CURSO COOPERATIVISMO, REDES COLABORATIVAS E COMÉRCIO JUSTO



Jacobina, 2020

















Apresentação

A Cooperativa de Trabalho e Assistência à Agricultura Familiar Sustentável do Piemonte – **COFASPI**, prestadora de ATER pelo Projeto **Bahia Produtiva** através do contrato nº 019/17 e atuante no lote **016**, diante do atual cenário mundial de Pandemia de Covid-19, inicia o lançamento de uma série de materiais e videoaulas que visam à continuidade dos processos formativos direcionados aos nossos agentes comunitários e agricultores beneficiários de maneira eficiente e, acima de tudo, segura.

O presente instrumento é uma das nossas produções técnico-pedagógicas e tem como foco a formação continuada dos nossos Agentes Comunitários de Apicultura (ACA) e Agentes Comunitários Rurais (ACR) nas comunidades acompanhadas, situadas nos Territórios de Identidade Piemonte da Diamantina e Bacia do Jacuípe.

O curso, divido em três módulos com seus respectivos exercícios, se propõe a preparar os nossos Agentes para contribuir com a expansão da atuação das instituições que representam, instrumentalizando-os acerca de uma série de questões históricas, administrativas, legais e práticas que a criação de cooperativas - visando ampliar as possibilidades de organização, articulação e comercialização dos grupos de pequenos produtores locais – envolve.

Grande abraço, cuidem-se e até breve!

Equipe de ATER COFASPI/Bahia Produtiva.



SEMPRE QUE PUDER, FIQUE EM CASA!

LAVE FREQUENTEMENTE AS MÃOS OU FAÇA USO DO ÁLCOOL EM GEL 70%!

CASO PRECISE SAIR, USE MÁSCARA!

EVITE AGLOMERAÇÕES!

SUMÁRIO

1. C00	perativismo: nistorico, conceitos e debates atuais	01
1.1.	Introdução	01
1.2.	História do Cooperativismo	
1.3.	Princípios e valores do Cooperativismo	
1.4.	Diferenças entre Associações, Cooperativas e Empresas	
1.5.	Debates atuais	
1.6. 1.7.	Conclusão Exercícios	
1.7.	EXCICIOS	14
2. Red	es Colaborativas e Solidárias	
2.1.	Introdução	16
2.2.	O que são redes?	17
2.3.	Propriedades básicas	18
2.4.	Elementos básicos	18
2.5.	Pressupostos	18
2.6.	Configurações das redes	19
2.7.	Dimensão econômica das redes	20
2.8.	Gestão da Rede	20
2.9.	Estratégias de constituição da Rede de Feiras Agroecológicas do	Território
	Piemonte da Diamantina	
2.10.	Desafios	21
2.11.	Como organizar redes?	21
	Conceito e essência	
	Conclusão	
	Exercícios	
2.1.	ZKCFCFCFG	21
3. Con	nércio Justo e Solidário	26
3.1.	Introdução	26
3.2.	Comércio e Justiça	27
3.3.	Linha do tempo do comércio justo	29
3.4.	Reflexões	
3.5.	Correntes do Comércio Justo	
3.6.	Debates atuais	
3.7.	O artesanato	
3.8.	Organizações e Produções	
3.9.	Financiamento	

3.10.	Marco Legal	39
3.11.	Atuação em outros movimentos	39
3.12.	Soberania Alimentar	40
3.13.	Certificação	40
3.14.		
3.15.	Comércio Justo na Bahia	43
3.16.	Conclusão	44
3.17.	Exercícios	45
Refer	rências	47
	os	48
Módu	··· -	10
	asso a passo para constituição de uma cooperativa	
	odelo de Ata de fundação	
Módu	•	50
	tividades vinculadas	59
Módu		
5. Sc	obre o Selo da Agricultura Familiar	62

1. Cooperativismo: histórico, conceitos e debates atuais



1.1. Introdução

Este módulo traz a proposta de apresentar alguns pontos importantes sobre o cooperativismo nos mostrando questões históricas analisando desde o no contexto em que nós vivemos atualmente. Agora vamos começar a entender sobre o Cooperativismo, principalmente no que se refere a pensar em como todo o movimento pode transformar a realidade das comunidades contribuindo como alternativa para a superação da crise do capitalismo / emprego formal dando um resinificado, a situação vivida nos tempos atuais utilizando os princípios de cooperação entre os atores das cadeias produtivas e aproximando laços entre a produção e a comercialização.

Vamos mostrar aqui a história do cooperativismo, seu conceito, como ele está hoje no Brasil e seus principais desafios. Antes de começarmos a estudar sobre os conceitos do cooperativismo é importante que reflitamos sobre alguns pontos abaixo. Vamos refletir sobre algunas questões:

- O que é uma cooperativa?

Sempre é interessante sabermos como a palavra se originou, porque demonstra qual o seu real significado quando foi criada. Então, gostaria de saber de você, o que você entende por cooperativa?

- Você acredita que uma cooperativa pode transformar as comunidades?

Para responder a esta pergunta precisamos refletir sobre as palavras comunidades e transformação. Então, agora ficou mais claro como podemos casar este o cooperativismo e a importância para as comunidades as quais trabalhamos. Vamos ler a abaixo um pouco sobre os conceitos de cooperativismo e o processo histórico.

1.2. História do Cooperativismo

O homem é um ser de instinto gregário, isto é, necessita viver em comunidade. Desde a pré-história encontra-se diversas formas de associações de pessoas, ou seja, a cooperação faz parte dos hábitos e instintos dos seres humanos ao longo dos tempos. As civilizações, desde as mais primitivas (pré-históricas), agrupavam-se em comunidades para sua própria defesa e preservação, cooperando uns com os outros, desde as tarefas mais simples como caça, pesca e colheita, até na construção de habitações e produção de bens.

Nas civilizações mais antigas como Asteca, Maia e Inca, encontra-se formas bem definidas de cooperação. Na Babilônia, no Egito e na Grécia já existiam formas de cooperação nos campos de trigo e no artesanato. Assim, para defender interesses comuns, o homem desde a antiguidade, demonstrava a tendência de viver em grupos de ajuda mútua, caracterizando um cooperativismo natural.

No entanto, as idéias do Cooperativismo Moderno surgiram com a Revolução Industrial (1760-1850). Com o surgimento das máquinas a vapor, ocorre o crescimento da industrialização, que atrai para as cidades os trabalhadores rurais e artesãos campesinos, em busca de melhores condições de vida. No entanto, essa migração provoca um excesso de mão-de-obra, que acarreta um enorme problema social, com muitos trabalhadores perdendo seus empregos, sendo substituídos por máquinas e, a partir desta situação, sujeitando-se as condições de trabalho subumanas, com jornadas de trabalho de até 16 horas, salários baixíssimos, sem garantias de aposentadoria ou férias. No caso das mulheres, essas trabalhavam nas mesmas condições e ganhavam menos ainda. Como forma de amenizar esta situação, que assolava a classe de trabalhadores, foram organizadas diversas sociedades com características de cooperativas na Inglaterra e na França.

Esses movimentos de cooperação foram conduzidos por idealistas, como Robert Owen, Louis Blanc, Charles Fourier, entre outros, que defendiam ideias baseadas na ajuda mútua, igualdade, associativismo e auto-gestão. Estes idealistas são considerados por muitos como os precursores do cooperativismo. Foram pensadores socialistas que descobriram a cooperação como instrumento de organização social e começaram a divulgar suas ideias e experiências.

O marco de criação do Cooperativismo, porém, só aconteceu em 21 de dezembro de 1844, na cidade de Rochdale, na Inglaterra, quando um grupo de 28 tecelões, sentindo-se prejudicados pelo novo modelo industrial, decidiram pela criação de uma sociedade de consumo, baseada no cooperativismo puro. Fundaram então a "Sociedade dos Probos Pioneiros de Rochdale", armazém comunitário, com um capital inicial de 28 libras, representado por uma libra que cada um do grupo havia economizado. Desta forma nasceu a primeira cooperativa de consumo da história.

Alugaram um depósito abandonado num bairro chamado "Toad Lane", que significa "beco do sapo".

Dispondo apenas de pequenos estoques de farinha, açúcar e aveia, sendo administrado pelos seus próprios fundadores, este modesto estabelecimento foi alvo de pilhérias dos tradicionais comerciantes da cidade. Porém, com preços acessíveis, despertou a atenção dos consumidores locais e principalmente das classes trabalhadoras. Dez anos depois, em 1855, já contavam com 1.400 associados.

Os princípios que direcionaram a organização dos tecelões, aos poucos, foram disseminados de modo que o movimento cooperativista cresceu e em 1881, já existiam 1.000 (mil) cooperativas de consumo, com cerca de 550 mil cooperados. A intenção original da cooperativa era promover uma ampla mudança que pudesse resultar em melhores condições de trabalho para os operários. O que parecia apenas um armazém criado para oferecer aos seus associados artigos de primeira necessidade a um custo acessível, transformou-se na semente do movimento cooperativista. Assim...

"Cooperativa é uma associação autônoma de pessoas que se unem voluntariamente, para satisfazer aspirações econômicas, sociais e culturais comuns, por meio da criação de uma sociedade democrática e coletiva".

As cooperativas baseiam-se em valores de ajuda mútua, solidariedade, democracia e participação. Tradicionalmente, os cooperados acreditam nos valores éticos de honestidade, responsabilidade social e preocupação pelo seu semelhante.

Desta forma, o Cooperativismo apresenta-se como a ferramenta mais eficiente e eficaz, oferecendo oportunidades para que cada ser humano possa mudar a própria vida e em consequência, o cenário econômico e social do mundo.

O objetivo do cooperativismo não é o lucro e sim o desenvolvimento do ser humano, das famílias e da comunidade, sendo uma ferramenta acessível às camadas mais pobres da população, propiciando formas de melhoria de vida. O modelo cooperativista visa não só atender as necessidades de consumo de bens ou serviços, mas também as necessidades de cunho social e educativo.

A cooperativa é uma sociedade formada por um grupo de no mínimo 20 pessoas que, com recursos individuais, formarão um capital coletivo, que darão condições para o desenvolvimento de suas atividades. Assim sendo, as cooperativas têm dupla característica: são ao mesmo tempo sociais e econômicas, e é isso que as difere das demais sociedades comerciais, pois são ao mesmo tempo uma associação de pessoas e também um negócio.

A respeito do começo do Cooperativismo no Brasil, aproximadamente no ano de 1610, aconteceram as primeiras tentativas de criação de cooperativas, ou de um Estado que se baseasse na ajuda mútua, com a chegada das primeiras Reduções Jesuíticas no Brasil. Os padres jesuítas encontraram nos índios brasileiros estas práticas, baseada no

princípio do auxílio mútuo (mutirão), encontrada em quase todos os povos primitivos, sendo incentivadas por eles e tendo vigorado por cerca de 150 anos.

Porém, só em 1847 é que se assinala o início do movimento cooperativista no Brasil, onde foram fundadas diversas sociedades com esse espírito. Hoje, em pleno século XXI, volta à tona os problemas enfrentados com a Revolução Industrial. Pois, com o mundo competitivo, globalizado e com uma Revolução Tecnológica dominando todos os setores da economia, busca- se uma alternativa econômica, com fins humanitários, que vise proporcionar ao indivíduo os meios necessários de atingir uma melhor condição de vida, dando força a criação de novas cooperativas. Sendo assim, pelo que você respondeu e ao que vimos acima, percebemos claramente que atualmente as influências mundiais no processo de percepção e legitimação do cooperativismo no Brasil.

Vamos refletir quais são as contribuições da COFASPI para o nosso munícipio e a nossa região (Território Piemonte da Diamantina), até mesmo para a Bahia?

A história da COFASPI se iniciou com a criação da Cooperativa de Crédito Rural do Piemonte – Sicoob Credimonte que foi fundada no ano de 2003, com a proposta de ser um dos atores para promover o Desenvolvimento Local Sustentável, fomentar a Agricultura Familiar, promover a cidadania aos agricultores e agricultoras, visando à ampliação do Cooperativismo de Crédito com o fornecimento de serviços financeiros para a população de baixa renda, fortalecendo principalmente o aspecto "sócio-econômico" das comunidades.

Os membros desta cooperativa de Crédito, preocupados com o distanciamento dos serviços de Assistência Técnica prestado pelo Estado e pelo modelo de agricultura desenvolvida na região, deram início a uma série de reuniões para tratar estas questões. Ao constatar a presença de alguns Técnicos Agrícolas e Agrônomos em seu quadro de sócios, assim como agricultores de notório saber, iniciou-se o processo de constituição de uma Cooperativa de Assistência Técnica e Extensão Rural, sob a denominação de Cooperativa de Assistência Agricultura Familiar da Região do Piemonte - COFASPI. Constituída em Assembléia Geral de 24/05/2003, como uma Cooperativa de responsabilidade limitada, sociedade de pessoas, de natureza civil, sem fins lucrativos e não sujeita a falência. Tendo como missão, proporcionar aos agricultores e agricultoras familiares, assessoramento técnico em suas atividades agropecuárias, com a finalidade de promover uma agricultura economicamente viável, ecologicamente equilibrada, socialmente justa e culturalmente adaptada, contribuindo assim para o desenvolvimento sustentável.

1.3. Princípios e Valores do Cooperativismo

Sendo um dos princípios básicos do cooperativismo a gestão democrática, é necessário que seja discutido em grupo como é entendida a vida da comunidade, definindo assim os rumos do futuro que se almeja, como forma de participar do desenvolvimento da sociedade de maneira consciente e organizada. Desde o início do cooperativismo a troca de ideias entre as pessoas, para solucionarem problemas comuns, foi colocada como prática necessária e insubstituível. Quando se conquista o conhecimento, o homem conquista também o poder de modificar a realidade, tornando possível fazer pelas próprias mãos um mundo melhor e mais digno. Os princípios são as linhas orientadoras da prática cooperativista.

I - Adesão voluntária e livre

As cooperativas são organizações abertas à participação de todos, independentemente de sexo, raça, classe social, opção política ou religiosa. Para participar, a pessoa deve conhecer as normas de funcionamento e decidir se tem condições de cumprir os acordos estabelecidos pela maioria.

Os cooperados reunidos em assembleia discutem e votam os objetivos e metas do trabalho conjunto, bem como elegem os representantes que irão administrar a sociedade. Cada associado representa um voto, não importando se alguns detenham mais cotas do que outros;

II - Gestão Democrática dos Membros

Uma cooperativa é necessariamente uma organização democrática. Os membros controlam a cooperativa e participam ativamente da formulação das políticas e na tomada de decisões. Os eleitos como representantes dos demais membros são responsáveis perante estes. Nas cooperativas de primeiro grau os membros têm igual direito de voto (um membro, um voto) e as cooperativas de grau superior são, também, organizadas de maneira democrática;

III - Participação econômica dos membros

Todos contribuem igualmente para a formação do capital da cooperativa, o qual é controlado democraticamente. Se a cooperativa é bem administrada e obtém uma receita maior que as despesas, esses rendimentos serão divididos entre os sócios, na proporção em que cada um operou com a cooperativa.

O rendimento poderá também ser destinado para investimentos na própria cooperativa ou para outras aplicações, sempre de acordo com a decisão tomada na assembleia:

IV - Autonomia e independência

O funcionamento da cooperativa é controlado pelos seus sócios, que são os donos do negócio. Qualquer acordo firmado com outras organizações e empresas deve garantir e manter essa condição. A autonomia assegurada pela constituição brasileira concede às cooperativas a liberdade de gerir seus próprios destinos;

V - Educação, formação e informação

É objetivo permanente da cooperativa destinar ações e recursos para formar seus associados, capacitando-os para a prática cooperativista e para o uso de equipamentos e técnicas no processo produtivo e comercial. Ao mesmo tempo, buscam informar o público sobre as vantagens da cooperação organizada, estimulando o ensino de cooperativismo nas escolas de ensino médio;

VI – Cooperação entre as cooperativas (Intercooperação)

Para o fortalecimento do cooperativismo é importante que haja intercâmbio de informações, produtos e serviços, viabilizando o setor como atividade sócio-econômica. Por outro lado, organizadas em entidades representativas, formadas para contribuir no seu desenvolvimento, determinam avanços e conquistas para o movimento cooperativista nos níveis local e internacional;

VII - Interesse pela comunidade

As cooperativas trabalham para o bem-estar de suas comunidades, por meio da execução de programas socioculturais, realizados em parceria com o governo e outras entidades civis.

1.4. Diferenças entre as Associações, Cooperativas e Empresas

ASSOCIAÇÃO	COOPERATIVA	EMPRESA LTDA
É uma organização de pessoas	É uma sociedade de pessoas	É uma sociedade de capital
Objetivo principal é realizar atividades assistenciais, culturais, desportivas etc. (fim não econômico)	Objetivo principal é a prestação de serviços econômicos ou financeiros aos sócios (fim econômico não lucrativo)	Objetivo principal é o lucro (fim econômico e lucrativo)
Número ilimitado de associados	Número ilimitado de sócios (em princípio)	Número determinado no contrato social
Cada pessoa tem um voto	Cada pessoa tem um voto	Poder de voto proporcional ao capital empregado
Assembleias: quórum é baseado no número de associados	Assembleias: quórum é baseado no número de sócios	Assembleias: quórum é baseado no capital
Associado pode ser titular de quota do patrimônio	Pode não ter capital social. Em possuído, não é permitida a transferência de quotas-parte a terceiros estranhos à sociedade	Tem capital social. Permitida a transferência das ações a terceiros
Resultado financeiro deve ser investido em sua finalidade, jamais distribuído entre os associados	Resultado financeiro distribuído entre os sócios, em razão do valor das operações de cada um	Resultado financeiro distribuído entre os sócios, em razão da parcela de capital empregado
No que tange a tributação, deve fazer anualmente uma declaração de isenção de imposto de renda	Não paga Imposto de Renda sobre suas operações com seus associados. Deve recolher o Imposto de Renda Pessoa Jurídica sobre operações com terceiros. Paga as taxas e os impostos decorrentes das ações comerciais	
Escrituração contábil simplificada	A escrituração contábil é mais complexa em função do volume de negócios e em função da necessidade de ter contabilidades separadas para as operações com os sócios e com não-sócios	
Os dirigentes não têm remuneração pelo exercício de suas funções; recebem apenas o reembolso das despesas realizadas para o desempenho dos seus cargos	Os dirigentes podem ser remunerados por retiradas mensais pró-labore, definidas pela assembleia, além do reembolso de suas despesas	
Seu patrimônio é formado por taxa paga pelos associados, doações, fundos e reservas. Não possui capital social. A inexistência do mesmo dificulta a obtenção de financiamento junto às instituições financeiras	Os dirigentes podem ser remunerados por retiradas mensais pró-labore, definidas pela assembleia, além do reembolso de suas despesas	

1.5. Debates Atuais

I - Economia Solidária

A economia solidária vem se constituindo, no contexto nacional, como uma estratégia para o desenvolvimento a partir da geração de renda para as classes menos favorecidas - em geral, os excluídos do mercado de trabalho. Este movimento, que tem como diretrizes a solidariedade, a divisão justa dos frutos do trabalho a ampla participação da sociedade civil e a sustentabilidade social, econômica e ambiental encontra no cooperativismo e no associativismo suas maiores expressões. No Brasil já foram identificados e mapeados mais de 15 mil1 empreendimentos de economia solidária através dos quais homens e mulheres produzem, gerenciam e comercializam de forma coletiva e sob uma ótica mais justa das relações de trabalho e apropriação da riqueza e do conhecimento. Esta outra economia que cresce em todo o mundo está fortemente presente também na Bahia. Aqui já foram mapeados, pela Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES), mais de 1 mil empreendimentos em apenas 37% dos municípios baianos. Juntos estes empreendimentos baianos reúnem mais de 80 mil produtores e produtoras.

A grande maioria destes empreendimentos enfrenta sérias dificuldades de sobrevivência em função de vários fatores com, por exemplo, uma estrutura jurídica não favorável às iniciativas populares, pouco apoio por parte do poder público, baixa formação técnica e gerencial dos empreendedores — muitos não gozaram da educação formal ou o fizeram minimamente -, falta de crédito e de credibilidade para implementação de projetos fundamentais à sua sustentabilidade, falta de estruturas e tecnologias para a organização política e cultural além de divulgação e tecnologias insuficientes. Muitos destes empreendimentos (cooperativas, associações e grupos) não recebem nenhum acompanhamento ou assessoramento técnico-gerencial, o que dificulta a realização de etapas mais delicadas como o planejamento, controle da qualidade, contabilidade e comercialização dos produtos e insumos.

As ações da COFASPI, portanto, se justificam pelo fato de contribuírem (via os projetos que executam) para a busca pela qualidade de vida dos homens e mulheres do campo impulsionando a criação de instrumentos de geração de trabalho e renda pelo viés de uma economia mais justa, inclusiva e solidária que cresce em várias partes do mundo e, no Brasil, vem conquistando respeito e reconhecimento por parte da sociedade civil organizada e do poder público.

II - Diversidade de produtos e de organizações nas atividades

Com relação à produção a questão é favorecer a diversificação, tanto na quantidade de produtos como nos produtos em si. Por exemplo, apoiar a transformação de produtos primários (que não são industrializados) pelos mesmos produtores, e colocar centralmente estes produtos afinados com interesses locais, como a segurança alimentar.

Já em se falando de organizações, devemos evitar o oligopólio na distribuição e venda dos produtos, ampliando a rede de distribuição e venda. O dilema que surge ai é ampliar como? Pois se pode recorrer aos canais de distribuição e venda tradicionais mais do que já ocorre, o movimento pode cair no ciclo de subordinação do comércio justo por empresas capitalistas. Com relação à venda além de diversificamos, temos sobretudo que fortalecer os pontos de vendas exclusivamente "justos" já existentes.

Enfim, no geral vemos uma falta de diversidade nas instituições e nos métodos. Um exemplo próximo é o projeto de Feiras e Fundos Rotativos Solidários que vem minimizando a carência de espaços para a comercialização dos produtos agroecológicos dos municípios envolvidos.

III - Microcrédito

Tradicionalmente, o microcrédito é um assunto delicado no meio das ONGs e no movimento do Cooperativismo em particular. Quais são os financiadores "desejáveis"? Quais devem ser excluídos por motivos éticos ou outras razões? Quais as taxas de juros "justas"? No Cooperativismo as respostas a estas perguntas têm sido procuradas com base em oportunidades de empréstimos para facilitar os investimentos nos processos que vão da produção a comercialização. Um exemplo de uma instituição parceira nossa é a ASCOOB Credimonte que tem como objetivo, fortalecer a economia local, apoiando o desenvolvimento de pequenas atividades produtivas. Para isso os empréstimos são liberados e acompanhados pelos agentes de crédito das cooperativas filiadas, os agentes têm o papel de orientar os beneficiários na utilização adequada dos recursos.

Para isso seria preciso investir em sistemas integrados de finanças éticas e solidárias. Sistemas onde o cooperativismo de crédito e os atuais programas de microcrédito incluíssem nas suas linhas de financiamento recursos para projetos e experiências em cuja centralidade estivesse o atendimento de demandas coletivas dos territórios locais e não apenas de iniciativas individuais ou econômicas isoladas.

IV - Marco legal

Esta questão surge da necessidade de utilizar o Cooperativismo como impulso de transformação das comunidades. Ou seja, o Cooperativismo deve se desenvolver como um verdadeiro movimento social e ser uma política pública prioritária para as mudanças que busquem a valorização do trabalho para a geração de renda driblando a crise do emprego formal.

O cooperativismo no Brasil vem conquistando espaço no cenário nacional através de diferentes ações como, por exemplo, a atuação junto ao poder Legislativo, sobretudo com o trabalho realizado pela Frente Parlamentar do Cooperativismo (Frencoop) e em 2006 o surgimento da UNICAFES (União Nacional das Cooperativas da Agricultura Familiar e Economia Solidária). A seguir, apresentamos a cronologia que retrata este desenvolvimento:

```
Constituição de 1891, Art. 72;
                                 Decreto 979 / 1903;
                                Decreto 1.637 / 1907;
                               Decreto 22.239 / 1932;
                                Decreto 926 / 1938;
                                Decreto 1.836 / 1939;
                                Decreto 6.980 / 1941;
                                Decreto 5.154 / 1942;
                                Decreto 5.893 / 1943;
                                Decreto 6.274 / 1944;
                                 Decreto 59 / 1966;
                               Decreto 60.597 / 1967;
Lei nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971, em vigor, que define a Política Nacional de
   Cooperativismo, instituo regime jurídico das sociedades cooperativas e dá outras
                                    providências;
Constituição da República Federativa do Brasil (1988), e o Capítulo 1 – Dos Direitos e
                Deveres Individuais e Coletivos – art. 5°, item XVIII;
   Medida Provisória nº 1.715, de 03 de setembro de 1998, criando o Sescoop para
                viabilizar a Autogestão do Cooperativismo Brasileiro;
Decreto 3.017, de 06 de abril de 1999, que aprova o Regimento do Serviço Nacional de
```

Aprendizagem do Cooperativismo (Sescoop);

Lei Complementar 130 de 2009, que regulamenta o Sistema de Cooperativas de

Crédito;

Lei 13.019, de 31 de julho de 2014, que estabelece o regime jurídico das parcerias entre a administração pública e as organizações da sociedade civil, conhecido como o Marco Regulatório das Organizações Sociais – MROSC;

Decreto N° 17.091, de 05 de outubro de 2016, que dispõe sobre a celebração de parcerias, no âmbito do Poder Executivo Estadual, entre a Administração Pública do Estado da Bahia e organizações da sociedade civil, em regime de mútua cooperação, para a consecução de finalidades de interesse público e recíproco, mediante a execução de atividades ou de projetos previamente estabelecidos em planos de trabalho inseridos em termos de colaboração, em termos de fomento ou em acordos de cooperação, em consonância com a Lei Federal nº 13.019.

As leis podem ser visualizadas na integra no site:

www.bahiacooperativo.coop.br

Os dois últimos marcos citados no quadro podem ser acessados e melhor compreendidos a partir dos seguintes endereços:

Lei 13.019:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l13019.htm

Decreto 17.091:

https://www.sefaz.ba.gov.br/administracao/controle_interno/DECRETO_N_1709_2016.

pdf

Livro Entenda o MROSC:

<u>https://sinapse.gife.org.br/download/entenda-o-mrosc-marco-regulatorio-das-organizacoes-da-sociedade-civil</u>

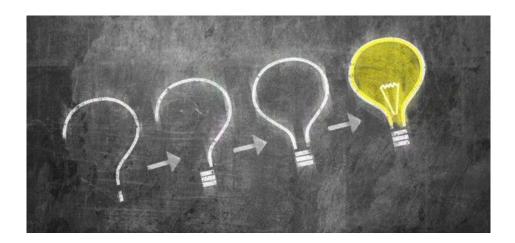
V - Formação de redes com outros movimentos

Muitas vezes movimentos atuam distantes uns dos outros, porém com causas bastante similares. O que devemos fazer é nos apegarmos no que temos em comum e unirmos esforços em prol de uma luta por mudanças significativas, por isso tem a tendência de criar uma nova estratégia de ampliação da articulação entre os grupos produtivos, por exemplo: o nosso projeto de apoio às Feiras Agroecológicas para o desenvolvimento de mercados consumidores locais nas regiões (novos mercados éticos e solidários) centrados na promoção do desenvolvimento local integrado e sustentável, e também para que juntos todos os movimentos, como um só, possam formular propostas e consolidar práticas, de forma mais forte, representativa e completa.

VI - Soberania alimentar

Surge em paralelo a estes debates a Economia Solidária, enquanto uma nova estratégia de desenvolvimento e redistribuição da riqueza, com ênfase na Soberania Alimentar. Por Soberania Alimentar entendemos como uma prática específica de promoção e proteção de uma agricultura nacional que, aproveitando os recursos e capacidades disponíveis, impulsione a diversificação de cultivos que reduzam a alta dependência de alimentos importados de outros países, com um manejo econômico, social e ecologicamente sustentável. Também devemos lutar para que a agricultura familiar não perca espaço em importância para o agronegócio (Grandes Empresas da agricultura), pois isto representa uma perda de dependência, e um retrocesso em políticas sociais.

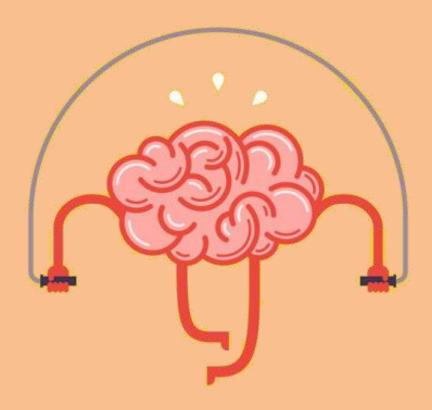
1.6. Conclusão



Partindo da realidade, de que a maioria das vezes, o quadro de cooperados são pessoas humildes, geralmente excluídas do trabalho formal capitalista por não se enquadrar nos requisitos, principalmente, quanto ao nível de escolaridade. Identificamos a partir disso, que um dos desafios da construção de uma cultura de cooperação é um longo e persistente investimento num processo de educação libertadora, que seja capaz de melhorar a qualidade de vida dessas pessoas e permiti-lhes a reinserção no mundo do trabalho de forma digna. Pois, conforme Paulo Freire:

"quanto mais às massas populares desvelam a realidade objetiva e desafiadora sobre a qual elas devem incidir sua ação transformadora, tanto mais se inserem nela criticamente" (2000, p. 40).

Portanto, nosso trabalho consiste no estímulo às conquistas das comunidades, através da valorização das experiências vivenciais, sociais e de trabalho agregando as comunidades seus saberes, dando valor e visibilidade à história de todos os sujeitos desse processo.



EXERCÍCIOS







	1. Dentre os princípios e valores do cooperativismo, qual te chamou mais atenção? E Por quê?
	 Quais as diferenças mais marcantes entre as Associações Cooperativas e Empresas, em sua opinião?
	Cooperativas e Empresas, em sua opiniao:
-	
	2. Qual dos tópicos abordados nos debates atuais você domina melhor O que acrescentaria ao conteúdo?



2. Redes colaborativas e solidárias



2.1. Introdução

O módulo II apresentará o sentido a palavra REDE relacionada à colaboração entre os grupos produtivos da Agricultura Familiar e Economia Solidária para que, de forma organizada, possa facilitar e agregar valor a produção e aos serviços nas comunidades em que trabalhamos.

A proposta de atuação em rede nasce na maioria das vezes de forma natural entre as pessoas que se reúnem e unem para realizarem compras coletivas, ajudarem uns aos outros e colaborar para a melhoria da qualidade de vida das pessoas. Um exemplo próximo a nós é a bata do feijão momento no qual as pessoas se reúnem para realizar a bata em todas as casas colaborando uns com os outros.

Atualmente, vem surgindo a proposta de formalização das redes para que obtendo uma personalidade jurídica está unidade de grupos produtivos possam acessar alguns benefícios e incentivos, além, de acessar alguns mercados que se não formalizadas elas não poderão emitir notas fiscais ou participar de processos de licitação e ou tomadas de preços.

A nossa ideia é que vocês acessem algumas informações que nos apresentam a importância da atuação em redes para que possamos fortalecer está ideia ao longo dos nossos trabalhos, principalmente no que se refere a repensar como de forma colaborativa podemos fomentar o fortalecimento do cooperativismo apresentando as redes como estratégia de organização colaborativa que pode potencializar a produção e o consumo dos empreendimentos rurais e urbanos.

2.2. O que são redes?

A palavra rede é bem antiga e vem do latim *retis*, significando entrelaçamento de fios com aberturas regulares que formam uma espécie de tecido. A partir da noção de entrelaçamento, malha e estrutura reticulada, a palavra rede foi ganhando novos significados ao longo dos tempos, passando a ser empregada em diferentes situações.

A organização em rede enquanto fato histórico existe há bastante tempo. Redes de Educação Ambiental, redes emissoras de TV e rádio, redes sociais, redes de lideranças, rede de trabalho e renda, entre outros. Por mais diversas que sejam as organizações e suas causas, elas têm em comum o propósito de estender suas ações e ideias a um universo sempre mais amplo de interlocutores: beneficiários, parceiros, financiadores, voluntários, colaboradores, etc. Para isso, precisam contar com meios adequados para o desenvolvimento de fluxos de informação, gerenciamento organizacional e comunicação institucional.

Redes são sistemas organizacionais capazes de reunir indivíduos e instituições, de forma democrática e participativa, em torno de objetivos e/ou temáticas comuns. Estruturas flexíveis e cadenciadas, as redes se estabelecem por relações horizontais, interconexas e em dinâmicas que supõem o trabalho colaborativo e participativo. As redes se sustentam pela vontade e afinidade de seus integrantes, caracterizando-se como um significativo recurso organizacional, tanto para as relações pessoais quanto para a estruturação social.

Na prática, redes são comunidades, virtual ou presencialmente constituídas. Essa identificação é muito importante para a compreensão conceitual. As definições de Rede falam de células, nós, conexões orgânicas, sistemas, entre outros e tudo isso é essencial e até mesmo historicamente correto para a conceituação, mas é a ideia de comunidade que permite a problematização do tema e, consequentemente, o seu entendimento.

Segundo Mance (2003), as Redes Colaborativas são "Estratégias de organizações que conectam unidades de produção, serviço e consumo, em um processo de realiamentação que permite a geração de renda e emprego, fortalecendo a economia e o poder local, bem como a transformação cultural baseada na ética de afirmação do bem-viver".

2.3. Propriedades Básicas

- Autopoiese
- Intensividade
- Extensividade
- Diversidade
- Integralidade
- Realimentação
- Descentralização
- Dinamismo
- Autonomia

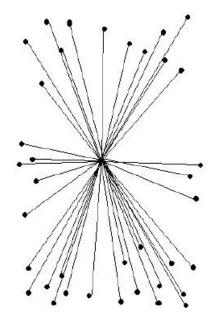
2.4. Elementos Básicos

- Células
- Conexões
- Fluxos

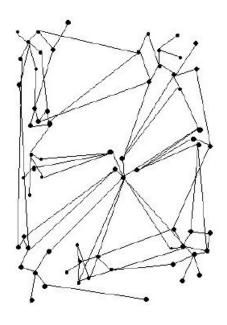
2.5. Pressupostos

- Mobilização
- Dialogicidade
- Horizontalidade
- Valorização da diversidade
- Problematização da realidade
- Acolhimento do outro em sua singularidade
- Produção e ressignificação do conhecimento
- Complementaridade de saberes e experiências
- Conhecimento à serviço da transformação social

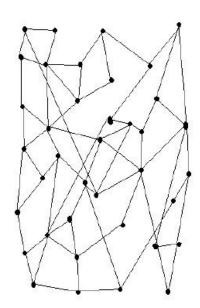
2.6. Configurações das redes



Centralizada



Descentralizada



Distribuída

2.7. Dimensão Econômica da Rede

- Elevação da qualidade de vida
- Re-investimento do excedente
- Organização de outras unidades produtivas
- Desenvolvimento local sustentável

2.8. Gestão da Rede

- Descentralização
- Gestão participativa
- Coordenação.

2.9. Princípios e Valores do Cooperativismo

Objetivo Geral: Promover a articulação entre agricultores e agricultoras, oriundos de diversas comunidades, com seus saberes e experiências a fim e potencializar suas ações práticas, tendo como referência os princípios do Comércio Justo, Agroecologia e da Economia Solidária.

Formação da Rede: Mobilização; Discussão sobre os pontos e valores comuns; Fomento de ações conjuntas; Identificação dos pontos de conexão; Atuação por segmentação; Interconexões dentro da Rede.

Fomento aos Grupos Produtivos: Formação, Mobilização, Inserção na Rede e Incentivo à conexões e fluxos.

Atuação da COFASPI: Realização dos Encontros formativos, Apoio à mobilização, Apoio técnico e de infraestrutura, Fomento.

Estágios da Rede: Construção de objetivos, Definição dos critérios de participação, Sistematização do histórico, Construção da carta de princípios, Institucionalização.

2.10. Desafios

- Superar a lógica competitiva e assistencialista;
- Continuidade e Aperfeiçoamento da Prática;
- Legislação;
- Tempo;
- Dualidade PESSOAS X ENTIDADES.

2.11. Como organizar redes?



A organização de redes não é bolo de massa pronta, tampouco aparelho eletrônico, ou seja, não há receitas nem manuais prontos. Cada realidade é única e o grupo de pessoas ou organizações, ou pessoas e organizações deve buscar construir com base em sua realidade visando o objetivo que pretendem alcançar juntos. O fundamental é entender que as redes são um exercício de colaboração e que para tanto é necessário haver clareza de todos os envolvidos dos objetivos, das metas, dos valores e de como a rede irá agir para atender seus anseios. Segundo Bruno Ayres:

"Participar de uma Rede Organizacional envolve algo mais do que apenas trocar informações a respeito dos trabalhos que um grupo de organizações realiza isoladamente. Estar em rede significa realizar conjuntamente ações concretas que modificam as organizações para melhor e as ajudam a chegar mais rapidamente a seus objetivos."

2.12. Conceito e Essência

Vamos utilizar trechos do texto abaixo para percebermos melhor o conceito e sua essência:

NOVA ECONOMIA DAS REDES SOLIDÁRIAS

Ruth Espínola Soriano de Souza Nunes

Os primeiros agrupamentos humanos na terra, em geral, eram nômades e detinham uma forma muito rudimentar de atividade econômica. Não conheciam quaisquer intervenções de instrumentos monetários, realizavam trocas diretas conhecidas como escambo.

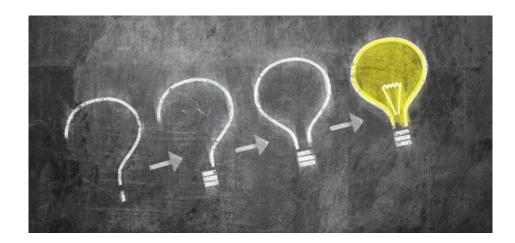
Na primeira revolução agrícola, estes relacionamentos foram bastante alterados. Vigorava a partir de então a agricultura organizada, a domesticação de animais e a forma sedentarista de vida. Foram sendo produzidos instrumentos de trabalho e utensílios através de outras formas de produção e de novos padrões de vida. A especialização e a divisão do trabalho se manifestavam através da forma de trabalho, ainda que em termos muito primitivos. Neste momento as trocas não eram mais atividades marginais, tornaram-se gradativamente fundamentais para o desenvolvimento e para a própria reprodução da vida.

Dito isto, a mútua coincidência de desejos, dada a grande diversificação de bens e serviços, tornou-se relativamente difícil, passando a determinar a existência de pagamentos indiretos. Alguns produtos amplamente aceitos como pagamento das atividades econômicas passaram a se configurar com o conceito de moeda, passando também a atuar como medida de valor, e, aos poucos, todos os demais bens e serviços ofertados passaram a se constituir em produtos-padrão de medida. Vale lembrar que neste momento o objeto ou produto convencionalmente aceito por todos integrantes da comunidade adquire tanto a função de intermediária de trocas como de reserva de valor.

Nos dias atuais não é difícil observar o desenvolvimento da moeda, do comércio e de todo o sistema financeiro. É ainda mais difícil imaginar o funcionamento de um sistema em que não existam instrumentos monetários, embora seja "lamentável que tenham sido desfeitas as fronteiras entre moeda, finanças e capital, fazendo com que as políticas monetárias tenham se transformado em uma competição de todos contra todos em busca de mercado e riqueza" (Fiori, 1997: 141).

Apesar deste cenário, temos notícia de que várias comunidades no mundo hoje participam de projetos alternativos, autogestionários, cooperativos, de gestão participativa popular de economia, redes de comércio justo (*fair trade*), de consumo ético, de responsabilidade social etc. Chamam-na de economia solidária, economias populares, economia da solidariedade etc. No entanto, aqui chamaremos de socioeconomia solidária, não por tê-la como distinta dos demais processos, mas sim por acharmos que esta expressão detém uma conotação mais ampla. Dentre suas diversas maneiras de expressar o surgimento e fortalecimento da socioeconomia solidária, encontramos aquela que resgata os conceitos primitivos da moeda, procurando moldá-la com mais afinidade aos anseios da população que o utiliza.

2.13. Conclusão

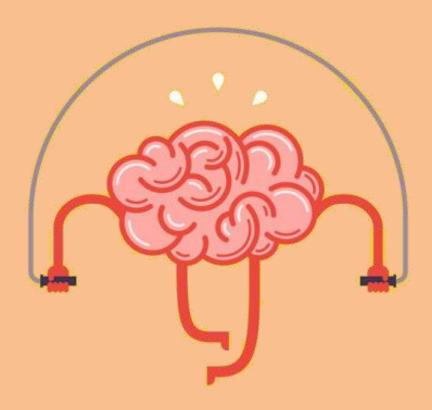


A proposta de que os grupos produtivos da Agricultura Familiar e Economia Solidária atuem em Redes Colaborativas é encarada por muitos como uma utopia coletiva.

A nossa prática nos permite acreditar na possibilidade de mudarmos a situação dos grupos produtivos das nossas regiões que atuam dentro dos princípios da colaboração, solidariedade, respeito à vida e ao meio ambiente, compromisso com o próximo.

Na Bahia temos vários exemplos de uma luta longa pela conquista do reconhecimento do trabalho cooperativista para geração de trabalho e renda. Políticas Públicas são executadas através de aportes financeiros com a efetivação de editais que apoiam a prática das Redes Colaborativas, e, além disso, temos exemplos como o da *ArcoSertão* que inaugurou em março de 2013 o *Armazém da Agricultura Familiar e Economia Solidária*, no meio do Sertão Baiano, no qual acontecem a comercialização dos produtos e intercâmbios entre os grupos e produção e a qualificação dos produtores (as).

Contudo, as redes colaborativas e o comércio justo são peças de um mesmo quebra-cabeça, que traz em sua montagem a construção de uma nova visão sistêmica da vida, baseada nos princípios holísticos, e representam a preocupação de grupos e pessoas com o desenvolvimento das comunidades locais, práticas de conservação e equilíbrio dos ecossistemas.



EXERCÍCIOS







2.	Analisando as experiências em rede que você citou, pense por trabalho em rede pode ser importante. Então, o que acha?
3.	Escolha um dentre os desafios apresentados na página 21 e pruma ação que pode contribuir para a sua resolução:



3. Comércio justo e solidário



3.1. Introdução

Vimos nos módulos anteriores a história do cooperativismo, sua importância, os debates atuais, redes colaborativas e sua relevância na perspectiva de melhorias que contemplam desde a produção até a comercialização dos grupos produtivos da agricultura familiar e economia solidária. Este módulo traz a proposta de apresentar alguns pontos importantes sobre a área fim do processo produtivo que é a comercialização no contexto em que nós vivemos atualmente.

Agora, vamos começar a entender sobre Comércio Justo, principalmente no que se refere a pensar em como o comércio pode ser ressignificado, sendo feito com princípios de cooperação entre os atores da cadeia produtiva e aproximando laços entre produtores e consumidores. Vamos mostrar aqui a história do comércio justo, seu conceito, como ele está hoje no Brasil e seus principais desafios em âmbito mundial. Antes de começarmos a estudar sobre o comércio justo é importante que reflitamos sobre alguns pontos abaixo. Como no módulo passado começamos perguntando o que você entende por comercialização, vamos a outra pergunta:

É possível conceber o comércio com justiça?

Para responder a esta pergunta precisamos refletir sobre a palavra justiça! Então está lançada a pergunta:

O que é justiça?

Sempre é interessante sabermos de como a palavra se originou, porque demonstra qual o seu real significado quando foi criada. Então, gostaria de saber de você, o que você entende por justiça:

Então, agora ficou mais claro como podemos casar este comércio com justiça? Vamos refletir um pouco mais sobre o que é justiça. O termo justiça (do latim *iustitia*), de maneira simples, diz respeito à igualdade de todos os cidadãos. É o principio básico de um acordo que objetiva manter a ordem social através da preservação dos direitos em sua forma legal (ou seja, as leis e nossa constituição partem do princípio que todos são iguais perante a justiça). A justiça não é um dom gratuito da natureza humana, ela precisa ser conquistada sempre porque ela é uma eterna procura. Sendo assim, pelo que você respondeu e ao que vimos acima, percebemos claramente que atualmente não existe em nada justiça no comércio não é mesmo? Porém há grupos que tentam inverter esta lógica, mostrando que é possível haver justiça no comércio, sendo assim vamos conhecer um pouco mais sobre o Comércio Justo.

3.2. Comércio e Justiça

Nos anos 60, as organizações não governamentais (as ONGs) que trabalhavam junto a comunidades em vários países do chamado "terceiro mundo" (nesse caso, em desenvolvimento ou subdesenvolvidos) perceberam que um dos elementos principais para o desenvolvimento daquelas populações seria oferecer-lhes condições dignas para que vivessem de seu próprio trabalho, ou seja, se uma pessoa está com fome não "vale" somente dar um prato de comida a ela, mas também, a partir do que esta pessoa já sabe fazer, dar condições a ela para que possa desenvolver seu trabalho e com a renda gerada a partir daí comprar a sua alimentação.

Depois das ONGs perceberem que não adiantava dar o peixe, mas ensinar as pessoas a pescarem, que se chegou a conclusão seguinte: admitir a necessidade de fortalecer as organizações de produtores das comunidades envolvidas, ou seja, além de ensinar os produtores a pescar agora estavam ensinando-os a fazer a vara da pesca. Essas duas conclusões fundamentais levaram à ideia do comércio justo — aquilo que permitiria às pessoas viverem de seu trabalho.

Concretamente, o comércio justo surgiu visando colaborar com as organizações de produtores a encontrarem mercado para seus produtos, que lhes são pagos a um preço "justo" (veremos o que é isso mais a frente) dentro do princípio de cooperação nos atores envolvidos na cadeia produtiva.

Enfim, o movimento começou com a iniciativa de organizações e consumidores da Europa (da parte Norte do mundo) visando à melhoria das condições de vida de produtores e trabalhadores em desvantagem nos países do Sul (América Latina, África e Ásia) em busca de um comércio internacional mais justo e igual. Ou seja, o comércio justo surgiu da ideia de que não somente a ajuda financeira resolve os problemas dos países menos desenvolvidos, mas o essencial é criarmos condições comerciais justas para que eles mesmos se desenvolvam.

Sabe-se que o comércio justo tem bases firmes históricas na Holanda, e que se fortaleceu no Reino Unido (Inglaterra, Irlanda do Norte, Escócia e País de Gales) com as campanhas contra as transnacionais (grandes empresas presentes em vários países), e nos últimos 30 anos o comércio justo cresceu bastante em sincronia com as redes com princípios solidários. Estas redes se baseiam que somente com solidariedade e cooperação que os povos desfavorecidos podem sair esta situação. O pensamento da Economia Solidária se encaixa nessas redes também.

Posteriormente a isto, com o aparecimento das lojas de comércio justo (surgidas também nos anos 60), principalmente na Europa, se cria uma oposição entre consumo responsável (aquele consumo respeitando com consciência da origem dos produtos e de seus efeitos para nós, serem humanos e o ambiente que nos cerca) e o consumismo capitalista1 (ou o famoso consumismo, o consumo banalizado). Essa foi a primeira etapa e hoje, somente na Europa, há mais de três mil lojas de comércio justo.

Em 1988 surgiram as primeiras iniciativas de certificação do comércio justo. O comércio justo cresceu tanto e de forma tão rápida que muitos consumidores perderam os contatos próximos que antes tinham com os produtores. E cada vez mais pessoas aderiam ao consumo de produtos oriundos dos princípios do comércio justo, sendo

assim, para atestar que aquele grupo e produto seguiam estes princípios foi que surgiram as certificadoras. Daí se inicia outra etapa, que é à multiplicação dos sistemas de certificação de comércio justo, principalmente na Europa.

Já em 1986, com os produtores de café do México (país onde o comércio justo se desenvolveu bastante), foram reunidas ONGs e organizações de produtores que atuavam ali, dizendo: "nós não queremos o seu dinheiro, nós queremos ser respeitados como seres humanos capazes de tomar responsabilidade sobre o nosso desenvolvimento, então, ajudem-nos a vender o nosso café a um preço justo". Naturalmente, ainda havia muitos obstáculos — as mais de três mil lojas já existentes na Europa só escoavam a produção de algumas dezenas de milhares de famílias, não respondendo às necessidades de outros tantos produtores. Nesse momento, a resposta ao problema foi a criação de um selo local que garantisse ao consumidor que o café vindo dessas plantações seguia os critérios do comércio justo. O selo permitiria que os produtos certificados fossem distribuídos nos pequenos, nos médios e nos grandes supermercados próximos ao consumidor daquele mesmo país.

Até então o comércio justo se limitava a interação entre os países do Norte-Sul, mas as limitações da demanda no Norte (ou seja, países na Europa, EUA e Canadá), o desenvolvimento do comércio justo em países do Sul (como dito antes, América Latina, África e Ásia), e a necessidade de adaptação aos contextos locais, têm estimulado iniciativas de Comércio Justo em países do Sul como no caso do Brasil, que veremos mais adiante. Nesse sentido, sistemas de produção e de comércio alternativos, voltados para mercados locais, nacionais e entre países do Hemisfério Sul, têm sido implementados e discutidos em vários países da América Latina, tendo como base os princípios do Comércio Justo.

Vamos falar agora do Brasil. Aqui as iniciativas de Comércio Justo Norte-Sul ocorrem desde os anos 80, entretanto, um movimento de abrangência nacional só foi iniciado em meados de 2001, por iniciativa de um grupo de atores públicos e privados, que compuseram a plataforma do *Faces do Brasil*. Atualmente há a movimentação para a criação do Sistema Brasileiro de Comércio Justo e Solidário (SBCJS), que tem como uma das perspectivas a criação de um selo nacional voltado para esta outra forma de comercialização (para mais informações acesse: www.facesdobrasil.org.br/).

Já na Bahia algumas cooperativas e empreendimentos da Agricultura Familiar e Economia Solidária atuam dentro dos princípios que as inserem no contexto do Comércio Justo e Solidário, a exemplo das Redes de Colaboração Solidária listadas a seguir:

- Redemoinho localizada na região metropolitana;
- Arco Sertão localizada na região sisaleira;
- Rede de Produtoras localizada na Bacia do Jacuípe;
- Rede Gavião localizada na região de Vitória da Conquista;
- Rede Pratigi no Baixo Sul;
- Rede de Feiras Agroecológicas Território Piemonte da Diamantina.

3.3. Linha do tempo do comércio justo

Período			
Anos 40 e 50	Iniciativas pessoais de missionários levando artesanato para vender nas comunidades		
Anos 50 e 60	Iniciaram-se campanhas de sensibilização sobre as desigualdades mundiais provocadas pelo comércio internacional		
Anos 60 e 70	Surgem as primeiras lojas de Comércio Justo		
Anos 70	O Comércio Justo passa a incluir produtos alimentícios		
Anos 80	Surgimento da primeira entidade certificadora (a Max Havelar)		
Anos 90	Surgimento de novas certificadoras nacionais e entidades Internacionais		
Final dos anos 90	Comércio Justo entra nos grandes canais convencionais de distribuição, como os mercados		
Anos 2000	Passam a haver discordâncias sobre os rumos do comércio justo mundial		
	e começam a aparecer iniciativas de certificação e comercialização em		
	vários países		

3.4. Reflexões

Como, então, definir comércio justo? Podemos dizer que o Comércio Justo é aquele que busca a eliminação dos intermediários desnecessários (os famosos atravessadores), formam uma rede de produção-comercialização-consumo voltada para um desenvolvimento solidário e sustentável, que permite a produtores em situação de desvantagem ou excluídos do sistema capitalista, possam receber uma remuneração suficiente por seus produtos, para alcançar um adequado nível de vida. Isto implica numa relação de colaboração entre todos os envolvidos, através do pagamento de um preço justo, do financiamento da produção e uma relação comercial de longo prazo. Sobre estes pontos iremos destrincha-los mais adiante.

O Comércio Justo não é só uma relação econômica, afinal, ele busca ser uma relação de cooperação e colaboração entre os produtores e consumidores, baseado na igualdade, justiça e no respeito mútuo. Ou seja, este não é só um movimento de comercialização, mas também uma estratégia de proteção ao meio ambiente, de desenvolvimento cultural, de fortalecimento político de movimentos sociais, entre outros, humanizando assim as relações comerciais.

Para que o comércio justo ocorra é preciso que haja produtores com preocupações em seguirem os princípios deste "outro comércio" (conforme abaixo) e também é necessário que existam pessoas disposta a consumir este tipo de produtos e para estas pessoas damos o nome de consumidor responsável, ou seja, aquele que usa do seu ato de consumo com consciência e inteligência, e direcionando-o para causas que ele acha mais adequada de serem apoiadas, como a causa e os grupos da Economia Solidária, Agricultura Orgânica, dentre outros. Abaixo mostraremos alguns princípios do Comércio Justo:

O respeito e a preocupação pelas pessoas e pelo ambiente, colocando as pessoas acima do lucro;

O estabelecimento de boas condições de trabalho e o pagamento de um preço justo aos produtores (um preço que cubra os custos e que ainda promova um rendimento digno à pessoa e leve em conta a proteção ambiental e segurança econômica);

A abertura e transparência quanto à estrutura das organizações e todos os aspectos da sua atividade, e a informação mútua entre todos os atores na transação comercial (todo mundo desde o fornecedor de matéria prima, caso haja, até o consumidor) sobre os seus produtos e métodos de comercialização;

Participação no processo decisório tanto dentro da organização como fora dela, ou seja, para fora dela é preciso o envolvimento de outros atores nas decisões que os afetam;

A proteção e a promoção dos direitos humanos, nomeadamente os das classes excluídas como: mulheres, crianças, quilombos e povos indígenas;

A conscientização para a situação das mulheres e dos homens enquanto produtores e comerciantes, e a promoção da igualdade de oportunidades entre os sexos;

A proteção do ambiente está subjacente a todas as atividades;

A promoção de um desenvolvimento sustentável, através do estabelecimento de relações comerciais estáveis e de longo prazo;

A promoção de atividades de informação, educação e campanhas sobre o Comércio Justo e temas afins;

A produção respeite a cultura e o desenvolvimento local, na medida em que valorize o saber local, resgate e preserve suas origens, e consuma insumos de sua localidade.

As organizações do comércio justo pretendem garantir esse conjunto de princípios através de um sistema próprio de certificação, que possa assegurar que esses princípios e práticas realmente acontecem e para informar aos consumidores sobre a história dos produtos que eles consomem. Como vimos no módulo II - Redes Colaborativas - outro ponto importantíssimo na história do movimento de comércio justo é a constituição de redes, onde instituições colaboram entre si tendo um objetivo em comum. Atualmente, podemos agrupar os produtos vendidos no Comércio Justo em 03 categorias:

Categorias	Produção
Alimentação	Cachaça, café, chocolate, chá, açúcar, geleias, biscoitos, rum, mel, hortifrutis e produtos agroecológicos (in natura e processados)
Têxteis	Roupas, tapeçarias, lençóis, itens de cama, mesa e banho
Artesanato	Bijuteria, trabalhos em couro, artigos para o lar, utensílios para cozinha, cestos, brinquedos, bolas de futebol, jogos de mesa, bolsas, objetos decorativos, velas, material de papelaria e cosméticos

3.5 Correntes do Comércio Justo

Cada pessoa tem uma leitura do mundo, e interpreta de diversas formas a nossa realidade, isso faz com que tenhamos também visões distintas sobre o melhor rumo para o nosso bairro, cidade, país, não é mesmo? Então assim como em nossa vida, o comércio justo é feito por diversidades de pensamentos, que muitas vezes se complementam e outras tantas entram em conflito também. Portanto, de maneira extrema, há a coexistência de dois modelos, que podem se definir como sendo duas estratégias distintas sendo traçadas atualmente no âmbito do movimento do comércio justo, elas podem ser vistas em proporções e escalas diferentes (ou seja, não necessariamente ou são um ou outro, há práticas que podem ter indícios dos dois). Esses dois modelos podem ser chamados de o modelo chamado nicho de mercado e o modelo de Economia Solidária.

O modelo que chamaremos aqui de nicho de mercado, o primeiro acima, tem uma estratégia de não contestação do sistema econômico atual, o capitalismo, reproduzindo em muito suas práticas, como o consumo alienado e em massa. Já o segundo tem uma forma de atuar mais contestadora, se aproximando inclusive de outro movimento que é a Economia Solidária (como vimos no módulo I), tendo como foco o desenvolvimento de um mercado com outros valores. A seguir fizemos uma comparação entre ambos:

Aspectos	Modelo nicho de mercado	Modelo da Economia Solidária
Estratégias	Integrar a lógica de mercado e promover o consumo de massa; Criar a demanda com grandes campanhas de comunicação; Centrar a mensagem na solidariedade Norte-Sul; Lograr que os grandes supermercados vendam produtos de CJ.	Construir um movimento internacional de Comércio Justo, com redes de produtores e de lojas de Comércio Justo; Educar para a cooperação, a solidariedade, o consumo responsável; Criar alianças sociais e políticas e estimular a cooperação entre países subdesenvolvidos (nacionais e internacionais); Pressionar para mudar as regras do comércio mundial (prioridade para os direitos humanos e a defesa do
Práticas prioritárias	Criação de estandartes e certificação dos produtos; Grandes campanhas de comunicação; Lobbying (Pressão política) sobre os governos para criar e sustentar esse nicho de mercado.	meio ambiente). Pressionar para mudar as regras do comércio mundial (prioridade para os direitos humanos e a defesa do meio ambiente); Venda em redes de lojas solidárias especializadas; Educação para o consumo responsável e a economia solidária; Incidência sobre políticas públicas visando mudanças mais significativas.
Forças	Lógica do mercado e consumo de massa; Sistema de certificação centralizado Notoriedade internacional; Mercado com forte expansão, com cerca de 20% de crescimento anual; Este modelo é dominante (70% do CJ); No Norte, é o mercado de nicho mais dinâmico. No Sul, permite	Apoia-se nos movimentos da sociedade civil (controle social); Está presente nas organizações de pequenos produtores e nas redes de lojas especializadas; É referência para os valores e princípios do Comércio Justo (ajuda mútua cooperação, complementariedade, reciprocidade); Atua em outras esferas além da econômica/mercado: ex. educação cidadã;

acesso ao produtores.	mercado	para	os	Busca criar e fortalecer cadeias produtivas de Comércio Justo;
				Constrói alianças internacionais para novas formas de regulação no comercio internacional.

Ambos os modelos tem seus desafios. No caso do modelo de nicho de mercado há inúmeros questionamentos a serem feitos, principalmente com este diálogo que ele faz com o mercado convencional. Por exemplo, uma grande questão relativa à produção em massa é correr o risco de haver uma produção maior (o que de fato há) que a demanda por consumi-lo, isso ameaçaria muito a questão do preço justo, já que este preço justo não é uma preocupação por parte dos supermercados.

Para explicar melhor imaginemos que hoje tem uma demanda muito alta por doce de banana dentro dos princípios do Comércio Justo. Essa demanda cresce a cada ano e estimulará outros produtores a também produzirem esse produto. Chegará uma hora que o mercado consumidor não irá mais querer tanto doce de banana, então nesse caso haverá mais produtos do que consumidores. A pergunta é: será que quando este momento chegar os mercados preservarão o preço justo ou vão baixar o preço para vender mais? Como ficará a relação em longo prazo nesse caso, o mercado continuará a comprar o doce de banana? Outra coisa, com o aumento da produção em massa, não cairíamos no mesmo erro da impessoalidade no comércio e na banalização do consumo? Outra questão bastante ameaçadora relativa à essência do Comércio Justo é o poder de barganha que as grandes empresas (nesses casos indústrias, distribuidoras, mercados, etc.) terão sobre os pequenos produtores, diminuindo bastante a interação e a chegada em um consenso entre ambos, ameaçando inclusive a ideia de justiça dentro do Comércio Justo.

Já imaginaram o poder que os grandes mercados e distribuidores teriam sobre estes produtores para determinarem o que, quando e como plantar? Onde ficaria a ideia de igualdade nessa história? Embates consequentemente surgirão, e será que essas lógicas distintas (pequeno produtor X grande indústria) dialogarão? Este é um passo para a perda de autonomia para o lado mais fraco desta junção, que são as organizações sociais e os pequenos produtores. Ora, onde estaria à diferença ai entre Comércio Justo e o Comércio Tradicional neste caso, afinal?

Ainda tratando das empresas, o Comércio Justo se baseia na transparência do produto em todas as suas etapas até chegar ao consumidor final, então, como será tratada a questão de transparência do comércio justo e do segredo comercial nas empresas? Até que ponto os mercados tem interesse, principalmente aqui na Bahia, de divulgar o contato de seu fornecedor de um produto exclusivo? Será que os concorrentes não vão pegar esse contato? E os consumidores poderão se articular para entrar em contato direto com o produto e tirar o mercado da jogada, e eles não vão reagir? Isto levará a assinaturas de contratos de exclusividade com os grupos, ferindo o princípio da autonomia. Esse fator é muito importante, pois este segredo sobre quem é

seu fornecedor está relativo ao diferencial competitivo das empresas e uma de suas formas de se manterem concorrencialmente fortes é escondendo quem é seu revendedor.

Já no modelo da Economia Solidária também nem tudo são flores e há inúmeros outros desafios, como por exemplo, o fato de que as lojas de comércio justo, muitas na Europa, vivem de trabalho voluntário, não pela questão de ter ou não o trabalho assalariado, mas pela dificuldade em conseguir recursos que sustentem pessoas efetivas nestes trabalhos que requerem bastante tempo e esforço. As pessoas desta corrente têm bastante dificuldades em passar este obstáculo, o que acaba gerando insuficiência na capacidade de venda dos produtos nas "lojas do mundo".

Os consumidores responsáveis são poucos no mundo. No Brasil esta "categoria" de cidadãos ainda está em surgimento, então essa corrente não consegue ganhar em escala e atingir a um público maior (como a outra corrente atingiria). Além disso, os produtos já são mais caros por adotarem um preço justo e não conseguirem escala, então isso reduz a capacidade de compra do consumidor responsável.

Também esta corrente está em desacordo com as principais organizações de certificação. Quantas organizações aqui na Bahia que conhecemos, seguem os princípios do Comércio Justo, mas que não são certificadas? Quantos grupos conhecemos que são certificados? Nenhum ou poucos, não é verdade? Este desacordo se dá pela forma e os critérios que as entidades de certificação estão adotando e que muitas vezes são incompatíveis com a realidade dos pequenos grupos de produtores.

Para driblar isso muitos consumidores adotam formas alternativas de certificar os produtos (selos locais, regionais, conhecendo pessoalmente o produtor, etc.), mas a maioria dos consumidores responsáveis ainda se apega muito aos selos mais conhecidos.

Por fim é importante ressaltar que a diferença entre o consumo e o consumismo é que no consumo as pessoas adquirem somente aquilo que lhes é necessário para sobrevivência. Já no consumismo a pessoa gasta tudo aquilo que tem em produtos supérfluos, que muitas vezes não é o melhor para ela, porém é o que ela tem curiosidade de experimentar devido às propagandas na TV e ao apelo dos produtos de marca. No caso do Brasil quando se trata de Comércio Justo e Solidário se faz alusão ao comércio justo ligado a Economia Solidária.

-

¹ É o nome dado, de forma traduzida, as lojas de comércio justo na Europa. O seu nome original, em espanhol, é "*Tiendas del Mundo*".

3.6. Debates atuais

O comércio justo é um movimento relativamente recente aqui no Brasil, que se tem empenhado em renovar constantemente suas práticas para responder à evolução do contexto em que vivemos e aos desafios atuais, os quais, de certa forma, são também frutos de seus sucessos.

Intercambio

O Comércio Justo em algumas regiões e países é muito imaturo ainda, há muitos produtos e produtores, mas não sabem como escoar a produção sobre essa lógica, seja para mercados locais, nacionais e até internacionais. Por isso é importante que grupos que já superaram essas dificuldades passem sua experiência adiante não só de como comercializar, mas também sobre como produzir, como podem começar a vender em conjunto, comprar e conjunto e etc.

Comércio orgânico (da agricultura orgânica) X Comércio justo

O Comércio Justo não necessariamente abarca o comércio de produtos orgânicos. Isso acontece porque enquanto o comércio justo tem um foco na parte social da produção, o primeiro tem um viés mais voltado para a forma de produção (sem uso de agrotóxicos, por exemplo). Ou seja, para o comércio justo o importante é que o produto não explore mão de obra, mas não necessariamente que o produto não tenha agrotóxico por exemplo. Já o comércio de produtos orgânicos é diferente, ele tem a preocupação para que seus produtos tenham uma produção limpa de agrotóxicos, mas o produto não deixa de ser orgânico se for de uma empresa que explore a mão de obra escrava ou que não adote uma gestão participativa.

Devido a essas diferenças a agricultura orgânica e o comércio justo desenvolveram-se como dois movimentos independentes, embora muitas vezes compartilhassem de objetivos que se complementam. Exemplificando: uma geléia de caju pode seguir os princípios do comércio justo e ao mesmo tempo só usar frutas orgânicas em sua produção. Outros vários exemplos mostram que é possível ampliar as relações e as sinergias entre esses dois movimentos, principalmente, nas áreas da certificação, da relação com o consumidor, e da distribuição.

Recentemente, as suas principais agências de certificação (IFOAM² e FLO) compreenderam que uma sinergia entre suas atividades poderia apresentar vantagens mútuas: as associações de produtores e de comércio justo e solidário poderão demonstrar que, além da qualidade, seus produtos adotam com frequência os métodos da agricultura orgânica; por sua vez, esta última não pode ignorar as condições sociais da produção. Em uma concepção integral da durabilidade, o comércio justo e solidário e a agricultura orgânica aparecem como amplamente complementares e passíveis de se

² A *International Federation of Organic Agriculture Movements* – IFOAM desenvolveu um sistema de normas e regulamentos que serve como base de comparação para definir o que é produto orgânico nas relações internacionais.

reforçarem mutuamente. Algumas certificadoras já ensaiam esta junção. O MDA – Ministério de Desenvolvimento Agrário, através da Secretaria da Agricultura Familiar lançaram o selo que certifica a origem dos produtos o "Selo da Agricultura Familiar". O Estado da Bahia, através da Superintendência da Agricultura Familiar lançou em 2009 o selo estadual e em 2012 fundiu com o MDA, assim, quem solicita a cessão do uso do selo via comitê estadual da Bahia automaticamente solicita o nacional.

Os documentos poderão ser acessados no seguinte link: http://www.seagri.ba.gov.br/selosuaf1.asp

Profissionalização

O comércio justo está passando por um processo de profissionalização introduzindo técnicas de mercado e contratando pessoal especializado, muitas vezes inclusive do setor privado. O que antes começou como um ato de ajuda em prol de uma causa, passa também a ser dominado por lógicas materiais, ou seja, antes as pessoas estavam no movimento de Comércio justo por sua ideologia, atualmente isto fica em muitas vezes subordinado a questão de ter ou não um retorno financeiro.

Esta questão da profissionalização na mesma medida que é necessária também é preocupante, porque é um dos principais estimuladores do debate sobre com quais organizações e atores o Comércio Justo deve se envolver para buscar esta sustentabilidade, o que ocasiona na divisão em duas correntes, como vimos antes.

Referências do Comércio Justo e Solidário

O comércio justo tem sua origem na exportação sul-norte e deve ultrapassar essa limitação. Devemos romper este esquema tradicional do comércio internacional, que o comércio justo também há replicado, de que os países do Sul são produtores agrícolas e de matéria prima, e o Norte como sendo o polo de consumo e transformação de matéria prima em produtos com valor de agregado maior. Um exemplo claro disso é o café, ele sai daqui muitas vezes em grão ou moído em saca, e somente lá na Europa que ele recebe uma embalagem e fica pronto para o consumidor final. Temos que mudar isso, batalhar para que os produtores se especializem mais e comecem a agregar valor aos seus produtos (neste exemplo especificamente embalando e criando produtos derivados do café) e até para que eles (quem sabe em breve) comecem a produzir equipamentos mais sofisticados como uma máquina fotográfica, um computador, etc.

As organizações de produtores, tanto no Norte quanto no Sul, têm sentido uma necessidade cada vez maior de se tornarem atores ativos e conscientes do espaço local, regional ou nacional. Com isso surge uma oportunidade para o comércio justo e solidário — até então, percebido como um comércio entre hemisférios — de adquirir sentido e se organizar em escalas mais próximas dos territórios, e daí surgem muitas

iniciativas de comércios justos locais, principalmente no Sul. Abaixo citamos algumas experiências de Comércio Justo no Sul³:

El Ceibo	Bolívia	www.elceibo.org
Central Interregional de Artesanos del Perú –	Peru	www.ciap.org
CIAP		
Comércio Justo México	México	www.comérciojusto.com.mx
Cooperativa Camilo Cienfuegos	Cuba	www.camilocienfuegos.org
Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de	Guatemala	www.clac-
Pequeños Productores de Comércio Justo -		pequenosproductores.org
CLAC		
Hermandad de Tejedoras y	Cuba	
Bordadoras de Belén		
Junta Nacional del Café – JNC	Peru	www.juntadelcafe.org.pe
Programa Nacional para o Fomento de Ferias	Brasil	www.fbes.org.br
de Economía Solidaria do Forum Brasilero de		
Economía Solidaria – FBES		

3.7. O artesanato

Em termos de exportação o Brasil não se destaca com seu artesanato no comércio justo. A prova maior é que é quase impossível encontrar produtos brasileiros nas "Lojas do Mundo" existentes na Europa, porém o mercado interno começa a ganhar destaque. Outra oportunidade para o mercado solidário de artesanato é o que está se passando com grandes empresas que promovem eventos e querem mostrar para o público interno e externo que está apoiando o desenvolvimento social do país. Tais empresas compram artesanato para oferecer como brinde aos seus clientes, funcionário e sócios. Além do próprio aumento de espaços de venda destes produtos, e do aumento de consumidores conscientes.

No mundo o artesanato de um modo geral não está bem, o mercado está estagnado com a produção atual, e dificilmente são abertas novas oportunidades de exportação nesta área. Isso se dá porque há muito artesanato, e as pessoas não compram artesanato toda semana, por exemplo, diferente do que acontece com os produtos de limpeza e alimentação. O artesanato são bens que duram bastante, nós só compramos de dez em dez anos, por isso a venda dele tende a cair com o tempo.

Na Bahia existem as iniciativas do Instituto Mauá, dos Centros Públicos de Economia Solidária e as Feiras de exposição e comercialização da produção da Agricultura Familiar e Economia Solidária, além, dos mercados locais destinados ao segmento que acaba trabalhando o artesanato como produção associada ao turismo. No caso do primeiro ele criou uma classificação para o artesanato baiano (artes manuais e artesanato), processo que vem sendo encarado por muitos como excludente, já que o

-

³ Fonte: relatório encontro de Havana, 2007.

que é classificado como artes manuais não pode ser exposto em suas feiras, espaços físicos e não podem pleitear a cessão do uso do selo do artesanato baiano.

3.8. Organizações e produções

Com relação à produção a questão é favorecer a diversificação, tanto na quantidade de produtos como nos produtos em si. Por exemplo, apoiar a transformação de produtos primários (que não são industrializados) pelos mesmos produtores, e colocar centralmente estes produtos afinados com interesses locais, como a segurança alimentar.

Já em se falando de organizações, devemos evitar o oligopólio na distribuição e venda dos produtos, ampliando a rede de distribuição e venda. O dilema que surge ai é ampliar como? Pois se pode recorrer aos canais de distribuição e venda tradicionais mais do que já ocorre, o movimento pode cair no ciclo de subordinação do comércio justo por empresas capitalistas. Com relação à venda além de diversificamos, temos sobretudo que fortalecer os pontos de vendas exclusivamente "justos" já existentes.

Contudo, no geral vemos uma falta de diversidade nas instituições e nos métodos. Uma das formas mais comuns nos últimos anos na Bahia foi a criação de editais entre as secretarias do governo da Bahia que visam a liberação dos recursos para os grupos produtivos a fim de investimentos que vão dá produção, beneficiamento, comercialização e gerenciamento oportunizando aos grupos produtivos a liberação de recursos para investimentos na produção em todos os setores numa proposta de eliminação do "atravessador".

3.9. Financiamento

Tradicionalmente, o financiamento é um assunto delicado no meio das ONGs e no movimento do Comércio Justo em particular. Quais são os financiadores "desejáveis"? Quais devem ser excluídos por motivos éticos ou outras razões? No Comércio Justo as respostas a estas perguntas têm sido procuradas com base em oportunidades de financiamento, havendo muitas contradições: não é recomendável aceitar donativos de cadeias de supermercados, por exemplo - embora se lute, as vezes, para colocar os nossos produtos nas suas prateleiras. No Brasil e também na América Latina encontramo-nos totalmente dependentes dos fundos públicos, da construção de sistemas de financiamento solidário, do apoio dos importadores ou das nossas próprias economias para financiarmos os nossos orçamentos. Mas, e quando estas fontes não existem?

Para isso seria preciso investir em sistemas integrados de finanças éticas e solidárias. Sistemas onde o cooperativismo de crédito e os atuais programas de microcrédito incluíssem nas suas linhas de financiamento recursos para projetos e experiências em cuja centralidade estivesse o atendimento de demandas coletivas dos

territórios locais e não apenas de iniciativas individuais ou econômicas isoladas. Ou seja, no apoio ao fortalecimento de redes produtivas e nos complexos e polos cooperativos das diversas regiões. A COFASPI — Cooperativa de Assistência a Agricultura Familiar Sustentável do Piemonte atua em parceria com a Cooperativa de Crédito Ascoob Credimonte.

3.10. Marco legal

Esta questão surge da necessidade de utilizar o Comércio Justo como impulso de transformação das regras do comércio internacional. Ou seja, o Comércio Justo deve se desenvolver como um verdadeiro movimento social e ser uma política pública prioritária para as mudanças nas regras do Comércio Internacional.

Para isto deve-se amparar legalmente o comércio justo a nível local e internacional para que se haja publicamente efetivando e institucionalizando esta rede no Estado. Este assunto deve-se travar a princípio no âmbito interno de cada país.

Em 2019 a Secretaria do Desenvolvimento Rural do Estado da Bahia (SDR) institui o novo Selo de Identificação da Agricultura Familiar (SIPAF/BA), que objetiva identificar produtos, garantindo aos consumidores a aquisição de produtos genuinamente originários da agricultura familiar local, potencializando a geração de renda no campo e valorizando a sociobiodiversidade do estado. Tanto agricultores familiares quanto empreendimentos da agricultura familiar com DAP (Declaração de Aptidão ao Pronaf) ou Cadastro Nacional Da Agricultura Familiar (CAF) podem solicitar o selo à SDR pelo seu site, cujo link consta logo abaixo. Os agricultores contam ainda com o decreto 13.780/12, que concede créditos presumidos do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) para fins de compensação do tributo em operações ou prestações subsequentes e de apuração do imposto a recolher.

http://www.sdr.ba.gov.br/servicos/certificacao-dos-produtos-da-agriculturafamiliar-para-acesso-aos-mercados-sipaf

Já o decreto 13.780/12 pode ser consultado através do endereço: https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=247939

3.11. Atuação em outros movimentos

Muitas vezes movimentos atuam distantes uns dos outros, porém com causas bastante similares. O que devemos fazer é nos apegarmos no que temos em comum e unirmos esforços em prol de uma luta por mudanças significativas, por isso tem a tendência de criar uma nova estratégia de ampliação da articulação entre o Comércio Justo e os movimentos de Economia Solidária e ambiental, por exemplo, para o desenvolvimento de mercados consumidores locais no sul (novos mercados éticos e

solidários) centrados na promoção do desenvolvimento local integrado e sustentável, e também para que juntos todos os movimentos, como um só, possam formular propostas e consolidar práticas, de forma mais forte, representativa e completa. O projeto de fundos rotativos financiado pela Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte da Bahia e pelo Banco do Nordeste do Brasil fomentou a constituição da Rede de Feiras Agroecológicas do Piemonte.

3.12. Soberania alimentar

Surge em paralelo a estes debates do comércio justo uma nova estratégia de desenvolvimento e redistribuição da riqueza, com ênfases na *Soberania Alimentar*. Por Soberania Alimentar entendemos como uma prática específica de promoção e proteção de uma agricultura nacional que, aproveitando os recursos e capacidades disponíveis, impulsione a diversificação de cultivos que reduzam a alta dependência de alimentos importados de outros países, com um manejo econômico, social e ecologicamente sustentável.

Já especificamente no Sul a luta é para, além de não se manter esta racionalidade de os países do sul como apenas produtores de matéria prima, que se passe a ter um cuidado com a dependência dos produtores, ou seja, devemos prezar também pela diversificação do cultivo para que ela não se ater somente ao que podem vender, mas sim ao que se pode comer. Também devemos lutar para que a agricultura familiar não perca espaço em importância para o agronegócio (Grandes Empresas da agricultura), pois isto representa uma perda de dependência, e um retrocesso em políticas sociais. A COFASPI participa diretamente do Conselho Estadual de Soberania Alimentar contribuindo para a efetivação das políticas públicas no Território do Piemonte da Diamantina e outros territórios da Bahia.

3.13. Certificação

As coisas também estão em debate com relação à certificação. Acompanhando este desenvolvimento do comércio justo como, por exemplo, as tentativas ou ideias de estabelecer um comércio justo doméstico, dentro de nossas próprias regiões.

Dentro do comércio justo é defendido outros modelos de certificação que adaptem técnicas de certificação as realidades locais e regionais. Para isso é necessário a articulação dos selos de Comércio Justo e a criação de maneiras de certificação com baixo custo e equidade (ou seja, tratando os desiguais desigualmente, com métodos socialmente mais corretos). Para que tenhamos uma ideia, atualmente o selo da FLO "sai" por R\$ 2.000,00 o que é incompatível para a grande maioria dos produtores brasileiros.

Um exemplo disso é a necessidade dos produtores estarem organizados em cooperativas ou associações. Ao contrário da realidade na Europa, no Brasil não são

muitas as regiões que tem cultura associativa entre os produtores, estabelecendo-se outras formas de organização que não associações ou cooperativas formais. A FLO acaba não reconhecendo estes grupos informais, que consequentemente são excluídas deste sistema de certificação.

Assim, a discussão do comércio justo no Brasil deve considerar todos estes pormenores para que possamos estabelecer um sistema que realmente se adeque à realidade de produção e às inúmeras realidades sociais e culturais de um país de dimensões continentais como o Brasil, e que ao mesmo tempo apresenta desigualdades econômicas tão discrepantes em sua sociedade.

Em termos de certificação no Brasil o que tem ocorrido geralmente são as organizações que trabalham com os produtores certificarem os produtos com sua própria marca, ou seja, se a "Compre consciente" (organização fictícia) é uma cooperativa de consumo tendo os produtos e o fato desse produto ser parceiro da Compre Consciente já certifica que ela trabalha dentro dos princípios de comércio justo. Como citado acima, também se deve trabalhar sobre a questão da redução dos custos de certificação, como por exemplo:

- Reduzir as exigências de documentação para pequenos grupos;
- Promover credenciamento de certificadores em âmbito local;
- Ampliar a oferta comercial;
- Apoiar modelos de certificação que sejam mais baratos como, por exemplo, certificação de grupo;
- Formar auditores locais;
- Diversificar as entidades certificadoras.

Um debate também importante é sobre o papel da FLO neste sistema, pois ela trabalha concentrada em alguns produtos como os de *comodities* (ou seja, grandes produtores) agrícolas e que justamente são os principais causadores de injustiças comerciais no mundo nesta área. Outro ponto importante disto é a FLO recentemente certificou a Nestlé e algumas outras organizações questionáveis, desfigurando a proposta de um comércio alternativo voltado pra agricultura familiar e a economia solidária e o movimento começam a se romper.

3.14. Comércio justo no Brasil

Com relação ao Comércio Justo, o cenário político é muito favorável aqui, pois foi durante a gestão atual do governo federal que este tema ganhou status público, passando a ser discutido no âmbito oficial de pelo menos três Ministérios, com especial ênfase no Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), dentro da esfera de atuação da Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES), mas também nos Ministérios do Desenvolvimento Agrário e Meio Ambiente, através da criação e fomento ao GT Interministerial, composto por entidades civis e pelos ministérios aqui apontados, de construção e promulgação de uma normativa pública de regulamentação do Sistema Brasileiro de Comércio Justo e Solidário.

Por outro lado, o fato político gerado pela movimentação em torno do processo de construção do Sistema Brasileiro, iniciado em 2001 prioritariamente pelo FACES, já gerou resultados concretos no campo da articulação de forças da sociedade civil em prol da necessária transcendência do conceito à prática do comércio justo e solidário no Brasil.

Somam-se a estes fatores, os resultados de recentes pesquisas sobre a produção e o consumo solidários brasileiros, que evidenciam o potencial e a demanda por ações de aproximação destes elos em cadeias justas e solidárias. No setor da produção, o mapeamento da Economia Solidária realizado pela SENAES desde 2005, levantou mais de 16.554 Empreendimentos Econômicos Solidários que reúnem mais de 1.230.084 homens e mulheres em torno de iniciativas produtivas rurais e urbanas, organizadas sob o princípio da autogestão e da cooperação.

Já no setor de consumo, recentes pesquisas evidenciam o aumento de 20% no crescimento da demanda por produtos "sustentáveis", em especial os orgânicos, e, o percentual de 6% da população brasileira que se identifica com o conceito de consumo consciente. Ressalte-se, ainda, o crescente aumento de iniciativas de comercialização solidárias, pelo setor supermercadista, e, também, pelos movimentos da economia solidária e agricultura familiar.

Por fim, vale observar, que o comércio justo e solidário vem ganhando espaço não apenas no Brasil, como também em toda a América Latina. Nesse sentido, destacase a criação e o fortalecimento de diferentes redes de articulação (como já mostrados acima), que promovem o diálogo, fazem incidência política, promovem confluências e ações conjuntas na região. Além disso, tem o Sistema Brasileiro de Comércio Justo e Solidário (SBCJS), que é a regulamentação do comércio justo perante o Estado, ocasionando também num apoio mais institucional do mesmo.

3.15. Comércio justo na Bahia

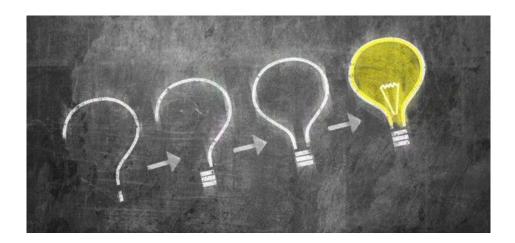
Uma das principais dificuldades da produção baiana é a certificação, apesar das iniciativas existentes elas só certificam a origem e não a qualidade dos produtos, como é o caso da certificação participativa que ocorre no Território Piemonte do Paraguaçu que são iniciativas das comunidades. Já sobre o IBD poucos grupos produtivos possuem condições financeiras suficientes para acessar a certificação.

Outra vertente são os espaços para comercialização que são construídos geralmente pela iniciativa pública e atualmente o gerenciamento de alguns desses espaços ficam por conta das Redes de Colaboração Solidárias, como é o caso do Armazém da Agricultura Familiar e Economia Solidária que é coordenada pela Arco Sertão e fica localizada no0 município de Serrinha.

Outro espaço também aproveitado para divulgação e comercialização dos produtos é a internet. Na Bahia, temos a Redemoinho como referência sediada em Salvador, ela atua no cenário baiano representando a produção, tendo como base a autogestão e sendo formada por pessoas dispostas a consumir e produzir produtos de boa qualidade e oriundos de uma produção socialmente justa, ambientalmente sustentável e biologicamente saudável.

Conheça através do endereço http://redemoinho.coop.br/.

3.16. Conclusão

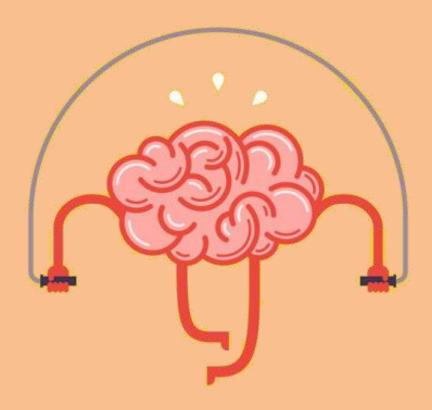


Pensar em comércio justo e solidário é identificar o quanto temos a fazer para contribuir com este movimento que visa à melhoria da qualidade de vida dos grupos produtivos e da população de modo geral estreitando a relação entre produtor e consumidor.

Diversas são as experiência e tentativas. Muitas delas trazem a identidade do nosso povo que teve a vida difícil e nunca deixou de lutar por dias melhores. A seca, a pobreza e outras dificuldades nunca foram encaradas com comodismo e sim como elemento motivador para mudança do cenário.

A nossa produção é saudável e de qualidade na qual os produtores vêm procurando aperfeiçoar para atender aos critérios de comercialização e melhor acessar aos novos mercados. Daí, a importância de nós, enquanto parte da ATER na Bahia, reconhecermos a importância do nosso trabalho na construção desse novo momento.

A proposta do nosso trabalho é de fortalecermos as comunidades onde atuamos contribuindo para a melhoria da qualidade de vida dos agricultores e agricultoras na construção de um mundo mais justo e solidário. Assim, a nossa prática remete a acreditarmos na possibilidade de mudarmos a situação dos grupos produtivos das nossas regiões que atuam dentro dos princípios da colaboração, solidariedade, respeito à vida e ao meio ambiente e compromisso com o próximo.



EXERCÍCIOS







1.	partir do curso.
2.	Pensando no esquema de linha do tempo apresentado na págin como você descreveria o ano de 2020 no que se refere à temátic comércio justo?
2.	como você descreveria o ano de 2020 no que se refere à temátic
2.	como você descreveria o ano de 2020 no que se refere à temátic
2.	como você descreveria o ano de 2020 no que se refere à temátic
2.	como você descreveria o ano de 2020 no que se refere à temátic
2.	como você descreveria o ano de 2020 no que se refere à temátic
2.	como você descreveria o ano de 2020 no que se refere à temátic
2.	como você descreveria o ano de 2020 no que se refere à temátic



Referências

Imagens

- Imagem 01. **Círculo**. Disponível em: https://sinteces.org.br/curso-de-cooperativismo-sera-realizado-no-sintec-es/
- Imagem 02. **Cooperação**. Disponível em: https://fecoagroleiteminas.com.br/noticias/detalhes/221/
- Imagem 03. **Cérebro**. Disponível em: https://www.vix.com/pt/dietas/578483/exercicio-mental-e-primeiro-passo-para-quem-quer-emagrecer-como-fazer
- Imagem 04. **Conclusão**. Disponível em: https://www.todamateria.com.br/como-fazer-a-conclusao-de-uma-redacao/
- Imagem 05. **Interrogação**. Disponível em: https://pt.clipart.me/istock/cartoon-question-mark-with-speech-bubble-167300.
- Imagem 06. **Selo**. Disponível em: https://www.picuki.com/tag/sipaf.

Sites

- http://www.sdr.ba.gov.br/noticias/2019-11-27/bahia-lanca-novo-selo-da-agricultura-familiar
- www.cofaspi.org.br
- www.cooperativismopopular.com.br
- www.ecomoney.net
- www.facesdobrasil.org.br
- www.oceb.coop.br
- www.redemoinho.coop.br
- www.redesolidaria.com.br
- www.socioeco.org
- www.unicafes.org.br

Obras

- ARRUDA, Marcos. Cortando amarras. Junho, Rio de Janeiro. 1999.
- LOPES, Laís de Figueirêdo; SANTOS, Bianca dos; BROCHARDT, Viviane. **Entenda o MROSC: Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil: Lei 13.019/2014**. Secretaria de Governo da Presidência da República. Brasília: Presidência da República, 2016. 130 p.
- MANCE, Euclides André. **Redes de colaboração solidária**. IFIL, 2002.
- NUNES, Ruth Espínola Soriano de Souza. **A nova economia das redes solidárias**, 2001.

Anexos

1.

Passo a passo para constituição de uma cooperativa:

Fonte: http://www.cooperativismopopular.ufrj.br/

Para constituir uma cooperativa popular é fundamental que todos aqueles que desejam integrar esta sociedade tenham os mesmos objetivos, tenham clareza dos passos a serem dados e se identifiquem com os valores e princípios do cooperativismo e do Cooperativismo Popular.

É importante que todos participem de todas as etapas da constituição da Cooperativa. Mais do que a legalização de uma empresa ou a organização de um trabalho, a constituição de uma cooperativa é a construção de uma sociedade de pessoas com objetivos comuns. Apenas a participação de todos faz com que ela exista. É necessário que a cooperativa, por meio de seu estatuto, reflita o grupo e cada pessoa individualmente. Por isso, antes de formar uma cooperativa, discuta bem com o grupo e faça do processo de formação da cooperativa um exercício democrático de construção do coletivo. Este aprendizado vai ser útil para toda a vida da cooperativa.

Para orientar os grupos que desejam formar cooperativas, vamos apresentar aqui um passo a passo do processo de formação:

1º Passo: Formação e construção da identidade do grupo

Inicialmente, é necessário reunir todas as pessoas interessadas em formar a cooperativa. De acordo com o artigo 1.094, inciso II, da Lei 10.406 de 10/01/2002 (Novo Código Civil), o qual alterou a lei 5.764/71 (a lei do Cooperativismo), que exigia um número mínimo de 20 pessoas para formar uma cooperativa, um empreendimento dessa natureza pode ser formado pelo número mínimo de integrantes necessário para compor a sua administração e órgãos obrigatórios. Confrontando as normas exigidas pela lei 5.764/71 com esse novo dispositivo legal, pode-se dizer que o número mínimo de 14 (quatorze) cooperados possibilita a instituição de uma sociedade cooperativa, questão ainda controvertida. Cabe lembrar que não importa o tempo necessário para a conclusão desta fase. O importante é que todos tenham certeza do caminho que vão seguir. Seguem algumas sugestões para facilitar esse processo:

- a) É recomendável que cada integrante partilhe sua experiência profissional e de vida com o grupo. Caso alguém já tenha tentado formar uma cooperativa, é importante que todos conheçam essa experiência, mesmo que ela não tenha sido positiva.
- b) O grupo deve discutir cuidadosamente o objetivo da cooperativa e a(s) atividade(s) econômica(s) que podem atuar (verificar sempre a relação da experiência profissional de cada um com as propostas que estão sendo apresentadas).
- c) É fundamental verificar as possibilidades ou vantagens de uma determinada atividade: Os cooperados têm experiência profissional no ramo pretendido? Os componentes do grupo possuem ou têm como adquirir os equipamentos necessários? Uma nova atividade econômica vai se instalar na região? Existem ou vão existir investimentos públicos em determinada atividade?

- d) Pode ser muito útil conhecer outros empreendimentos cooperativos; visitar e convidar outros grupos para discutir a experiência com o seu.
- e) Procurar possíveis instituições parceiras para apoiá-los nessa empreitada: poder público, universidades, ONGs, igrejas, sindicatos, entre outros.
- f) Se neste processo, o grupo conseguir construir uma identidade, com a aprovação de todos os integrantes, poderá ir para o segundo passo.

2º Passo: Construindo o Estatuto Social

O Estatuto Social é um instrumento "legal" básico para a formação de uma cooperativa, composto por um conjunto de normas que servem para estruturar administrativamente a cooperativa e disciplinar o seu funcionamento, estabelecendo também os direitos e deveres dos cooperados. Formulado pelo conjunto dos associados, sua elaboração precede a formalização da sociedade, fazendo parte do processo de criação da cooperativa. Com base nos anseios e na cultura do grupo, devem constar no estatuto social os objetivos da cooperativa, as regras para escolha de seus dirigentes, o tempo estipulado para o mandato, as funções dos diferentes órgãos administrativos, as punições aos desvios de conduta, as formas de julgamento, entre outras diretrizes essenciais ao bom funcionamento do empreendimento.

Sobre o Modelo de Estatuto Social, para construí-lo, é importante seguir as seguintes etapas:

- a) Constituir uma comissão provisória formada por integrantes da cooperativa para organizar o processo de formação;
- b) Elaborar a minuta do Estatuto Social em reunião com todos os integrantes da cooperativa. Após a elaboração da minuta, que deve ser aprovada por todos os presentes, é importante submetê-la a revisão de um advogado, procurando evitar o esquecimento de algum item importante e/ ou a inclusão de artigos que firam a lei. Feita esta revisão, a minuta deve ser lida novamente por todo o grupo.
- c) O regimento interno pode ser escrito neste mesmo processo.
- d) Organizar e marcar a data, local e horário da Assembleia para a constituição da cooperativa;
- e) Publicar edital de convocação da Assembleia.

3º Passo: Realização da Assembleia de Constituição

A Assembleia de Constituição é o ato público de fundação da cooperativa. Para organização e realização desse ato, sugerimos os seguintes procedimentos:

- A) organização da Assembleia
- a.1) materiais necessários:
 - Livro de Registro de Presença;
 - Livro de Registro de Atas;
 - Cópia do Estatuto Social para todos;
 - Lista Nominativa dos sócios;
 - Fichas para inscrição dos associados;
 - Talão de recibos padronizado, caso haja pagamento de cotas em assembleia;
 - Endereço social da cooperativa;
 - Candidatos à Diretoria da Cooperativa;
 - Candidatos ao Conselho fiscal;
 - Candidatos ao Conselho de ética;
 - Declaração de desimpedimento dos candidatos à Diretoria.
- a.2) É necessário coletar os seguintes dados e documentos, de cada cooperado:
 - Endereço Residencial;
 - Endereço para Correspondência;
 - Nacionalidade, Naturalidade, Estado Civil;
 - Fotografias 3x4 (duas);
 - Fotocópias de: Carteira de Identidade e CPF dos associados fundadores (Caso o associado não possua Carteira de Identidade, esta pode ser substituída pela Carteira de Trabalho (CTPS) ou pela Carteira Nacional de Habilitação para Condução de Veículos (CNH); A carteira de identidade não pode ser substituída por Certidão de Nascimento).

B) O Cerimonial – Parte I

b.1) Abertura:

- O coordenador dos trabalhos abre a Assembleia;
- São apresentados os motivos que levaram a fundação da cooperativa;
- b.2) Formação da mesa:
- Solicita-se a indicação de um Coordenador e de um Secretário para a reunião;
- b.3) Primeiros trabalhos:
- O Coordenador solicita que todos os presentes assinem o "Livro de Registro de Presença", onde serão considerados os sócios fundadores;
- O Secretário anotará as deliberações para redigir a "Ata de Constituição".

C) O Cerimonial – Parte II:

- c.1) Estatuto
- Listar os nomes de todos sócio-fundadores da cooperativa;
- Leitura e aprovação do Estatuto Social da cooperativa.
- c.2) Eleições:
- Eleição da Diretoria;
- Eleição do Conselho de Administração;
- Eleição do Conselho Fiscal;
- Eleição de Conselhos de Ética.

D) O Cerimonial – Parte III:

- d.1) Ato de posse
- Solenidade de posse da primeira diretoria.

Com a realização da Assembléia de Constituição da cooperativa e a eleição dos integrantes da diretoria, órgãos administrativos e conselhos, a cooperativa poderá

dar início ao seu processo de legalização. Para tanto, a Cooperativa deverá ser registrada nos seguintes órgãos:

- Junta Comercial ou Cartório do Registro Civil das Pessoas Jurídicas (RCPJ) da localidade em que vai se estabelecer vide a seção Cooperativismo Legal, no link sobre as Principais questões jurídicas do cooperativismo, no ramo do Direito Civil/Empresarial (para maiores esclarecimentos sobre qual órgão competente para arquivamento dos atos da cooperativa).
- 2. União Secretaria da Receita Federal.
- 3. Município órgão competente para concessão de Alvará de Licença para funcionamento do estabelecimento.
- 4. Corpo de Bombeiros (nos Estados onde tal exigência existir) da localidade em que vai se estabelecer.
- 5. Estado Fazenda Estadual e/ou Município Fazenda Municipal do local em que a cooperativa vai se estabelecer, de acordo com a atividade a ser exercida (indústria, comércio ou prestação de serviços).
- 6. Demais órgãos caso a caso, de acordo com a atividade (ex.: Município: órgão responsável pela vigilância sanitária, no caso de exercício de atividade relacionada à produção de certos gêneros alimentícios, Estado: órgão responsável pelo meioambiente, na hipótese de exercício de atividade que envolva necessidade de licenciamento ambiental, a exemplo das atividades de reciclagem, dentre outros).

Antes de seguir as etapas acima, verifique se, no caso específico de seu município/estado, não há necessidade de apresentar outros documentos não especificados mais abaixo, ou mesmo se a ordem acima estabelecida não necessitará ser invertida, em algum caso específico.

1. Junta Comercial ou Cartório do Registro Civil das Pessoas Jurídicas (RCPJ)

A cooperativa somente adquire personalidade jurídica com o arquivamento de seus atos constitutivos (ata da assembléia de constituição e Estatuto) no órgão competente (art. 985 do Código Civil de 2002: "A sociedade adquire personalidade jurídica com a inscrição, no registro próprio e na forma da lei, dos seus atos constitutivos (arts. 45 e 1.150)".). Existe discussão, em virtude do advento do Código Civil de 2002, de qual seria o órgão competente para arquivamento dos atos: a Junta Comercial ou o Registro Civil das Pessoas Jurídica (RCPJ). Após decidir qual o órgão onde se pretende arquivar os atos constitutivos, qualquer outro documento referente aos atos sociais da cooperativa (ex.: ata de assembléia geral ordinária, ata de assembléia geral extraordinária, etc.) deverá ser arquivado no mesmo órgão.

Escolhido o órgão, deve-se reunir a documentação necessária para protocolar o requerimento de registro. Em regra, tais documentos consistem em:

- Cópia do Edital de convocação da Assembleia de Constituição da cooperativa;
- Ata da Assembleia Geral de Constituição A ata da Assembleia Geral de Constituição deverá conter as seguintes informações: a denominação da Cooperativa, o endereço completo da sede e o objeto social; o resultado das eleições dos integrantes dos órgãos de administração, fiscalização e outros conselhos aprovados, com menção à declaração, por parte dos cooperados eleitos para tais órgãos, de desimpedimento dos mesmos para o exercício do cargo. Todas as folhas devem ser rubricadas à exceção daquelas reservadas para assinatura dos sócios fundadores, cujas firmas deverão ser reconhecidas. Estes deverão ser qualificados no corpo da Ata com nome, estado civil, profissão, residência e domicílio, número do RG e órgão expedidor, número do CPF/ MF, bem como o valor e o número de cotas-parte de cada um;
- Estatuto Social (salvo se este já estiver transcrito na ata da assembleia geral de constituição), com todas as laudas rubricadas, à exceção daquelas reservadas para assinatura dos sócios fundadores, cujas firmas deverão ser reconhecidas. Em regra, o Estatuto deve conter visto de um advogado, com o número de registro da OAB, na última folha;
- Formulários próprios da Junta Comercial ou do Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas de cada localidade (retirá-los no próprio órgão ou tentar obtê-lo pela Internet, caso por ele disponibilizados);
- Fotocópias (autenticadas) da Carteira de Identidade e CPF de todos os Diretores. Cabe lembrar que CPF irregular inviabilizará a legalização. Para verificar ou efetuar a regularização do CPF, acessar: http://www.receita.fazenda.gov.br/, opção CPF.
- Dependendo das exigências do órgão, a exemplo do Registro Civil das Pessoas Jurídicas, em determinadas localidades, podem ser exigidas certidões Negativas dos Diretores obtidas nos Ofícios de Distribuição. Nesses casos, as certidões devem ser específicas para o Registro Civil de Pessoas Jurídicas; para tanto se deve preencher nos pedidos de certidão, que são retirados no próprio local, os campos "finalidade" ou "essa certidão destina-se a:" com: Registro Civil de Pessoas Jurídicas;

Antes de protocolar o requerimento no órgão competente, verificar junto a este se não há exigências de outros documentos necessários ao arquivamento dos atos constitutivos, bem como acerca do número de vias adicionais necessárias de cada um.

2. União - Secretaria da Receita federal: Inscrição no CNPJ

A inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) é feita via Internet, por meio de formulário autoexplicativo, no endereço http://www.receita.fazenda.gov.br/, opção CNPJ. Para se inscrever, o contribuinte deve adotar os seguintes procedimentos:

- a) Preencher a Ficha Cadastral de Pessoal Jurídica (FCPJ) e o Quadro de Sócios e Administradores (QSA) de acordo com os dados que constam da Ata de Fundação da Cooperativa;
- b) Gravar em pendrive ou em um diretório do seu próprio computador os formulários do item anterior (a FCPJ e o QSA) preenchidos, a fim de transmiti-los para a Receita Federal;
- c) Transmitir, pelo Receitanet, (serviço eletrônico que valida e transmite, via Internet, as declarações de impostos de pessoas físicas e jurídicas), a FCPJ e o QSA preenchidos;
- d) Imprimir o Recibo de Envio no Programa do CNPJ;
- e) Imprimir, da página da Secretaria da Receita Federal, o Documento Básico de Entrada (DBE), que só será disponibilizado na Internet para impressão se não houver pendências.
- O DBE conterá o código de acesso para acompanhamento do pedido transmitido pela Internet, na opção "Consulta da Situação do pedido referente ao Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica CNPJ enviada pela Internet".

Para a análise do pedido de Inscrição no CNPJ feito via Internet, é necessário o envio – pelo Serviço de Encomenda Expressa dos Correios (SEDEX) -, para a unidade cadastradora da jurisdição do estabelecimento a que se referir o pedido, da documentação abaixo relacionada:

- Uma via original do Documento Básico de Entrada do CNPJ (DBE), assinado pela pessoa física responsável perante o CNPJ ou por seu preposto, quando anteriormente indicado, ou por procurador. A assinatura constante do DBE deverá obrigatoriamente ter firma
 - reconhecida em cartório;
- Cópia autenticada em cartório da procuração, por instrumento público ou particular, quando o DBE for assinado por procurador. A assinatura do outorgante, quando se tratar de procuração por instrumento particular, deverá obrigatoriamente, ser reconhecida em cartório.

3. Município – órgão competente para concessão de Alvará de Licença para funcionamento do estabelecimento

De acordo com a legislação específica de cada município (em regra, seguindo o Plano Diretor do município, caso existente), há necessidade de requerer-se o Alvará de Licença para Funcionamento do estabelecimento. Em certos casos, o órgão da administração municipal competente possibilita uma CONSULTA PRÉVIA do endereço pretendido, com base em que já se pode saber, mesmo antes do requerimento oficial do Alvará, se o local pretendido está apto a sediar o empreendimento a ser desenvolvido.

Assim, recomenda-se, ANTES DE PROTOCOLIZAR O ARQUIVAMENTO DOS ATOS CONSTITUTIVOS NA JUNTA COMERCIAL OU RCPJ (item 1), ANTES DE

REQUERER-SE O CNPJ (item 2), antes mesmo de decidir o local da sede da cooperativa (e celebrar o contrato de locação do mesmo, se for o caso), REALIZAR tal CONSULTA PRÉVIA para não ser necessário, futuramente, convocar Assembleia Geral para alteração da sede e arquivar a respectiva ata da assembleia na Junta Comercial ou RCPJ ou, ainda, alterar cadastro do CNPJ. Com base na resposta desta CONSULTA PRÉVIA, evitam-se maiores gastos e tempo na regularização por completo da cooperativa. Assim, verifique junto ao órgão competente do Município, onde a cooperativa pretenda se estabelecer, acerca desse procedimento de CONSULTA PRÉVIA (ou de procedimento similar).

4. Requerimento do certificado de aprovação junto ao Corpo de Bombeiros

Em determinados Estados, é necessário, além do requerimento do Alvará de Licença de Funcionamento, uma autorização/certidão de aprovação específica do Corpo de Bombeiros que ateste o cumprimento de determinados requisitos de segurança pelo local escolhido para o exercício das atividades da cooperativa.

Como estas exigências e o respectivo procedimento varia em cada localidade, recomendase verificar junto ao Corpo de Bombeiros de sua localidade sobre a existência dessa exigência e qual o procedimento a ser adotado. Algumas corporações já possuem página na Internet explicando tal procedimento.

5. Estado – Fazenda Estadual e/ou Município – Fazenda Municipal do local em que a cooperativa vai se estabelecer, de acordo com a atividade a ser exercida (indústria, comércio ou prestação de serviços)

Dependendo da atividade desenvolvida pela cooperativa (indústria, comércio ou prestação de serviços), esta deverá cadastrar-se como contribuinte do ICMS (operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação), de competência estadual, e/ou do ISS (Imposto sobre serviços de qualquer natureza, não compreendidos pelo ICMS), de competência municipal. Assim, se a cooperativa desenvolver atividade de indústria e comércio, deverá estar inscrita no cadastro de contribuintes do ICMS no estado onde se localiza, caso exerça atividades que consistam em prestação de serviço (a exemplo das cooperativas de trabalho), deverá inscrever-se no cadastro de contribuintes do ISS (veja a seção de questões controversas neste sentido – cooperativa é ou não contribuinte do ISS? clique aqui). Se exercer todas estas atividades, deverá inscrever-se em ambos os cadastros, já que será contribuinte dos dois impostos, de acordo com cada atividade exercida. É necessário verificar junto à Secretaria Estadual de Fazenda do estado onde se localiza a cooperativa qual o órgão responsável pelo requerimento de inscrição, normalmente disponível pela Internet. O mesmo ocorre em relação à Secretaria Municipal de Fazenda do município onde a cooperativa desenvolva atividades de prestação de serviço.

6. Demais órgãos - caso a caso, de acordo com a atividade (ex.: Município: órgão responsável pela vigilância sanitária, no caso de exercício de atividade relacionada à produção de certos gêneros alimentícios, Estado: órgão responsável pelo meio-ambiente, na hipótese de exercício de atividade que envolva necessidade de licenciamento ambiental, a exemplo das atividades de reciclagem, dentre outros)

Algumas atividades precisam de autorização específica de determinados órgãos do Poder Público para poderem ser desenvolvidas. Assim, por exemplo, se a cooperativa produzir gêneros alimentícios ou prestar serviços de cabelereiro, cosméticos, etc., deverá, em regra, obter autorização específica da Prefeitura, por seu órgão competente em questões sanitárias, para desempenhar essa atividade. Da mesma forma, se a cooperativa a ser constituída desenvolver atividades relacionadas à reciclagem, deverá obter a competente licença ambiental, a ser concedida pelo município (tratando-se de atividade com impacto local) ou pelo Estado (tratando-se de atividade que resulte impacto regional, de maior proporções) onde a cooperativa se localizar. Atividades que consistem em serviços especializados de profissões regulamentadas também devem ser autorizadas pelo órgão competente, como o Conselho Regional de Engenharia - CREA (caso de prestação de serviços de engenharia), Conselho Regional de Medicina - CRM (prestação de serviços médicos), dentre outros.

Estes licenciamentos/autorizações não suprem a necessidade de observação da legislação trabalhista específica, no que se refere à segurança do trabalho (ex.: utilização de equipamentos de segurança, etc. - veja o site do Ministério do Trabalho e Emprego para maiores informações).

Assinaturas.

Modelo de Ata de Fundação

MODELO DE ESTRUTURA DE ATA DE ASSEMBLEIA GERAL ORDINÁRIA

1. Leed - O quê / quando: Ata da Assembleia Geral Ordinária realizada em de
de 2. Quando / Onde: Aos dias do mês de do ano de (por extenso), na sede da cooperativa (ou indicar o local), às horas, 3. Convocação: em convocação,
4. O quê: realizou-se a Assembleia Geral Ordinária da Cooperativa.5. Quórum: Havendo quórum legal, ou seja, a presença de cooperados,
6. Instalação: o Sr. Presidente declarou aberta a sessão, convidando a fazerem parte da mesa os senhores
secretariar os trabalhos, 7. Início dos trabalhos: Iniciados os trabalhos, procedeu-se à leitura da ordem do dia, conforme veiculados em atos comunicatórios, inclusive por edital publicado no Jornal do dia de do ano
8. Teor do edital: O edital expressa o seguinte teor: (transcrever na íntegra o edital). 9. Desenvolvimento: (9.1.) Em seguida, o senhor Presidente leu o Relatório do Conselho de Administração, seguindo-se com os esclarecimentos, a leitura do Balanço Geral, Demonstrativo da Conta Sobras e Perdas e Parecer do Conselho Fiscal. Após a leitura e as devidas explicações, o Sr. Presidente solicitou ao plenário que indicasse um associado a fim de substituí-lo e coordenar os trabalhos da Assembleia durante a discussão e aprovação do Relatório e das Contas. Foi escolhido o associado, que em seguida convidou o Sr
para secretariá-lo. O coordenador pôs em discussão e votação o Relatório, o Balanço Geral e o Demonstrativo da Conta Sobras e Perdas, tendo sido aprovado (especificar o percentual de votos, se por unanimidade ou se por maioria). (9.2.) Aprovada as contas, o Presidente reassumiu os trabalhos, colocando em votação o destino das sobras (ou rateio das perdas, se for o caso). Foi aprovado que
(9.3.) Passando para o item 3° do Edital de Convocação, o Sr. Presidente solicitou que fossem apresentadas as chapas para eleição do Conselho (se forem os dois casos, Conselho de Administração e Conselho Fiscal, relatar por ordem cada votação). Foram apresentados os seguintes nomes para os respectivos cargos:
Passando-se a votação, foi eleito o seguinte Conselho (citar um ou os dois casos, conforme for e relatar em seguida a votação dos demais itens constantes da ordem do dia com os consequentes resultados).
10. Fechamento: Nada mais havendo a tratar, o Sr. Presidente solicitou à Assembleia que nomeasse uma comissão de cooperados para assinarem a ata, recaindo a escolha sobre
os seguintes sócios: Em seguida deu por encenada a sessão da qual eu (nome do secretário) lavrei a presente ata que, lida e aprovada, vai assinada por mim, pelos membros do Conselho de Administração e Conselho Fiscal presentes, pela comissão para esse fim designada e por quantos o queiram fazer.

Modelo Edital de Convocação

			ome fantasia		
	CNPJ:	NIRE):		
Assembléia Geral Ordinária Edital de Convocação					
	(cidade),_	de	de 2020		

Atividade vinculada 1 – Eu e as redes

Objetivo geral: Identificar o conhecimento do grupo sobre o tema (levantamento de conhecimento prévio) e conectando a experiência pessoal com as diversas redes apresentadas.

Como fazer: Solicite ao grupo escrever nos círculos as redes que conhecem ou fazem parte. Ao mesmo tempo devem fazer um desenho de si. Este deve ser recortado de modo a ficar apenas a/o "boneca/a". Os círculos devem ser apresentados, a medida que forem colados em uma superfície(parede, papel metro, chão, etc.) . Importante estabelecer uma discussão que contextualize melhor cada uma das redes apresentadas: internet, fóruns, comunidades, supermercados, etc. Necessário deixar espaço entre os círculos de forma que possam colar depois a/ os bonecos. De cada boneco deve sair uma linha interligando com a rede em que fazem parte.

Materiais:

Tarjetas de cartolina ou papel de oficio cortadas em círculo;

Cordão;

Pilotos:

Fita adesiva;

Papel metro.

Atividade vinculada 2 - Águia e a Galinha

Objetivo: Discutir o tema colaboração compreendendo os fatores estruturantes e históricos que dificultam esse tipo de atitude.

Como fazer: Leitura pausada e pontuada do texto. É possível, dependendo do grupo, solicitar que dramatize o texto. Neste caso é interessante utilizar papel metro, piloto, cola, fita adesiva para que possa ser feito o figurino. Depois da apresentação, discutir como o grupo acha que foi educado: para ser galinha ou águia, cala colaborar ou para competir, etc. Segue o texto de apoio:

A Águia e a Galinha

Leonardo Boff

Era uma vez um camponês que foi a floresta vizinha apanhar um pássaro para mantê-lo em sua casa. Conseguiu pegar um filhote de águia. Coloco-o no galinheiro junto com as galinhas. Comia milho e ração própria para galinhas. Embora a águia fosse o rei/rainha de todos os pássaros. Depois de cinco anos, este homem recebeu em sua casa a visita de um naturalista. Enquanto passeavam pelo jardim, disse o naturalista:

- Esse pássaro aí não é galinha. É uma águia.
- De fato disse o camponês. É águia. Mas eu criei como galinha. Ela não é mas uma águia. Transformou-se em galinha como as outras, apesar das asas de quase três metros de extensão.
- Não retrucou o naturalista. Ela é e será sempre uma águia. Pois tem um coração de águia. Este coração a fará um dia voar ás alturas.
- Não, não insistiu o camponês. Ela virou galinha e jamais voará como águia. Então decidiram fazer uma prova. O naturalista tomou a águia, ergueu-a bem alto e desafiando-a disse: já que você de fato é uma águia, já que você pertence ao céu e não a terra, então abra suas asas e voe! A águia pousou sobre o braço estendido do naturalista. Olhava distraidamente ao redor. Viu as galinhas lá embaixo, ciscando grãos. E pulou para junto delas. O camponês comentou:
- Eu lhe disse, ela virou uma simples galinha!
- Não tornou a insistir o naturalista. Ela é uma águia. E uma águia será sempre uma águia. Vamos experimentar novamente amanhã.

No dia seguinte, o naturalista subiu com a águia no teto da casa. Sussurrou-lhe:

- Águia, já que você é uma águia, abra as suas asas e voe! Mas quando a águia viu lá embaixo as galinhas, ciscando o chão, pulou e foi para junto delas.

O camponês sorriu e voltou à carga:

- Eu lhe havia dito, ela virou galinha!
- Não respondeu firmemente o naturalista. Ela é águia, possuirá sempre um coração de águia. Vamos experimentar ainda uma ultima vez. Amanhã a farei voar.

No dia seguinte, o naturalista e o camponês levantaram bem cedo. Pegaram a águia, levaram para fora da cidade, longe das casas dos homens, no alto de uma montanha. O sol nascente dourava os picos das montanhas. O naturalista ergueu a águia para o alto e ordenou-lhe:

- Águia, já que você é uma águia, já que você pertence ao céu e não à terra, abra suas asas e voe!

A águia olhou ao redor. Tremia como se experimentasse nova vida. Mas não voou. Então o naturalista segurou-a firmemente, bem na direção do sol, para que seus olhos pudessem encher-se da claridade solar e da vastidão do horizonte. Nesse momento, ela abriu suas potentes asas, grasnou com o típico kau-kau das águias e ergue-se, soberana, sobre se mesma. E começou a voar, a voar para o alto, a voar cada vez mais para o alto. Voou... voou... até confundir-se com o azul do firmamento.

E Aggrey terminou conclamando:

- Irmãos e irmãs, meus compatriotas! Nós fomos criados à imagem e semelhança de Deus! Mas houve pessoas que nos fizeram pensar como galinhas. E muitos de nós ainda acham que somos efetivamente galinhas. Mas nós somos águias. Por isso, companheiros e companheiras, abramos as asas e voemos. Voemos como as águias. Jamais nos contentemos com os grãos que nos jogarem aos pés para ciscar.

Atividade vinculada 3 - Futebol

Objetivo: Analisar com o grupo atitudes de competição e de colaboração; Discutir a importância do diálogo e do planejamento.

Como fazer: Solicitar ao grupo que abra espaço no ambiente para realizar uma atividade. É importante evitar comentários. Entrega uma bola ao grupo(se possível uma bola pequena como as de handebol, pois ela dificulta as jogadas) e dando ao grupo apenas dois comandos:

- Todos têm de jogar e o objetivo é fazer gol!

Deste momento em diante é com o grupo. O mediador deve estipular um tempo de pelo menos 15 minutos para que o grupo possa jogar. Este tempo é importante para que o grupo vá interagindo, definindo questões que surgirem e mediando conflitos. O mediador deve observar o jogo com descrição para não servir de elemento fiscalizador. Com base no que acontecer durante o jogo é possível fazer uma roda de discussão: houve colaboração? As pessoas foram envolvidas a participar? Foi um exercício prazeroso ou não?

Sobre o Selo da Agricultura Familiar

"No sentido de ampliar o ingresso da produção familiar baiana nos mercados internacional, nacional, estadual e regional e alavancar políticas públicas específicas para o segmento, a Secretaria da Agricultura - SEAGRI, através da Superintendência da Agricultura Familiar (SUAF) em parceria com a UNICAFES - lançou o Selo de Identificação da Participação da Agricultura Familiar – SIPAF.

A partir de julho de 2012, o Acordo de Cooperação Técnica celebrado com a União e com a interveniência do Ministério do Desenvolvimento Agrário, e do Estado da Bahia, por meio da Secretaria de Agricultura, Irrigação e Reforma Agrária – SEAGRI, permitiu a equivalência do SIPAF Estadual ao SIPAF Nacional. Este acordo de cooperação técnica tem por objetivo a delegação de competência para a realização de procedimentos relativos à permissão, manutenção e cancelamento de uso do selo de Identificação da Participação da Agricultura Familiar - SIPAF no Estado da Bahia.

A permissão de uso de Identificação da Participação da Agricultura Familiar – SIPAF está sujeita ao cumprimento dos termos da Portaria MDA nº 07, de 13 de janeiro de 2012.

Todos os interessados poderão solicitar o credenciamento para a utilização do Selo de Identificação da Participação da Agricultura Familiar – SIPAF. Porém o solicitante passará pela avaliação do Comitê Executivo do Selo que é composto por segmentos da Sociedade Civil e o Poder Público. Para facilitar a solicitação de permissão de Uso do SIPAF, a Superintendência da Agricultura Familiar (SUAF) estará disponibilizando, via online, os critérios para utilização do Selo e os formulários de solicitação, que deverão ser preenchidos e protocolados nesta secretaria.

Obs.: Duas amostras dos produtos deverão ser encaminhadas para a coordenação de agroindústrias, para a analise do comitê executivo do selo".

* Portaria SEAGRI nº 050/2001 - Altera a nomenclatura do Selo Novo

* Portaria MDA nº 17, 13 de Janeiro 2012

Novo - Formulário para Concessão do SIPAF

Novo - Anexo II - Pessoa Física

Novo - Anexo Ofício III - Encaminhamento

Novo - Anexo IV - Empresas

Novo - Anexo V - Exigências Legais

Novo - Nota Técnica SIPAF

Fonte: SEAGRI/SUAF - Bahia.

Vantagens do SIPAF

- Selo diferencial para os produtos dentro do mercado consumidor, que está cada vez mais exigente;
- Divulgação dos produtos por meio de campanhas promovidas pelo Estado;
- Créditos presumidos ICMS.



Quem pode acessar?

- Agricultor familiar com DAP;
- Empreendimentos da Agricultura Familiar com DAP.

Como acessar?

 Solicite a concessão via sistema SIS-SIPAF à Secretaria de Desenvolvimento Rural (SDR) no site:

http://www.portalsdr.ba.gov.br/sipaf/Produto

Após o cadastro dos produtos, quais os procedimentos?

- Envio ou entrega de amostra do produto na SDR/SUAF;
- Análise da solicitação;
- Acompanhamento da solicitação no sistema;
- Publicação no Diário Oficial do Estado.

Novidades

 Após a aprovação o rótulo será disponibilizado no site pronto para impressão, tal como um código QR que direciona o cliente para uma página onde poderá conhecer os produtos, acessar contatos, identificar onde encontra-los, etc.

Fonte: II Seminário virtual Parceria Mais Forte

Texto: Lara Mícia Almeida Mascarenhas Sena, Robson Aglayton Cabral Rodrigues e Vanessa Ionara Rodrigues.

Edição, projeto gráfico e revisão: Vanessa Ionara Rodrigues.