sim de enfatizar a insuficiência de tal capacitação em relação a viabilidade de fato dos EES e demonstrar que sua inviabilidade é estrutural e não a falta de capacitação empreendedora das(os) trabalhadoras(es).

Sabemos da necessidade dos EESs de viverem em meio ao mercado capitalista onde têm que competir com os ECs. Essa competição impossibilita a sobrevivência dos EES por motivos de ordem econômica, política e ideológica, seja pelo acesso ao crédito, pela escala de produção, por boicote, pela disputa por mercado, pelo monopólio, pelo custo dos atravessadores, pelas necessidades de certificação, regulamentação. É justamente por essa impossibilidade de competição que os EESs atuam nos setores em que os ECs não identificam viabilidade econômica ou ainda não a identificaram. Em geral os EES atuam em setores de reprodução<sup>13</sup> (como limpeza, triagem, artesanato) ou de produção marginal (como no caso das pequenas propriedades de agricultura familiar). Tais setores são os que “sobram” aos EESs em uma economia capitalista, não por uma escolha, mas por falta de opções<sup>14</sup>.

Em muitos EESs acredita-se que o problema das baixas remunerações é consequência da baixa produtividade. Uma das “soluções” dadas as(aos) trabalhadoras(es) é o aumento da intensidade de trabalho. Uma vez que as(os) trabalhadoras(es) se vêem obrigadas(os) a alcançar as novas metas de produção traçadas, ainda que tenham sido elas(es) próprias(os) que as criaram, caracteriza-se erroneamente o que se costuma chamar de auto-exploração, quando na verdade o que ocorre é superexploração<sup>15</sup>. Não cabe aqui debruçarmos sobre o conceito de

---

<sup>13</sup> Segundo os pressupostos da economia feminista, com a consolidação da economia neoclássica “se consolida a separação entre uma esfera pública e outra privada, como a primeira da produção e a segunda da reprodução. Junto com isso há o discurso que as mulheres são destinadas à esfera privada como parte de um destino biológico vinculado à maternidade e logicamente reforçando o desconhecimento da produção doméstica e do papel econômico do trabalho das mulheres na família.” (FARIA, 2009). Dessa forma, o trabalho de reprodução da vida fica sob a responsabilidade das mulheres e passa a ser desvalorizado e invisibilizado. Acreditamos que na Economia Solidária isso se reproduz e os seguimentos onde se concentram as mulheres são ligados à atividades de reprodução.

<sup>14</sup> Aos ECs cabem, por sua vez, os setores produtivos e de serviços que garantem alta taxa de lucro.

<sup>15</sup> Segundo Marini (2005), a superexploração pode ser definida como um mecanismo particular desenvolvido pelos capitalistas da América Latina para reverter sua perda de lucro na relação de dependência com o mundo. Pode ser percebida através da intensificação do trabalho, prolongação da jornada de trabalho e expropriação de parte do trabalho necessário ao trabalhador para repor sua força de trabalho. Desta forma, configura um modo de produção fundado exclusivamente na maior exploração do trabalhador, ao invés do desenvolvimento de sua capacidade produtiva.. Para entender mais sobre os mecanismos da superexploração do trabalho, ler artigo publicado pelo GEPES de PE. Rampone, Bruno M.; Taufic, Rodrigo O.; Lubliner, Theo M.; Castro, Mariana P.; Silva, Leonardo O. “Caracterização da Economia Solidária a partir dos conceitos de marginalidade e superexploração”. In: Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da UNICAMP. (Org.). *Coletiva: reflexões sobre incubação e autogestão*. 1ª ed. Campinas: Instituto de Economia, 2011, v. 1, p. 91-110.

superexploração e nem o processo de transferência de mais-valia entre setores da economia<sup>16</sup>, mas sim, identificar a marginalidade em que se encontram os EESs, denunciada pelas baixíssimas remunerações das(os) trabalhadoras(es), ainda que não haja um patrão que explore mais-valia diretamente do trabalho.

Ao lado da grande corporação ou mesmo da empresa moderna, de menor ou maior porte, atua ainda, particularmente nos países subdesenvolvidos, um enorme conjunto de atividades, muitas vezes de natureza familiar, que não se utilizam do crédito nem movimentam recursos vultuosos. Em vários casos, empregam como matéria-prima produtos usados e não cumprem ou não tem nenhuma formalidade, quer administrativa, quer vinculada ao mercado (atividades informais). [Milton] Santos as denomina circuito inferior da economia, em oposição às formas, pertencentes ao superior, ou seja, o circuito moderno. Essas atividades do circuito inferior não são independentes das outras, mas um meio através do qual o processo de acumulação capitalista pode incluir um setor que não é atrativo para a grande empresa. Além do mais, garante determinado nível de subsistência para uma população aparentemente marginalizada que não teria emprego fixo nas atividades modernas. (CORREA, 2000, p.65)

Quando o autor fala de atividades não atrativas, refere-se justamente aos EESs. Os EESs pertencem ao que Milton Santos chamou de circuito inferior da economia, e que são de fundamental importância para as atividades reprodutivas, sem as quais não seria possível o processo de acumulação capitalista pela atividade que executam em si (de reprodução), além de manter a população que não tem emprego fixo como consumidores e como exército industrial de reserva, tornando as(os) trabalhadoras(es) dos EESs não só exploradas(os) como super-exploradas(os)<sup>17</sup>.

É nesse contexto de inviabilidade econômica (ou de viabilidade com superexploração) que se impõem um grande desafio aos EESs e à Economia Solidária. Como viabilizar os EES sem superexploração do trabalho, ou minimamente com remuneração e condições de trabalho dignas? Segundo Kraychete, “a sustentabilidade dos empreendimentos de economia solidária depende de aportes econômicos e sociais que não são reproduzíveis atualmente no seu interior e que limitam o seu desenvolvimento” (2007, p.15). Fica claro que a viabilidade dos EES não será garantida somente com mudanças internas (organização, administração, produtividade) mas é necessário articular outras esferas da economia e da sociedade.

---

<sup>16</sup> Para um estudo aprofundado, ler o capítulo XVII, “A circulação de mais-valia”, Livro Segundo de O Capital, Karl Marx.

<sup>17</sup> Segundo o Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária 76,1% dos sócios dos empreendimentos têm remuneração de até meio salário mínimo. Disponível em: <http://www.mte.gov.br/ecosolidaria/sies.asp>.

Não sabemos se a viabilidade sem exploração dos EES é possível em meio à economia capitalista, mas sabemos que ela não existirá sem que tentemos novas iniciativas de comercialização e de financiamento. Assim, o acúmulo em debates e experiências da ITCP/Unicamp e dos EESs com que trabalhamos na esfera produtiva nos fez perceber que é necessário articular as questões produtivas às questões da circulação e das finanças, assim como historicamente se desenvolvem os processos de trocas e a economia capitalista. Foi diante da compreensão desse contexto e desse desafio que a ITCP/Unicamp passou a estudar experiências e a propor novas alternativas no campo do consumo, da comercialização e das finanças solidárias.

## **Consumo e Comercialização Solidários**

*A produção produz não só um objeto para o sujeito, mas também um sujeito para o objeto.*

(Karl Marx)

Dada a situação de superexploração, uma das alternativas para os EESs é olhar atentamente para as possibilidades de circulação. Dentro dessa esfera o mercado capitalista alienou o processo de realização das mercadorias, ou seja, separou o ato de comprar do ato de vender. O produtor já não é mais o vendedor. Já não se sabe mais o que se compra, nem de quem se compra. Já não se sabe a quem se vende. Veem-se somente mercadorias, tanto no ato de produzir, como no ato de vender e de comprar. Portanto, um dos desafios para se pensar novas formas de circulação de produtos e serviços é entender e superar a polarização entre o consumo e a venda.

Para a Economia Solidária, enquanto um processo formativo permanente, os debates sobre consumo e comércio devem estar intimamente ligados. Quando falamos do consumo não podemos nos referir ao consumo responsável, em que a ótica é a do consumidor, mas sim ao consumo consciente, em que a ótica é a do produtor. Enquanto o consumo responsável busca alternativas para o consumidor, o consumo consciente busca soluções para a(o) trabalhadora(or).

A literatura sobre o assunto geralmente utiliza esses conceitos (assim como consumo ético e sustentável) como sinônimos. Um exemplo disso é o trabalho de Gomes (2006) onde, segundo a autora “o consumo consciente e responsável é a principal manifestação de responsabilidade social do cidadão” (GOMES, 2006, p. 26).



Porém, ainda que essa diferença entre o entendimento sobre o consumo pareça não existir, ou ainda que pareça muito sutil, deve-se atentar para o sentido das palavras. Uma coisa é optar por consumir produtos de empresas que se dizem “ecologicamente corretas” ou “respeitosas aos direitos humanos”, mas que consideram as relações de troca um negócio. Outra é se tornar consciente do que envolve a produção daquele produto e o que essas empresas pretendem com o discurso da “responsabilidade sócio-ambiental”.

A pretendida e desejada mudança nos hábitos de consumo inicia-se por adesão individual e de forma voluntária, mas não pode ser apenas um comportamento solitário. Tal como colocamos e pretendemos sugerir, e já temos visto sinais de que isto vem acontecendo, deve constituir-se num pacto coletivo. Um pacto entre os consumidores, entre consumidores e produtores, entre governos e cidadãos, enfim, por toda a comunidade planetária, que irá se construir na teia das relações sociais, onde a educação desempenha papel estratégico e fundamental, promovendo as mudanças culturais necessárias ao pretendido e proposto. (MARTIRANI, 2006, p.5)

Preferir o consumo de produtos oriundos de assentamentos da reforma agrária, ainda que não possuam selos ou qualidade orgânica, a produtos de empresas milionárias de orgânicos é um exemplo emblemático da compreensão sobre a monopolização da produção agrícola, o processo de luta pela sobrevivência de trabalhadoras(es) rurais e o que envolve a indústria da terra e dos produtos orgânicos.

Ao longo do trabalho da ITCP/Unicamp com trabalhadoras rurais, algumas tentativas foram realizadas com coletivos de consumo, feiras fixas e temporárias, utilização de políticas públicas de compra direta de alimentos agrícolas por órgãos públicos, etc. Nem todas essas experiências foram bem sucedidas, no entanto, todas reforçaram a necessidade de articulação política. Não por acaso, a pesquisa realizada pela SENAES informa que “60% dos empreendimentos [*econômicos solidários*] têm alguma relação ou participam de movimentos populares, destacando-se os movimentos comunitários, sindical, de luta pela terra e de agricultores familiares”<sup>18</sup>.

Dentre essas tentativas podemos destacar duas experiências que nasceram da compra de cestas de produtos orgânicos e da venda avulsa de produtos processados. Tentamos então iniciar uma espécie de compra individual, através de encomendas de produtos orgânicos montados em cestas pelas agricultoras. Porém, essa experiência, além de exigir um trabalho logístico e organizativo muito complexo e instável, carregava consigo a mesmas relações mercadológica entre consumidores e produtores, a ponto dos consumidores, sem conhecer a realidade dos assentamentos

---

<sup>18</sup> Informação encontrada em: <http://www.mte.gov.br/ecosolidaria/sies.asp>.

fornecedores dos alimentos, fazerem reclamações as quais não estavam ao alcance das agricultoras e deixassem de comprar as cestas. Já a experiência de venda de produtos processados nos mostrou o aumento da dependência das agricultoras em comprar cada vez mais produtos externos ao assentamento e a conseqüente mudança do foco em relação à produção agrícola, além da instabilidade das vendas. Por algum tempo, essas experiências existiram, ainda que precariamente, e deixaram alguns aprendizados.

Forçados ainda a buscar alternativas, dada a persistente falta de transporte, de acesso a crédito e de qualquer apoio governamental, e inspirados na experiência do coletivo de consumo Comertivamente de São Paulo, iniciamos em agosto de 2011 um novo processo de compra coletiva dos produtos agrícolas dos grupos de mulheres com os quais trabalhamos, chamado “Sacolão”.

Levando em consideração toda a problemática da primeira experiência com as cestas em relação à organização, à logística e à lógica de mercado entre consumidores e produtores, chegamos a conclusão de que para iniciar essa nova experiência seria necessário pensar em toda a nova logística de funcionamento dessa compra, desde o pagamento até a entrega dos alimentos (de forma a diminuir e otimizar o trabalho de gestão), além de fazer uma sequência de estudos e debates sobre consumo com as(os) formadoras(es) da incubadora. Iniciamos assim algumas conversas e realizamos um estudo que consistiu em diferenciarmos o que consideramos consumo consciente, consumo responsável e consumo alienado. Levamos produtos agrícolas de diferentes produtores, como óleo de soja transgênica, café orgânico de grandes empresas e produtos da reforma agrária. Elencamos as características comuns e diferentes entre aqueles produtos e os diferenciamos dentro das categorias estabelecidas – como consumo consciente, para os produtos da reforma agrária; responsável, para o café orgânico; alienado, para o óleo de soja.

Quando consideramos o consumo de óleo de soja transgênica um consumo alienado, não empreendemos um julgamento das pessoas que os consomem, chamando-as de consumidoras(es) desinformadas(os) ou considerando seu consumo irresponsável, mas consideramos que esse tipo de consumo ocorre principalmente pelo fato de não haver opção de se consumir produtos semelhantes, principalmente pela acessibilidade e pelo preço. Ou seja, a alienação não advém somente da falta de interesse da(o) consumidora(or) em conhecer os produtos que consome, mas, principalmente, da impossibilidade de escolher.

Caracterizamos o consumo responsável como o consumo daqueles produtos que, apesar de orgânicos, “sustentáveis”, ou social e ambientalmente corretos, são de

grandes empresas privadas e envolvem exploração de trabalhadoras(es) ou de pequenos produtores, como no caso da agricultura.

Por fim, caracterizamos o consumo consciente como um consumo ativo e de caráter político, em que há a preocupação em valorizar o trabalho e, conseqüentemente, as(os) trabalhadoras(es), e em apoiar movimentos sociais e organizações populares.

A partir desse estudo formativo sobre consumo, o coletivo de formadoras(es) da ITCP/Unicamp concordou em participar da compra coletiva sem se preocupar com a quantidade e a variedade dos produtos, compreendendo que havia muita dificuldade para as agricultoras e que optar pelo consumo consciente e pelo apoio político ao grupo significaria receber aqueles produtos que elas conseguissem enviar. Assim, acordou-se que cada formadora(or) contribuiria mensalmente com R\$20,00, ou seja, R\$10,00 para cada grupo incubado<sup>19</sup>.

Em seguida, começamos a pensar em qual seria a logística de funcionamento do "Sacolão". Para torná-lo viável, iniciamos o transporte dos alimentos aproveitando as viagens de incubação<sup>20</sup> que ocorrem às terças-feiras. Assim, não seria necessário, inicialmente, adicionar os custos de transporte ao preço dos alimentos.

Junto às mulheres dos grupos, fizemos oficinas de formação de preço em que, pautadas(os) pelo preço de mercado, pelo preço base e pelo valor do trabalho, estabelecemos preços para os produtos que elas poderiam fornecer. Recolhemos o dinheiro das(os) formadoras(os) na assembléia geral da incubadora, levamos o dinheiro no dia da incubação, repartindo-o igualmente entre elas (para que não haja diferenciação nos ganhos) e passamos nos lotes recolhendo os produtos disponíveis equivalentes à quantia levada, usando de base a tabela de preços estabelecidos por elas. Após a reunião de incubação e a coleta dos produtos, retornamos à incubadora e expusemos os produtos para que cada formadora(or) montasse sua cesta equivalente aos R\$10,00 pagos por Sacolão. Caso a formadora(or) não busque a sua quota em produtos dentro do tempo estabelecido, estes são encaminhados para doação.

Em pouco tempo de funcionamento, avaliando o início da prática e corrigindo alguns erros de organização e logística, os produtos que antes eram pouco variados passaram a diversificados e a melhorar em qualidade. No caso do Acampamento Elizabete Teixeira a quantidade de hortas, que eram poucas, começou a crescer

---

<sup>19</sup> Referimo-nos à Associação de Mulheres Agroecológicas do Assentamento 12 de Outubro em Mogi Mirim, e ao Grupo de Mulheres do Acampamento Elizabete Teixeira em Limeira.

<sup>20</sup> Cabe destacar que o transporte dos alimentos só se tornou viável após a compra de uma perua Kombi realizada pelo coletivo da ITCP/Unicamp através do dinheiro do seu Fundo Social Rotativo, poucos meses antes do Sacolão ser iniciado.

(ainda que o acesso à água seja uma grande dificuldade no acampamento). Os grupos que estavam desarticulados fizeram com que antigas participantes voltassem e até dobrasse o número de mulheres. Além do aumento do grupo, do acréscimo à renda e do novo incentivo à produção, os debates e as demandas por formações da incubadora também aumentaram.

Sem dúvida, o fato do Acampamento Elizabete Teixeira pertencer ao Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra e estar ligado a movimentos sociais e sindicais da região possibilitou uma maior articulação com parceiros de forma a se pensar em potenciais núcleos de consumo. Tanto que em poucas semanas de funcionamento do “Sacolão”, criou-se um novo núcleo de consumo no grupo de educação popular Universidade Popular da Unicamp, que realiza trabalhos educativos com as crianças, com alfabetização de jovens e adultos e com a produção no acampamento.

Atualmente estamos organizando a criação de novos núcleos de consumo na Fábrica Ocupada Flaskô e no Sindicato dos Trabalhadores da Unicamp além de estar em contato com outros sindicatos da região. Assim, a construção dessa nova forma de comercialização se torna cada vez mais autônoma em relação à ITCP/Unicamp e ganha um caráter permanente, além de simbolizar um processo de articulação política entre essas importantes organizações da região de Campinas.

## **Finanças Solidárias**

Há um senso comum recente que têm insistido em defender uma independência entre os setores financeiro e produtivo. A maior parte dessas análises foram publicadas após a crise iniciada com a bolha imobiliária estadunidense em 2008, a fim de culpar a ganância dos especuladores como causadora da crise. Contudo, acreditamos que os fatos nos relevam uma interdependência desses setores. Nesse sentido, Saad Filho contribui:

[...] o desenvolvimento do sistema de crédito reduz a necessidade de cada capitalista entesourar, porque as reservas da classe capitalista como um todo estão disponíveis através dos empréstimos bancários. Esses empréstimos bancários facilitam a realização de investimentos de longo prazo ou em grande escala [o que historicamente se transformou em necessidade para a acumulação]; entretanto, eles também facilitam a atividade especulativa e, mais geralmente, aumentam a probabilidade de distúrbios localizados se difundam através da economia, gerando crises econômicas. [...] Essa instabilidade deriva da ausência de uma relação direta [temporária] entre oferta desse tipo de moeda e o processo de acumulação de capital. (SAAD FILHO, 2011, p.155-156)

Entendemos, dessa forma, que não existe uma dissociação entre as três esferas que compreendem as relações econômicas (produtiva, de circulação e financeira), sejam estas capitalistas ou solidárias. Acreditamos também que é necessário desmitificar o maniqueísmo existente, que insiste na ideia de um setor produtivo “bom” e um setor financeiro “mau”. Para nós o problema não é ser mau e bom, mas sim quem controla e toma as decisões a respeito do funcionamento desses setores.

Dessa forma, assim como as(os) trabalhadoras(res) devem se apropriar do processo produtivo, conforme proposto pela Economia Solidária, acreditamos que a classe trabalhadora deve também tomar para si o setor financeiro. A necessidade de crédito para a produção e a necessidade da circulação fazem com que tanto o estudo como a prática de integração dessas esferas sejam essenciais no entendimento de como funciona o processo de atuação na vida econômica, bem como na elaboração de propostas que venham ao encontro das necessidades dos grupos de trabalhadoras(es).

Nesse sentido, a Economia Solidária tem, recentemente, se proposto a refletir sobre questões ligadas a crédito, financiamento, circulantes, formulando alternativas que tem sido chamadas de finanças solidárias. Por se tratar de um tema novo, ainda existem poucas sistematizações e reflexões sobre as experiências práticas, bem como pouco acúmulo teórico e metodológico sobre o assunto. Dessa forma, muitas vezes esses estudos e análise acabam por reproduzir conceitos e interpretações conservadoras.

Como sabemos, as análises econômicas e as propostas advindas delas não são neutras<sup>21</sup>. Por isso nossos estudos e propostas procuram ter um posicionamento político claro e, para tanto, nos utilizamos do arcabouço da crítica da economia política marxista<sup>22</sup> em que o trabalho é central na análise econômica, sendo a única fonte de

---

<sup>21</sup> “A teoria do valor é uma teoria de classe e, mais especificamente, uma teoria da *exploração*. O conceito de valor é útil, entre outras razões, porque ele expressa as relações de exploração no capitalismo e permite explicá-las apesar da predominância de trocas voluntárias no mercado” (SAAD FILHO, 2011, p.15).

<sup>22</sup> “Ações de massa são necessárias para resolver importantes problemas de nossa época, entre eles a degradação ambiental, o desemprego estrutural, a pobreza em meio à abundância nos países “desenvolvidos” ou “em desenvolvimento”, a disseminação de doenças curáveis ou controláveis, o analfabetismo, a opressão cultural, ética e econômica, e outros problemas. Ao tratar desses problemas e de suas possíveis soluções, Karl Marx oferece uma análise livre de preconceitos correntes, e que pode inspirar soluções criativas” (SAAD FILHO, 2011, p.176).

geração de valor<sup>23</sup>. Nesse sentido, acreditamos que as Finanças Solidárias contribuem para a crítica do sistema financeiro e, portanto, do sistema capitalista, e propõe novos instrumentos para pensar a superação desse sistema. Porém, entendemos que o debate acerca das Finanças Solidárias ainda não tem exercido tal papel. A produção e a circulação para a viabilidade econômica dos EESs dependem das finanças e para eles a falta de acesso ao crédito pode inviabilizar sua existência, e isso tem se demonstrado no cotidiano de incubação.

No trabalho de incubação a ITCP/Unicamp tem se deparado com muitas demandas dos grupos relacionadas a crédito e financiamento. Nas três cadeias produtivas nas quais atuamos (resíduos sólidos, agricultura familiar e construção civil), fica claro que o sistema financeiro tradicional não é capaz de suprir as demandas dos coletivos de trabalhadoras(es), principalmente devido ao fato de que eles não participam ou tem influência no processo de decisão sobre a concessão do crédito.

Na cadeia da agricultura familiar uma das demandas era a compra de uma perua Kombi pela Associação de Mulheres Agroecológicas (AMA). Dada as altas taxas de juros dos bancos comerciais e a exclusão das mulheres de acesso ao setor formal por endividamento e inadimplência, muitas vezes de seus companheiros e não delas<sup>24</sup>, o grupo buscou o Banco do Povo do Estado de São Paulo, que apresenta linha de microcrédito. Porém, a burocracia impossibilitou o acesso à linha disponibilizada<sup>25</sup>. Como resultado, a compra da perua não ocorreu até o presente momento.

A experiência da Cooperativa de Construção Civil União e suas demandas de crédito apresentam encaminhamentos bastante diferentes. Por se tratar de um setor em crescimento intenso, é contratada pelo setor privado, e por estar ligado a movimentos populares ou sociais, acessam financiamento público para moradias populares, sendo os principais problemas encontrados o descasamento de prazos e a

---

<sup>23</sup> “O procedimento de Marx é importante porque ele contribui para a reconstrução da economia capitalista, e substancia o argumento de que apenas o trabalho vivo, e não o trabalho morto representado pelos meios de produção [nem a emissão de moeda], cria valor e mais-valia” (SAAD FILHO, 2011, p.145).

<sup>24</sup> Muitas vezes os recursos liberados pelo Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), são feitos sem planejamento, fazendo com que as(os) agricultoras(es) não consigam saldar suas dívidas. É muito comum as mulheres serem impossibilitadas de acessar os créditos pelo fato de seus companheiros estarem inadimplentes. Isso ocorre até mesmo com o Pronaf Mulher (recurso destinado às mulheres agricultoras).

<sup>25</sup> Após uma série de visitas ao Banco do Povo, uma série de exigências e promessas do banco de que o crédito sairia, visitas ao assentamento, e toda documentação regularizada, o crédito não foi aprovado.

dificuldade de gestão dos recursos. Tais dificuldades se dão principalmente no momento em que os recursos de origem de financiamento público seguem um cronograma de liberação em tempo maior do que o necessário para efetuar compras de materiais que não são vendidos a prazo, isto é, aqueles materiais que só podem ser comprados à vista na escala em que são utilizados na obra. Essa situação gera um desencontro de prazos e abre-se uma lacuna entre o momento em que o material deve ser utilizado e o momento em que ele é efetivamente comprado.

Percebe-se, então, que o caso da Cooperativa União não apresenta dois dos principais problemas da maioria dos EESs: a dificuldade com a linguagem matemática e a falta de recursos. O primeiro porque a atividade desenvolvida pelas(os) trabalhadoras(es) em um canteiro de obras exige grande capacidade de abstração do projeto que está sendo desenvolvido, ou seja, é um trabalho que permite ao trabalhador uma compreensão sobre o produto do seu trabalho<sup>26</sup>. O segundo porque é possível, em um ambiente protegido pelos movimentos sociais e populares, o acesso a recursos de fundos públicos, com dificuldades, mas com certa perenidade. O que, ainda assim, permite identificar que o sistema de crédito convencional não supre as necessidades também dessa cadeia produtiva quando se trata de um EES, podendo ser até mais perverso nele.

Por sua vez, a cadeia de Resíduos Sólidos encontra outras dificuldades. Como a questão do tratamento e destinação de resíduos sólidos é também responsabilidade direta do poder público, as cooperativas e associações de catadores muitas vezes ficam à mercê da existência de uma política pública que trate decentemente da situação. Caso contrário, o trabalho de catação, triagem e venda de materiais recicláveis se torna extremamente insalubre. Atualmente, não existe uma política pública de financiamento para compra de maquinário ou investimentos em infraestrutura, apenas escassos editais públicos que não conseguem atender a necessidade de crédito dos EESs dessa cadeia produtiva, ou políticas focais de governos progressistas, ou seja, instáveis e na maioria das vezes de curto prazo. Sem o apoio do poder público e sem financiamentos perenes e substanciais, as catadoras e os catadores não conseguem avançar na cadeia produtiva, permanecendo como o elo mais fraco, completamente suscetíveis às oscilações de mercado.

Assim, percebemos que, apesar das necessidades de crédito e financiamento dos EESs se manifestarem de formas diferentes, o sistema financeiro atual não

---

<sup>26</sup> Para melhor entender a questão do trabalhador na construção civil no Brasil como detentor do conhecimento do processo produtivo no canteiro de obras, ler Sergio Ferro, "O Canteiro e o Desenho", no livro *Arquitetura e Trabalho Livre*.

consegue dar respostas satisfatórias a tais demandas. Sem a apropriação por parte das(os) trabalhadoras(es) do sistema financeiro, sua forma de funcionamento, gestão e as escolhas políticas aí embutidas, acreditamos que essas respostas não serão dadas. Nesse sentido, desde que se iniciaram as discussões sobre Finanças Solidárias, algumas possibilidades de implementar e experimentar práticas relacionadas ao tema começaram a surgir, dentre elas: a criação de uma moeda social para ser utilizada na feira da Unicamp (feira que acontece semanalmente com barracas de comercialização não ligadas à Economia Solidária); a criação de bancos comunitários, sendo um na Vila Operária (comunidade formada no entorno da Flaskô<sup>27</sup>) e outro na Comuna Urbana Dom Helder Câmara (experiência urbana do MST, onde é incubada pela ITCP/Unicamp a Cooperativa de Construção Civil União); um Fundo Social Rotativo para os movimentos sociais realizarem atividades (como exemplo, foi financiada a vinda da escola de samba do MST Unidos da Lona Preta para atividade em Campinas); a proposta de um Fundo Rotativo de Produção gerido por trabalhadoras dos EESs incubados.

O Fundo Rotativo de Produção gerido por Mulheres (FRPM) é hoje nossa proposta mais concreta de atuação no campo das Finanças Solidárias em conjunto com as trabalhadoras dos EESs. A proposta de implementação do fundo e de doação da primeira quantia de dinheiro para fazê-lo foi aprovada recentemente pelo nosso coletivo.

## **Fundo Rotativo de Produção gerido por Mulheres (FRPM)**

### **Apresentação da proposta**

A ideia do FRPM surge a partir do contato com outras experiências (em especial a Casa da Mulher do Nordeste, uma iniciativa bastante desburocratizada e bem avaliada por suas integrantes) e de reflexões teórico-metodológicas no interior do Grupo de Estudo e Pesquisa em Economia Solidária de Planejamento Econômico (GEPES de PE).

A ideia é simples: formar uma espécie de "conselho", com uma (ou mais) representante de cada grupo que incubamos, que deve se reunir com uma frequência definida por elas de acordo com suas necessidades. Esse Conselho, então, define a prioridade dos empréstimos e faz a sua gestão. A ITCP entregaria parte de seu Fundo Social Rotativo (FSR) para consolidar a formação do FRPM. Os recursos do FRPM devem servir como investimento para atender às necessidades relativas à produção

---

<sup>27</sup> Fábrica ocupada pelos trabalhadores localizada em Sumaré – Região Metropolitana de Campinas.



dos EES's, gerando excedente e garantindo que esses recursos retornem ao fundo, sem se tornarem mais uma forma de endividamento dos grupos<sup>28</sup>.

No Grupo de Estudo e Pesquisa em Economia Solidária de Relações de Gênero (GEPES de Gênero) estudamos que em praticamente todas as experiências de microcrédito as mulheres são o público-alvo. Segundo pesquisas, elas utilizam esse recurso de maneira mais responsável, pensando nas necessidades básicas da família<sup>29</sup>. Esse tipo de justificativa envolve um risco: responsabilizar ainda mais as mulheres pelas suas funções tradicionais. As “habilidades femininas” são utilizadas assim de forma utilitária para remediar a pobreza, mas não para questionar sua estrutura. No entanto, diferentemente da proposta que estamos apresentando, nessas experiências as mulheres não participam da gestão do fundo. Por isso, é essencial que sejam mulheres as gestoras do fundo uma vez que elas são maioria nos grupos que incubamos e normalmente excluídas de atividades financeiras. Acreditamos que a autogestão do fundo pelas mulheres tem potencial para dar um outro caráter a essa experiência e a possibilidade de desvelar as desigualdades de gênero da estrutura financeira.

### Breve relato da experiência iniciada

Diante desse acúmulo teórico e após termos conhecido outras experiências de fundos rotativos, iniciamos um debate em nosso coletivo de formadoras(es) no sentido de pensarmos praticamente como poderíamos viabilizar essa experiência.

Em janeiro de 2012 decidimos que faríamos uma doação de R\$ 6.000,00 para iniciar o FRPM. Decidimos também que viabilizaríamos a logística de transporte dos grupos para as primeiras reuniões do fundo, até que o grupo adquirisse uma dinâmica própria. Após discutirmos nas equipes de incubação e também com os próprios grupos

---

<sup>28</sup> O crédito concedido pelo FRPM não deve ser utilizado para consumo, seja este individual ou coletivo, pois acreditamos que o crédito para consumo direto muitas vezes aumenta o endividamento dos grupos. Por outro lado, o crédito utilizado na produção pode aumentar a capacidade produtiva do grupo, aumentando a renda das trabalhadoras, o que possibilita que o empréstimo volte ao fundo e possa ser utilizado novamente por outros grupos. Ao aumentar a capacidade produtiva e a possibilidade de comercialização dos produtos, acreditamos que as necessidades de consumo podem ser atendidas sem gerar endividamento.

<sup>29</sup> Um exemplo claro dessa responsabilização das mulheres é o modelo proposto pelo economista Muhammad Yunus, conhecido como o banqueiro dos pobres. Yunus criou o Grameen Bank, em Bangladesh, que concede microcrédito para famílias pobres do país, o que ele próprio chamou de “a revolução do microcrédito que ajudou os pobres”. A procura por crédito no banco é 97% feminina e uma das justificativas dadas pelo economista são as habilidades femininas para gestão dos recursos. Para conhecer melhor a experiência ler: YUNUS, M. **O banqueiro dos pobres**. São Paulo: Ática, 2000.

incubados, decidimos também que somente quatro dos cinco grupos incubados participariam dessa primeira formação do fundo. Seriam, portanto, os grupos ligados às cadeias de resíduos sólidos e agricultura familiar, visto que a cadeia de construção civil tem outra dinâmica de gestão de recursos.

A primeira reunião foi realizada no dia 21 de janeiro, na sede da ITCP/Unicamp. Os quatro grupos incubados foram convidados e as equipes de incubação ficaram responsáveis por garantir o transporte de todas até o local da reunião. A reunião aconteceu com três dos quatro grupos e as(os) formadoras(es) da ITCP. Por fim, foi feita a doação e ressaltada a necessidade do Conselho que compõe o fundo se tornar autônomo na gestão dos recursos.

Como saldo dessa primeira reunião algumas decisões foram tomadas: será formado um conselho gestor do FRPM composto por uma representante de cada grupo e uma suplente; as reuniões desse conselho gestor serão mensais e terão sedes rodiziadas entre os grupos; para acessar o crédito, cada grupo deve apresentar uma proposta que responda quatro perguntas (para quê?; quanto?; como vai pagar?; quando vai pagar?). A partir das respostas, o Conselho gestor avalia a proposta, decidindo pela concessão ou não do crédito, e o repasse do recurso para o grupo é encaminhado e registrado em ata própria.

Várias outras questões ficaram pendentes, como por exemplo, se haverá ou não taxa de juros, onde ficará guardado o dinheiro do fundo, como será o procedimento de pagamento do crédito, entre outras. Contudo, acreditamos que essas questões serão resolvidas no decorrer da experiência, a partir da necessidade dos grupos e do Conselho Gestor do fundo.

### **Considerações finais**

Apresentamos aqui a tentativa de sistematizar o que foi discutido entre o debate trazido pelo projeto “Articulação de ITCP's” em seu terceiro tema – consumo, comercialização e finanças solidárias – e o GEPES de PE, somado às experiências relacionadas ao tema da ITCP/Unicamp.

Primeiramente, a partir das leituras e referências bibliográficas encontradas, identificamos uma deficiência teórica e analítica da Economia Solidária nesses temas, pois consideramos que é necessário uma maior politização quando se pretende uma crítica ao modelo hegemônico, como é o caso da economia solidária com relação a economia capitalista, inclusive para que haja clareza de qual projeto político está sendo proposto.

Desse primeiro momento, foi percebida a necessidade de alguns apontamentos quanto a não neutralidade do discurso econômico, isto é, a escolha de um arcabouço

teórico tem implicações diretas nas propostas que serão construídas e se tomado o discurso hegemônico, mesmo que parcialmente, como verdadeiro, incorre-se em “erros” metodológicos, uma vez que entendemos a existência de problemas estruturais que devem ser tocados pelas práticas da economia solidária. Assim, atender as demandas e anseios dos EES's deve partir de um entendimento da realidade claro e posicionado politicamente (mesmo porque a não consciência desse posicionamento pode levar a consequências decisivas para as(os) trabalhadoras(es) no processo de auto organização).

Outra consideração importante é que foi com o tema do “Articulação de ITCP's” que pudemos, na ITCP/Unicamp junto aos grupos incubados, identificar algumas demandas relacionadas as esferas de comercialização e finanças, além de encontrar a legitimidade de outras demandas que já haviam sido percebidas, por isso este artigo é também uma tentativa de contribuição para o estudo, principalmente de comercialização e finanças, no âmbito da economia solidária.

Por fim, entendemos que novas experiências devem ser tentadas, inventadas e sistematizadas. Consideramos necessário, para que essas experiências tenham um caráter transformador, que olhemos para a experiência das mulheres, não como uma coincidente maioria nos EES's e setores econômicos de menor representatividade, mas como uma consequência estrutural da sociedade; olhar também para a articulação com os movimentos sociais e populares como a forma organizada de travar as lutas políticas que estão colocadas na sociedade sendo esta a maneira que a classe trabalhadora tem de um dia superar a condição de marginalizados.

## Referências Bibliográficas

CORREA, R. L. *Região e organização espacial*. São Paulo: Ática, 2000.

FARIA, N. Economia feminista e agenda de luta das mulheres no meio rural. In: Estatísticas rurais e a economia feminista: um olhar sobre o trabalho das mulheres / Di Sabato; Hildete Pereira de Melo; Maria Rosa Lombardi; Nalu Faria; organização de Andrea Butto. Brasília: MDA, 2009.

FARIA, N.; MORENO, R. Apresentação da edição brasileira. In: CARRASCO, C. **Estatísticas sob suspeita**: proposta de novos indicadores com base na experiência das mulheres. São Paulo: SOF Sempreviva Organização Feminista, 2012.

FERRO, Sérgio. O canteiro e o desenho. In: *Arquitetura e trabalho livre*. São Paulo: Cosac & Naify, 2006.

GOMES, D. V., “Educação para o Consumo Ético e Responsável”. In: *Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental*, vol. 16, 2006. pp.18-31. Disponível em: <http://www.remea.furg.br/edicoes/vol16/art02v16.pdf>

KRAYCHETE, G. “Economia popular solidária: sustentabilidade e transformação social”. In: KRAYCHETE, G. e AGUIAR, K. (Orgs.). *Economia dos setores populares: sustentabilidade e estratégias de formação*. São Leopoldo: OIKOS, 2007. pp. 32-66. Disponível em: <http://www.capina.org.br/download/semi/gkrtxtsemi.pdf>

MARINI, R. M. Dialética da dependência. In: TRASPADINI, R.; STEDILE, J. P. (Orgs.). *Ruy Mauro Marini: vida e obra*. São Paulo: Expressão Popular, 2005.

MARTIRANI, L. A.; LIMA, S. T. S.; ANDRADE, T. O. ; VELASCO, G. N. “Sociedade de consumo e ambiente: valores sociais, necessidades psicológicas e nova educação”. In: *III Encontro da ANPPAS - GT Meio ambiente, sociedade e educação*, 2006, Brasília. pp. 01-16. Disponível em: [http://www.anppas.org.br/encontro\\_anual/encontro3/GT9.html](http://www.anppas.org.br/encontro_anual/encontro3/GT9.html)

MARX, K. O Capital. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

RAMPONE, B. M.; TAUFIC, R. O.; LUBLINER, T. M.; CASTRO, M. P.; SILVA, L. O. “Caracterização da Economia Solidária a partir dos conceitos de marginalidade e super-exploração”. In: *Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da UNICAMP*. (Org.). *Coletiva: reflexões sobre incubação e autogestão*. 1ª ed. Campinas: Instituto de Economia, 2011, vol.1, pp. 91-110. Disponível em: <http://www.itcp.unicamp.br/drupal/files/Artigo%20GEPES%20de%20PE.pdf>

SAAD FILHO, A. O Valor de Marx. Campinas: Editora da Unicamp, 2011.

SENAES/MTE. *Atlas da Economia Solidária no Brasil 2007*. Brasília, 2008. Disponível em: <http://www.mte.gov.br/sistemas/atlas/atlases.html>. Acesso em: 09/09/2011.

YUNUS, M. O banqueiro dos pobres. São Paulo: Ática, 2000.

# EXPERIÊNCIAS DA ITCP-USP EM FINANÇAS SOLIDÁRIAS, COMERCIALIZAÇÃO E CONSUMO SOLIDÁRIO

---

## Apresentação

A construção deste texto contou com contribuições pessoais e coletivas de companheiros e companheiras da ITCP-USP. Alguns dos textos foram escritos especificamente para essa sistematização, outros foram escritos há anos atrás, no momento em que aconteciam as experiências relatadas por eles. Dessa maneira, foi necessário um grande esforço de sistematização para que eles pudessem ocupar este mesmo espaço.

O projeto Articulação de Incubadoras nos trouxe a oportunidade de estudar e refletir sobre as práticas de finanças, comércio e consumo solidários. Para isso, nos dedicamos às leituras e formações com pessoas próximas à ITCP-USP que muito contribuíram.

A partir do plano de estudo apresentando pela Incubadora da FGV imergimos no mundo das finanças. Um mundo de linguagem específica, que exige atenção e clareza de idéia para ser percorrido. Depois passamos para o estudo do consumo e nos deparamos com a certeza de que vivemos num mundo em que esta chave está desregulada. Por fim, percorremos os caminhos da comercialização e vislumbramos o quanto a Economia Solidária precisa de estratégias firmes e inteligentes para ganhar o seu espaço.

Certamente estes conhecimentos e sua apropriação já existiam dentro de alguns formadores, assim como na história da ITCP-USP. Mas somente com o projeto Articulação tivemos a oportunidade de sistematizar um plano de estudo e a partir dele recolher e refletir sobre nossas experiências ao longo do tempo.

Foram encontros mensais com o coletivo da incubadora, onde procuramos expor os temas, estudar seus aspectos e tirar nossas reflexões sobre eles. Para isso, utilizamos filmes e textos que trabalharam desde as questões mais simples do mundo das finanças até os *escancarados absurdos* que temos na economia deste mundo. Podemos citar alguns que foram bem marcantes, como o filme *Surplus* e o

*Obsolescência Programada*. Impossível ficar imune.

Com esse terceiro ciclo do projeto articulação, nos sentimos mais provocados e estimulados a entender e modificar o sistema vigente. Aqui, recolhemos nossas experiências e apresentamos nossas principais reflexões sobre o tema.

## Reflexões do Coletivo

Entender o sistema financeiro mundial é tarefa complicada, devido principalmente à complexidade que esse sistema atingiu ao longo do desenvolvimento do capitalismo, especialmente em sua fase financeira. Entretanto, uma vez que se analise com maior cuidado uma das bases sobre a qual esse sistema se mantém – a dívida – é possível que se identifique onde estão algumas de suas principais falhas e porque esse sistema é tão perverso. Foi a partir da percepção dessas falhas e da análise de incoerências do sistema financeiro que buscamos compreender as estratégias da economia solidária nos âmbitos do consumo, comercialização e finanças solidárias. Estruturamos o texto de modo a mesclar os conceitos teóricos a partir dos quais desenvolvemos nossas formações e discussões internas com as indagações e reflexões que delas se seguiram.

Identificamos os princípios do sistema financeiro nos primeiros empréstimos a juros, que contribuíram para o desenvolvimento de uma lógica de produção e comercialização necessariamente crescente. Isso ocorre porque não só é necessário que os ganhos de produção cubram seus gastos essenciais e o pagamento do principal do empréstimo, como também é necessário que cubram o pagamento dos juros, além de gerarem o tão desejado lucro. Somente assim um produtor ou comerciante mantém sua atividade. Embora essa lógica de produção guie o desenvolvimento das nações, ela é insustentável por si só. Prova disso é a observação histórica de que, a partir da década de 1970, iniciou-se um processo de redução da rentabilidade, ou seja, da capacidade de geração de lucros pela esfera produtiva, o que elevou a esfera financeira a uma posição de destaque e introduziu o capitalismo em sua fase financeira.

Sob a superfície do sistema financeiro – tão comum em nosso cotidiano, seja na imagem dos bancos comerciais, seja pela constante referência que a mídia faz a ele –, desenha-se um (não por acaso) intrincado universo de mercados, instrumentos e produtos financeiros. Os produtos ou ativos financeiros tem seu valor determinado não só pela conhecida lei de oferta e procura, mas também pela ponderação que o investidor faz entre o risco de se adquirir determinado produto e o retorno que se

espera obter dessa aquisição, sempre em comparação com os demais produtos disponíveis à venda. Essa ponderação “risco-retorno” é feita diariamente pelos diversos investidores, estejam eles comprando ou vendendo, uma vez que existe uma expectativa de ambos os lados a respeito dos ganhos que esperam obter com a transação.

As décadas de 1970 e 1980 presenciaram um processo de liberalização do sistema financeiro. Ao longo desse período, diversas regulamentações que existiam no setor financeiro e que lhe garantiam certa estabilidade foram gradativamente relaxadas, bem como leis foram revogadas e instrumentos financeiros cada vez mais complexos foram desenvolvidos. O conjunto desses fatores deu ao setor a capacidade de executar verdadeiros malabarismos, gerando rendimentos livremente e suprindo justamente a capacidade de geração de lucro que a esfera produtiva deixara de possuir. Nesse novo contexto, embora o lucro realizado na esfera produtiva continue sendo um dos determinantes mais diretos do valor dos ativos financeiros, existem diversas outras informações, algumas mais objetivas, outras mais subjetivas, que podem influenciar a determinação dos rendimentos do ativo.

No filme “*Inside Job*”, utiliza-se a metáfora do sistema financeiro como um navio petroleiro, no qual as regulamentações desempenham o papel dos diversos compartimentos que dividem a carga, garantindo estabilidade ao navio. Observando essa metáfora, fica mais simples entender esse processo que ocorreu a partir do momento em que as regulamentações deixaram de existir: o já instável equilíbrio do sistema financeiro perdia definitivamente suas balizas. Assim, embora as imagens do sistema financeiro sejam tão comuns à nossa realidade, suas verdadeiras características passam por nós diariamente despercebidas e estamos alheios ao que ocorre internamente a esse sistema.

Deste modo, a atual crise financeira mundial tem como origem o deslocamento da centralidade do sistema capitalista da esfera de produção para a esfera financeira. A realização do lucro passou a ocorrer principalmente pela manipulação descontrolada de ativos financeiros, sem que houvesse correspondência no mundo real e concreto, em termos do valor gerado. Dessa análise feita por nosso coletivo, surgiu a reflexão de que a riqueza no mundo virtual da esfera financeira é infinita e exponencialmente crescente, enquanto a riqueza no mundo real da esfera produtiva é finita.

A concepção de desenvolvimento subjacente a esse sistema é o crescimento constante, baseado no endividamento para a reprodução do capital. Essa concepção de desenvolvimento tem um caráter paradoxal, pois ao mesmo tempo em que há acúmulo de capital enriquecendo grandes corporações, há endividamento das classes médias e baixas, vulneráveis às instituições financeiras, as quais viabilizam a

participação dessas classes no sistema econômico por meio do crédito e, portanto, da dívida. Estamos submetidos a esse sistema que não foi elaborado por nós e que existe para a manutenção desse modelo de desenvolvimento insustentável, que não considera a satisfação das necessidades humanas, a reprodução da vida, a defesa de interesses sociais e coletivos.

Assim, o sistema financeiro está de tal modo estruturado e enraizado que se torna difícil conceber e dimensionar o potencial de alternativas que o contraponham. Que podem fazer as finanças solidárias diante desse contexto? Desenvolvimento territorial? Geração de renda? Como romper a alienação e tomar consciência do valor real das coisas?

Embora acreditemos que, frequentemente, as finanças solidárias terminem por inserir a comunidade na lógica maior da reprodução do capital, enxergamos nelas a possibilidade de repensar as formas de relação com o dinheiro e o crédito, buscando debater e entender com as comunidades, falhas e incoerências desse sistema e, assim, pensar as melhores soluções para cada contexto. Enxergamos também o potencial que os bancos comunitários têm para viabilizar a criação de empreendimentos originados na própria comunidade, agindo como catalisadores para o desenvolvimento territorial, sempre atrelado ao debate político e à descentralização da governança. São práticas que resignificam as relações econômicas e contribuem na luta por um modelo de sociedade melhor.

A reflexão acerca do poder do consumo e do poder de fazer consumir levou a questionamentos sobre o papel do dinheiro e sobre o próprio sistema monetário. Observar o desenvolvimento do lastro da moeda até os dias atuais, nos quais temos uma situação em que ele é praticamente fictício, pareceu-nos igualmente incoerente e nos levou a indagações sobre quais seriam as verdadeiras funções da moeda e sobre qual é sua concretude, sua materialidade. Das três funções da moeda – reserva de valor, meio de troca e unidade de medida –, discutimos mais atentamente o papel do dinheiro como reserva de valor e como meio de troca.

A discussão sobre a função da moeda como reserva de valor nos levou a refletir sobre o dinheiro enquanto objeto de desejo e o fetiche que aí se realiza, já que, nesse caso, o dinheiro será um fim em si mesmo. Chegamos, de certa maneira, ao ponto do qual partimos: o dinheiro acumulado como fim em si mesmo se torna capital, e é o valor que se valoriza, ou seja, é o dinheiro aplicado, investido que se multiplica por meio dos instrumentos financeiros, ocultando as relações de produção, que são a verdadeira origem do valor. Não fosse o fetichismo do dinheiro e a necessidade de acumular lucros, o sistema financeiro não teria tomado as proporções e os poderes que hoje tem.



A função da moeda como meio de trocas conduz, inevitavelmente, à alienação do consumidor em relação ao produtor, ao processo de produção, à própria função do produto. Isso ocorre porque as relações entre os homens se tornaram apenas relações de trocas entre mercadorias (inclusive a mercadoria dinheiro), nas quais os bens não são produzidos em função de seu valor de uso, ou seja, em função da satisfação das necessidades humanas. No limite, refletimos sobre o que aconteceria, caso o dinheiro acabasse, caso as pessoas das cidades parassem de trabalhar e tivessem que produzir seus alimentos, suas roupas. O modo de vida urbano, em que as relações humanas e de trabalho se tornam relações mercantis leva essa alienação ao extremo.

Acreditamos que o consumo consciente é uma forma de militância e, como tal, possui limites e possibilidades. É necessário enxergar o ato da compra como um investimento que pode ser feito no pequeno produtor agrícola, nos empreendimentos econômicos solidários, nos empreendimentos que fazem parte do sistema de comércio justo e solidário. Embora seja ingênuo acreditar que apenas modificando os hábitos de consumo conseguiremos mudanças relevantes, é necessário ter a consciência de que o consumo desenfreado anima a produção desenfreada. A partir do momento em que oferta e demanda se alinham no diálogo entre consumidor e produtor, estabelecendo-se um vínculo com este e com seu trabalho, um passo é dado em direção às mudanças na lógica de consumo e de alienação.

Infelizmente, observamos que, muitas vezes, os empreendimentos da economia solidária produzem coisas que as pessoas já tem, coisas que talvez elas nem precisem. Nesse caso, essa produção está descolada do consumo. Corre-se o risco de seguir a mesma lógica em que consumismo e necessidade se confundem. É importante comprar produtos da economia solidária. Mas, ainda assim, é desnecessário comprar dez unidades de um mesmo produto.

Portanto, acreditamos que seja negligência não trabalhar e discutir com os empreendimentos incubados a questão do escoamento da produção e, assim, do consumo, uma vez que priorizamos nossa atuação em suas formações políticas. Devemos, assim, compreender as lógicas de produção e de consumo, pensando em alternativas que se enquadrem ao contexto específico de cada comunidade ou empreendimento e tendo em vista a reprodução da vida, a busca por relações não exploratórias de trabalho, por um modelo de desenvolvimento sustentável e que considere a defesa de interesses sociais e coletivos. Afinal, como vamos propor a resistência a esse modo predatório de desenvolvimento, se não o discutirmos e procurarmos alternativas?

Por fim, estendemos a reflexão para além de nosso trabalho como formadores, pensando nossas ações enquanto militantes da economia solidária. Acreditamos que a

incubadora, mesmo sendo um programa de extensão, ainda é uma forma de militância. Buscamos a autogestão em meio a um estilo de vida capitalista. Acreditamos que embora estejamos vivendo em uma sociedade baseada em sistemas dos quais discordamos, nossa militância vem de uma escolha consciente, de uma capacidade de questionar e de se indignar diante do mundo. Enquanto sustentamos nossas vidas, sobrevivendo em meio a esses sistemas, militamos por nossos ideais, encontrando o sentido de nossas existências. Assumimos os desafios e dilemas de viver e sobreviver da militância no sistema capitalista. Assumimos que somos contraditórios, complexos, humanos. Enfim, sabemos que precisamos de algo urgente, mas não imediato e assumimos a responsabilidade de fazer algo bom, ainda que isso exija tempo, trabalho e paciência.

## **Moeda Social, Clube de trocas e Bancos Comunitários**

### **A polivalência da Moeda Social**

A moeda social é como um novo barco, que a comunidade constrói e reconstrói encontrando novas rotas para navegar. É com a prática do uso da moeda que o cidadão se sente capaz de perceber suas necessidades e saná-las.

A experiência do Banco União Sampaio mostra a polivalência da Moeda Social. Criado em 2009, num projeto de parceria entre a ITCP USP e a União Popular de Mulheres, entidade já consolidada na região, o banco criou o Sampaio, a moeda social deles.

A partir do uso da moeda, podemos observar que, além da alteração na vida econômica da comunidade, ocorreram mudanças no âmbito social, político e cultural.

Foi realizada uma pesquisa, por parte da ITCP USP e do Nesol (Núcleo de apoio às atividades de cultura e extensão em Economia Solidária) que buscou identificar quais são os aspectos que a Moeda Social abrange naquele bairro.

A Moeda Social criou novos laços e fortaleceu o espírito de cooperação e de democracia. Ao utilizarem a moeda, os moradores da região passaram a participar mais da vida em comunidade. E, através dessa prática, começaram a trabalhar para que a moeda fosse aceita não só nos comércios, mas também no circuito cultural daquela região.

A região do Banco União Sampaio oferece atividades culturais, como os saraus, que são bastante populares e freqüentados pelos moradores. Não demorou muito, para que, depois que os moradores estivessem familiarizados com a moeda, exigissem que ela fosse aceita em eventos culturais.

Nesse caso, podemos entender a moeda social como um mapeador das demandas de uma população. E ainda mais, podemos entender a cultura, como uma necessidade primeira quando falamos de desenvolvimento territorial.

Não demorou muito para que Saraus da região passassem a aceitar a moeda e isso foi importante para fortalecer o papel da mesma diante da comunidade. Hoje, os atores do Banco União Sampaio estão desenvolvendo uma rede de trocas no campo da cultura que utiliza uma moeda específica, o Solano, que está inserido num projeto que visa fomentar a produção cultural. Nesse sistema, artistas e produtores culturais podem trocar seus serviços através da moeda criada.

No caso do Sampaio, pudemos observar a moeda expandindo os limites do bairro. Tivemos, por exemplo, o caso em que um morador trouxe ao banco a sua necessidade de comprar um óculos, mas não havia como ele fazer isso com a moeda do banco, pois não havia nenhuma ótica no bairro. Diante disso, os agentes do banco procuraram uma ótica de outro bairro e negociaram para que esta aceitasse o Sampaio como forma de pagamento.

Nesse exemplo podemos ver a moeda social como um canal de interação entre os bairros periféricos, que podem passar a trocar bens e serviços, quebrando com a falta de perspectiva que eles enfrentam.

Algumas das pessoas que trabalham no banco já tinham relações com entidades e organizações nacionais e internacionais, mas estas foram potencializadas e muitas outras foram construídas por meio da moeda social. Todos estavam querendo entender como uma comunidade estava emitindo moeda, dando empréstimos e gerenciando um banco. Estes fatos tornam esta associação de bairro de periferia interessante aos de fora, fazendo com que a mídia, outras associações e entidades a quisessem visitar, trocar, compartilhar, auxiliar, de maneira tão intensa.

Neste processo muitas possibilidades de parcerias foram e estão sendo construídas. Está dando força para que outras ações da associação aconteçam como um projeto aprovado pelo Ministério da Cultura para a criação da Agencia Popular de fomento a cultura Solano Trindade, que utiliza a moeda Solano, citada acima. É como se a moeda convergisse e desse força para ações da comunidade, é uma agregadora de pessoas em prol de algo em comum, a melhoria do bairro, o desenvolvimento local e a construção de espaços discussões para realizar estas tarefas..

Aqui chamamos atenção para uma apropriação da moeda enquanto algo que funciona como uma chave para se potencializar uma porosidade da cidade (JOSEPH, 1998). Para este autor, o trânsito na cidade é fundamental. As pessoas circulam e fazem escolhas. É necessário pensar nas proximidades e distâncias que estão envolvendo estas circulações.

Joseph coloca a cidade não como um lugar somente de exclusão, as pessoas da periferia não estão reclusas a um espaço. Essa exclusão é situacional e não

estática. Os indivíduos não são somente cidadãos em busca de direitos, são moradores, transeuntes. É um conjunto de atores encarnados na mesma pessoa.

Quando pensamos na moeda social e o banco, verificamos uma potencialização desta porosidade na cidade. Diversas relações com atores de outros locais e classes foram se construindo de maneira mais fluída.

A moeda é uma ferramenta que é apropriada pela comunidade, a qual lhe atribui sentidos a cada prática, situacionalmente, funcionando enquanto ponta de lança para desencadear processos de debate público e organização comunitária.

Seja através de um novo lugar que a moeda é aceita, uma nova relação construída entre entidades, novos projetos consolidados, a comunidade está se apoderando desta ferramenta, reconstruindo-a a cada novo trajeto de seu cotidiano, seja para conhecer melhor o bairro, consumir no comércio local ou reconstruir a história de sua comunidade e ser um foco agregador para sociabilidade. As potencialidades da moeda social estão nos seus inúmeros trajetos possíveis de serem praticados, que só serão desvendados na compreensão das práticas e dinâmicas locais na qual ela se insere

### Os bancos comunitários

O trabalho da Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade São Paulo (ITCP-USP) com a temática de Bancos Comunitários se iniciou em 2008 com o “Projeto Moradia”. Este projeto, fruto de um convênio com a SENAES a partir de uma emenda parlamentar do deputado Roberto Gouveia, pretendia promover e implementar estratégias da Economia Solidária em quatro regiões de São Paulo, formadas com a presença do Movimento de Moradia, gerando renda e trabalho por meio do trabalho coletivo e autogestionário, fomentando o desenvolvimento local solidário e a continuidade ou reconstrução da organização coletiva e autogestionária nos conjuntos habitacionais onde o projeto seria executado. A expectativa do projeto era unir condições favoráveis ao desenvolvimento local, que normalmente não estavam estruturadas: financiamento para grupos, incubação de empreendimentos econômicos solidários, associações de moradores atuantes e formação de agentes locais de economia solidária.

O projeto era executado em parceria com o LabEx (Laboratório de Extensão) da EACH-USP, das associações de moradores das regiões de implementação dos bancos, da Rede Solidária da Zona Sul e do Banco Palmas. Os bancos, inaugurados em Junho de 2009, foram: Banco comunitário Apuanã (ZN), Banco comunitário União Sampaio, Banco Comunitário Autogestão (ZS), Banco comunitário Vista Linda (ZO) e Banco comunitário Paulo Freire (ZL). Com exceção do Banco União Sampaio, todos

os outros bancos são ligados a mutirões habitacionais autogestionados do Movimento de Moradia.

O projeto Moradia possuía características que o diferenciavam da experiência dos projetos já realizados pela ITCP. A origem do financiamento era emenda parlamentar que tinha como destino os movimentos de moradia da capital, sobretudo os localizados na zona norte de São Paulo (desde a origem, pois, ele se diferenciava, sendo promessa de campanha eleitoral). Ampliado para contemplar também as outras regiões da cidade, o projeto, pela magnitude adquirida, exigia parcerias (que também se incluíam como exigências na sua origem) com as lideranças dos movimentos de moradia, com alguns alunos e atores da USP Leste e com o Banco Palmas. Fugindo do objetivo inicial da emenda parlamentar, que visava fortalecer lideranças dos movimentos locais, seu objetivo ampliou-se na direção da Economia Solidária e ganhou profundidade e extensão. Era um projeto ambicioso: criar, em cada uma das regiões onde os movimentos atuavam na cidade, norte, sul, leste e oeste, um Banco Comunitário e um Centro de Referência de Economia Solidária. A ideia original consistia na possibilidade de associar as ações do banco comunitário ao desenvolvimento local por meio da promoção e do estímulo a iniciativas da população na geração de trabalho e renda através de cooperativas e trabalho associado. Competia à ITCP e aos parceiros da USP Leste participar do processo desde o início, em sua capacidade de oferecer formação às comunidades, tendo como objetivo disseminar os conhecimentos e práticas da Economia Solidária. A ITCP acreditava que a parceria com as lideranças comunitárias ampliaria o campo de ação da incubadora, estabelecendo fortes laços com os movimentos populares, fortalecendo também o projeto socialista da economia solidária. Os formadores possuíam essa formação teórica e ansiavam para fazer alianças com os movimentos populares em torno de um trabalho com objetivos claros e com a verba para sua realização assegurada.

A ITCP aprendeu em seguida que as lideranças dos movimentos populares agem de modo próprio e o que mais as dinamiza tem a ver com um projeto que é, sobretudo, político-partidário. As ambições da ITCP e do projeto universitário muitas vezes não são aceitas pelos movimentos e a própria articulação com a universidade é vista com alguma desconfiança. Embora a orientação teórica dos formadores da ITCP possuísse um caráter fundamentalmente marxista-socialista, a prática dos jovens se distanciava da orientação político-partidária e o desejo de aproximação com os movimentos de moradia não se concretizou.

A forte vinculação da origem partidária das verbas do projeto causou dificuldades para todos os participantes. A economia solidária, tal como era praticada

e pensada pela ITCP, não escondia o seu interesse na formação de uma perspectiva socialista que fosse capaz de transcender o mercado (embora se tratasse da formação de empreendimentos produtivos com o apoio financeiro do Banco Comunitário) e apontar caminhos para a constituição de comunidades democráticas e autogeridas. O projeto dos Bancos Comunitários e a criação de moedas sociais, pensados como estratégias de desenvolvimento local, representariam, para a ITCP, um considerável avanço em suas ações junto à população.

Aqui, nos deteremos especificamente sobre o Banco comunitário União Sampaio, que estava entre os primeiros bancos comunitários implantados pelo “Projeto Moradia Solidária”, e que, entre todos, teve o maior tempo de acompanhamento da ITCP-USP. No 1º semestre de 2009 realizou-se o mapeamento de associações de bairro na zona sul de São Paulo, e foi escolhida a União Popular de Mulheres de Campo Limpo e Adjacências (UPM), associação de bairro existente desde 1985, localizada no bairro Jardim Maria Sampaio e de forte atuação no local. Uma vez escolhida a sede do banco, deu-se início a um processo de discussão na comunidade sobre a proposta de um Banco Comunitário, bem como a escolha do nome do banco e da moeda social.

O Banco União Sampaio foi inaugurado em junho de 2009, e neste início, o trabalho desenvolvido pelos formadores se concentrou em duas frentes: a formação da equipe que acompanharia as atividades do banco e a realização das primeiras ações de sensibilização e divulgação na comunidade. A moeda social chegou três meses após a inauguração, o que impôs outra dinâmica nos trabalhos. No final deste ano, a concessão de crédito de consumo (realizado em moeda social) chegava a cerca de dois mil *Sampaios*. Essas concessões eram discutidas na reunião de Avaliação de Concessão de Crédito (CAC), que estabelecia regras e prioridades na sua concessão.

No decorrer de 2010 deu-se início ao Fórum de Desenvolvimento Local, que ocorre toda primeira terça feira de cada mês e versando sobre diversas temáticas: balanço do banco, economia da cultura, problema de moradia no bairro e arredores etc.

No início de 2011, o trabalho da incubadora junto ao banco se reconfigurou em um trabalho de parceria, dada a independência da equipe do banco com relação ao trabalho conjunto com os formadores. Esse trabalho passou a responder à demandas pontuais, tais como oficina de economia solidária para jovens do bairro, escrita de material para acompanhamento de empreendimentos comunitários (para auxiliar o pós-crédito), escrita conjunta de projetos, dentre outras atividades.

Dessa experiência percebemos algumas possibilidades porporcionadas pelo

Banco Comunitário. A utilização da moeda social propicia um ganho de escala para os comércios locais, barateando os seus preços de revenda. Para o movimento de economia solidária, os bancos comunitários vêm se consolidando como uma estratégia de desenvolvimento local, já que a moeda social e a gestão feita pela comunidade fortalece os vínculos comunitários. Também o Banco Comunitário pode ser gerador de outras estratégias de Economia Solidária, como a formação de EES e articulações em redes de comercialização.

Podemos ainda enxergar nessa prática, vários outros êxitos:

Em relação à moeda social, existem comércios que se configuraram como receptores da moeda a ponto de aumentarem suas vendas e, por isso, darem descontos de 5% para quem consumisse com moeda social.

Em relação à mobilização coletiva dos comerciantes, a equipe do banco, desde 2010, mobiliza os comerciantes do bairro para produzir coletivamente um calendário (folhinha) com anúncios do banco e dos comércios. Também publicou algumas edições de um jornalzinho do bairro financiado da mesma forma.

Em relação ao desenvolvimento da economia da cultura, o movimento cultural na zona sul de São Paulo é muito forte e deste fazem parte dois integrantes da equipe do banco (que é composta por três trabalhadores), Rafael e Thiago. Os dois, juntamente com outros envolvidos no movimento cultural da região propuseram e levaram adiante a criação de uma linha de crédito específica para a área da economia da cultura, a qual extrapola as fronteiras de atuação do banco, em direção ao segmento cultural. Também organizam todo ano a feira sócio cultural, na qual promovem grupos e iniciativas culturais, comercializam produtos e disponibilizam serviços gratuitos, como corte de cabelo, consulta com oftalmologista, dentre outros -, o Fórum Santo Dias – no qual foram avaliadas e debatidas propostas de atuação nas áreas de saúde, educação e desenvolvimento local, dentre outras iniciativas. Como desdobramento dessa atuação no segmento da economia da cultura a UPM e o Banco União Sampaio, em parceria com a ITCP-USP e o coletivo Fora do Eixo, criaram a Agência de Fomento a Cultura Popular Solano Trindade, e esta já recebe financiamento municipal e federal.

Podemos ainda, a partir da prática, perceber alguns limites e dificuldades do trabalho com Bancos comunitários. O primeiro deles é a inadimplência, sendo significativa nestes quase três anos de banco União, porém não muito alta. O método de cobrança adotado pela equipe do União Sampaio foi o de ir semanalmente até a casa da pessoa conversar e renegociar a forma de pagamento (diminuir multa, aumentar prazo de pagamento, etc). A metodologia do Banco Palmas neste quesito, de anunciar com um carro de som na comunidade que tal pessoa estava em dívida

com o banco nem foi aplicada no Jardim Maria Sampaio, porque a) avaliamos que a comunidade não amadureceu suficientemente a ideia de que o dinheiro da carteira de crédito é dinheiro de todos da comunidade, e que se uma pessoa não devolve o dinheiro isso impede outras de terem acesso ao crédito e, b) avaliamos também que a dinâmica social da periferia de São Paulo não dá abertura para este tipo de postura.

Outro ponto de reflexão que precisamos nos deter é sobre o Aval Solidário, a consulta com vizinhos e/ou familiares sobre credibilidade do solicitante de crédito. Esta não foi uma prática realmente efetiva na periferia de São Paulo. Algumas vezes os vizinhos não conheciam o solicitante, outras quando questionado de uma referência o solicitante dava o nome do patrão, outras vezes o próprio solicitante ficava desconfiado com a questão de uma referência. Enfim, este ponto nos levou a refletir que a atuação de um banco comunitário na periferia de uma cidade como São Paulo, de formação diversa de uma comunidade como a do Banco Palmas por exemplo, faz com que o banco tenha que lançar mão de outros artifícios (mais um ponto que reforça a necessidade da credibilidade e reconhecimento da associação sede do banco na comunidade).

Existe uma aceitação significativa dos comércios para a moeda, mas ainda não existe a prática do uso da moeda como troco ou em outros comércios. Entendemos que isso faz parte de um problema estrutural do banco: desde sua fundação, em junho de 2009, o banco conta com um lastro de apenas dois mil reais; por isso a divulgação da moeda social e de seus possíveis usos na comunidade não tem sido um foco de atuação.

Por fim, há desafios relacionados ao Fórum Comunitário. Desde sua criação, em meados de 2010, ele tem encontrado dificuldade para se consolidar como um espaço de debate de questões da comunidade, embora tenha uma pequena adesão.

De modo mais geral, as práticas da ITCP-USP com os bancos comunitários suscitam pelo menos três grandes debates, que não encontram uma resposta rápida e que necessitam de constante reflexão e aprofundamento pelo Movimento de Economia Solidária, e mais especificamente pela Rede Brasileira de Bancos Comunitários.

O primeiro deles é a relação entre a Economia Solidária e a Economia Popular. O banco comunitário, assim como a própria economia solidária como um todo, traz a questão de se colocar contrária ao capitalismo, ao mesmo tempo (contraditoriamente) em que fortalece o mesmo. Na experiência do Banco União Sampaio isso se verifica na medida em que os empreendimentos que solicitam crédito produtivo ao banco são exclusivamente do segmento da economia popular (trabalham sem os princípios da economia solidária).

O segundo ponto é o correspondente bancário. Para o sistema financeiro



convencional, os bancos comunitários significam uma capilaridade maior no campo da correspondência bancária, o que traz um grande retorno financeiro (por não terem de arcar com o pagamento de funcionários na categoria de bancário, precarizando a mão de obra). De algum modo os Bancos comunitários favorecem essa capilarização.

O terceiro ponto tem a ver com a própria sustentabilidade dos bancos comunitários. Há alguns anos existia o debate de que um banco comunitário poderia se tornar economicamente viável a partir de seus próprios rendimentos dos juros dos créditos produtivos. Isso foi, em parte, realizado pelo Banco Palmas e pelo Banco Bem; como os dois empreendimentos ganharam proporções maiores do que um simples banco comunitário, contam com a entrada de recursos de diversas fontes para várias atividades, e, assim, suas entradas são suficientes para cobrir suas despesas. Entretanto, no Encontro da Rede Brasileira de Bancos Comunitários, realizada em maio de 2010 em Fortaleza-CE, houve uma inflexão no discurso de sustentabilidade dos bancos comunitários, os quais a partir de então tem reivindicado políticas públicas que subsidiem suas atividades, uma vez que para um banco comunitário garantir o pagamento de suas despesas a partir da cobrança de juros seria necessária uma carteira de crédito muito grande (que foge da própria proposta do banco), e que a mesma girasse com uma velocidade muito alta. A justificativa pelo subsídio (inicial) se apoia no argumento de que é direito da população ter acesso a serviços financeiros, e que, por isso, os bancos comunitários prestam serviços que são função do Estado.

#### Os clubes de trocas

O Clube de Trocas é um local onde ocorre compra e venda, portanto, comercialização. As trocas são realizadas não de acordo com as regras pré-definidas pelo mercado, mas com as regras acordadas coletivamente pelos participantes do clube, que ocupam o espaço e o transformam de acordo com suas relações de grupo. Ainda assim, ao limitarmos-nos a esta esfera, fica difícil enxergar o caráter de geração de renda do Clube de Trocas. No entanto, o Clube de Trocas pode ser visto como um tipo especial de cooperativa de crédito. Para que se perceba esta questão, facilita pensar no funcionamento da moeda. Para que a troca ocorra se utiliza a moeda social. Portanto, esta deve ser emitida de alguma maneira. Supondo-se que a sua emissão seja feita da seguinte forma (uma das possíveis): o grupo que pretende iniciar o clube faz um acordo (**quantidade de moeda**), compromete-se a emitir 40 moedas sociais para cada integrante e disponibilizar produtos que serão aceitos em troca dessa moeda. Iniciadas as trocas, em qualquer momento que se paralise a feira, algumas pessoas terão vendido mais produtos e outras menos. Por exemplo, a primeira troca

realizada é a de um corte de cabelo no valor de 20 moedas. Realizados três cortes, o sujeito que cortou o cabelo terá mais \$ 60 moedas, e o que teve o cabelo cortado menos \$ 20 moedas.

Um funcionamento equilibrado do clube, sem acumulação, pressupõe que, na média, as pessoas consumam tanto quanto ofereçam, de forma que, no longo prazo, todos consumam um valor equivalente ao que ofereceram. Seguindo esse raciocínio, para o clube continuar funcionando em longo prazo, a pessoa que teve seu cabelo cortado deve inevitavelmente oferecer seus serviços ou produtos em valor equivalente ao total que consumiu. De forma análoga, o cabeleireiro deve desfrutar da moeda-social adquirida, visto que o acúmulo de moeda-social não faz sentido e é desmotivado pela inexistência de juros. Em outras palavras, a pessoa que recebe o serviço está assumindo o papel de devedor, enquanto a que prestou o serviço assume o papel de credor, não em relação especificamente um ao outro, mas em relação ao coletivo dos membros do clube. A moeda fez o papel de intermediário da troca, somente.

Obviamente, o até agora exposto corresponde a um clube funcionando de forma ideal, o que demanda grande esforço e não ocorre de maneira simples. Dada a complexidade de seu funcionamento, torna-se importante a *incubação* para que este possa cumprir, em uma área de periferia, seu duplo objetivo de geração de renda e exercício e prática da autogestão.

No sentido de aprimorar a reflexão sobre as possibilidades e potencialidades desta estratégia, a ITCP-USP oferece abaixo uma análise que reflete seis anos de pesquisa-ação com o Clube de Trocas do Jardim Ângela.

a. *Clube de Trocas do Jardim Ângela*

O Clube de Trocas do Jardim Ângela iniciou suas atividades em julho de 2002, como consequência da reflexão gerada a partir da execução do Programa Oportunidade Solidária da Prefeitura de São Paulo. Neste, a ITCP-USP ministrou formação de Cooperativismo e Economia Solidária aos bolsistas da região da Zona Sul de São Paulo, e incubou os grupos formados. Ao término da formação, alguns bolsistas demonstraram afinidade com a proposta da Economia Solidária, porém não manifestaram interesse em constituir um empreendimento coletivo. Para essas pessoas, foi apresentada a ideia do Clube de Trocas, que teria sua própria moeda - *Futuro*.

O primeiro grande salto dado pelo Clube ocorreu a partir do convite, para a participação no mesmo, feito aos grupos formados por meio do Programa Oportunidade Solidária fomentado pela prefeitura em parceria com a ITCP-USP. Na

época, a ITCP-USP chegou a acompanhar 40 grupos, e a participação deles no Clube de Trocas foi tanto uma estratégia para fortalecer o próprio clube, quanto uma oportunidade de inserir os grupos em um mercado que apresentava maiores possibilidades de comercialização, dado que a utilização de moeda social torna ativa a demanda anteriormente reprimida pela escassez de moeda. Portanto, era vista também como oportunidade de fortalecer os empreendimentos.

Além da participação dos grupos, foram feitas as primeiras tentativas de levar para o Clube alimentos de primeira necessidade, a partir da obtenção de doação de cestas básicas.

O Clube, em Novembro de 2003, passou a ocorrer alternadamente na Escola Estadual Luis Magalhães, na Associação Cosmóvisão e no Instituto Sul Remo. Ocorria aos domingos à tarde, contando com uma média de 25 participantes. Havia um diferencial qualitativo, uma vez que as entidades citadas ofereciam diversos cursos para serem pagos com *Futuros*, entre eles Eletrônica Básica, Alfabetização, Técnicas de Vendas, Violão, Inglês, Espanhol, Reforço Escolar, Culinária, Teatro, Tele-marketing, Cabeleireiros, Manicure e Artesanato.

Porém, em 2004, com o fim do Programa da Prefeitura, ocorreu um enfraquecimento da proposta na região e o afastamento das pessoas. Além das questões relativas à sede, o Clube de Trocas sofreu grande impacto com o término de quase todos os grupos acompanhados pela Incubadora na região, ficando restrito a produtores individuais. A realização do Clube somente na Escola Estadual Luis Magalhães também impactou negativamente no seu dinamismo: “O pessoal achou ruim porque (na Escola) era muito fechado, ninguém via e desistia de ir. Os frequentadores diminuíram bastante” (*Emília Maria dos Santos*, participante).

A avaliação dos motivos para esta perda de dinamismo apontou, principalmente, para o fracasso em sua função de espaço que possibilite a sustentação e o florescimento dos empreendimentos que nele se inserem. Foram diagnosticadas como principais limitações: 1) a impossibilidade dos empreendimentos encontrarem no Clube matéria-prima que possibilitasse a continuidade de sua produção; e, 2) a dificuldade de obtenção de produtos de caráter essencial que permitam a sobrevivência dos integrantes dos grupos a partir da comercialização nos Clubes de Trocas.

Com este diagnóstico, construído coletivamente com a comunidade, elaborou-se o projeto Mercado-Escola.

#### *b. Mercado-Escola*

A metodologia Mercado-Escola visava entrelaçar à incubação dos EES, sua

inserção num mercado protegido; construído, por meio do estímulo às relações entre os grupos, a partir da participação destes no Clube de Trocas e na gestão do BTS (Banco de Trocas Solidárias), que se constituiu num agente de crédito local. Neste contexto, os EES receberiam crédito do BTS, a ser pago em moeda-social, que seria adquirida através de venda de parte da produção dos 5 grupos no Clube de Trocas. Assim, era garantida aos grupos a realização de seu ciclo econômico: produção – comercialização – consumo/ produção. Abaixo será mais detalhada a implementação da metodologia.

Para gerir estas transações, foi criado o Banco de Trocas Solidárias (BTS), permitindo a administração coletiva das contas dos grupos e do Clube de Trocas. Este se constituiu como um espaço para a construção e exercício da autogestão, além de formação dos envolvidos nas questões de gestão, sendo eles, participantes do Clube, dos grupos e formadores da ITCP-USP.

A avaliação feita após a aplicação desta metodologia, é a de que – apesar das dificuldades de estruturação de um Banco de Trocas – durante o seu desenvolvimento, o projeto trouxe novo fôlego ao Clube de Trocas, aumentando consideravelmente a sua quantidade de participantes, a qualidade dos produtos trazidos e, conseqüentemente, o volume de trocas. No entanto, após a aplicação da metodologia, os novos grupos que foram inseridos no Clube, no geral, não permaneceram frequentando o espaço, isso por diversos motivos, dentre os quais: pela mortalidade de alguns grupos que obtiveram o crédito, devido à fragilidade de sua formação; e pela localização do Clube, pois alguns integrantes de grupos residem e trabalham no sub-distrito do Campo Limpo, que embora perto, é contramão com o Jardim Ângela, fator que dificulta o acesso até o local.

*c. O Clube de Trocas do Jardim Ângela, nos anos de 2006 e 2007*

Até final de 2007 o Clube de Trocas do Jardim Ângela funcionou aos domingos, das 9h às 12h perto do Largo do Jd. Ângela. No início, era realizada uma reunião com os formadores da ITCP-USP, para refletir sobre o clube anterior e planejar os próximos, e terminada a reunião, iniciava-se a organização do espaço para as trocas. O grupo contava com cerca de 15 pessoas com frequência constante.

Sobre os produtos oferecidos, um dos mais atrativos eram os alimentos básicos (arroz, feijão e farinha). No período de vigência do projeto Mercado-Escola estes alimentos foram cedidos, o que se tornou um grande chamariz para os participantes e para a chamada de novos. Após término do projeto, em 2007, produtos como sabão, sabonete, roupas, material de limpeza, eletrodomésticos, artesanato, roupas, bolos, salgados e etc., eram trocados em maior volume, sendo tais produtos,

tanto dos grupos incubados pela ITCP, quanto feitos por produtores individuais. Outro fator central de sensibilização com o espaço é seu aspecto afetivo, já que o Clube de Trocas do Jardim Ângela é frequentado, sobretudo, por mulheres e senhoras que têm prazer em estar pertencendo ao grupo.

### **Analisando a estratégia**

O que foi constatado sobre a formação realizada durante a implementação inicial do projeto Mercado-Escola, é que o foco no aspecto econômico do clube e em sua ampliação veio, com o decorrer do tempo, tirando a ênfase do caráter formativo da experiência. Em 2006 e 2007, o trabalho de formação esteve centrado em dois eixos, a saber, o fortalecimento das relações do grupo (visando um consequente aumento de sua autonomia) e a construção conjunta da infra-estrutura necessária ao desenvolvimento da proposta. Ambos visavam ao aumento de sua solidez como estratégia de fomento do desenvolvimento local.

No início de 2006, foi realizado um planejamento do grupo, com intuito de aumentar a apropriação da proposta e construir conjuntamente a estrutura do Clube de Trocas. Para tal, foram levantadas, com o grupo, as atividades necessárias para sua realização e fomento: classificados, recepção, separação e organização da venda de alimentos, divulgação e gestão do BTS. Em seguida, fez-se a discussão de cada ponto, levantando o que seria necessário à sua realização e foram tirados responsáveis que formaram uma *equipe de apoio*. Foi decidido que as atividades seriam remuneradas em *Futuros* e haveria rotatividade.

Para aumentar o número de participantes, sem perder o embasamento nos princípios da Economia Solidária, foi realizada com o grupo uma dinâmica de apresentação, através do exercício de explicar o significado do Clube de Trocas. Posteriormente, tais apresentações foram sistematizadas e foi confeccionado um panfleto para a divulgação. Nesta dinâmica, ficou clara a importância que o grupo dá ao Clube, como espaço de valorização e troca de saberes e de produtos do trabalho.

Outra questão trabalhada junto aos participantes, dando continuidade ao planejamento, foi o estabelecimento *de acordos sobre a prática de reuniões*, potencializando a participação e a capacidade de auto-organização do grupo.

Seguindo o objetivo de habituar o grupo a organizar-se em conjunto e exercitar a prática autogestionária, foi planejada a avaliação e a (re) construção cotidiana da pauta das discussões do grupo e um planejamento coletivo. Estes foram construídos a partir dos anseios e demandas do grupo, possibilitando que os participantes se reconhecessem na pauta. Desta maneira, foram elencados e discutidos os pontos

prioritários; sendo encontradas coletivamente soluções, dividindo-se as demandas e responsabilidades. Tal pauta conjunta foi levantada por meio da seguinte questão: Avaliação do Clube de Trocas e levantamento das necessidades. Novamente, foi demonstrado ao grupo, como as impressões tornam-se pontos de pauta a serem discutidos, planejados e realizados.

É importante salientar que o planejamento partiu, sobretudo, dos pontos levantados em avaliações do Clube de Trocas, realizadas tanto em reuniões com o grupo, como nas de reflexão do campo, realizadas pelos formadores. O trabalho e a formação têm como base as impressões, expectativas e demandas do grupo.

Em 2007 prosseguiu-se na construção da pauta coletiva, bem como nos seus desdobramentos, com a maior articulação interna e autonomia dos participantes para a organização do espaço: com a divulgação para chamar novos participantes; participação de nova integrante do Clube na gestão do BTS\*; discussão sobre a moeda social nas questões sobre o uso da moeda *Futuro*, destinação do lastro que é gerido pelo BTS e o papel do BTS. Essas discussões deram continuidade na construção da autonomia do grupo, sendo encaminhadas questões pelos participantes.

## Resultados

A finalidade da metodologia de incubação do Clube de Trocas é proporcionar a troca de saberes, produtos e amizade entre os integrantes do grupo, e destes com a Universidade e com a comunidade. Porém, esta troca é direcionada por uma intencionalidade, os objetivos deste trabalho são a satisfação de necessidades materiais e a constituição de um grupo, que se reconheça como tal, (re)construindo conjuntamente, segundo seu próprio contexto e espaço, a proposta do Clube de Trocas, seguindo os princípios da economia solidária e da autogestão. Esta troca permite a todos os envolvidos uma apropriação de instrumentos de atuação coletiva, por meio da prática de auto-organização e democracia participativa, que lhes possibilitam maior autonomia.

Sobre as relações de grupo específicas ao Clube de Trocas, é importante notar, como podemos observar abaixo, que o Clube representa um espaço importante de sociabilidade e construção de amizades para os participantes, sobretudo porque é um espaço informal – se comparado ao ambiente produtivo – e parte dos participantes já o frequenta a alguns anos, sendo, em sua maioria mulheres com quarenta anos de idade em média.

Para além de seu caráter afetivo, também é expressiva a possibilidade de complementação de renda, que os participantes encontram no Clube, sobretudo por

possibilitar a satisfação de algumas necessidades, como de materiais de limpeza, sabonete, roupas, colchas, tapetes, artesanato, brinquedos, pães, doces e eletrodomésticos usados.

Em relação à auto-organização do grupo, a equipe de apoio envolveu significativamente parte dos participantes, com presença constante na gestão do BTS, que realiza as funções sem necessitar mais da presença de formador, realizando os controles sobre o fluxo de *Futuros* que ocorre no espaço.

Em 2008, a avaliação quanto ao acompanhamento da estratégia foi repensada, dadas as ações autônomas do grupo para melhorar e dar prosseguimento à proposta das trocas, visto nas resoluções coletivas sobre o espaço, divulgação e estratégias para as trocas. A ITCP-USP passa então a atuar mais como entidade de apoio, tendo as Agentes Locais\* da Zona Sul a função de atuar com maior proximidade para fortalecer o Clube na região, trabalho este que já vinham realizando com os formadores.

Ao longo do processo apresentado neste trabalho, houve um acúmulo de experiências, que permitiu a construção coletiva do conhecimento e da metodologia por meio do planejamento, da prática e da avaliação. Esta construção tem como referencial a multidisciplinaridade da equipe de incubação, que permite o acesso aos conhecimentos específicos das diferentes áreas do conhecimento e, assim, maior riqueza no desenvolvimento da pesquisa e da prática, pela troca de saberes. Isto se faz necessário, pois a forma compartimentada de organização do conhecimento não possibilita a apreensão da complexidade da prática, sobretudo da prática autogestionária à geração de trabalho e renda.

Como resultado da metodologia trabalhada com o grupo, observou-se uma maior autonomia do grupo com relação à ITCP-USP, tanto na prática da autogestão para a organização do Clube, como na disseminação da proposta, com um maior número de integrantes do Clube participando da Rede Solidária da Zona Sul e de outros Clubes de São Paulo, inclusive, uma das fundadoras do Clube, que também é integrante de empreendimento solidário, foi agente local de Clubes de Trocas do programa 'Brasil Local' da SENAES (Secretaria Nacional de Economia Solidária do Governo Federal).

Em 2008, a partir da avaliação com o grupo, tornou-se explícito que os participantes geriam com grande autonomia o espaço. Assim, a ITCP-USP desincubou o Clube de Trocas, tornando-se parceira da estratégia. A partir desta mudança foi destacada a atuação das Agentes Locais da Rede da Zona Sul, tanto como enraizadoras da proposta, articulando e atraindo mais os grupos em torno da estratégia, como enquanto disseminadoras da proposta das trocas na região.

Portanto, o processo de incubação e desincubação do grupo levaram a concluir que a proposta é sustentável, dado que o grupo segue desenvolvendo suas atividades depois da incubação. Porém o espaço necessita, para ser mais atrativo, de investimento direto em sua estrutura, no fomento e na capacidade produtiva dos EES participantes. Estes investimentos podem ser dados, como nos casos do programa da prefeitura, Oportunidade Solidária, ou do Projeto Mercado-Escola, este que previa recursos para obtenção de alimentos de primeira necessidade. Ou ainda, articular produtores de alimentos para que participem o Clube. Nos momentos no qual o Clube contou com tal apoio, foram os que o grupo aumentou consideravelmente (tanto no número de participantes, quanto de produtos), tornando-se, de fato, um espaço de maior atratividade para exercício das trocas na região.

### **Convergências e Divergências**

Contrastando as duas estratégias de finanças solidárias: o clube de trocas e os bancos comunitários, podemos perceber algumas de suas especificidades e limitações. No clube de trocas os produtos são limitados pelas ofertas dos participantes, não oferece crédito e não é uma estratégia de início de produção. Já o banco comunitário amplia o espectro de produtos, possibilita a criação de novos empreendimentos e pode ser uma estratégia para iniciar a produção, já que pode oferecer crédito. Uma vantagem do clube de trocas é que ele não precisa usar a moeda vigente, usando apenas a social, já o banco comunitário deve sempre ter o lastro na moeda vigente, o que poderia limitá-lo. Por enfatizar o encontro das pessoas, o clube de trocas tem um grande potencial articulador entre empreendimentos. O banco comunitário amplia um pouco esse espectro quando insere um público que acaba não sendo público dos clubes de troca: o comércio popular.

As duas estratégias se aproximam quando fomentam a comercialização, ainda que esta não seja o foco do banco, possuem moedas sociais e banco para gerir a circulação da moeda e tem grande potencial para a articulação da comunidade. É importante salientar que o banco comunitário amplia a capacidade produtiva do bairro, bem como fomenta a inserção dos produtos locais no mercado local.

Um aspecto limitante do clube de trocas é que a sua moeda tem a sua utilização limitada para circular com horário, data e local, ao contrário do banco onde a moeda circula no território (espaço mais amplo) e não está limitada no tempo.

As duas estratégias suscitam diversas questões, ainda pouco discutidas e aprofundadas, pelo movimento de economia solidária. A respeito dos Clubes de



trocas, parece necessário nos questionarmos qual a sua real potencialidade enquanto estratégia econômica, para além da sociabilidade que o encontro entre os seus participantes proporciona. A respeito do banco comunitário é fundamental nos perguntarmos que conceito de desenvolvimento local está imbricado nas suas ações e o quanto há de diálogo sobre essa prática de desenvolvimento com a comunidade, na convicção de que o debate sobre desenvolvimento deve ser sempre político. Como fazer para que a ideia de desenvolvimento local não se transforme apenas em uma prática de exploração local? Nos parece que o consumo consciente tem um papel fundamental no aprofundamento das práticas solidárias no interior de uma comunidade. Quanto mais as experiências de finanças solidárias se fortalecem, e os bancos comunitários são um claro exemplo disto, grandes empresas se aproximam oferecendo apoios, financiamentos, facilidades. Discutir qual o tipo de relação que pode ser estabelecido (ou deve ser estabelecido) entre estratégias de desenvolvimento territorial, baseadas na solidariedade e as grandes empresas capitalistas.

## **Núcleos de Consumo, Redes de comercialização e o CJS<sup>30</sup>**

### *1 Redes de comercialização e o Comércio Justo e Solidário em Parelheiros*

A ITCP-USP realizou por cerca de quatro anos trabalhos relacionados com a organização e capacitação de agricultores em Parelheiros e adjacências, visando o desenvolvimento local auto-sustentável e a construção de conhecimento com base nos saberes tradicionais e nas possibilidades tecnológicas da universidade. A constituição de uma rede solidária de produção e consumo de alimentos agroecológicos tem se consolidado por meio do Grupo Cultivar, o qual é formado hoje por oito famílias que produzem hortaliças, temperos, raízes, frutos, mudas de plantas nativas ou ornamentais, mel e seus derivados.

Essa atuação teve como ponto fundante a reflexão e a problematização sobre o lugar que os agricultores ocupam dentro do sistema capitalista: são parte da engrenagem, porém distantes do produto final, pois não são beneficiados pela riqueza

---

30 Este texto é uma composição a partir de dois textos referentes à experiência dos trabalhos da ITCP-USP em Parelheiros: a) Mãoesmentes Conectadas: Tecendo a Rede Colaborativa Agroecológica de Parelheiros (autoria de Lucimara Marcelino, João Rafael Vissotto de Paiva Diniz, Ana Paula Souza Romeu, Fernanda Silva Gonçalves; Daniel Flores Camargo Rodrigues) e b) Agricultura urbana na perspectiva do comércio justo e solidário: alternativa para o desenvolvimento local na busca da sustentabilidade das cidades (autoria de Lucimara Marcelino e João Rafael Vissotto de Paiva Diniz).

produzida. Dessa forma, foi possível ao grupo repensar as relações de produção e consumo. A partir da experiência com práticas de comercialização, diversas discussões foram problematizadas: o valor almejado e o recebido pelos agricultores por seu trabalho, o valor que é pago pelo consumidor final e o que fica com o agricultor e com os intermediários, os critérios para a formação de um preço justo, entre outros temas. Nasce, então, a decisão de não reproduzir as práticas do sistema capitalista, mas de constituir possibilidades de trocas com base nos princípios da justiça, solidariedade e coletividade. Essa escolha, na prática, enfatizou os trabalhos já existentes com produção agroecológica e proporcionou uma transição para essa agricultura, bem como demonstrou a necessidade de pensar a comercialização dos alimentos a partir dos princípios e reflexões do Comércio Justo e Solidário.

Quando os atributos sociais são postos como objetivos claros da produção alimentar urbana, torna-se imprescindível repensar as estruturas comerciais envolvidas. Se a venda se realiza permitindo que exista remuneração injusta e exploração do trabalho dos agricultores ou de seus funcionários, valor de mercado não condizente com os custos reais da produção, entre outras características do comércio dito capitalista, a produção alimentar agroecológica não cumpre com todas as suas funções, pois estes são critérios tão importantes quanto a ausência de contaminação dos alimentos e do meio ambiente por agrotóxicos ou o empobrecimento das terras agricultáveis. Fica claro que refletir acerca da comercialização é fundamental para garantir a qualidade dos alimentos produzidos.

As redes colaborativas que permeiam a economia solidária e constituem os mercados justos e solidários são pautadas pela eliminação dos níveis de intermediação comercial especulativa, garantia do pagamento de preços justos aos pequenos produtores, fortalecimento das capacidades de escolha e planejamento, estímulo ao surgimento de formas associativas e cooperativas, apoio ao desenvolvimento e oferta de ferramentas de conhecimento e garantia dos fluxos multidirecionais de informações entre os atores envolvidos, entre outros (SAMPAIO & FLORES, 2003).

Na venda da produção agro-urbana, os mercados solidários criam e fortalecem possibilidades de comércio nas localidades onde os espaços são cultivados. Esse processo fomenta sobremaneira o desenvolvimento local, permitindo a inserção na cadeia produtiva e de consumo de um enorme número de pessoas e, acima disso, traz qualidade de vida para as comunidades; o que ocorre tanto pelas transformações nas relações humanas dos envolvidos, como pela maior segurança alimentar proporcionada pelo consumo regular de alimentos saudáveis e diversificados.

Como a economia solidária não abrange somente as relações econômicas propriamente ditas, mas se expande nas e pelas relações políticas e culturais, suas possibilidades são ainda maiores. O fortalecimento da democracia e dos processos participativos através do exercício da autogestão, bem como o enriquecimento cultural proporcionado pelo resgate e a socialização do conhecimento, são ganhos que tornam mais possível a busca e a conquista da dignidade dos sujeitos envolvidos (CUT, 2002). Além disso, a reflexão existente nesses processos e o olhar por sobre e através da realidade das comunidades, permite aos indivíduos tornarem-se cada vez mais autônomos e críticos, responsáveis das situações construídas.

Como a colaboração e a solidariedade prevalecem sobre o individualismo e a competitividade, na economia solidária existe a possibilidade concreta e até mesmo necessária da organização dos pequenos agricultores urbanos, a fim de compartilhar custos e despesas relacionados ao escoamento da produção. A comercialização pode, então, se dar através de feiras locais e comunitárias, das quais as estruturas e necessidades são pensadas e implementadas pelos envolvidos, agricultores e consumidores, esses últimos por meio de associações de bairro ou outros espaços comunitários de representação.

Quando a venda objetiva alcançar mercados externos à comunidade, a organização dos agricultores torna-se, muitas vezes, a melhor forma de promover a comercialização, quando não a única. A venda realizada conjuntamente traz a possibilidade de atingir novos mercados e acarreta uma enorme redução de custos e gastos relacionados ao transporte dos alimentos e outras despesas.

No âmbito estatal, a elaboração de políticas públicas de aquisição direta de alimentos produzidos, em regra, sob os princípios orgânicos e agroecológicos, tem se demonstrado uma maneira possível de fomentar o desenvolvimento dos pequenos agricultores no âmbito espacial urbano. Outra iniciativa fundamental é a revisão, já em curso, da legislação nacional sobre compras e aquisições públicas de alimentos, a fim de possibilitar aos diversos órgãos públicos do corpo estatal realizarem aquisições diretas ou intermediadas por associações/cooperativas de agricultores, tanto para consumo próprio como para a utilização em projetos e programas públicos.

No tocante à organização de feiras de alimentos orgânicos e/ou agroecológicos, na grande São Paulo já existem algumas iniciativas. No entanto, apesar de geralmente haver certa apropriação do processo de comercialização por parte dos agricultores, as estruturas organizativas ainda não procuram estabelecer os princípios da economia solidária, principalmente no que tange à autogestão.

Outra alternativa de comercialização justa dos produtos da agricultura urbana é a prática da Aliança Social, um projeto que visa chamar a sociedade a participar de um

processo de transformação social, econômica e ambiental. A iniciativa é resultado da parceria entre o NEPA (Núcleo de Ensino e Pesquisa Aplicada), instituições da sociedade civil e a sociedade; e já criou raízes para se estabelecer em várias cidades brasileiras.

O projeto busca ativar e integrar, através da educação e sensibilização, a capacidade produtiva do agricultor e a segurança alimentar com o envolvimento direto das famílias urbanas, que se comprometem em investir no plantio de frutas e verduras. Seus principais objetivos são: aumentar o uso de energias renováveis e desenvolver técnicas ecologicamente adequadas com base nos saberes locais e princípios naturais; garantir a segurança alimentar pelo investimento da sociedade local, instituições públicas e privadas; criar núcleos de aliados entre famílias agrícolas e urbanas e/ou instituições públicas e privadas, estabelecendo um plano de produção de alimentos com entrega semanal de cestas.

Esses alimentos são distribuídos diretamente ao consumidor, o qual faz um investimento financeiro mensal, pré-estabelecido e de acordo com as necessidades reais dos agricultores. A contribuição também se dá através da participação em atividades realizadas nas propriedades produtivas e outros espaços, o que resulta na verdadeira aproximação entre esses sujeitos, construindo um novo conjunto de relações de consumo e produção. Como contrapartida à participação, os aliados recebem cestas semanais de frutas e verduras, com as variedades e quantidades que se deseja consumir, existindo possibilidade de personalização das cestas de acordo com as necessidades das famílias aliadas, respeitando os períodos produtivos naturais das diferentes variedades de plantas. Além disso, existe todo o aprendizado possível com o processo, o que dificilmente pode ser limitado ou até mesmo definido.

No âmbito da economia solidária, alguns obstáculos à consolidação do modelo de produção e comercialização proposto merecem destaque. A gestão democrática, princípio fundamental da autogestão, surge como um dos maiores desafios a serem enfrentados pelos grupos; o que é verdadeiro para todos os empreendimentos que pretendem tomar parte nesse modelo econômico.

A inserção comercial também constitui uma dificuldade para os grupos solidários, uma vez que os mercados, em regra, são dominados por empreendimentos de base capitalista, fundamentados na própria lógica competitiva e excludente. Em outro aspecto, a cooperação deve ser um objetivo tanto no aspecto interno, quanto externo aos grupos, pois a formação e a consolidação de redes de compra e venda é essencial à superação do paradigma da competição.

No campo financeiro, as dificuldades de acesso ao crédito também limitam as capacidades produtivas dos grupos de economia solidária; dentre outros fatores, pelo

baixo capital de giro para as atividades e pela ausência de incentivos através de políticas públicas de fomento.

No viés da economia solidária e da criação e ampliação dos mercados justos e solidários, também surge uma nova cultura, pautada pelos ideais do cooperativismo e da construção democrática dos processos de gestão. Essa nova dinâmica também traz novas cores à realidade urbana, hoje tão limitada pelas rígidas estruturas capitalistas condicionadoras do individualismo e do processo de embrutecimento do ser social. Não como únicas alternativas, mas como buscas bastante viáveis, a agricultura urbana aliada a princípios de agroecologia e comercialização solidária, sugerem um novo e mais justo panorama social: transformar as cidades em espaços sustentáveis, assegurando maiores expectativas em relação à preservação ambiental e dos recursos naturais; possibilitando maior segurança alimentar às comunidades, qualidade de vida, e inserção social de cidadãos, há muito excluídos, na rede produtiva e de consumo consciente; contribuindo verdadeiramente para a diminuição da pobreza e, conseqüentemente, da injustiça social, tão enraizadas na realidade brasileira.

## *2. Consumo responsável: uma aproximação da ComerAtivaMente*

A ideia de se formar um clube de compras surge na ITCP-USP no contexto do programa Começar de Novo, como uma estratégia de desenvolvimento local. A iniciativa surgiu enquanto proposta da ITCP-USP para o grupo de cuidadores de idosos, que buscavam uma alternativa de atividade, porque a maioria de seus integrantes tinha problemas de saúde. Estes moradores do bairro Capão Redondo, zona sul de São Paulo, organizaram um clube de compras com o apoio de uma associação local, Chico Mendes, com o objetivo de garantir o consumo de produtos alimentícios básicos com maior qualidade, a preços relativamente menores e em uma organização coletiva. O grupo concordou e se organizou trabalhando na separação e compra dos alimentos do clube sem remuneração, tanto por não ter recursos para esta atividade, quanto porque o acréscimo nos produtos inviabilizaria a estratégia. Devido ao custo com o transporte e a falta de organização do grupo para realizar as compras, as mesmas eram feitas com o carro de formadores da ITCP-USP, que compravam, com o grupo, os produtos provenientes da Zona Cerealista do Centro de São Paulo.

As condições em que este clube se formou não favoreceram a sua continuidade. A falta de condições básicas para a organização (estrutura e espaço para armazenamento, distribuição e logística), o trabalho exclusivamente voluntário, a dependência estrutural para com a ITCP-USP, o pequeno retorno em relação aos

esforços investidos e a baixa escala, somados à falta de motivação e interesse do grupo, que diante destas condições, acabou se dispersando.

Além desta experiência, a ITCP-USP acompanhou o clube de compras que ocorria na Paróquia Santo Antônio, também na Zona Sul de São Paulo, que se iniciou em meados de 2004. O clube começou como uma proposta do padre, que participava da reunião da Rede Solidária da Zona Sul de São Paulo. O objetivo deste clube de compras era possibilitar que produtos de qualidade e a preços reduzidos promovessem o aumento da qualidade de vida dos consumidores, conjugada aos princípios de cooperação e da economia solidária.

Como a primeira experiência, não havia um espaço adequado de armazenagem dos alimentos, pois a distribuição era quase que imediata. Apesar das especificidades de cada experiência o clube que ocorria na Paróquia era muito similar ao grupo do Começar de Novo, uma vez que ambos subsidiavam o transporte, mantinham trabalho voluntário, tinham as mesmas estratégias de divulgação, compravam na Zona Cerealista, não tinham espaços e equipamentos adequados e o envolvimento dos associados, principalmente na Paróquia, era mínimo.

Diante dos resultados vivenciados, a ITCP-USP avaliou que para realizar um clube de compras nas localidades em que trabalha, Zona Sul e Oeste de São Paulo, seria preciso uma pesquisa mais detalhada sobre as condições, o cenário, o contexto dessas regiões e as possibilidades de fomentar este clube de compras. Para tanto, a ITCP-USP realizou uma pesquisa, por amostragem, com moradores do CDHU Santo Amaro C no Jd. Maria Sampaio – Campo Limpo, sobre que tipo de produtos, quais os preços, onde e por que compravam determinados produtos (gênero alimentício e higiênico). Essa pesquisa foi analisada, comparando com pesquisas feitas nos mercados locais e na Zona Cerealista. O resultado apontou dificuldades na criação de um clube de compras baseado em produtos alimentícios ou higiênicos – principalmente dos que compõem a cesta básica – devido a forte concorrência do mercado varejista convencional e diante das diversas fragilidades já mencionadas em formar um clube de compras.

Ao lado dessas experiências há a ComerAtivaMente, clube de compras que teve seu início, em parceria com a ITCP-USP e que consideramos interessante em diversos sentidos.

A cooperativa de consumo ComerAtivaMente é um coletivo não formalizado pautado pelos princípios do cooperativismo. Sua formação data de agosto de 2007, apesar do nome só ter sido escolhido em setembro de 2007, no segundo encontro do grupo. Sua formação é resultado de uma iniciativa de estudantes da USP em parceria com a incubadora, que cedeu o espaço necessário para as entregas de alimentos e

para os encontros do coletivo. As pessoas que iniciaram esta prática haviam vivenciado diversas experiências formativas: prática de ecosol na PUC nova escola e na ITCP-USP, pelo grupo de estudos e práticas em escolas públicas de agroecologia (Epareh) e experiência de moradia coletiva onde realizavam compras conjuntas (Crusp - compras zona cerealista).

A ComerAtivaMente é uma livre associação de consumidores que tem por objetivo estabelecer relações diretas com os produtores. O foco central é a alimentação e a produção agrícola, por isso o grupo tem por prioridade a construção de parcerias de co-responsabilidade e amizade com pequenos agricultores. Para tal, vemos como necessária a participação tanto de consumidores como de produtores na elaboração, operacionalização, e reinvenção dos acordos, critérios e princípios que norteiam a produção, a comercialização e o consumo. Por isso, os objetivos da associação são o de consumir alimentos de qualidade, ecologicamente criteriosos, e o de realizar um comércio alternativo que elimine o atravessador na troca e valorize o trabalho do produtor. Trata-se de um debate com um olhar para o ato do consumo enquanto um ato de financiamento, nesse sentido cabe questionar a quem queremos financiar?

O grupo de idealizadores da cooperativa já tinha contato com pequenos agricultores independentes que produziam folhas sem a utilização de fertilizantes ou defensivos agrícolas em pequenos sítios cedidos por um contrato de comodato pela empresa Eletropaulo, sob os fios de alta tensão do bairro Vivaldi, em São Bernardo do Campo.

Os associados do coletivo eram majoritariamente estudantes da USP e/ou trabalhadores da ITCP-USP, sendo frequente a participação de repúblicas universitárias próximas à universidade. O que mais atrai os cooperados é o acesso a alimentos orgânicos de qualidade a preços razoáveis, somando a este fator a ideia de participar de formas alternativas de comércio, com maior contato com os produtores e remunerando-os de uma forma mais justa.

No primeiro encontro de 2008, foi formulada uma proposta de cooperativa que buscava sustentabilidade, por exemplo, a partir da necessidade de remunerar o trabalho envolvido na gestão do coletivo. Assim, foi acordada uma contribuição mensal de dez reais, onde oito reais eram destinados aos dois gestores e dois reais ao fundo comum. As reuniões do coletivo eram realizadas semanalmente, no dia da entrega da cesta. Paralelamente às atividades da cooperativa começaram a acontecer reuniões entre várias instituições atuantes na economia solidária e em atividades vinculadas a iniciativas de consumo consciente, como a ITCP-FGV, o Instituto Pólis, o Instituto Kairós e a loja de orgânicos Sabor Natural, para planejar a constituição de uma rede

de comercialização solidária em São Paulo, integrando diferentes cooperativas e núcleos de consumo. A partir dessa ideia, alguns membros que iniciaram a ComerAtivaMente formaram o Sementes de Paz, um empreendimento que tem o intuito de realizar o trabalho de logística necessário e comum aos vários núcleos de consumo em formação na cidade, viabilizando a formação de cooperativas de consumidores através da diminuição dos custos que uma logística integrada pode oferecer.

Em Abril de 2008, a Rede Sementes de Paz realizou sua primeira entrega. A partir da existência de diversos núcleos de consumo, a necessidade de encontros e da articulação em rede se fez necessária, inclusive para efetivar a proposta de uma rede de consumo articulada. Neste contexto, ComerAtivaMente passou a ser mais um núcleo de consumo, se distinguindo do Sementes de Paz, que se fortaleceu enquanto articulador da Rede e fornecedor dos alimentos. Cabe ressaltar que durante um bom tempo, o preço foi aberto, sendo este formado da seguinte maneira: 60% correspondente ao ganho do produtor, 40% ao ganho do Sementes de Paz e 10% destinado aos núcleos, como forma de fortalecê-los.

Um ano depois, a ComerAtivaMente se articulou com algumas ações da ITCP-USP. Exemplo disso são as parcerias do ComerAtivaMente com o grupo Mãos na Massa, produtor de barrinhas de cereais, grupo incubado pela ITCP-USP na região do Jardim Jaqueline, zona oeste de São Paulo, em parceria com o Instituto Pólis e o Centro de Referência em Segurança Alimentar do Butantã. Há ainda parcerias com outros grupos que são ou já foram ligados à incubadora, como a compra de sacolas de rafia para entrega dos produtos e a oferta de sabão e produtos de limpeza de grupo já incubado pela ITCP-USP.

Outra iniciativa do núcleo foi articular o consumo com produtoras de produtos fitoterápicos e de higiene, chamado Farmácia Viva, localizado em Cajamar no assentamento Irmã Alberta, do MST. Neste caso, foi estabelecida uma estratégia que viabilizou a produção da Farmácia Viva, que passava por diversas dificuldades em sua manutenção: o planejamento da compra e pagamento antecipado. A inversão da lógica de consumo em relação ao mercado convencional no qual o pagamento chega antes da entrega da mercadoria, possibilitou que as mulheres da Farmácia Viva comprassem as matérias-primas e realizassem a produção. Na tentativa de dar continuidade nesta parceria e na melhora dos produtos, foi realizado um questionário avaliativo (construído em reunião conjunta entre as produtoras e os consumidores) onde os consumidores deram um retorno para as mulheres sobre sua produção.

Em 2010, a ComerAtivaMente passa por reformulações e deixa sua parceria com o empreendimento Sementes de Paz. Este rompimento se deu como resultado de



um debate e avaliação interna que durou quase um ano. A decisão foi difícil, pois tratava-se de uma contradição que o grupo demorou para elaborar: na tentativa de romper com o atravessador, o próprio grupo começou a realizar a logística, este processo foi se profissionalizando em tal dimensão que se formalizou enquanto a cooperativa Sementes de Paz. O fato de ter se tornado um empreendimento, trouxe questões que antes não havia, como por exemplo, comprarem exclusivamente de produtores certificados, terem metas e pontos de equilíbrio a serem alcançados, mudança para uma sede própria, o que fez com que houvessem diversas alterações no acordos da rede, suprimindo os 10% inicialmente contabilizados nos valores das cestas, e alterações nos preços das cestas.

Em meio a estas mudanças, em determinado momento, praticamente ninguém que frequentava as reuniões do ComerAtivaMente conseguia comprar as cestas do Sementes de Paz, que apesar da ótima qualidade, estavam mais caras e juntava produtos de produtores de todas as regiões do Brasil, o que nos levou a perceber que rompia com alguns dos princípios iniciais do coletivo: construir e manter o contato direto com o produtor e adquirir produtos a preços acessíveis. Neste caso, Sementes de Paz se tornou em Si um atravessador, rompendo justamente com um dos primeiros princípios inspiradores da formação do Comerativamente.

Diante disso, houve um rompimento com Semente de Paz e o grupo passa então a estabelecer parcerias, como por exemplo, com o Assentamento Irmã Alberta, localizado em Perus - ZO, zona periurbana de São Paulo, onde a ComerAtivaMente se juntou aos agricultores em um processo embrionário de formação dos consumidores e dos próprios produtores. No ano de 2011, o grupo definia esta parceria da seguinte forma:

Atualmente a ComerAtivaMente está construindo a associação em parceria com os agricultores do Assentamento Irmã Alberta, localizado em Perus - ZO, zona periurbana de São Paulo. Entendemos a etapa atual como um processo de formação básica tanto dos consumidores como dos produtores, por isso temos consciência da necessidade de apoio e acompanhamento nos processos de organização dos produtores, e da importância do comprometimento dos consumidores com os acordos elaborados de maneira aberta e autogestionada ao longo do ano de 2010 até esse início de 2011, embasados por 3 anos de experiências e estudos.

A ampliação com a atuação com movimento social como o MST, proporcionou novas questões a serem levadas em consideração que vale a pena serem exploradas. Por um lado há maior facilidade de aproximação pelo tipo de proposta de caráter mais prática e não apenas teórica, neste sentido a relação é construída para além do processo de consumo de mercadorias, pois há maior abertura para desenvolvimento

de outras atividades, como por exemplo curso PDC e mutirões nas terras. Por outro lado, no caso do assentamento Irmã Alberta há uma estrutura social interna muito frágil que demanda um acompanhamento mais constante que o ComerAtivaMente não consegue dar. Isso gera certa instabilidade na constância da produção e do consumo das cestas. O que todavia promove um constante processo de construção desta relação.

Nesta fase de atuação alguns princípios foram resignificados tendo em consideração a experiência adquirida, sendo alguns pontos importante de se destacar: fortalecimento dos grupos por meio do consumo com produtos dos movimentos sociais (MST, Ecosol, Agroecologia), autogestão nas relações econômicas, negação de certificação com auditoria, consumo ativo enquanto ato de investimento em processos e pessoas, barateamento do custo de vida e boicote no consumo como estratégia de resistência ao processo de alienação no processo de compra.

A experiência da ITCP-USP trazem algumas reflexões, alguns caminhos e muitos questionamentos. O modelo de organização em rede, com vistas ao fortalecimento de produtores e empreendimentos de economia solidária, que passam a atuar em rede e não mais isoladamente parece ser mais estável. Os núcleos universitários ou ligados a instituições que trabalham com economia solidária, segurança alimentar e desenvolvimento local, parecem ter mais estabilidade do que as experiências de clubes de compras na periferia de São Paulo, principalmente devido à diferença no poder aquisitivo. Como aliar a estratégia do clube de compras a um projeto de desenvolvimento local em lugares periféricos ainda é um desafio. Se de um lado a classe média busca os produtos dos clubes de compras pelo seu valor agregado, alimentos orgânicos, sem exploração de mão de obra etc; de outro, para as classes populares o preço do produto deve ser o maior diferencial. Nos parece que não há alternativas que não passem pela inserção do poder público na elaboração de políticas públicas de fomento a clube de compras locais, geridos pela própria comunidade. E, principalmente, o subsídio e apoio do poder público na produção de empreendimentos da economia solidária e da agricultura familiar orgânica, de modo que, assim como as grandes empresas têm incentivo, essas iniciativas possam ter um maior impulso para produzir com adequada infra-estrutura e capacitação; de modo que possam oferecer uma produção em maior escala a um menor custo fornecendo, assim, insumos para outros EES e moradores das áreas periféricas.

Entendemos que a elaboração desse tipo de política pública pressupõe um outro tipo de concepção de desenvolvimento, diferente daqueles fomentados pelos últimos governos nas esferas municipal, estadual e federal.

## Referências Bibliográficas

**CCUT - Central Única dos Trabalhadores. A comercialização na Economia Solidária.** Publicado com a parceria entre SEBRAE, Agência de Desenvolvimento Solidário e CUT - Central Única dos Trabalhadores, 2002, pp. 30-33.

**SAMPAIO, F., FLORES, M. Comércio justo, ético e solidário e a agricultura familiar brasileira: um outro mercado é possível?** FACES, 2003. Disponível em <<http://www.facesdobrasil.org.br/fb/publicacoes/Comercio%20justo,%20etico%20e%20solidario%20e%20a%20agricultura%20familiar%20brasileira.pdf>>. Acesso em 23 de mai,2007.



## **Mapeamento de Práticas de Comercialização**

## **Cadeia de Alimentação**

Empreendimentos:

Sonhos e Sabores – Guarujá

Doces Talentos – São Paulo

Mãos na Massa – São Paulo

## **1) O que o empreendimento produz? Como foi o processo de escolha dos produtos ?**

FGV

Doces Talentos: O empreendimento trabalha com serviço de Coffee Break para empresas , universidades, festas de aniversário e casamentos. O processo de escolha dos produtos se deu através da capacitação com a ITCP FGV e o Sonhos Sabores com apoio da ONG Uno e Verso.

USP

O EES Mãos na Massa produz barrinhas de frutas e cereais desde 2008. O processo de escolha foi preparado durante a formação inicial para pessoas interessadas por trabalhar em grupo com alimentos conectando os conceitos de san e ecosol. Foram levantadas várias possibilidades na área de alimentação entre prestação de serviços e produção de alimentos tais como pizza integral, molho de tomate, macarrão, marmita, barras de cereais, granola. A opção por barrinhas de frutas veio da possibilidade de oferta a dois mercados, um externo representada pelos parceiros e outro interno de crianças da região acostumadas a comer salgadinhos. A viabilidade da produção influenciou em muito para a opção do grupo, bem como a possibilidade de produzir com ingredientes integrais e orgânicos. Foi a partir de um curso oferecido pra ITCP no CRSANS-BT (onde produzem), quando algumas pessoas se interessaram por formar um grupo e depois foram pensando em possíveis produtos: macarrão, por exemplo. Passamos por várias avaliações para chegar a essa conclusão, sendo os 20 iniciantes votaram nesta opção das barrinhas. O grupo foi incubado pela ITCP-USP e passamos por rígidas formações, tendo apoio de nutricionistas da USP também.

## **2) Quais são as matérias-primas que o EES utiliza em cada produto ?**

FGV

Doces Talentos e Sonhos e Sabores: Basicamente as matérias primas mais utilizadas nos produtos são: farinha de trigo, farinha de trigo integral, açúcar branco, sal, óleo, manteiga, leite, e açúcar mascavo.

USP

Atualmente o grupo produz barrinhas em quatro sabores: ameixa, banana, damasco e uva. Têm como ingredientes, além das frutas que caracterizam os sabores e formam o

maior volume da receita: limão, castanha de caju, aveia em flocos, coco, flocos e crispis de arroz, farinha de trigo integral, açúcar mascavo, glicose, óleo vegetal, canela e bicarbonato de sódio. . E mais um bocadinho de amor na fibra.

### **3) Quais são os fornecedores de cada matéria prima? Onde eles se localizam ? Algum é um EES?**

FGV

Doces Talentos: As compras são realizadas no Atacadão e zona cerealista. O Atacadão fica localizado na Brasilândia e a zona cerealista localiza-se na região central de São Paulo. Nenhum é EES.

Sonhos e Sabores: Os principais fornecedores são Atacadista Roldão, Frutos Verdes e Maduros Ltda e Supermercado Sonda, todos do Guarujá e não são EES.

USP

A compra de ingredientes é feita na zona cerealista, sem fornecedor específico, mas, embora se compre equilibrando qualidade e menor preço, têm alguns estandes que acabam por se repetir. Não há EES. Inicialmente tentou-se comprar junto ao Comerativamente e ao Sementes de Paz. Têm-se procurado frutas com o pessoal de Parelheiros e da AAO.

### **4) Quais os critérios para a escolha das matérias primas (qualidade, acessibilidade, preço, falta de opção, preocupação com meio ambiente)? Qual é o mais importante?**

FGV

Preço e qualidade.

USP

A preocupação com o meio ambiente levou ao exercício de decupagem das receitas até chegar à atual, sem conservantes químicos e com um único resíduo - a casca de limão com estudos para viabilizar a utilização também. A preocupação maior foi com a qualidade do produto entendida como alimento saudável para o consumidor e para o ambiente de quem produz e de quem consome. O mais importante é a viabilidade do produto dentro dos critérios levantados pelo grupo, assim a qualidade, enquanto identidade do produto, e do grupo, não pode ser prejudicada por um preço menor ou

por comprar sem saber a procedência ou em local mais próximo. Portanto, qualidade, preço e preocupação com o meio ambiente e com a alimentação (por ex. menor tamanho do caroço na ameixa ou mais suco no limão).

**5) Quais os critérios para seleção dos fornecedores (preço, qualidade, acessibilidade)?**

FGV

A seleção do fornecedor também pela qualidade e preço dos produtos.

USP

Preço e qualidade. São feitas pesquisas, no bairro, nos arredores e principalmente na zona cerealista.

**6) Já realizou algum mapeamento de fornecedores? Qual foi a metodologia empregada, os resultados?**

FGV

Sim, foram mapeados os fornecedores na zona cerealista, com uso da internet (google)

USP

Foi realizado um mapeamento de possíveis fornecedores entre os orgânicos e os integrais, próximos e mais distantes, de EESs, grandes lojas, Zona Cerealista. Esse mapeamento foi registrado por instituição/loja e por cada item da receita. Após esse processo foi avaliado por todos do grupo e considerados os melhores locais para compra. Dessa forma, há itens que são comprados na Zona Cerealista, principalmente os ingredientes da receita e outros onde os preços de produtos de higiene e limpeza têm o menor preço. Há formulário para o levantamento da lista de compras, atualizada mensalmente, e de fornecedores, pelo menos bimestralmente. Além disso, é feito mapeamento na hora da compra apenas, levantando preços e qualidades a partir da lista de compras para o planejado para a produção.

**7) O EES conhece a sua cadeia produtiva? Quais são os atores envolvidos nela? Conhece outros EES que fazem parte da mesma cadeia?**



FGV

Não.

USP

Todo o estudo inicial do grupo foi em torno da cadeia produtiva, inclusive a escolha de produção das barrinhas derivou da maior possibilidade de reconhecimento dessa cadeia, pois todos os ingredientes provêm de alimentos de origem vegetal. Fazem parte da cadeia prioritariamente os produtores de cereais e frutas secas. O comerciante ou atravessador do tipo armazéns da zona cerealista incomoda o grupo que preferia comprar direto dos produtores. Parcialmente, pois não tem conhecimento da origem da matéria prima.

### **8) Os EES fazem práticas coletivas (compras ou vendas) entre eles ou com outros parceiros?**

FGV

Atualmente os dois empreendimentos estão formando uma rede de alimentação onde trocam experiências e repassam serviços em caso de impossibilidade de sua realização . A rede pretende comprar farinha integral.

USP

Já fizeram compras coletivas para o grupo e para os integrantes através do Comerativamente em 2008 e 2009. Em 2010 com produtos da Zona Cerealista e de castanhas, frutas, verduras e legumes em feiras da AAO.

### **9) Os ees se preocupam com os resíduos (embalagens) pós consumo do cliente final?**

FGV

Doces Talentos: Ainda não possui essa prática de destinação adequada pós consumo. As embalagens de tetra pak são encaminhadas para o grupo Brasilianas. Sonhos e Sabores está mapeando as cooperativas próximas a sede do empreendimento para encaminhar os resíduos.

USP

Sim, por isso a embalagem foi planejada a utilizar o menor material possível dentro das normas da ANVISA. Constam da embalagem um envelope transparente e um rótulo de papel colorido. Porém não há como não usar plástico e pedaço de papel a serem descartados já que se trata de produto alimentício e de difícil reciclagem.

### **10) O que é feito com os resíduos e sobras das matérias-primas geradas no processo produtivo?**

FGV

O objetivo é evitar desperdício , criar novas receitas com o reaproveitamento de alimentos.

USP

Com exceção das cascas de limão que até viabilize outra utilização destina-se à composteira, junto com alguns caroços de ameixa e sementes de limão. As poucas embalagens e sacolas plásticas são reutilizadas para coleta de lixo, ou para a reciclagem, bem como as aparas de papel. Utilizam-se tudo com muita parcimônia e pensando na preservação dos recursos tanto do grupo como do meio ambiente. As sobras são principalmente cascas e sementes de limão, embalagens e sacolas plásticas, caroço de ameixa, aparas de papel dos rótulos, fitas adesivas etc. Os orgânicos são compostados e os recicláveis serão levados para a reciclagem, mas por enquanto ainda não.

### **11) O EES possui alguma parceria com cooperativas de reciclagem?**

FGV

Não

USP

Não, mas o CRSANS sim e está dando início à coleta seletiva local.

### **12) Como foi a escolha do mercado para atuação/público alvo?**

FGV

o público-alvo são empresas que contratam o serviço de coffee break para eventos.

USP

Foi realizado um levantamento do consumo de barrinhas na região pelos integrantes do grupo, assim como um levantamento dos produtos alimentícios oferecidos por EESs, pelos integrantes do grupo, formadores da ITCP-USP e estagiárias da FSP-USP. O mercado local não tinha condições de absorver a produção mesmo que pequena, então foi considerado o potencial de mercado apresentado pelos parceiros do CRSANS-BT (ITCP-USP, Instituto Pólis, SVMA, SAS). O público alvo imediato tornou-se pessoas que já reconheciam o valor nutricional das barrinhas, enquanto se prepara através de oficinas de degustação o público local, uma vez que o preço está quase próximo ao de alguns salgadinhos. As barrinhas são vendidas em feiras de ecosol, CIEJAS, feira de orgânicos, eventos alternativos (feira de saúde mental, eventos em praças, ONGs etc) e alguns pontos na USP (cantinas, restaurantes, feira CRUSP etc). Ainda que em menor escala também são vendidas no bairro em reuniões de instituições e de associações de bairro.

### **13) Como é feita a comercialização? Quais são os desafios encontrados ?**

FGV

A comercialização é feita através do site e material de comunicação e auxílio da ITCP FGV.

USP

A comercialização é feita de forma direta, por isso a relação com o consumidor é muito importante. Foram levantados locais passíveis de comercialização e seus responsáveis. Além disso, o grupo dispõe de um endereço eletrônico através do qual podem ser feitas encomendas. Tem também formulários para registro de encomendas e dos consumidores. O grupo tem mesa/bancada portáteis, toalha, sombrinha, cadeira. São apenas 3 pessoas, de idade avançada e nem sempre tem disposição para comercializar em todos os eventos. Há por outro lado poucos eventos e locais de venda, embora praticamente toda a produção realizada seja vendida (cerca de 160 barrinhas por semana). Para cada ponto verificasse o sabor de maior saída, pois o planejamento da produção é baseado nas vendas a serem realizadas. Há uma divisão entre os integrantes com relação aos locais de venda. Além disso, são criados espaços institucionais com a ITCP ou não. O principal desafio atual é entrar em compra pública de merenda escolar.

### **14) Como é feita a logística e distribuição? Tem alguma parceria?**

FGV

Não há parceiros. A logística do serviço de coffee break é feita através da contratação de uma van.

USP

A comercialização é feita de forma direta, por isso a relação com o consumidor é muito importante, tanto com relação ao diferencial do produto como com degustações. Foram levantados locais passíveis de comercialização e seus responsáveis, com respectivos endereços e formas de contato. Para cada ponto verifica-se o sabor de maior saída, pois o planejamento da produção é baseado nas vendas a serem realizadas. Há uma divisão entre os integrantes com relação aos locais de venda. As participantes é que cuidam da distribuição com apoio da ITCP, indicando onde há necessidade e criando novos pontos de venda, na USP ou fora.

### **15) Quais são os desafios encontrados na logística e distribuição?**

FGV

A falta de carro próprio, impõe a contratação do serviço de uma van o que gera custos muito altos.

USP

Falta gente para esta tarefa. Mas os desafios são criar site de venda, pontos de venda e fazer circular mais rapidamente os produtos da economia solidária que ampliemos nossas compras de bons produtos. O maior objetivo agora é o avanço do consumo solidário, a exemplo de Osasco, e as compras públicas de merenda escolar.

### **16) Quais são os pontos de vendas que o EES utiliza? Algum destes pontos é gerido pelo ees?**

FGV

Sonhos e Sabores acaba de inaugurar a sede do empreendimento na comunidade Santa Cruz dos Navegantes no Guarujá, fato que permitirá ao grupo comercializar produtos na comunidade. Doces Talentos não possui ponto de venda.

USP

Feira do CRUSP, Feira de Osasco, Movimento Boa Praça e os já citados (USP, CIEJA, CRAS, feiras, eventos). Não há ponto gerido pela EES ainda. Uma das integrantes mantém em sua casa um espaço onde atende clientes e outras pessoas, principalmente crianças do bairro, então deixa sempre a mostra barrinhas par vender, já tem conseguido um público

**17) Quais são as formas de pagamento que os EES trabalham? (à vista, parcelado, cartão e cheque)**

FGV

A vista, depósito e cheque.

USP

À vista, em dinheiro e raramente por consignação.

**18) O EES possui identidade visual? (logomarca, cartão de visita, folder, site)**

FGV

Sim (logomarca, cartão de visita, site, banner e folder)

USP

Estamos colaborando na construção de uma logomarca, tem cartão de visita/folheto e foi criado um blog, mas sem utilidade por enquanto.

**19) Possui plano de marketing estruturado?**

FGV

Sim, foi feito capacitação com a Agesol sobre plano de marketing

USP

Não, mas está sendo pensado.

**20) Como o EES entende o papel do revendedor, atravessador e intermediário na comercialização?**

FGV

O revendedor que pratica o preço justo é fundamental para o fortalecimento das vendas do grupo

USP

É um grande desafio. Não devemos bater de cara, agora. Mas achamos bom, mesmo que aumente o preço. O grupo trabalha com um preço justo e entende que a porcentagem de revenda deve obedecer A os mesmos preceitos, sendo assim considera 10% o valor máximo a ser acrescido ao valor inicial. Entende que o papel do revendedor é de um facilitador, de um intermediário valioso na expansão da produção e comercialização. Precisa estar próximo e ser transparente.

## **Cadeia de Confecção**

Empreendimentos:

Coosturarte – São Carlos

Amigas Arteiras – São Paulo

Charlotte : Arte em Costura – São Paulo

Brasilianas – São Paulo

Cooperilha – Guarujá

Associação Maria Fuxico – São Carlos

## 1. O que o empreendimento produz? Como foi o processo de escolha dos produtos?

### *UFSCar*

A cooperativa COOSTURARTE é um empreendimento de confecções. As mulheres que trabalham na cooperativa atuaram por muito tempo no acabamento de toalhas (corte, barras, colocação de etiquetas), terceirizando parte da produção da empresa Toalhas São Carlos. Apenas esporadicamente se dedicavam à outras atividades, como consertos de roupas e confecção de peças novas, a partir das demandas que surgiam. Atualmente têm feito pouco trabalho para esta empresa – o que tem gerado grandes dificuldades financeiras às cooperadas; têm trabalhado para outra empresa, terceirizando parte de seu trabalho – no acabamento de casacos e têm feito também trabalhos esporádicos para outras empresas.

A associação Maria & Fuxico é um empreendimento de confecções. As mulheres que nele atuam desenvolvem costura e artesanato de fuxico (bolsas, chaveiros, porta níqueis, capa para almofadas, sacolas para eventos, camisetas – mas atualmente vem produzindo mais bolsas, sacolas para eventos e camisetas, atendendo às demandas por estes produtos que vêm surgindo).

### *USP*

Amigas Arteiras - Artesanato: Almofadas e tapetes com a técnica de amarradinho. Colares de tecido. Tic-tac com tecido. Através de oficinas sobre de amarradinho na Liga Solidária, houve afinidade com a técnica e a formação do empreendimento.

### *FGV*

Os 3 empreendimentos produzem bolsas, estojos, pastas, sacolas para supermercado e brindes com reutilização de banner e tecido. O grupo Brazilianas recebe apoio da Fundação Stickel, da ITCP-FGV e do design André Cruz.

Cooperilha produz além de produtos de banner e tetra pak, pufs de pet e cestos de jornal. Atualmente recebe apoio somente da ITCP-FGV.

Charlotte Arte em Costura recebe apoio do GAES (Grupo de Apoio à Economia Solidária) setor de inclusão social do Centro de Profissionalização Padre Leo Comissari de São Bernardo do Campo. A escolha pela produção da linha de produtos sustentáveis se deu com o início da rede de confecção e com o objetivo de sair da facção. Charlotte, Brazilianas e Cooperilha formam hoje a rede de confecção que recebeu o nome de Rede Reciclando Moda.



## 2. Quais são as matérias-primas que o EES utiliza em cada produto?

### *UFSCar*

COOSTURARTE: Basicamente tecidos e linhas.

Maria & Fuxico: Basicamente tecidos e sobras de tecidos, banners, linhas, botões e zíperes.

### *USP*

Amigas Arteiras :Tecido, talagarça, espuma, manta acrílica, zíper e linha

É utilizado banner, tetra pak, linha, alça, vies, tecidos, zipper, cursor, botões de pressão e magnéticos.

### *FGV*

São utilizados banner, tetra pak, linha, alça, viés, tecidos, zipper, cursor, botões de pressão e magnéticos.

Somente a Cooperilha utiliza fita adesiva, espuma, plástico filme, jornal e nylon de guarda-chuva.

## 3. Quais são os fornecedores de cada matéria prima? Onde eles se localizam? Algum é um EES?

### *UFSCar*

COOSTURARTE: as matérias-primas não são fornecidas por EES.

Maria & Fuxico: Parte da matéria-prima vem da doação de banners usados por uma empresa da cidade. A associação também trabalha com resíduos de tecidos.

### *USP*

Amigas Arteiras :Os tecidos são doações de um confecção de Pinheiros, a talagarça é comprada na 25 de março e as outras matérias-primas são compradas no Brás.

O grupo tem contato de uma fábrica que pode doar tecidos, porém não recebem essa doação porque é em grande quantidade (container).

Gostariam de receber doações de restos de isopor para enchimento de almofadas

### *FGV*

Os três grupos compram nas lojas da Rua 25 de Março, Capital, e nos próprios bairros onde se localizam. A Cooperilha raramente compra em São Paulo a maior parte dos

produtos é adquirida no próprio bairro, em Guarujá, com preços mais altos. Os únicos fornecedores de matérias-primas ligados à economia solidárias são as cooperativas de catadores.

**4. Quais os critérios para a escolha das matérias primas (qualidade, acessibilidade, preço, falta de opção, preocupação com meio ambiente)? Qual é o mais importante?**

*UFSCar*

No EES Maria & Fuxico, a escolha depende primeiramente do critério do cliente. Se o cliente pedir algum material específico, será o primeiro critério. Depois é levado em consideração em ordem, preço, qualidade e local mais acessível, próximo ou no centro. No COOSTURARTE, quando vão fabricar uma peça pensada pelo empreendimento, a dinâmica é a mesma do Maria & Fuxico. No entanto, quando o empreendimento é chamado para a terceirização de parte de um trabalho, não escolhem nem a matéria-prima utilizada, pois a empresa apenas compra a mão de obra do empreendimento.

*USP*

Amigas Arteiras :Os critérios são, em ordem de importância: qualidade e preocupação com o meio-ambiente e para os tecidos que precisam ser comprados, a falta de opção, pois é de um tipo específico.

*FGV*

O mais importante é o preço, depois a acessibilidade e em seguida a qualidade.

**5. Quais os critérios para seleção dos fornecedores (preço, qualidade, acessibilidade)?**

*UFSCar*

No Maria & Fuxico, o critério para a escolha de fornecedores segue a mesma ordem de escolha que é realizada para as matérias prima: escolha realizada pelo cliente, depois segue menor preço, qualidade e local mais acessível.

Na COOSTURARTE, quando são materiais produzidos para venda do empreendimento, segue os mesmos critérios do Maria Fuxico. Quando tem sua mão

de obra tercerizada, a primeira escolha é realizada pela empresa. A COOSTURARTE costuma analisar se o valor que a empresa está pagando compensa para elas.

*USP*

Amigas Arteiras :O principal critério é preço, dado que qualidade não varia muito

*FGV*

O fornecedor é selecionadopela acessibilidade, qualidade e preço.

**6. Já realizou algum mapeamento de fornecedores? Qual foi a metodologia empregada, os resultados?**

*UFSCAR*

Sim, um relatório foi elaborado pela Produção Jr, empresa júnior do curso de Engenharia de Produção da Universidade Federal de São Carlos.

*USP*

Amigas Arteiras :Foi feita uma pesquisa inicial em diversas regiões: 25 de março; Bom Retiro; Brás e foram encontrados preços muito diferentes. Hoje os insumos são comprados sempre na mesma região, mas é feita uma pesquisa entre as lojas da região

*FGV*

Os grupos realizaram mapeamento de fornecedores na rua 25 de Março, no Braz, e pela internet.

**7. O EES conhece a sua cadeia produtiva? Quais são os atores envolvidos nela? Conhece outros EES que fazem parte da mesma cadeia?**

*UFSCar*

O Maria& Fuxico e a COOSTURARTE conhecem superficialmente seus fornecedores, e acabam comprando sempre onde está mais barato, normalmente grandes fornecedores. Conhecem superficialmente para quem estão fornecendo, sendo compradores grandes ou menores.

*USP*

Amigas Arteiras :Não conhecem a cadeia em profundidade. A talagarça é fabricada e vendida em loja e os tecidos são doações de uma confecção. Na sua cadeia não há outros EES

*FGV*

Os grupos não conhecem a sua cadeia produtiva.

## **8. Os ees fazem práticas coletivas (compras ou vendas) entre eles ou com outros parceiros?**

*UFSCar*

O Maria& Fuxico já ajudou a COOSTURARTE com um tipo de ponto de costura diferente nas roupas, e ensinou a fazer fuxico. O COOSTURARTE fica mais na costura básica, que o Maria Fuxico já sabe realizar. No entanto, não vendem nem compram produtos coletivamente.

Mapa de Interações

- Retalhos de Tecido: Coosturarte x Maria Fuxico (81,94%)

Sobras de tecido de toalhas ou cortes de roupa são comuns na Coosturart e não possuem fim comum. Seu recolhimento pode ser de grande valia para a Maria Fuxico realizar artesanatos e confeccionar adereços a partir destes retalhos. A principal barreira seria a distância entre os dois empreendimentos, dificultando o modo como as sócias obteriam esses materiais.

- Uniformes: Coosturart x Cooperlimp (84,72%)

A demanda de uniformes da Cooperlimp poderia ser encaminhada à Coosturart já que foi verificado com as cooperadas que estas suportariam o pedido e o prazo sem problemas. Um possível fator que prejudique esta relação é o fator preço, podendo este ser menor na concorrência, mas a capacidade de produção das sócias não se apresenta como uma barreira.

- Artigos: Maria Fuxico x Recriart (77,08%)

O fornecimento ou venda de adereços confeccionados pela Maria Fuxico para enfeitar produtos da Recriart seriam de grande valia tanto para agregar valor a esses produtos quanto para diferenciá-los. Uma provável barreira a essa interligação seria o custo-benefício em adquirir esses adereços, além do fato de que essa compra possivelmente não ocorreria em grande quantidade.

- Colaboração nas Vendas: Maria Fuxico x Recriart (68,75%)

O blog criado por uma das cooperadas da Maria Fuxico poderia ser utilizado para divulgação também dos produtos da Recriart. Além disso, seus artigos poderiam

ser vendidos na Maria fuxico. Esta troca de divulgação e ajuda em vendas seria recíproca, com vendas de produtos da Maria fuxico também na Recriart, pois os clientes de ambos se assemelham mas os produtos são diferentes. A principal barreira para a ligação seria psicológica por fugir do convencional, do hábito de venda das sócias e por medo de concorrência entre os produtos. No longo prazo, no entanto, a possibilidade de aumentar a rede de clientes tende a crescer e assim, ajudar a alavancar as vendas de ambos. Outro fator que contribuiria para a interação satisfatória é o fato de a distância entre os empreendimentos ser pequena e a grande frequência que com que as cooperadas da Maria Fuxico vão a UFSCar, onde se localiza a Recriart, devido aos cursos que oferecem de costura e artesanato.

- Artigos: Recriart x Maria Fuxico (65,97%)

Outra opção de interligação seria a venda de embalagens de presente ou outros artigos confeccionados pela Recriart que pudessem agregar ainda mais valor aos produtos da Maria Fuxico. Um dos possíveis empecilhos a essa interligação seria o fato da quantidade de artigos demandada não ser grande.

- Tecidos, recicláveis e outros materiais: Maria Fuxico x Coopervida (59,03%)

A confecção de produtos do empreendimento Maria Fuxico gera inúmeros recicláveis que poderiam ser direcionados a Coopervida, tais quais: papéis, plásticos, sobras de tecido. A redução da nota desta interação pode ser justificada pela pequena quantidade deste material que é gerado.

- Roupas e Adereços: Coosturart x Cultura (47,92%)

Fornecimento de adereços e roupas para eventos, como, por exemplo, apresentações de dança, teatro, capoeira, eventos de Hip Hop. Uma dificuldade enfrentada por essa interligação possivelmente seria a distância entre o bairro onde ocorrem os eventos e o empreendimento, além da baixa quantidade que esse material seria demandado.

*USP*

Amigas Arteiras :Não fazem práticas coletivas

*FGV*

Sim, vendem coletivamente, aceitam encomendas e dividem a produção entre os três grupos. Charlotte e Brasilianas pretendem comprar tecido conjuntamente.

**9. Os ees se preocupam com os resíduos (embalagens) pós consumo do cliente final?**

*UFSCar*

Não há essa preocupação. O Maria& Fuxico já trabalha com reaproveitamento de seus resíduos. Já contribuem com a questão ambiental quando reaproveitam banners descartados para a confecção de sacolas duráveis para compras, mas não se preocupam com o depois. As sacolas plásticas de supermercado para a entrega dos produtos não são práticas recorrentes, mas acontece. O COOSTURARTE está em processo de iniciar trabalho com resíduos, com retalhos. A proposta veio por meio de uma tentativa de atuar em conjunto com o LabSol de Bauru, num trabalho relacionado com design.

*USP*

Amigas Arteiras :Sim, evitam o uso de embalagens e reaproveitam sacolas de lojas

*FGV*

Sim, encaminham os resíduos para cooperativa de reciclagem localizada nas suas comunidades. Cooperilha utiliza embalagens de papel kraft e se preocupa com a destinação dessas embalagens e do produto em si.

## **10. O que é feito com os resíduos e sobras das matérias-primas geradas no processo produtivo?**

*UFSCAR*

O Maria&Fuxico reaproveita os tecido para fabricação de fuxicos e para enchimento de almofadas. Os outros materiais são descartados no lixo comum. O COOSTURARTE apresenta dois caminhos: as sobras de tecidos maiores são armazenados para a fabricação de produtos de retalhos. Os tecidos menores são descartados.

*USP*

Amigas Arteiras :Os resíduos, que são retalhos de tecidos muito pequenos, são jogados no lixo

*FGV*

Os resíduos são reaproveitados na confecção de outros produtos e o que sobra é encaminhado para cooperativas de reciclagem ou então descartado.

## 11. O ees possui alguma parceria com cooperativas de reciclagem?

*UFSCar*

COOSTURARTE e Maria Fuxico tem uma parceria pontual que parte de demandas específicas.

*USP*

Amigas Arteiras :Não há parceria com cooperativas de reciclagem.

*FGV*

Sim, Brazilianas com a Cooperglicério e Cooperzagatti. Charlotte com a Cooperzagatti e também com aRaio de Luz e Refazendo.

## 12. Como foi a escolha do mercado para atuação/público alvo?

*UFSCAR*

Já informado em questões anteriores

Maria fuxico trabalha principalmente com encomendas. Sacola durável tem vendido bem. Confeccões ainda pontuais.

*USP*

Amigas Arteiras :O público alvo está definido pela região habitada pelo grupo, sem critérios muito restritos.

*FGV*

O público-alvo são mulheres de 20 a 60 anos, empresas, ongs, escolas, universidades que valorizam e consomem produtos com reaproveitamento de material reciclável.

## 13. Como é feita a comercialização? Quais são os desafios encontrados?

*UFSCar*

Maria fuxico trabalha principalmente com encomendas. Sacola durável tem vendido bem. Confeccões ainda pontuais.

*COOSTURARTE:*

Problemas identificados: trabalho como “fação” de empresa de toalhas, há algum tempo. Mais recentemente: o contrato foi encerrado por conta do fechamento da Toalhas São Carlos e a dificuldade para realizar encomendas.

*USP*

Amigas Arteiras :A comercialização é feita em feiras ou na venda direta para conhecidos. O desafio é a aceitação do valor pelo consumidor (acham caro) e encontrar mais pontos de venda

*FGV*

Os produtos são comercializados em feiras de artesanato ou de produtos sustentáveis, através de site e por meio de divulgação feita pela ITCP FVG, Fundação Stickel, e Associação Padre Leo Comissari. Já o grupo Brasilianas divulga na vitrine virtual Ello7.

Os desafios encontrados envolvem as exigências de nota fiscal e o fato de alguns clientes estipularem pagamento em determinado banco para depósito ou boleto bancário. Atualmente somente o grupo Brasilianas possui nota fiscal.

Cooperilha necessita aumentar as vendas, melhorar a divulgação da cooperativa, e ampliar o número de cooperados para poder aumentar a produção.

#### **14. Como é feita a logística e distribuição? Tem alguma parceria?**

*UFSCar*

Já respondido

*USP*

Amigas Arteiras :Não (faltou falar como é feita)

*FGV*

Não possuem parceiros e nem automóvel próprio. A logística de entrega dos produtos é feita através de contratação de frete de carro ou moto. A Cooperilha recebe apoio do formador na logística em caso de encomendas para São Paulo cabendo ao cliente buscar o produto na incubadora.

#### **15. Quais são os desafios encontrados na logística e distribuição?**



*UFSCar*

Já respondido

*USP*

Amigas Arteiras :Não tem carro para buscar doações e levar os produtos para feiras.

*FGV*

Altos custos dos fretes que,em alguns casos, inviabiliza a produção.

**16. Quais são os pontos de vendas que o EES utiliza? Algum destes pontos é gerido pelo EES?**

*UFSCar*

Já respondido

*USP*

Amigas Arteiras :Feiras na Liga Solidária, feira do CRUSP e outras. Nenhum é gerido pelo EES.

*FGV*

Vendem na própria sede, possuem parcerias com revendedores como o Terra Harmônica, Instituto Reinventar e em feiras. Charlotte também vende na loja solidária formada por empreendimentos da economia solidária de São Bernardo.

**17. Quais são as formas de pagamento que os EES trabalham?**

*UFSCar*

Já respondido

*USP*

Amigas Arteiras :À vista, parcelado e cheque.

*FGV*

A vista, depósito e cheque pré-datado.

**18. O EES possui identidade visual?**

*UFSCar*

Coosturarte

Maria & Fuxicos

Sim, o logo é o seguinte:



Sim, tem folder do projeto SACOLECO (Encontrei apenas arquivo físico do folder)

*USP*

Amigas Arteiras :Possuem cartão de visita, Blog e estão desenvolvendo folder

*FGV*

Sim (Logomarca, cartão de visita, tag e site) Charlotte está desenvolvendo seu site e a Rede Reciclando Moda está elaborando um catálogo com os produtos e suas especificações.

## **19. Possui plano de marketing estruturado?**

*UFSCar*

Coosturarte e Maria & Fuxicos

Foi planejado um desfile de roupas e artesanatos com produtos da associação Maria Fuxico e da cooperativa Coosturarte com o objetivo de divulgar o trabalho dos EES Maria Fuxico e Coosturarte, a fim de tornar os empreendimentos conhecidos na sociedade, criar oportunidade de vendas dos produtos dos dois empreendimentos; gerar renda para as sócias dos empreendimentos; criar oportunidades de independência para a Coosturarte com relação a Toalhas São Carlos; criar laços entre os dois empreendimentos e o bairro Jardim Gonzaga, uma vez que a idéia era que o desfile fosse realizado no bairro em questão, com a ajuda da população local e com modelos do bairro.

Foram planejadas ações de formação técnica para inserção dos EES de confecções no mercado. A partir do diagnóstico de que os EES de confecções tinham dificuldades para se inserir no mercado, a equipe elaborou uma proposta de ações de

formação (a qual denominamos “formação técnica”, voltada para as necessidades imediatas de inserção dos produtos dos empreendimentos no mercado). O objetivo era preparar os EES para atuarem no mercado capitalista, no qual estão inseridos, o que exige: ter uma visão do mercado capitalista (de como agem as empresas capitalistas, por meio da visão empreendedora); fazer o planejamento do trabalho no empreendimento; saber lidar com os clientes e fornecedores; saber produzir produtos com uma boa qualidade; calcular o preço de vendas; organizar os ambientes internos de trabalho. Desta forma, foram pensadas as seguintes ações: Planejamento, Empreendedorismo; Vendas; Relacionamento com clientes e fornecedores; Qualidade do produto; Organização de áreas.

A equipe iniciou as ações de formação técnica dos grupos, que teve início com um curso de vendas. Para tal, foi feita uma pesquisa em ações de formação para vendas; foi encontrado um curso do Serviço Brasileiro de apoio a Micro e Pequena Empresa (SEBRAE). Este curso precisou passar por um processo de adequação (o conceito de AST já foi explicitado anteriormente) para que pudesse atender às características e necessidades dos empreendimentos e resultou em uma oficina. Além disso, foi realizada uma oficina de cálculo dos custos e do preço de venda. Apenas as trabalhadoras da Coosturarte fizeram as oficinas, já que a Maria Fuxico estava com encomendas para entregar e não podiam se ausentar no ambiente produtivo. No momento, está sendo elaborado uma oficina sobre Empreendedorismo para ambos os empreendimentos.

Também foram planejadas ações para promover a divulgação dos produtos/trabalho da Maria Fuxico e da Coosturarte: a fim de tornar os produtos produzidos por estes empreendimentos conhecidos da sociedade; aumentar a venda dos produtos e, conseqüentemente, a renda das trabalhadoras; promover a independência da cooperativa Coosturarte, que tinha grande dependência de uma empresa de toalhas da cidade; motivar pessoas do Jardim Gonzaga a atuarem no ramo de confecções.

Pensou também em organizar feiras e outros espaços de exposição e comercialização dos produtos da Maria Fuxico e Coosturarte. O objetivo era criar espaços para a comercialização dos produtos de ambos os empreendimentos.

Foram realizadas reuniões com os dois empreendimentos a fim de preparar as trabalhadoras para fazerem a divulgação de seus produtos. Além disso, elas foram estimuladas a divulgar seus trabalhos em escolas, universidades, lojas, etc. Mas apenas a associação Maria Fuxico iniciou um trabalho de divulgação neste sentido, embora de maneira ainda tímida. Além disso, a equipe da Incoop elaborou uma página na Internet para a divulgação dos produtos da Maria Fuxico. Não foi feita a mesma

ação para a Coosturarte, uma vez que esta não contava com produtos próprios, pois havia atuado, por muito tempo, apenas com a costura de peças para a empresa Toalhas São Carlos. No momento, a equipe da Incoop estuda a hipótese de fazer o mesmo trabalho com este empreendimento.

*USP*

Amigas Arteiras :Ainda não foi feito o plano de marketing.

*FGV*

O grupo Brazilianas tem plano de marketing beneficiando-se da capacitação sobre plano de marketing promovido pela Agesol. A Cooperilha e o grupo Charlotte estruturam o seu plano de marketing.

## **20. Como o EES entende o papel do revendedor, atravessador e intermediário na comercialização?**

*UFSCar*

*USP*

Amigas Arteiras :O EES não acha positivo o papel do atravessador que ganha dinheiro em cima do trabalho feito por outros. Não acham que seja necessário.

*FGV*

Conhecem e se relacionam com revendedores que praticam o preço justo. O papel de atravessador não é bem visto pelos grupos em razão de ocupar um espaço dentro da cadeia produtiva como explorador do produtor.

# **Cadeia de Construção Civil**

Empreendimentos:

Cooperativa de Construção Civil União - Jandira

## Projeto Articulação de ITCPs

### Seminário 3

Dezembro/2011

#### Questões para sistematização conjunta das ITCPs

##### Mapeamento da cadeia produtiva dos EES

ITCP/Unicamp

Equipe em Construção

EES: Cooperativa de Construção Civil “União”.

#### **1) O que o empreendimento produz? Como foi o processo de escolha dos produtos ?**

Prestam serviço de construção civil. Produzem moradias.

#### **2) Quais são as matérias-primas que o EES utiliza em cada produto ?**

No caso da obra atual, “Comuna Urbana Dom Hélder Câmara” os trabalhadores são moradores, por isso participaram do processo de escolha dos materiais. Escolheram bloco semi estrutural cerâmico, ferragens, areia, cimento, pedra, laje pré-moldada, abóbodas com isopor. No acabamento: porta, janela, fiação, conduíte, piso, azulejo, madeiramento (madeira para telhado), telha, tinta, espelho de tomada, fechadura, cano, parapeito, guarda-corpos. Alugam betoneira para fazer concretagem, etc.

O EES é atualmente uma cooperativa de construção civil. A escolha dos materiais (provavelmente) não será feito pelo EES nas próximas obras. Será feita pelo tomador do serviço.

#### **3) Quais são os fornecedores de cada matéria prima? Onde eles se localizam ? Algum é um EES?**

Blocos: empresa de Jundiaí. Trabalhadores foram conhecer sua produção. Tiveram esse cuidado porque é comum o trabalho escravo e infantil na indústria cerâmica. Foram conhecer para se certificar de que esse não era o caso do fornecedor deles. Os demais materiais são comprados em casas de material de construção. O critério de escolha foi empresas que aceitassem compra a prazo com condições de crédito vantajosas. Há relatos de que no início da obra houve a tentativa de buscar fornecedores pelo cirandas, mas nenhuma fornecedor foi encontrado.

#### **4) Quais os critérios para a escolha das matérias primas (qualidade, acessibilidade, preço, falta de opção, preocupação com meio ambiente)? Qual é o mais importante? Respondido anteriormente**

#### **5) Quais os critérios para seleção dos fornecedores (preço, qualidade, acessibilidade)? Respondido anteriormente**

#### **6) Já realizou algum mapeamento de fornecedores? Qual foi a metodologia empregada, os resultados?**

No caso da atual obra há uma compradora responsável por fazer cotações de preço e condições de pagamento. O financiador é a Caixa Econômica Federal (CEF). Esse tipo de metodologia é uma exigência do

financiador.

**7) O EES conhece a sua cadeia produtiva? Quais são os atores envolvidos nela? Conhece outros EES que fazem parte da mesma cadeia?**

Conhecem muito bem. Alguns já trabalharam em grandes empresas do ramo. Na realidade, de forma subcontratada ( A Odebrecht terceiriza a obra. Contrata uma empresa responsável para cada parte da obra (fundação, estrutura metálica, hidráulica, elétrica...)

**8) Os ees fazem práticas coletivas (compras ou vendas) entre eles ou com outros parceiros?**

Uma parte da obra é feita em mutirão.

**9) Os ees se preocupam com os resíduos (embalagens) pós consumo do cliente final?**

Cedem as embalagens para algum catador/pessoa conhecido. Coisas miúdas vão para o lixo comum.

**10) O que é feito com os resíduos e sobras das matérias-primas geradas no processo produtivo?**

Caçamba de entulho. Em geral aproveitam as sobras para cascalhar, pavimentar caminhos de terra.

**11) O ees possui alguma parceria com cooperativas de reciclagem?**

Não

Levantamento das práticas de comercialização dos EES

Não se aplica

12) Como foi a escolha do mercado para atuação/público alvo?

13) Como é feita a comercialização? Quais são os desafios encontrados?

14) Como é feita a logística e distribuição? Tem alguma parceria?

15) Quais são os desafios encontrados na logística e distribuição?

16) Quais são os pontos de vendas que o ees utiliza? Algum destes pontos é gerido pelo ees?

17) Quais são as formas de pagamento que os ees trabalham? (à vista, parcelado, cartão e cheque)

18) O ees possui identidade visual? (logomarca, cartão de visita, folder, site)

19) Possui plano de marketing estruturado?

20) Como o ees entende o papel do revendedor, atravessador e intermediário na comercialização?

## **Cadeia de Limpeza**

Empreendimentos:

Sabão Recicla – São Carlos

LimpSol – São Carlos

Cooperselecta – São Bernardo do Campo



**1) O que o empreendimento produz? Como foi o processo de escolha dos produtos ?**

*UFSCar*

O Grupo Sabão Recicla produz sabão em pedras e ralado, a partir de óleo de cozinha usado.

O Grupo LimpSol produz cerca de 11 produtos de limpeza, a partir de materiais químicos comprados de indústrias. O grupo realiza as misturas, embala e comercializa os produtos.

*FGV*

Limpet Valongo: O empreendimento produz vassouras a partir de garrafas pet. Esse produto foi escolhido por possibilitar a reciclagem das garrafas pet que são descartadas inadequadamente nos bairros do entorno. O grupo surgiu de uma experiência de curso de fabricação de vassouras num evento de meio ambiente. Algumas pessoas decidiram seguir com a proposta.

Limpet Tonato: O empreendimento produz vassouras a partir de garrafas pet. Esse produto foi escolhido por possibilitar a reciclagem das garrafas pet que são descartadas inadequadamente no bairro do empreendimento.

COOPERSELECTA: Cooperativa de Prestadores de Serviços de Educação Ambiental, Coleta e Reciclagem de Óleos produz sabão em pedra e pasta de brilho. No início do grupo uma integrante já produzia sabão em sua residência e sugeriu o produto para o grupo.

**2) Quais são as matérias-primas que o EES utiliza em cada produto?**

*UFSCar*

Grupo Sabão Recicla: Óleo de cozinha usado, água e soda cáustica em escama.

Grupo Produtos de Limpeza: São várias as matérias, para cada produto tem um material e quantidade específico.

*FGV*

Limpet Valongo e Limpet Tonato:: Além das garrafas pet, a produção de vassouras necessita de outras matérias-primas como o cabo de madeira (que pode ser plastificado ou não), cepa e cunha em madeira, capa plástica, arame e grampos.

COOPERSELECTA: Para a produção dos produtos citados é utilizado óleo de cozinha reciclado, soda cáustica, dolomita, essência, corante e água, vinagre e açúcar .

**3) Quais são os fornecedores de cada matéria prima? Onde eles se localizam? Algum é um EES?**

*UFSCar*

Grupo Sabão Recicla: O óleo usado na fabricação advém da coleta junto a residências. A última aquisição de soda cáustica foi através de doação.

Grupo Produtos de Limpeza: As matérias-primas não são adquiridas de outros EES.

*FGV*

Limpet Valongo A matéria-prima principal vem das comunidades do entorno, no caso, as garrafas pet que a comunidade separa e destina à fábrica de vassouras. Os principais fornecedores dos outros materiais são grandes fabricantes estabelecidos em outras cidades, com exceção dos cabos, comprados de um fornecedor vizinho.

Limpet Tonato: Já no caso desse empreendimento a matéria-prima, vem do próprio bairro, cabendo à comunidade separar as garrafas pet destinadas à fábrica de vassouras. Os principais fornecedores dos outros materiais estão igualmente localizados em outras cidades., embora o grupo já tenha conseguido substituir um grande e distante fornecedor por um vizinho marceneiro, que atualmente fabrica as cunhas. A ideia é que futuramente ele produza também as cepas.

Cooperselecta:

Matéria-prima	Fornecedor
Óleo de cozinha reciclado	Residências, condomínios, lanchonetes, restaurantes e escolas dos bairros Jd. Selecta, Jd. Silvina, Vila São José e Golden.
Soda cáustica	Neo Linp R\$1,80/L (São Bernado do Campo)
Dolomita	Brasilminas Ind. E com LTDA – Rua Dr Freire, 85 Mooca -SP
Essência	Fonte das essências comércio de art. de perfumaria Ltda
Corante	Lojas de São Bernado
Vinagre e Açúcar	Mercado locais
Xerox e embalagens	Mercadinho cadastrado na rede de eco sol de SBC.

**4) Quais os critérios para a escolha das matérias primas (qualidade, acessibilidade, preço, falta de opção, preocupação com meio ambiente)? Qual é o mais importante?**

*UFSCar*

Os EES Sabão Recicla e Limpsol escolhem pela qualidade e pelo preço, as matérias-primas são entregue no estabelecimento. O mais importante no momento é o preço.

*FGV*

Limpet Valongo - O principal critério de escolha das matérias-primas está na combinação de preço e qualidade. Porém para alguns materiais há falta de opção. O grupo também se preocupa bastante com o meio ambiente. Reutiliza fios descartados para fabricação de um outro produto, aproveitando-o para substituir o arame. Quando possível utiliza cabos com defeito para a fabricação de outro produto.

Limpet Tonato: Tal como o grupo do Valongo, o principal critério de escolha das matérias-primas, quando há opções, visa a reunião de preço e qualidade.

COOPERSELECTA: O critério da escolha da matéria-prima é o preço somado à preocupação com o meio ambiente.

**5) Quais os critérios para seleção dos fornecedores (preço, qualidade, acessibilidade)?**

*UFSCar*

Para os EES da limpeza o critério é preço e entrega do produto pelo fornecedor.

*FGV*

Limpet Valongo e Limpet Tonato:: Acessibilidade e preço.

COOPERSELECTA: O critério para a escolha do fornecedor é calcado em três pontos : preço, preocupação com o meio ambiente e preferência a empreendimentos ou mercadinhos cadastrados na rede de Economia Solidária de São Bernardo do Campo.

**6) Já realizou algum mapeamento de fornecedores? Qual foi a metodologia empregada, os resultados?**

*UFSCar*

Sim, um relatório foi elaborado pela Produção Jr, empresa júnior do curso de Engenharia de Produção da Universidade Federal de São Carlos.

*FGV*

Limpet Valongo: Já foi realizado um mapeamento de fornecedores pela internet e através de troca com outro empreendimento similar (Limpet Tonato). Com esses processos foi possível construir uma base de dados contendo pelo menos 5 fornecedores de cada material.

COOPERSELECTA: Os fornecedores foram mapeados pela internet, indicação de parceiros e visitas realizadas .

**7) O EES conhece a sua cadeia produtiva? Quais são os atores envolvidos nela? Conhece outros EES que fazem parte da mesma cadeia?**

*UFSCar*

Os EES de limpeza conhecem e ambos fazem parte desta mesma cadeia.

*FGV*

Limpet Valongo: A cadeia produtiva das vassouras envolve a cadeia dos resíduos (PET) e marcenaria, porém não conhecem EES que façam parte da mesma cadeia.

Limpet Tonato: Igualmente a cadeia produtiva das vassouras envolve a dos resíduos (PET) e marcenaria. Na cadeia do PET há o EES de catadores e na marcenaria há um EES próximo chamado Unindo Forças, mas que ainda não é viável economicamente como fornecedor..

COOPERSELECTA: Não

**8) Os ees fazem práticas coletivas (compras ou vendas) entre eles ou com outros parceiros?**

*UFSCar*

Os EES de limpeza dividem o espaço, equipamentos e parte da comercialização que fazem em conjunto e com outros como a coleta. Eles compram embalagens e fornecem óleo.

Lista de interações detalhadas

Nos tópicos seguintes estão discriminadas as interações observadas, sendo que o nome à esquerda corresponde ao EES que fornece o produto, serviço e/ou informação para o empreendimento cujo nome vem à direita, estabelecendo, portanto, uma

relação de fornecedor versus cliente. As interações entre os EESs serão detalhadas abaixo seguindo uma ordem decrescente de viabilidade, de acordo com o seguinte ranking de interações. Nesse estudo ainda estava em atividade a COOPERLIMP, que em razão de um termo de ajuste de conduta teve seu funcionamento encerrado em janeiro de 2011.

Local: Cooperlimp x EES Sabão (100%)

Atualmente, o espaço utilizado na produção de sabão pelo ESS Sabão foi cedido pela Cooperlimp, sendo este situado vizinho à sede da mesma. Por ser uma ligação entre dois empreendimentos concretos, que já ocorre e que vem dando certo, o que significa baixa barreira psicológica e de capacitação, a interação pode ser considerada forte.

Sabão: EES Sabão x Cooperlimp (100%)

Fornecimento de sabão para realização dos serviços de limpeza da Cooperlimp é uma ligação ideal, considerando-se principalmente a proximidade de localização dos empreendimentos, já que são vizinhos, e a capacitação das sócias do sabão para produção, que estão de acordo para suprir as necessidades da Cooperlimp. Esta é uma ligação que, inclusive, já ocorre. Foi ressaltada devido à necessidade de sua manutenção e evolução.

Produtos de Limpeza: EES Produtos de Limpeza x Cooperlimp (88,89%)

Fornecimento de produtos de limpeza para a Cooperlimp seria também uma ligação ideal, considerando-se principalmente os fatores de que ambas estão bastante próximas no quesito distância, porém o EES de Produtos de Limpeza até o momento ainda não se encontra no estágio de “Empreendimento Consolidado”, mas no de em “Consolidação” não possuindo, por isso, a certeza de capacitação de seus cooperados para produção de produtos de limpeza que supram as necessidades da Cooperlimp e sejam condizentes com o preço que esta está disposta a pagar.

Embalagens: Cooperlimp x EES Produtos de Limpeza (83,33%)

A existência de embalagens de produtos de limpeza já utilizados, que se encontram sem uso nas prateleiras da Cooperlimp, poderiam ser direcionadas ao EES Produtos de Limpeza para envasamento de seus produtos.

Troca de Óleo e Recicláveis: EES Sabão x Coopervida (77,08%)

Lixos recicláveis deste empreendimento, hoje sem finalidade certa, podem passar a ser direcionados à Coopervida sendo que esta os utiliza como fonte de renda. Outra idéia, esta a principal, é a possibilidade das sócias do EES Sabão trocarem óleo escuro, pior para produção de sabão por óleo mais claro que chega a Coopervida. Essa troca tende a ter poucas barreiras, sendo a principal delas, o deslocamento à Coopervida.

Fornecedor: Cooperlimp x EES Produto de Limpeza (72,22%)

O pedido de produtos comuns para um mesmo fornecedor entre o EES Produtos de Limpeza e a Cooperlimp seriam de grande utilidade para minimização de preços de compra, já que aumentando a quantidade pedida, aumenta-se também o poder de barganha.

*FGV*

Limpet Valongo e Limpet Tonato praticam compras coletivas de matérias-primas. COOPERSELECTA: Atualmente o Coopselecta faz parte da rede de produtos de limpeza e comercializa também em sua sede produtos de outros empreendimentos de economia solidária, como por exemplo o varal da Coopcent ABC e a vassoura de pet do Limpet Tonato.

**9) Os ees se preocupam com os resíduos (embalagens) pós consumo do cliente final?**

*UFSCar*

Os EES da cadeia limpeza ainda não têm essa discussão.

*FGV*

Limpet Valongo e Limpet Tonato: Os produtos não geram resíduos pós-consumo.

COOPERSELECTA: Não

**10) O que é feito com os resíduos e sobras das matérias-primas geradas no processo produtivo?**

*UFSCar*

Dos EES de limpeza os resíduos são encaminhados para a reciclagem.

*FGV*

Limpet Valongo e Limpet Tonato: As sobras de PET são vendidas.

COOPERSELECTA: Após ocorrer a transformação química, o processo produtivo do sabão não gera subprodutos, ou seja, todo óleo torna-se sabão. No processo de produção do sabão tradicional, além de ser utilizado gordura animal (que não é uma fonte renovável sustentável) no fim do processo forma-se sabão e glicerol. Retirando o glicerol, o sabão se solidifica quase que instantaneamente o que permite que a

indústria produza toneladas de sabão rapidamente, o que não é o caso do sabão produzido pela Cooperselecta que demora de 2 a 4 dias para se solidificar. O glicerol atualmente não é jogado fora, já que possui várias utilizações, por exemplo, na indústria cosmética e de resinas sintéticas. Mas para isso acontece é necessário purificá-lo e, nesse processamento, gasta-se mais energia .

Após produzir o sabão, a máquina no qual ele é processado retém uma pequena quantidade de sabão pastoso no fundo. Para retirá-lo é necessário acrescentar água e fazer uma lavagem para preparar a máquina para a próxima utilização. Portanto, o efluente gerado é água com sabão (pH Básico). Atualmente a cooperativa utiliza essa água com sabão para lavar o próprio espaço da fábrica. No futuro, quando for gerado uma grande quantidade de efluente o mesmo deverá ser neutralizado (utilizando um ácido) antes do descarte.

## **11) O ees possui alguma parceria com cooperativas de reciclagem?**

*UFSCar*

Os EES de limpeza têm parceria com a COOPERVIDA, cooperativa de catadores de São Carlos.

*FGV*

Limpet Valongo e Limpet Tonato : Por enquanto não.

COOPERSELECTA: Não

## **12) Como foi a escolha do mercado para atuação/público alvo?**

*UFSCar*

Já informado em questões anteriores

*FGV*

Limpet Valongo e Limpet Tonato: A metodologia de incubação da ITCP-FGV orienta a uma estratégia de comercialização em espiral. Portanto, num primeiro momento, o EES focou mercado no próprio bairro comercializando na porta do empreendimento e em pequenos comércios locais. Atualmente o grupo vem desenhando estratégias para comercialização em estabelecimentos maiores como supermercados, condomínios e distribuidoras.

O Limpet Tonato buscou parceria com o poder público com a intenção de fornecer vassouras para a prefeitura.

COOPERSELECTA: Público alvo são mulheres entre 20 a 60 anos domésticas e pessoas que valorizam e consomem produtos sustentáveis.

**13) Como é feita a comercialização? Quais são os desafios encontrados?**

*UFSCar*

Grupo de Sabão: Realizam a comercialização com o auxílio de uma paróquia com ponto de venda em Descalvado feita por um terceiro; no Restaurante Tablado dos Sabores (1x por semana) para consumidores e para o restaurante; fornecem produtos p/ o Restaurante Mamãe Natureza; compras coletivas do ConsumoSol; venda direta na sede; tentativa de venda na UFSCar; por meio da ajuda do outro grupo de produtos de limpeza. Realizam aproximadamente 10 receitas por semana, com perspectiva de aumentar.

Logística: a depender do destino é realizada de diversas maneiras (CooperDex, terceiros, carro adquirido recentemente – com a perspectiva de ser usado apenas quando necessário)

Dificuldades identificadas: divulgação (que precisa ser feita com cautela para pessoas de confiança por se tratar de um grupo informal) o volume de vendas não é suficiente para gerar renda; problemas no processo de produção que impedem o aumento no número de clientes (por exemplo, secagem demorada);

Produtos de limpeza:

Há uma parceria com o Grupo de Sabão.

Logística: entrega em domicílio. Era feito com carrinho de feira. Há perspectiva de ser feita com o carro. São feitas também nas compras coletivas.

Dificuldades identificadas: Restrição de dedicação dos membros do empreendimento, não conseguindo colocar em prática ações previstas; legalização do empreendimento (com motivação para realizá-la); o espaço físico apresenta características inadequadas que desfavorecem a legalização.

*FGV*

Limpet Valongo: Os produtos são colocados no comércio local em consignação e são geridos por um membro do grupo que é responsável pelo departamento de vendas do empreendimento. Essa pessoa também confere a caixa de e-mails e realiza vendas pela internet.

Os principais desafios encontrados são a falta de experiência dos membros do grupo em comercialização e no uso do computador e internet.



Limpet Tonato: A comercialização é realizada na porta do empreendimento para a comunidade do entorno. Qualquer membro do grupo atende e realiza a venda. Os produtos também são colocados no comércio local em consignação e são geridos por um membro do grupo que responde pelo departamento de vendas, conferência da caixa de e-mails e vendas pela internet. Igualmente falta ao grupo experiência em comercialização e no melhor uso do computador e internet.

COOPERSELECTA: Uma parte do óleo coletado excedente é vendido para intermediários de outros comércios, entre os quais a Empresa Disqk Óleo- Comércio de Resíduos de Gordura e Óleo Vegetal, que compra óleo sem coar e paga R\$ 1,00 por litro; e a Empresa Lirios que compra a borra do óleo por R\$ 0,50 o litro.

A venda do sabão é realizada em feiras, eventos, mercadinhos da região (totalizando 52 mercados) e porta em porta durante a coleta do óleo.

Desafios: Falta de consciência por parte do consumidor em relação ao preço e desconfiança na reutilização do óleo, alguns acreditam que o sabão não é bom por ser feito de óleo reutilizado; existe ainda a dificuldade de emissão de nota fiscal.

#### **14) Como é feita a logística e distribuição? Tem alguma parceria?**

*UFSCar*

Resposta na pergunta anterior.

*FGV*

Limpet Valongo: Como o grupo não possui carro próprio o envio de produtos é realizado via fretamento. O grupo tem parceria com uma transportadora vizinha que realiza transporte de carga para o porto de Santos.

Limpet Tonato: Sem veículo próprio o envio de produtos é realizado via fretamento.

COOPERSELECTA: Há alguns parceiros que realizam o transporte do óleo:

Pessoa física que disponibiliza uma kombi a cada 15 dias para coletar o óleo e a empresa Estringal que disponibiliza um carro e o motorista para realizar a coleta.

A cooperativa também usa um carrinho de mão para transportar o sabão e coletar o óleo.

#### **15) Quais são os desafios encontrados na logística e distribuição?**

*UFSCar*

Resposta na pergunta anterior.

*FGV*

Limpet Valongo e Limpet Tonato: Os preços dos fretes são muito altos e os cálculos são complicados. .

COOPERSELECTA: Falta de veículo próprio.

**16) Quais são os pontos de vendas que o ees utiliza? Algum destes pontos é gerido pelo ees?**

*UFSCar*

Resposta na pergunta anterior.

*FGV*

Limpet Valongo e Limpet Tonato: Comércio locais e as próprias fábricas.

COOPERSELECTA: Espaço Solidário (Centro Trabalho de Geração de Renda – CTR - custeado pela prefeitura de São Bernardo) gerido por EES da rede de SBC. Além da venda do sabão há no local um ponto de coleta de óleo. O produto também é vendido em feiras, eventos, mercadinhos da região (52 mercados) e porta em porta, durante a coleta do óleo e na própria sede.

**17) Quais são as formas de pagamento que os ees trabalham? (à vista, parcelado, cartão e cheque)**

*UFSCar*

Resposta na pergunta anterior.

*FGV*

Limpet Valongo e Limpet Tonato: à vista e consignação.

COOPERSELECTA: À vista, cheque e consignado. Em algumas feiras é utilizado o cartão, disponibilizado por algum EES..

**18) O ees possui identidade visual? (logomarca, cartão de visita, folder, site)**

*UFSCar*

Grupo Sabão Recicla

Em 2011 foi definido o nome e foi criado logotipo do grupo.



Já foi feito cartão para identificação do produto e divulgação:

Participe você também deste esforço por conservação ambiental e equilíbrio social

**SABÃO RECICLA**

Produzido por empreendimento de Economia Solidária de São Carlos, a partir de óleo de cozinha usado



Fone (16) 3116-1856 Contato Fabiana

LimpSol

Não tem logo, está em processo de elaboração

*FGV*

Limpet Valongo e Limpet Tonato: Possuem logomarca, folder, site, e etiqueta

COOPERSELECTA: Logomarca, rótulo para o sabão e pasta de brilho, cartão de visita, panfleto, site e adesivo para os pontos de coleta do óleo . Também é feita a sensibilização da comunidade visando a separação do óleo para a coleta.

## 19) Possui plano de marketing estruturado?

*UFSCar*

Grupo Sabão Recicla

O grupo é informal, a divulgação é feita com muita cautela, bem direcionada para pessoas amigáveis. Observação para o fato de que o sabão já foi barrado pela prefeitura em eventos como feiras.

LimpSol

Plano de divulgação dentro do território porta a porta utilizando carrinho de feira para transporte. Foi aprovado projeto que prevê a comprar um automóvel com o objetivo de integração com o grupo do sabão para ampliar a área a serem divulgados os produtos. Foi feito um mapa de clientes no território e próximo a sede do grupo.

*FGV*

Limpet Valongo: Sim e está em revisão.

Limpet Tonato: Sim, política de preços –Ex.: A vassoura original tem preço no atacado a R\$ 3,80, e no varejo a R\$5,00, sendo o preço mínimo de R\$ 3,00. Também é estipulado preço por perfil de cliente: os moradores do bairro pagam R\$3,80, visitantes R\$ 5,00 e há também preço promocional de R\$ 3,00.

Pontos de venda: consignação.

COOPERSELECTA: Não

## 20) Como o EES entende o papel do revendedor, atravessador e intermediário na comercialização?

*FGV*

Limpet Valongo e Limpet Tonato: O revendedor compra os produtos e paga à vista para vender depois para os consumidores.

O atravessador tem os contatos dos clientes e revende os produtos para eles.

O intermediário pode ser aquela pessoa, mais próxima do grupo, que pega o produto e vai divulgar para tentar vender. Se conseguir a venda, fica com uma comissão.

COOPERSELECTA: Entende o papel do atravessador como um vendedor que explora o produtor e o intermediário é o vendedor que pratica o preço justo para ambos.

Revendedor compra a vista e revender para os consumidores podendo ou não praticar o preço justo.

## **Cadeia de Resíduos Sólidos**

Empreendimentos:

Cooperzagatti – Taboão da Serra

Cooperglicério – São Paulo

Ascam – Maracaí

Renascer – Campinas

Bomsucesso – Campinas

Asquare – Quatá

Recicam – Cândido Mota

Acipal – Palmital

Coocassis - Assis

## 1. O que o empreendimento produz? Como foi o processo de escolha dos produtos?

Unesp Assis

Comum : Suprem/alimentam a indústria de reciclagem.

FGV

Cooperzagati: A Cooperativa dos agentes ambientais de Taboão da Serra – Cooperzagati - trabalha com a coleta, triagem e venda de materiais recicláveis.

Não houve escolha de produtos, e sim uma mobilização da prefeitura junto à sociedade civil para que a coleta seletiva fosse implantada no município, com recursos oriundos de edital da FUNASA (Fundo Nacional da Saúde).

Cooperglicério: Não houve escolha do produto para o início das atividades na Cooperglicério . A cooperativa foi formada inicialmente por moradores em situação de rua que já trabalhavam com a coleta de materiais recicláveis. Posteriormente receberam o apoio de um grupo de franciscanos (RECIFRAN), que, depois de um certo tempo, os instalou sob o viaduto da baixa do Glicério, para terem sua independência econômica..

Unicamp

Os EES realizam a triagem e venda do material reciclável. No caso da Renascer os Catadores também realizam a coleta de forma individual.

## 2. Quais são as matérias-primas que o EES utiliza em cada produto?

Unesp Assis

RECICAM Comum :Garrafinha PEAD colorido; Brinquedo; PET óleo; PET; Ráfia; PL fino; PL fino colorido; Plástico fino preto; Plástico duro; Manteigueira; Copinho; Canela; Leite; Sacolinha; PP Água; Tetra-pak; Papelão; Misto; Jornal/revista; Branco I e II; Caixinha (Cartão); Alumínio; Metal; Sucata; Óleo de cozinha; Vidro.

ASQUARE :Bateria de carro, Chapa raio-X.

FGV

A Cooperzagati não produz um produto em especial e não tem como rastrear sua cadeia produtiva visto que seus membros trabalham com recicláveis de todas as origens que tenham valor econômico no pós venda para recicladoras.

O mesmo quadro se repete com a Cooperglicério

Unicamp

Material reciclável coletado ou lixo coletado por empresa contratada pela prefeitura.

### **3. Quais são os fornecedores de cada matéria prima? Onde eles se localizam? Algum é um EES?**

Unesp Assis

Ascam, RECICAM, ASQUARE, Acipal : Residências (zonas urbana e rural), comércio, grandes geradores (usinas, supermercados etc.), repartições públicas.

Os fornecedores estão localizados no próprio município da associação.

Cocassis : A Cocassis também realiza a coleta do papelão na rede de supermercado Avenida em alguma cidades próximas como Paraguaçu Paulista, Maracá e Cândido Mota.

FGV

Os fornecedores de matéria prima para o trabalho da Cooperzagati, são empresas, escolas, condomínios . Atualmente os cooperados estão iniciando o trabalho de coleta porta a porta, portanto qualquer cidadão pode ser fornecedor de matéria prima para a cooperativa de catadores.

No município de Taboão da Serra, destacava-se inicialmente a participação de grandes empresas , Prefeitura um PEV (ponto de entrega voluntária). Mas esse quadro inicial está se alterando a partir de grande campanha de coleta seletiva no município, agora com o foco de atingir todos os munícipes no descarte de materiais recicláveis.

Já na Cooperglicério,a coleta é feita por carroceiros que possuem seus pontos fixos, criados a partir da divulgação desse trabalho de coleta sistemática e até diária dos materiais. Há ainda um grupo maior denominado seletiva que faz a coleta com uma Kombi, mas utilizando o mesmo processo de retiradas de materiais em pontos estratégicos e pré agendados.

Unicamp

Residências, Comércios.

**4. Quais os critérios para a escolha das matérias primas (qualidade, acessibilidade, preço, falta de opção, preocupação com meio ambiente)? Qual é o mais importante?**

Unesp Assis

Comum : Possibilidade de comercialização com indústria ou atravessadores; acessibilidade aos materiais.

RECICAM Acipal : Alumínio é o mais valioso, porém o papelão é o mais rentável.

ASCAM : O mais importante é o cuidado com o meio ambiente e a inclusão social dos catadores

ASQUARE : bem ao meio ambiente; qualidade.

COOCASSIS: Possibilidade de comercialização com indústria ou atravessadores; acessibilidade aos materiais.

FGV

Cooperzagati e Cooperglícério Como a coleta seletiva não é um produto em si, e sim um trabalho, não existe a possibilidade de escolha de materiais. Existe campanha permanente para que os fornecedores selecionem os materiais de forma a estarem limpos para evitar a proliferação de animais vetores (ratos e baratas).

Quanto à coleta, não há a possibilidade de ser individual e pontual, tratando-se de poucos materiais, portanto para haver uma viabilidade logística é feito um trabalho de organização de hora dia e local, para que o gasto de horas de trabalho e combustível seja viável economicamente para a cooperativa.

Quando um doador está fora da área de abrangência logística da coleta da cooperativa, é solicitado que o mesmo entregue seus materiais no PEV mais próximo.

A bandeira de qualquer cooperativa de catadores está sempre focada na questão ambiental, ou seja a entrega de materiais, a segregação e a sensibilização têm presente o tema ambiental. Os cooperados estão atentos à questão. Quando existe a possibilidade de contato direto com o doador de materiais, eles enfatizam a importância do consumo consciente lembrando que alguns produtos por mais que sejam encaminhados para a cooperativa não são recicláveis, por não haver mercado para isto. E assim trabalham com a sensibilização para o consumo de embalagens que possam ser reutilizáveis ou recicláveis.

Unicamp



No caso da cooperativa, não há escolha. Depende da qualidade (ruim) do material entregue pela empresa de coleta. No caso da associação, alguns catadores possuem pontos de coleta consolidados historicamente na cidade.

**5. Quais os critérios para seleção dos fornecedores (preço, qualidade, acessibilidade)?**

Unesp Assis

COOCASSIS, RECICAM ,Acipal :Disponibilidade dos materiais; doação.

ASCAM : Acessibilidade e agilidade na coleta.

ASQUARE : Acessibilidade e participação da coleta.

FGV

Cooperzagati e Cooperglicério O único critério que uma cooperativa de materiais recicláveis tem quanto a seus fornecedores é que tenham a preocupação em separar o resíduo seco do orgânico. Se um fornecedor não faz essa pré- seleção, o trabalho de coleta deixa de ser viável econômica e ambientalmente. Por essa razão é sempre feita uma formação inicial mas se o fornecedor continuar a não separar os resíduos, ocorrem ainda pelo menos três intervenções para que haja um alinhamento da coleta. Só em ultimo caso, e mesmo assim com avisos sucessivos, é que a cooperativa deixa de coletar o material.

Unicamp

Não se aplica

**6. Já realizou algum mapeamento de fornecedores? Qual foi a metodologia empregada, os resultados?**

Unesp Assis

Acipal :A associação realizou abordagens porta-a-porta nos domicílios com o objetivo de alcançar maior adesão dos moradores à coleta seletiva.

Levantamento dos grandes geradores (super mercados, usinas, comércio) com apoio do poder público.

Doação dos materiais, tanto por parte dos moradores como dos grandes geradores.

ASCAM :A cidade está mapeada e dividida em setores que determinam os dias em que praticam a coleta seletiva nas residências e grandes geradores.

ASQUARE :Sim. A cidade está parcialmente mapeada, há setores onde realizam a coleta seletiva e ainda há bairros, sem asfalto onde precisam implantar a coleta seletiva.

Coocassis : realiza constantemente abordagens porta-a-porta nos domicílios com o objetivo de alcançar maior adesão dos moradores à coleta seletiva.

A cooperativa possui um plano especial de coletas em grandes geradores como: super mercados, usinas, comércios.

RECICAM : realizou um mapeamento da cidade, com o auxílio da Incop Unesp, Comitê Regional e CRAS, com o objetivo de ampliar a Coleta Seletiva Solidária no município.

O resultado desta ação foi o aumento da quantidade de material coletado.

FGV

O trabalho de uma cooperativa de catadores começa com o mapeamento de possíveis fornecedores. Depois é feita uma visita de sensibilização , se o possível fornecedor concordar, ele é encaixado em uma logística com dias horários e pontualidade de coleta.

O resultado nem sempre é o esperado, visto que as pessoas, em várias oportunidades, esquecem de seus compromissos. e, por sua vez, muitas vezes a cooperativa apresenta excesso de carregamentos o que impede que sejam cumpridos integralmente os acordos iniciais,.Porém , caso a caso, é feito o estudo das dificuldades alinhando o trabalho para ser sempre o melhor para ambos os lados.

O mesmo procedimento de mapeamento é adotado pela Cooperglicério, que também apresenta dificuldades semelhantes em relação à pontualidade de coleta.

Unicamp

Não.

**7. O EES conhece a sua cadeia produtiva? Quais são os atores envolvidos nela? Conhece outros EES que fazem parte da mesma cadeia?**

Unesp Assis

RECICAM ASQUARE :Acipal : Parcialmente, conhecem a origem dos materiais, entretanto desconhecem todo o caminho percorrido pelos materiais até chegarem às indústrias recicladoras. A Associação tem mapeado os doadores potenciais, alguns compradores (atravessadores) dos materiais e mantém relações com os grupos de catadores que também fazem parte do Comitê Oeste Paulista.

ASCAM :Parcialmente, conhecem a origem dos materiais, entretanto desconhecem o destino final de todos os materiais que são vendidos.

A Associação mantém relações com os grupos de catadores que também fazem parte do Comitê Oeste Paulista.

COOCASSIS : De apenas alguns materiais, conhecem a origem, entretanto desconhecem o caminho percorrido por todos materiais até chegarem às indústrias recicladoras.

A Associação tem mapeado os doadores potenciais, alguns compradores (atravessadores) dos materiais e mantém relações com os grupos de catadores que também fazem parte do Comitê Oeste Paulista.

## FGV

Cooperzagati e Cooperglicério A cadeia produtiva de uma cooperativa de catadores é a ponta da cadeia produtiva de quase todos os materiais passíveis de reciclagem. Portanto é praticamente impossível que seja conhecida a cadeia produtiva de cada material. Mas os membros do empreendimento conhecem as noções básicas, tais como o papel vem de árvores. plástico vem de petróleo, vidro é originado da sílica e metal procede da mineração de ferro.

E são para empresas envolvidas nestes processos que são vendidos os materiais recicláveis, assim evitando a retiradas de novos recursos naturais que eles já conhecem.

As cooperativas de reciclagem têm uma força muito grande junto ao MNCR (movimento nacional de catadores de materiais recicláveis), portanto, sempre estão envolvidas entre si e se articulando por uma luta maior envolvendo integração e conquistas entre catadores de materiais recicláveis. Dentro da rede da ITCP FGV, as duas cooperativas que são incubadas se relacionam muito bem, a Cooperzagati está fornecendo uma prensa em comodato para a Cooperglicério, e a Cooperglicério está oferecendo a campanha de coleta de óleo para a Cooperzagati. Além disso, por um longo período todos os cooperados da Cooperzagati tinham que passar por um treinamento de uma semana na Cooperativa da Granja Julieta, para aprenderem a segregar corretamente os materiais.

## Unicamp

Os dois EES fizeram curso de formação do MNCR. Foi feita uma formação conjunta sobre a cadeia produtiva da reciclagem entre cooperativa a Bom Sucesso e o coletivo de formadores da ITCP/Unicamp.

**8. Os ees fazem práticas coletivas (compras ou vendas) entre eles ou com outros parceiros?**

Unesp Assis

ASQUARE :ASCAM : Acipal : Ainda não, entretanto a associação faz parte do projeto de construção de Rede de Comercialização Conjunta com os grupos pertencentes ao Comitê Oeste Paulista.

A Cooacassis já realizou a comercialização conjunta com Associações de catadores da região, quando estas estavam iniciando as atividades de coleta, processamento e venda dos materiais.

No início das atividades, a RECICAM comercializava conjuntamente com a COOCASSIS, atualmente comercializa os materiais de forma independente.

A associação também participa do projeto de construção de Rede de Comercialização Conjunta com os grupos pertencentes ao Comitê Oeste Paulista.

FGV

Cooperzagati e Cooperglicério As cooperativas de catadores estão cada vez mais alinhadas em redes de comercialização, mas a Cooperzagati ainda está em formação com a rede sudoeste, mas ainda sem muitas perspectivas de venda em parceria. A formação de uma rede de comercialização com a Cooperglicério é inviabilizada pela distância geográfica, porém as duas cooperativas se alinham para conseguirem o melhor preço para venda e trocam informações, facilitando as negociações com os compradores.

Unicamp

A cooperativa Bom Sucesso realiza troca de vidros por alimentos produzidos por EES de agricultura (Mulheres do Elizabet Teixeira).

**9. 9) Os EES se preocupam com os resíduos (embalagens) pós consumo do cliente final?**

FGV

Cooperzagati e Cooperglicério A maior preocupação das cooperativas de catadores é justamente o resíduo final. Procuram ter a menor quantidade de rejeitos, e por isto trabalham com formações de consumo consciente.

**10. O que é feito com os resíduos e sobras das matérias-primas geradas no processo produtivo?**

Unesp Assis

RECICAM Acipal :Os rejeitos provenientes do processo de triagem dos materiais são encaminhados ao lixão do município.

COOCASSIS :ASQUARE :ASCAM : Os rejeitos provenientes do processo de triagem dos materiais são encaminhados ao aterro sanitário do município.

FGV

Cooperzagati e Cooperglicério No caso de cooperativa de catadores, os resíduos, não são mais resíduos e sim rejeitos, produtos que não são mais recicláveis. Portanto estes são encaminhados para o aterro sanitário.

Unicamp

O rejeito é recolhido por empresa contratada pela prefeitura. Dependendo do tensionamento político, ocorre boicote por parte da prefeitura na coleta do mesmo. A associação já chegou a esperar 3 meses para a retirada do rejeito

**11. Como foi a escolha do mercado para atuação/público alvo?**

FGV

Cooperzagati e Cooperglicério Em uma cooperativa de catadores não há publico alvo, todo cidadão é fornecedor de material reciclável. É interessante salientar que na rede de cooperativa de catadores, os papéis de fornecedores e clientes são invertidos. Os fornecedores de materiais recicláveis são mais “importantes” para a cooperativa do que o comprador. Quem faz o preço de venda/compra de materiais não é a cooperativa e sim o mercado e o comprador de material triado.

Portanto os catadores precisam ter um cuidado especial com o fornecedor de materiais recicláveis, já o comprador pode ser trocado por qualquer outro interessado que tenha um preço mais atraente.

**12. Como é feita a comercialização? Quais são os desafios encontrados?**

Unesp Assis

Acipal : A comercialização é realizada uma ou duas vezes ao mês, com grandes e pequenos atravessadores, dependendo do material e da quantidade.

As principais dificuldades são o controle do material comercializado (pesagem), pois utilizam a balança da CEAGESP e o contato com os compradores, pois não possuem telefone fixo, dependendo da utilização do fax da secretaria do meio ambiente.

Compradores	Cidade	Materiais
Aparas	Marília – SP	Garrafinha PEAD colorido; Brinquedo; PET óleo; PET; Ráfia; PL fino; Papelão; Misto; Jornal/revista; Copinho; Branco I e II; Tetra-pak; Caixinha (Cartão); Leitosa; PP Água; Manteigueira; Plástico duro
Atravessadores (Alírio e Eder)	Palmital - SP	Sacolinha; Sucata; Alumínio; Metal; Plástico fino preto; PL fino colorido; Vidro
Olam Recicla	Palmital - SP	Óleo de cozinha

\*Quantidade média de toneladas comercializadas mensalmente: 20 ton./mês

ASCAM : A comercialização dos materiais é realizada 4 vezes ao mês, com grandes e pequenos atravessadores, dependendo do valor pago para cada material, vendem para quem paga mais.

A principal dificuldade é conseguir comercializar a copola(tipo de plástico duro ovalado), material que recebem da usina, mas que até agora não conseguem vender.

Compradores	Cidade	Materiais
Aparas	Marília – SP	Garrafinha PEAD colorido; Brinquedo; PET óleo; PET; Ráfia; PL fino; Papelão; Misto; Jornal/revista; Copinho; Branco I e II; Tetra-pak; Caixinha (Cartão); Leitosa; PP Água; Manteigueira; Plástico duro; Sacolinha;
Atravessador (Carlos)	Maracaí	Sucata; Alumínio; Metal;
Atravessador (Luciano)	Assis	Plástico fino preto; PL fino colorido;

Atravessador (Didi)	Presidente Prudente	Vidro
Olam Recicla	Palmital - SP	Óleo de cozinha

\*Quantidade média de toneladas comercializadas mensalmente: 44 ton./mês

ASQUARE : A comercialização dos materiais é realizada 1 vez ao mês, para um único atravessador.

A principal dificuldade é conseguir comercializar com outros compradores, o grupo tem receio de romper com o comprador atual e depois não restabelecer a relação de comercialização se for necessário.

Todos os materiais são comercializados com apenas um atravessador: Paulinho da cidade de Rancharia – SP.

Comercializam em média 25 toneladas ao mês.

RECICAM : A comercialização é realizada uma vez por semana. Os materiais são vendidos em bag`s, pois a associação não possui equipamento (prensa e fragmentadora) para processar os mesmos. Atualmente, vendem para grandes e pequenos atravessadores da região, dependendo do material e da quantidade.

Necessidade de equipamentos para processar os materiais e agregar valor aos mesmos. A triagem deve ser executada criteriosamente para diminuir a depreciação dos materiais.

Compradores	Cidade	Materiais
Atravessador (Rampazo)	Cândido Mota	Plástico fino
Atravessador (Marcelo)	Marília – SP	Papelão; Misto; Jornal/revista; Branco II; Tetra-pak;
Atravessador (Adir)	Assis	Sucata; Alumínio; Metal;
Atravessador (Bruno)	Presidente Prudente	PET; Garrafinha PAD; Plástico duro
Atravessador (Cido)	Ourinhos	Vidro

COOCASSIS : Após uma pesquisa de preços, a cooperativa vende os materiais para quem oferece o melhor valor. A comercialização é realizada duas vezes ao mês, com indústria reciladora (papelão e tetra-pak), grandes e pequenos atravessadores, dependendo do material e da quantidade.

As principais dificuldades são o controle do material comercializado (pesagem), pois utilizam a balança da CEAGESP e o contato com os compradores, pois não possuem telefone fixo, dependendo da utilização do fax da secretaria do meio ambiente.

Compradores	Cidade	Material
M. Gomes Sucata Starcollor Overpet Unifibras Textil	Irapuru – SP Araçatuba-SP Manduri-SP Santo André/Mauá-SP	Pet (verde e branca)
Fernando Stival Hintze	Manduri - SP	Pet (mista e água)
Star Color Industria de eletrônico e reciclagem Unifibras Textil	Araçatuba- SP Santo André/Mauá-SP	Pet óleo
Oto Brasil Bitencourt	Bandeirantes-PR	Papel branco
Vegui Comércio de Reciclagem	Marília-SP	Papel gráfico (revista)
Sonoco Brasil Citroplast	Londrina-PR Andradina-SP	Papelão marrom ondulado
Sonoco Brasil	Londrina-PR	Papelão branco ondulado
Sonoco Brasil	Londrina-PR	Papel colorido (papel cartão, caixa de remédio, sapatos e sabão em pó)
Vegui	Marília-SP	Papel misto (embalagem de pizza, saco de pães), Papel Kraft (saco de farinha e açúcar), Lista telefônica e revista
Sonoco Brasi Revita	Londrina-PR Cascavel-PR	Embalagem longa vida Tetra Pack (caixinhas e leite e molhos)
Claumar Comércio de materiais recicláveis	Apucarana-PR	Garrafinhas (detergente, desinfetante, Q'boa, amaciante, shampoo)



Wagner Barbosa de Oliveira	Assis-SP	Garrafa incolor (desinfetante)
M. Gomes Sucata	Irapuru-SP	Plástico preto
Oto Brasil Bitencourt	Bandeirantes-PR	Plástico cristal
Oto Brasil Bitencourt	Bandeirantes-PR	Rafia
Claumar Comércio de materiais recicláveis	Apucarana-PR	Plástico Duro branco (balde, bacia, tanquinho, mesa e cadeira)
Claumar Comércio de materiais recicláveis	Apucarana-PR	Plástico duro colorido
Vidro Porto S.A.	Porto Ferreira-SP	Caco de vidro (Leung neck, garrafão, vidro de maionese)
Sacomani Metais	Parapuã-SP	Sucata de alumínio - latas
Sacomani Metais	Parapuã-SP	Sucata de alumínio - Tubinhos de perfume
Sacomani Metais	Parapuã-SP	Sucata de alumínio - Painelas, chapas, chaleiras
Alexandre José Gouveia	Assis-SP	Sucata de ferro
Sacomani Metais	Parapuã-SP	Sucata cobre - Cobre mel (motor de veículos e cabos)
Sacomani Metais	Parapuã-SP	Sucata cobre - Cobre misto (queimado)
Sacomani Metais	Parapuã-SP	Sucata metal
Papemur	Presidente Prudente-SP	Fardos de sacos de cimento (secos)
Papemur	Presidente Prudente-SP	Potes PP - Mantegueira, sorvetes e temperos
Papemur	Presidente Prudente-SP	PP - Garrafa de água e copos de água
Pequenos produtores agrícolas regionais.	Assis e região	Jornal amarrado
M. Gomes Sucata	Irapuru-SP	PVC -Canos

\*Quantidade média de toneladas comercializadas mensalmente: 160 ton./mês

FGV

Cooperzagati e Cooperglicério A comercialização dos materiais triados é feita para compradores específicos de determinado material, por exemplo a cooperativa tria todos os materiais passíveis de reciclagem, porém vende papel para quem só compra papel, plástico para quem só compra plástico. Este material precisa ter certa quantidade, e quanto maior a quantidade melhor é o preço oferecido pelo comprador.

Dependendo da quantidade de materiais a cooperativa consegue vender o material diretamente para a indústria recicladora, por exemplo, Vidro para a Santa Marina, ou papel para a Ripasa. Mas aí estamos falando de muitas toneladas, por isto a importância de venda em rede, para que as cooperativas consigam eliminar o atravessador que, em vendas de pequenas quantidades, é um mal necessário.

### **13. Como é feita a logística e distribuição? Tem alguma parceria?**

Unesp Assis

RECICAM ASQUARE :ASCAM : Acipal : Os compradores buscam todos os materiais na Associação.

COOCASSIS : Os compradores buscam a maioria dos materiais na Cooperativa. Para os compradores mais próximos, é mais rentável fazer a entregar os materiais.

### **14. Quais são os desafios encontrados na logística e distribuição?**

Unesp Assis

RECICAM ASQUARE :ASCAM : Acipal : Não conseguem quantidade suficiente para comercializar diretamente com a indústria recicladora.

COOCASSIS : Em virtude da quantidade, as dificuldades estão no processo de preparação e carga dos materiais.

FGV

Cooperzagati e Cooperglicério As cooperativas de material reciclado possuem duas maneiras de logística, a de coleta e a de venda de materiais.

A logística de coleta é feita por região geográfica, em dias e horas estipuladas para o melhor aproveitamento das viagens.

A logística de venda é feita pelo acúmulo de materiais no galpão. Dias antes de se fazer o rateio de retirada dos cooperados é realizada a venda do material, que o comprador vem buscar na cooperativa com seus próprios caminhões. Geralmente, para garantir a fidelidade da venda do material o comprador deixa disponível na cooperativa uma caçamba para acúmulo dos materiais.

**15. 16) Quais são os pontos de vendas que o EES utiliza? Algum destes pontos é gerido pelo EES?**

FGV

Cooperzagati e Cooperglicério No caso das cooperativas de reciclagem não existe um ponto de venda, a própria cooperativa é um ponto de venda.

**16. Quais são as formas de pagamento que os EES trabalham?**

Unesp Assis

ASCAM :Acipal : A associação recebe à vista pelos materiais vendidos, em dinheiro ou depósito bancário.

ASQUARE :A associação recebe à vista pelos materiais vendidos sempre em dinheiro

RECICAM : A associação recebe em dinheiro nas primeiras vendas, após adquirirem confiança no comprador, passam a aceitar cheque ou depósito bancário.

COOCASSIS : A cooperativa recebe à vista pelos materiais vendidos, em dinheiro ou depósito bancário.

FGV

Cooperzagati e Cooperglicério As cooperativas recebem por suas vendas em forma de cheque, dinheiro ou depósito bancário, depende muito do comprador dos materiais. Geralmente este pagamento é feito a vista ou com diferença de até 5 dias úteis.

**17. O EES possui identidade visual?**

Unesp Assis

ASCAM :Acipal : Logomarca e folder/panfletos utilizados nas reabordagens e campanhas de divulgação da coleta seletiva.

COOCASSIS :Acipal :Logomarca e folder/panfletos utilizados nas reabordagens.

ASQUARE :Logomarca, uniformes, folder/panfletos utilizados nas campanhas de divulgação da coleta seletiva e cartão de visita.

RECICAM : Logomarca e folder/panfletos.

FGV

Cooperzagati A Cooperzagati, depois que começou a trabalhar com a ITCP FGV, já possui logomarca, papel timbrado e está com o site em construção..

A Cooperglicério, possui logomarca, site, e papel timbrado

## **18. Possui plano de marketing estruturado?**

Unesp Assis

RECICAM, COOCASSIS, ASQUARE, Acipal : Não

ASCAM :Possui vinhetas em rádio, projeto de conscientização nas escolas e locais públicos

FGV

A Cooperzagati tem um plano de Marketing bem estruturado pela prefeitura de Taboão da Serra, com cartazes, banners, divulgação em jornais locais, e apoio da assessoria de imprensa da prefeitura.

O Marketing na cooperglicério não é bem estruturado mas o grupo conta com uma boa divulgação nas mídias eletrônicas por iniciativa de vários parceiros que a procuram por estar em um lugar estratégico da cidade de São Paulo.

## **19. Como o EES entende o papel do revendedor, atravessador e intermediário na comercialização?**

Unesp Assis

ASQUARE :Acipal : Entendem como o elo que os conectam às indústrias recicladoras, entretanto reconhecem o caráter exploratório quando este manipula e especula sobre os valores dos materiais.

ASCAM :Infelizmente é um papel de opressão, pois explora a atividade do catador quando manipula e especula sobre os valores dos materiais.

RECICAM : Entendem que alguns pagam a importância justa pelos materiais, outros depreciam muito o valor dando como justificativa o fato dos materiais não serem processados (enfardado ou fragmentado).

COOCASSIS : A cooperativa possui muitas possibilidades para comercializar os materiais, dessa forma os atravessadores têm poucas chances de explorar a trabalho do catador se oferecer um preço muito baixo.

FGV

Cooperzagati e Cooperglicério O atravessador de materiais recicláveis é visto como um mal necessário, não é o mais querido dos parceiros comerciais, porém sem ele não há a possibilidade de venda direta para a indústria recicladora.

# **Cadeia de Agricultura**

Empreendimentos:

Projeto Caoby: Semeando o Futuro– São Paulo

Coabe – João Ramalho

AMA Elizabeth Teixeira - Limeira

## 1. O que o empreendimento produz? Como foi o processo de escolha dos produtos ?

Unesp Assis

Cooperativa de Agricultores Agro ecológicos Boa Esperança – COOAABE

Verduras (alface, Couve, rúcula, cebolinha, cheiro verde, agrião, almeirão...) e Legumes (mandioca, batata, berinjela, abobrinha, quiabo...).

A decisão de produzir tais alimentos foi imposta pela assessoria técnica do Inca, em virtude do tipo de solo da região.

Unicamp

EES: Associação de Mulheres Agroecológicas (AMA) e Mulheres do Assentamento Elizabeth Teixeira.

Produzem produtos in natura e processados. Essa escolha se justifica pela facilidade de escoamento, da produção e da necessidade mínima de insumos.

FGV

Semeando o Futuro

O EES iniciou sua produção com hortaliças (folhas e raízes) e produtos da roça (milho, feijão, quiabo, jiló, mandioca e abóbora). Na segunda etapa iniciou a produção de banana e roça em sistemas agroflorestais, já a terceira etapa implementou um galinheiro para produção de frango caipira e ovos. Nesse momento o EES está construindo uma unidade de beneficiamento e verticalização de sua produção para agregar valor aos seus produtos.

Todos os produtos são certificados pela OIA como produção orgânica.

A escolha dos produtos segue uma estratégia desenhada no Plano de Negócios Inclusivos elaborada no processo de incubação que pensou as quatro fases de expansão da sua produção. A estratégia adotada segue a seguinte lógica:

Hortaliças: fácil plantio, baixo custo de implementação, retorno rápido e venda direta na comunidade e entorno;

Roça: Produção complementar para garantir a rotação de culturas e garantir a colheita no verão que, com as chuvas, apresenta redução brusca da produção e também tem facilidade de escoamento na própria comunidade;

Agrofloresta: Garantir o adensamento das matas do sítio onde o Semeando o Futuro planta e reflorestamento de áreas degradadas. Além disso, a produção de bananas complementa a produção com volumes crescentes de colheita. A banana pode ser vendida na própria comunidade e serve de insumo para a futura agroindústria familiar.

Galinhas: Com o objetivo de diversificar a cesta de produtos oferecidos pelo Semeando o Futuro com foco na própria comunidade e também integrar a produção de esterco com a produção dos insumos agroecológicos utilizados no plantio;

Verticalização da produção: Estratégia de agregar valor aos produtos cultivados pelo Semeando o Futuro além de avançar na cadeia produtiva. A produção inicial de doces, compotas e conservas são facilmente comercializados na própria comunidade.

## **2. Quais são as matérias-primas que o EES utiliza em cada produto ?**

Unesp Assis

Sementes, composto orgânico, esterco de galinha e gado, adubo, caldas orgânicas e substrato para plantar as sementes.

Unicamp

In natura: Insumos, sementes, mudas.

Processados: Ingredientes culinários .

FGV

Plantio: Sementes orgânicas e insumos agroecológicos;

Galinhas: Ração orgânica e insumos agroecológicos.

## **3. Quais são os fornecedores de cada matéria prima? Onde eles se localizam ? Algum é um EES?**

Unesp Assis

Sementes e substrato são comprados em Álvares Machado e o adubo é comprado no comércio de Rancharia, duas cidades próximas.

As caldas e o composto orgânico são produzidos pelos próprios produtores.

Unicamp



Mercado varejistas em cidades próximas e nenhum e EES. No caso de sementes são próprias agricultoras.

FGV

Sementes orgânicas: Bionatur – Cooperativa de produção de sementes iniciada nos assentamentos do MST em Candiota e Hulha Negra, no sul do Rio Grande do Sul e representa o fim da dependência em relação às empresas e a entrada no sistema de produção agroecológico;

Insumos agroecológicos: produção própria de composto, biofertilizante e bokashi;

Ração Orgânica: Yamaghishi – Associação de agricultores familiares de produção orgânica da região de Jaguariuna, SP.

**4. Quais os critérios para a escolha das matérias primas (qualidade, acessibilidade, preço, falta de opção, preocupação com meio ambiente)? Qual é o mais importante?**

Unesp Assis

Orientação técnica em cursos e capacitações.

Unicamp

Devido ao fato do assentamento ser isolado, sem vias de comunicação e transporte, os assentados não têm opção. Porém, quando há opção os critérios são : acessibilidade e preço.

FGV

A escolha dos fornecedores seguiram três critérios integrados:

Qualidade: Insumos orgânicos certificados para garantir a certificação orgânica do Semeando o Futuro;

Procedência: Preferência por insumos produzidos por EES, Associações ou Cooperativas ligadas à agricultura familiar;

Custo: Dada a necessidade de redução de custos para a comercialização a preços baixos na comunidade e entorno, o grupo também levou em consideração os custos dos insumos e seu impacto na composição dos preços dos produtos.

O mais importante é a necessidade dos insumos serem orgânicos.

**5. Quais os critérios para seleção dos fornecedores (preço, qualidade, acessibilidade)?**

Unesp Assis

Qualidade, proximidade e relação de confiança com os fornecedores.

Unicamp

Os mesmos critérios acima, acessibilidade e preço.

FGV

Esses critérios foram ponderados de forma equilibrada, sendo a questão dos insumos orgânicos como condição.

**6. Já realizou algum mapeamento de fornecedores? Qual foi a metodologia empregada, os resultados?**

Unesp Assis

Não.

Unicamp

Não

FGV

Sim, o técnico agrícola responsável pelo acompanhamento técnico da produção realizou um mapeamento conjunto com os agricultores e realizou visitas a campo para a escolha das marcas e tipos de sementes.

**7. O EES conhece a sua cadeia produtiva? Quais são os atores envolvidos nela? Conhece outros EES que fazem parte da mesma cadeia?**

Unesp Assis

Sim, fornecedores, produtores e os consumidores (PAA, feira-livre e restaurante).

Conhecem, mas não matem vínculos.

Unicamp

Não

FGV

Sim. O desenvolvimento do Plano de Negócios Inclusivos construiu essa compreensão básica de cinco etapas da cadeia:

Produção de Insumos: Atentando para a produção oriunda de EES, Associações ou Cooperativas ligadas à agricultura familiar e os aspectos ambientais ligados à produção agroecológica;

Produção dos alimentos in natura: Onde o Semeando o Futuro está inserido;

Verticalização da Produção: Etapa que o grupo está avançando a partir da construção da sua agroindústria familiar;

Distribuição: Relacionado a possíveis parcerias comerciais que podem revender os produtos do grupo;

Comercialização: Venda direta aos consumidores.

## **8. Os ees fazem práticas coletivas (compras ou vendas) entre eles ou com outros parceiros?**

Unesp Assis

Apenas entre alguns cooperados.

Unicamp

Sim. A prática do sacolão explicada no artigo foi estruturada com esses dois EES. Os consumidores são do coletivo da ITCP Unicamp. Existe a expectativa de ampliar essa prática para outros coletivos como por exemplo, os trabalhadores da Fábrica Ocupada Flaskô.

FGV

O Semeando o Futuro implementa Clubes de Compras Coletivas em parceria com empresas, condomínios e na FGV que entrega semanalmente cestas de alimentos orgânicos.

Além disso, o grupo comprou um lote de ecobags de uma Cooperativa de Costura da região para realizar a entrega das cestas orgânicas.

**9. Os ees se preocupam com os resíduos (embalagens) pós consumo do cliente final?**

Unesp Assis

Sim, orientam os consumidores a levarem sacolas para a feira-livre.

Unicamp

Sim, eles se preocupam em não ter embalagem.

FGV

Sim, o principal resíduo são as latas de sementes que são destinadas à coleta seletiva.

**10. O que é feito com os resíduos e sobras das matérias-primas geradas no processo produtivo?**

Unesp Assis

Fazem compostagem e alimentam os animais (galinhas, porcos)

Unicamp

Compostagem.

FGV

Compostagem e coleta seletiva.

**11. O ees possui alguma parceria com cooperativas de reciclagem?**

Unesp Assis

Não.

Unicamp

Sim, o EES faz trocas de alimentos por vidros triados para produção de compotas.

FGV

Apenas com catadores avulsos, pois não há uma Cooperativa na região.

Levantamento das práticas de comercialização dos EES

## **12. Como foi a escolha do mercado para atuação/público alvo?**

Unesp Assis

PAA foi indicação do Incra; a participação na feira livre foi iniciativa deles próprios após sugestão de um cooperado.

Unicamp

não há escolha. Os espaços de comercialização estão determinados pela disponibilidade de meios de transporte.

FGV

A escolha de mercado foi inicialmente focada na questão da segurança alimentar dos bolsões de pobreza do entorno do sítio. Nesse sentido o grupo vende produtos orgânicos de alta qualidade a preços acessíveis para os moradores da região.

Após a consolidação desse público alvo o grupo passou a atender Organizações Sociais que possuem cozinhas como creches e centros de convivência e finalmente colocou em prática o acesso ao público alvo de melhor condição econômica a partir da entrega de cestas orgânicas.

O próximo passo será a realização de parcerias com lojas e empresas que comercializam a produção orgânica de agricultores familiares na perspectiva de consolidar o EES e garantir sua sustentabilidade econômica.

## **13. Como é feita a comercialização? Quais são os desafios encontrados?**

Unesp Assis

Para o PAA, a cooperativa envia cestas com alimentos 1 vez por semana. A dificuldade está em manter uma organização produtiva que dê conta de atender a essa demanda

semanal, alguns produtores não conseguem se organizar, deixando de enviar seus produtos em determinadas semanas.

Também vendem na feira-livre, uma vez por semana e para um restaurante.

Unicamp

Ela é feita em quatro formas :- feiras :Ha dificuldades em comercializar feiras permanentes por conta da falta de meio de transporte no grupo, porém há comercialização feiras em eventos não regulares, onde é necessário a participação indireta da ITCP na infraestrutura.

- Cestas de produtos in natura : Falta de transporte.

- Vendas avulsas: Houve dificuldade por que os verdedores trabalhavam de formas involuntárias.

- Sacolão : Venda de produtos in natura para monitores do ITCP/ UNICAMP. Há dificuldades em arrecadação do dinheiro previamente para poder efetuar o pedido e sensibilização dos consumidores.

FGV

Cada estratégia de comercialização é realizada de acordo com os públicos alvo:

Comunidade: As vendas são realizadas no próprio sítio, em barracas de rua espalhadas no bairro e na entrega de cestas para professores da rede pública de ensino da região. O grande desafio está na regularização das barracas de rua que não são permitidas pelo Município e são fiscalizados pela Guarda Civil Metropolitana;

Organizações Sociais: São realizadas entregas dos produtos na sede das Organizações Sociais com veículo de um dos integrantes do grupo. O desafio reside no atraso do pagamento de Organizações Sociais que vivem de doações ou de recursos públicos;

Consumidores de classe média alta: São criados clubes de compras coletivas em empresas, condomínios e na FGV que recebe pedidos pela internet e realiza as entregas semanais de cestas de orgânicos nesses locais. O desafio reside na necessidade de ter um volume mínimo de compras em cada clube de compras coletivas necessários para pagar o transporte dos produtos.

#### **14. Como é feita a logística e distribuição? Tem alguma parceria?**

Unesp Assis

Atualmente o PAA busca todos os produtos, antes perdiam muito tempo entregando os materiais, pois são muitos pontos de entrega.

Para a feira e restaurante eles mesmos levam.

Unicamp

Sim, atualmente é feita pelos monitores da ITCP. Utilizamos as viagens de incubação para escoar os produtos.

FGV

Um dos membros do grupo possui carro e realiza as entregas, em 2012 o grupo já tem recursos captados com apoio da ITCP-FGV para a compra de um carro próprio do grupo.

#### **15. Quais são os desafios encontrados na logística e distribuição?**

Unesp Assis

Possuem apenas uma banca na feira-livre e apenas um veículos (pampa) para transportar os produtos.

Unicamp

Não ter logística própria, acarreta na dependencia de atravessadore e limitação de espaço de atuação.

FGV

A distância entre o sítio e os clubes de compras coletivas aumenta os custos de transporte e dificultam a difusão de novos clubes.

#### **16. Quais são os pontos de vendas que o ees utiliza? Algum destes pontos é gerido pelo ees?**

Unesp Assis

PAA, feira-livre e restaurante.

Unicamp

Não há pontos de vendas.

FGV

Venda no próprio sitio;

Barracas de rua espalhadas na região;

Entrega em Organizações Sociais;

Entrega de cestas orgânicas em escolas e clubes de compras coletivas.

**17. Quais são as formas de pagamento que os ees trabalham? (à vista, parcelado, cartão e cheque).**

Unesp Assis

Os produtos do PAA são pagos pela CONABE por meio de depósito bancário.

O restaurante paga em dinheiro, uma vez ao mês e na feira-livre recebem em dinheiro.

Unicamp

A vista e até perder de vista.

FGV

A vista;

Caderno de fiado para moradores da região;

Pagamento todo fim do mês com as vendas para cada clube de compras.

**18. O ees possui identidade visual? (logomarca, cartão de visita, folder, site)**

Unesp Assis

Não

Unicamp

A AMA possui logotipo, identidade coletiva construída durante a incubação. As mulheres do Elizabeth Teixeira ainda não possuem.

FGV



Sim, o grupo possui:

Logomarca;

Placa;

Cartazes;

Panfletos;

Apresentação institucional com slides;

E-mail Marketing para implementação de clubes de compras coletivas;

Blog: site está em fase de construção;

Recibo de pagamento com identidade visual;

Bloco de pedidos com identidade visual.

## **19. Possui plano de marketing estruturado?**

Unesp Assis

Não.

Unicamp

Não

FGV

Sim, que sistematiza as estratégias de vendas, públicos alvo, escolha dos produtos, sendo parte integrante do Plano de Negócios Inclusivos desenvolvidos durante o processo de incubação. O plano de Negócios será revisado no primeiro trimestre de 2012 agregando novas estratégias para as galinhas e agroindústria familiar.

## **20. Como o ees entende o papel do revendedor, atravessador e intermediário na comercialização?**

Unesp Assis

Entendem o papel da CONABE como fundamental para o funcionamento da cooperativa e para a sobrevivência de alguns cooperados.

Unicamp

Necessários, porém há uma crítica dentro dos empreendimentos.

FGV

Potenciais parceiros capazes de ampliar o volume de produção que estão crescendo, mas será priorizado parceiros comerciais que operem na lógica do comércio justo e solidário que vendam majoritariamente produtos orgânicos.