



## MULHERES INDÍGENAS E MIGRANTES: o desafio de comercializar produtos oriundos da economia solidária em mercados não solidários

Meire Joisy Almeida Pereira<sup>1</sup>

### RESUMO

O presente artigo visa revelar o processo de comercialização dos produtos oriundos dos empreendimentos econômicos solidários – EES de mulheres indígenas e migrantes em Boa Vista-RR apoiados pela incubadora tecnológica de cooperativas populares e empreendimentos solidários da Universidade Federal de Roraima – ITCPES/UFRR. A ação foi financiada pelo PRONINC – Programa Nacional de apoio às Incubadoras da SENAES - Secretaria Nacional de Economia Solidária do Ministério do Trabalho e Emprego, por meio da FINEP – Financiadora de Projetos no período de 2008 à 2010. O projeto da ITCPES/UFRR denominado Mulheres Empreendedoras na Amazônia teve como meta fortalecer e apoiar as atividades de comercialização dos EES incubados, na perspectiva da geração de ocupação, trabalho e renda para as mulheres. O artigo também se propõe a debater teoricamente o mercado. Para a ITCPES/UFRR o trabalho foi um desafio na medida em que precisou compatibilizar a contradição da produção solidária e a comercialização em mercados não solidários.

**Palavras-chaves:** comercialização; empreendimentos econômicos solidários; incubadora; mercado.

### ABSTRACT

This article aims to reveal the process of marketing the products from the solidarity economic enterprises – ESS of indigenous and migrants women in Boa Vista-RR supported by the technological incubator popular cooperative and collaborative enterprises, Federal University of Roraima – ITCPES/UFRR. The action was financed by PRONINC- National Program Support for the SENAES Incubators- the National Solidarity Economy Ministry of Labor and Employment, through FINEP – Projects from 2008 to 2010. The design of ITCPES/UFRR called Women Entrepreneurs in the Amazon was aimed at strengthening and supporting the marketing activities of ESS incubated in view of the generation of jobs, work and in come for women. The article also proposes to discuss theoretically the market. For ITCPES/UFRR the work was a challenge as it needed to reconcile the contradiction of joint production and marketing in markets not solidarity.

**Keywords:** marketing; solidarity economic enterprises; incubator; market

<sup>1</sup> Mestre. Universidade Federal de Roraima UFRR). [meirejoisy@hotmail.com](mailto:meirejoisy@hotmail.com)

## 1 Introdução

Considerada como uma das maiores dificuldades apontadas pelos Empreendimentos Econômicos Solidários - EES a comercialização é, ao mesmo tempo, o desafio que as Entidades de Apoio e Fomento – EAF enfrentam no assessoramento a esses EES pelo Brasil. O presente artigo trata do processo de comercialização dos EES urbanos da cidade de Boa Vista-RR apoiados pela Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares e Empreendimentos Solidários – ITCPES da Universidade Federal de Roraima – UFRR durante o período de 2008 à 2010 com Recursos do PRONINC.

Inicialmente cabe esclarecer que a ITCPES/UFRR incubou seis EES. Desse total quatro se juntaram e formaram a primeira cooperativa de economia solidária de Roraima denominada COOFECs. A cooperativa atua no segmento de confecções e artesanato. No total, constituem a cooperativa 26 mulheres cujo perfil são de migrantes, indígenas, com cerca de 4 a 5 filhos.

A questão da comercialização na ITCPES/UFRR surgiu por conta das dificuldades enfrentadas pelas mulheres na venda de seus produtos. Além da análise dos dados divulgados pela SENAES – Secretaria Nacional de Economia Solidária, órgão do Ministério do Trabalho, que afirma: ...”as maiores limitações dos EES estão na comercialização”.

Investigar os determinantes destas limitações, bem como definir estratégias para sua superação passou a ser uma das metas da ITCPES/UFRR junto aos EES incubados por conta do projeto Mulheres Empreendedoras nas Amazônia.

Além da SENAES, a Agência de Desenvolvimento Solidário (2002) confirma que a ausência de informações sobre o mercado, a falta de conhecimento acerca da gestão dos negócios, a ausência de condições normativas<sup>2</sup> de um comércio justo e solidário no Brasil, entre outros aspectos são os principais determinantes que tornam os EES em situação de grande fragilidade frente aos mercados.

Mercado e comercialização são duas categorias que na contemporaneidade se completam e se conformam entre si. Entretanto, nem sempre foi assim; se considerarmos os primórdios do homem em comunidade, o ato de realizar trocas era uma rotina; o escambo foi a prática, o meio pelo qual a comunidade se encontrava no mercado para concretizar as trocas e atender as suas necessidades básicas. Naquela época inexistia a figura da moeda como mediadora de equivalência do *valor* das mercadorias.

---

<sup>1</sup> <sup>2</sup> O decreto que trata do comércio justo e solidário só foi assinado recentemente pelo presidente Luís Inácio Lula da Silva no dia 17 de novembro de 2010.



É para revelar como os EES comercializam seus produtos em mercados não solidários que o presente artigo se propõe. Para isso, investigou, vivenciou, analisou e refletiu o caráter do processo de comercialização dos produtos oriundos da economia solidária em mercados não solidários a partir do apoio da Incubadora de Cooperativas Populares e Empreendimentos Solidários da Universidade Federal de Roraima – ITPCES/UFRR.

O apoio constou do assessoramento e do acompanhamento aos EES de mulheres migrantes e indígenas que integram a primeira cooperativa de empreendimentos solidários de Roraima incubada no período de 2008 até 2010; período em que esses EES foram fortalecidos e incentivados à participarem das diversas feiras de Boa Vista-Roraima. Os recursos desta ação são do PRONINC, cujo financiamento advém da FINEP.

O método de investigação utilizado consubstanciou-se no materialismo histórico-dialético, da pesquisa-ação e no uso articulado dos saberes populares e científicos. As categorias principais de análises são: a comercialização, os EES, o mercado e a incubadora da UFRR.

O trabalho constitui-se da presente introdução, de uma seção que estabelece a relação contraditória – comercialização de produtos oriundos da economia solidária em mercados não solidários; uma seção que compreende o papel da ITCPCS/UFRR no apoio e fortalecimento aos EES nas feiras, as estratégias utilizadas, as parcerias estabelecidas e por fim, as considerações finais.

## **2 O debate teórico: a comercialização sob a ótica do mercado**

As análises contidas na Crítica da Economia Política de Marx revelam que o processo de comercialização acontece na circulação. Para Marx o mercado constitui-se apenas no local onde acontecem as relações de trocas sociais. Visto sob a esfera da circulação das mercadorias, a produção é que assume maior importância para definição dos seus preços. E o *valor* não é inerente às mercadorias, mas sim ao processo produtivo, ao trabalho do homem.

A partir desse olhar, apreende-se as divergências conceituais entre o mercado contemporâneo e o mercado descrito na crítica da economia política de Marx; os dois dispõem de visões antagônicas, especialmente quando se trata do *valor* atribuído às mercadorias expresso muitas vezes pelo seu preço.

Na crítica da economia política o *valor* é atribuído pela quantidade de horas trabalhadas pelo homem para a produção da mercadoria; é na interação do homem com a natureza por meio do processo de trabalho que são produzidas mercadorias que satisfazem às necessidades humanas básicas (MARX, 1988). As relações sociais portanto, assumem a centralidade e a



produção, expressa pelo trabalho humano, representa o movimento que gera a riqueza de uma sociedade. Assim a riqueza de uma nação está no trabalho do homem, na sua interação com a natureza.

Considerando essa perspectiva, a definição do preço das mercadorias é obtida por meio de um critério objetivo, ou seja, pela quantidade mensurada das horas trabalhadas, cuja esfera localiza-se pelo lado da oferta (SINGER, 1986).

Do outro lado encontra-se a análise do *valor* sob a perspectiva da escola de pensamento neoclássico. Para essa corrente o *valor* as mercadorias tem outra determinação, a da *utilidade*. Assim, todo bem só existe para satisfazer a necessidade do consumidor. O preço desses bens são determinados pelo lado do consumidor a partir de um critério eminentemente subjetivo(SINGER, 1986).

Com isso o sistema de preços passa a mediar as relações entre a oferta e a demanda dos bens. É também nessa corrente de pensamento que se estabelece o novo *modus operandi* para a determinação dos preços dos bens: o cálculo passa a incorporar os preços relativos dos outros bens, a quantidade produzida, a disponibilidade da renda dos consumidores, além dos hábitos e costumes dos consumidores. (VASCONCELLOS, 2004). Essa é a corrente de pensamento econômico hegemônica que prevalece na contemporaneidade.

Portanto, refletir sobre essas duas perspectivas antagônicas que envolve o mercado, torna o estudo sobre o processo de comercialização dos EES num dilema. De um lado, a comercialização dos produtos provenientes da economia solidária em mercados eminentemente capitalistas, baseados na corrente de pensamento neoclássica e do outro, a comercialização dos produtos da economia solidária sob a égide do mercado justo e solidário, centrado na perspectiva das relações sociais, que considera a sustentabilidade, a autogestão e solidariedade variáveis indispensáveis para a preservação da vida humana.

Compatibilizar essas duas vertentes e fazer com que os EES incubados consolidem a comercialização de suas mercadorias gerando renda para as suas integrantes, garantindo a reprodução do processo produtivo passou a se constituir no desafio da ITCPES/UFRR nos últimos anos.

A alternativa encontrada pela ITCPES/UFRR foi focar em estratégias que dessem conta do alcance do objetivo superior, ou seja, gerar ocupação, trabalho e renda para as mulheres. O trabalho teve início com a reflexão teórica: discutiu-se como apoiar o processo de comercialização dos produtos oriundos da economia solidária em espaços não solidários? A ação da ITCPES foi no sentido de compreender os determinantes da lógica de comercialização a partir da existência das duas ideologias antagônicas, mas que co-existem dialeticamente no ambiente empírico da



investigação.

A outra estratégia constou da análise, da sensibilização e da mobilização junto às mulheres dos EES de que inexitem em Boa Vista espaços públicos com características do consumo justo e solidário. Portanto, o processo de comercialização deveria acontecer em mercados não solidários. O resultado desse desafio está evidenciado na seção a seguir.

### **3 A comercialização de mercadorias da economia solidária em mercados não solidários**

Para começar a presente análise é fundamental compreender que os EES produzem na perspectiva solidária, ou seja, estão inscritos nos princípios da autogestão, da solidariedade, da sustentabilidade e da viabilidade econômica (MTE, 2003); entretanto, quando chega no momento da comercialização a dinâmica é diferente, prevalece o individualismo, a competitividade e o lucro.

Na acepção de Marx (1988) é na circulação que acontece o movimento da comercialização das mercadorias, ou seja, é nesse movimento que se consolidam as trocas – a compra e a venda das mercadorias – em espaços denominados de mercados. É justamente no mercado que todas as mercadorias produzidas se encontram independente do modo de produção existente. (MARX, 1988).

Por outro lado, é preciso lembrar que a lógica atual e hegemônica residente nas economias centrais e periféricas é a da acumulação do capital e os mercados, são por sua natureza, locais onde a competitividade prevalece na base objetiva da reprodução dessa lógica.

Dessa forma superar o modelo hegemônico para concretizar o movimento de comercialização dos produtos da economia solidária não se constituiu em tarefa fácil. Até porque o comércio justo solidário, enquanto alternativa ao capital, encontra-se em estágio incipiente. Ocorre apenas por iniciativas independentes, construídas pelos movimentos sociais em espaços alternativos.

Para os EES incubados, a realidade vivenciada em Boa Vista é a do mercado hegemônico, ou seja, a da lógica do capital. A forma, a estratégia utilizada pela ITCPES/UFRR para enfrentar essa lógica foi no sentido de promover o apoio incondicional aos EES visando a participação ativa e frequente em todos os eventos, em todos os espaços públicos - feiras – existentes em Boa Vista.

O objetivo superior que movia a ITCPES/UFRR e os EES era o de se mostrar os produtos oriundos da economia solidária, disseminar a dinâmica e fundamentalmente concretizar a venda desses produtos para a geração da renda para as mulheres indígenas e migrantes.

Assim, as ações operacionalizadas pela ITCPES/UFRR junto aos EES foi no sentido de: a)





estabelecer parcerias intra e interinstitucionais; b) disponibilizar recursos físicos, de materiais, de equipamentos e de alimentação durante as feiras; c) sensibilizar e mobilizar as mulheres para as feiras; d) disponibilizar veículos para fazer o transporte das mercadorias dos EES até as feiras; e) constituir um corpo técnico capaz de compreender as lógicas contraditórias que integram o processo de comercialização da economia solidária; f) disponibilizar bolsistas para colaborarem na venda dos produtos em si durante as feiras; g) sistematizar as informações inerentes ao processo, que resultou em um manual de boas práticas para participação em feiras; h) elaborar um banco de dados referentes ao estoque/inventário de produtos disponíveis para comercialização; i) registrar o quantitativo de produtos comercializados – a contabilidade de cada evento; e por último j) analisar o conjunto de informações para compreender e redefinir outras estratégias.

O papel dos parceiros nesse processo foi determinante. Por isso cabe o destaque e os agradecimentos à Universidade Federal de Roraima, à Pró-Reitoria de Extensão, à Reitoria, à Gerência Operacional – GEOP, ao Centro de Ciências Administrativas e Jurídicas, ao Departamento de Administração, ao Departamento de Economia que anualmente realiza a Feira das Vocações Regionais e ao Centro Ciências Humanas. Não menos importante foram os parceiros externos, sobretudo o SEBRAE em Roraima e a empresa Projetar, que concederam um *stand* permanente no Feirão do R\$ 24,99 durante os anos de 2008, 2009 e 2010 a custo zero para a ITCPES/UFRR. E por último e não menos importante, os agradecimentos são extensivos à FINEP que concedeu os recursos financeiros para o apoio e o fortalecimento das ações da ITCPES/UFRR junto aos EES no processo de comercialização.

O Feirão do R\$ 24,99 foi o maior evento que o EES participaram nos últimos três anos. As feiras aconteciam durante o ano inteiro, cumprindo um calendário que privilegiava as datas festivas – como o dia internacional da mulher, o dia das mães, as festas juninas, o dia dos pais, o dia dos namorados, o dia das crianças, e em dezembro eram realizadas duas feiras por conta do natal. A Feiras aconteciam na Escola estadual América Sarmento, no bairro do Pintolândia. O bairro com maior adensamento populacional de Boa Vista.

A participação do público era tão intensiva, que os visitantes somam aproximadamente 20 mil nos três dias em que as feiras aconteciam. Por conta do local a ITCPES/UFRR também destaca os agradecimentos ao Governo do Estado de Roraima, que além da cessão da escola estadual, também realiza anualmente, por meio da Secretaria de Estado da Agricultura, a maior feira agropecuária do Estado, a Expoferr. A ITCPES/UFRR e os EES também participaram das feiras.

Por último, os outros parceiros que merecem destaque no processo de comercialização dos produtos oriundos da economia solidária é o Instituto Marista que dispõem de uma linha que



apóia as feiras micro-regionais.

Em Roraima, os EES participaram das duas últimas. Colaboram com o evento parceiros de grande valia como o Ministério do Desenvolvimento Agrário, por meio da Delegacia do MDA em Roraima, e a superintendência do Ministério da Pesca e Aquicultura.

Ao final dos três anos – 2008, 2009 e 2010 – os EES apoiados pela ITCPES/UFRR participaram de 20 eventos. Os resultados dessa participação, visto sob a ótica comercial, não são satisfatórios por conta do conjunto de limitações dos EES mapeadas pela ITCPES.

O destaque fica por conta da concorrência desleal, mas também, por conta de outros limitantes como a apresentação, a qualidade e os preços praticados pelos EES; em determinadas datas, os EES não tinham produção para vender; em outras, as quantidades disponibilizadas eram insuficientes; é evidente que existem tais limitações desanimam, fazendo com que, em alguns eventos, houve a baixa participação das mulheres nas feiras.

Mas, por outro lado, a ITCPES/UFRR conseguiu movimentar e motivar os EES no sentido de fazer com que eles comercializassem seus produtos em espaços não solidários e, ao mesmo tempo, disseminava a dinâmica da Economia Solidária em Roraima.

Sob o aspecto da renda, os EES conseguiram gerar recursos na comercialização dos seus produtos com vistas a comprar de novos insumos para mais uma vez realizar a produção.

#### **4 Considerações Finais**

Revelar como os EES comercializam seus produtos em mercados não solidários com apoio da ITCPES/UFRR em Boa Vista-Roraima durante os anos de 2008, 2009 e 2010 com recursos da FINEP foi o principal objetivo do presente artigo.

A experiência, a prática da pesquisa-ação e os resultados apreendidos pela ITCPES/UFRR junto aos EES incubados foram as seguintes:

- a) as mulheres indígenas e migrantes conseguem compreender a dinâmica da Economia Solidária no aspecto produtivo;
- b) elas já estão empoderadas sobre os conceitos teóricos e as práticas da Economia Solidária, mas ainda se encontram num estágio incipiente com relação à dinâmica da comercialização de suas mercadorias em espaços não solidários por conta da falta de informação sobre o mercado, por conta do seu perfil, a maioria tem baixa escolaridade, há baixa produção, e competitividade é lei do mercado, além da falta de recursos para o processo produtivo e de comercialização;
- c) as mulheres já estão conscientes e sensibilizadas do desafio que é comercializar seus produtos em mercados eminentemente capitalistas, visto que neles são evidenciados os aspectos da qualidade dos produtos, dos preços praticados, da concorrências e das estratégias competitivas;



d) constatou-se também que há dependência dos EES incubados em relação à ITCPES/UFRR para a participação em feiras, visto que as mulheres não dispõem de veículo próprio para fazer o traslado das mercadorias, de etiqueta de preços, de embalagens, de políticas de promoção, de disponibilidade de tempo para participar ativamente dos eventos, de tempo para analisar os resultados produzidos; além da indisponibilidade dos recursos para custear os valores dos stands nas feiras.

Entretanto, essas condições podem ser superadas desde que haja a constituição de políticas públicas voltadas para o apoio e fomento aos EES, constando do incentivo à construção de espaços para comercialização de mercadorias eminentemente de caráter solidário, de acesso ao crédito para o capital de giro, para a compra de máquinas e insumos, para a educação continuada, para a reforma e/ou edificações de unidades produtivas, além do assessoramento de entidades como as existentes: a ITCPES/UFRR, a Rede de Educação Cidadã - RECID, o Projeto Brasil Local e a UNISOL Brasil entre outras. As citadas foram destacadas porque atuam em Boa Vista-Roraima.

Por fim, a última constatação da ITCPES/UFRR a partir da experiência dos EES na participação de feiras foi de que há a necessidade da divisão social do trabalho no interior dos empreendimentos, na perspectiva de se aprimorar os processos produtivo, comercial e distributivo.

Superar esses desafios passa pela articulação de esforços das mulheres que integram a dinâmica da economia solidária em Boa Vista-Roraima, passa pelo fortalecimento dos EES por meio de programas, projetos e ações como as do PRONINC, passa pelo apoio às entidades que assessoram os EES, passa também no acreditar que a economia solidária é de fato, uma alternativa, uma estratégia para geração de ocupação, trabalho e renda nas camadas mais pobres de Boa Vista-Roraima.

## REFERÊNCIAS

ARROYO, João Cláudio Tupinambá e SCHCH, Flávio Camargo. **Economia Popular e Solidária : a alavanca para um desenvolvimento sustentável – 1.Ed – São Paulo : Editora Fundação Perseu Abramo – (Coleção Brasil Urgente) 2006 .**

BRASIL, Ministério do Trabalho e Emprego. Secretaria Nacional de Economia Solidária. **Cartilha da Campanha Nacional de Mobilização Social: Economia solidária, outra economia.** Brasília : SENAES, FBES, 2007.

BRASIL, Agência de Desenvolvimento Solidário. Projeto de desenvolvimento de complexos operativos. **A comercialização da economia solidária.** São Paulo: CUT/SEBRAE, 2002.

DUBEX, Ana. **O papel das universidades na construção da economia solidária no Brasil.**





Proposta. Rio de Janeiro, Nº 111, p.4-15, jan/mar-2007.

GRADE, M; PEREIRA, M J A (Orgs). **Mulheres migrantes e indígenas em Roraima: a trajetória de uma construção coletiva**. Boa Vista-RR:UFRR/PROEX, 2010. 144 p.

MARX, Karl, Para a crítica da economia política, Ed abril, são Paulo, 1988.

SINGER, Paul. Introdução à Economia Solidária, 1º ed. - São Paulo : Editora Fundação Perseu Abramo, 2002.

SINGER, Paul. Introdução a economia política, Ed atlas, São Paulo, 1986. VASCONCELLOS,

Marcos Sandoval. Fundamentos de economia, Ed atlas, são Paulo, 2006.