

**Eixo Temático: Estratégia e Internacionalização de Empresas**

**EMPREENDEMENTOS NO ESPAÇO DA ECONOMIA SOLIDÁRIA: UM ESTUDO  
DA 8ª FEIRA DO MERCOSUL EM SANTA MARIA-RS (2012)**

Lisandra Taschetto Murini, Elio Sergio Denardin, Vanessa Somavilla e Lourdes Dill

**RESUMO**

No contexto da economia solidária existe um processo de mudança de paradigma em que o integrante de uma organização tem uma postura de cooperador, membro de coletivo e responsável das tomadas de decisões. O objetivo geral deste estudo foi analisar o posicionamento dos participantes dos empreendimentos na 8ª Feira do Mercosul em Santa Maria-RS, em 2012. Esta pesquisa de âmbito nacional e internacional procura o aperfeiçoamento dos empreendimentos rurais e urbanos participantes desta Feira. A abordagem metodológica classifica-se como pesquisa qualitativa e quantitativa, exploratória e descritiva e de campo, tendo entrevistado 710 representantes de empreendimentos do país e exterior. Os resultados do estudo revelaram que os empreendimentos são constituídos basicamente por grupos informais que exercem atividades de artesanato, principalmente na área urbana. Seus representantes optam mais pela forma coletiva de produzir e comercializar e reconhecem que o ambiente físico e período favoreceram para o evento. A comunicação e o aspectos sócio culturais demonstram o espírito solidário dos participantes, na contribuição das feiras para dar visibilidade ao movimento da Economia Solidária para a sociedade.

**Palavras-chave:** Empreendimentos, Economia Solidária, Organização, Auto-gestão.

**ABSTRACT**

In the context of the solidarity economy is a process of paradigm shift in which the member of an organization has a cooperative stance, a member of the collective and responsible decision making. The aim of this study was to analyze the positioning of participating enterprises in the 8th Mercosul Fair in Santa Maria-RS, in 2012. This research of national and international searches for the improvement of rural enterprises and urban participants in this Fair. The methodological approach is classified as qualitative and quantitative research, exploratory and descriptive and field, having interviewed representatives of 710 enterprises in the country and abroad. The results of the study revealed that enterprises are basically constituted by informal groups that exert crafts activities, especially in urban areas. Choose their representatives for the most common way to produce and market and recognize that the physical environment and favored period for the event. The communication and socio cultural demonstrate the spirit of solidarity of the participants, the contribution of trade to give visibility to the movement of Solidarity Economy to society.

**Keywords:** Ventures, Solidarity Economy, Organization, Self-Management.

## 1 Introdução

No cenário da globalização, o desafio do desenvolvimento sustentável impõe às sociedades a busca dos meios de incrementar sua produtividade, competitividade e inovação. A educação e o conhecimento são pilares críticos e determinantes para aumentar a competitividade e pela oportunidade de empreendedorismo nas organizações.

Os empreendimentos solidários desenvolvem atividades nos setores da produção, prestação de serviços, da comercialização e do crédito. Combinam atividades econômicas com ações de cunho educacional e cultural, valorizam a comunidade de trabalho e o compromisso com a coletividade social (GAIGER, 2003 e HESPANHA, 2009 apud BALBINOT, 2012).

Os empreendimentos de Economia Solidária visam uma sociedade solidária, um mercado justo, que se sustentam economicamente, onde o grupo toma as decisões em espaços coletivos através de seus objetivos traçados, para se tornar independente, gerando emprego e renda, isto é, com capacidade de sobreviver com os resultados da força de trabalho (V PLENÁRIA NACIONAL DE ECONOMIA SOLIDÁRIA, 2012).

Para Lange (2009) a Economia Popular Solidária assume diferentes formas de organização na tentativa de produzir suas próprias fontes de trabalho, levando em conta uma perspectiva solidária em que articula interesses coletivos. No contexto da economia solidária existe um processo de mudança de paradigma em que o integrante de uma organização tem uma postura de cooperador, membro de coletivo e responsável das tomadas de decisões.

No entendimento de Gaiger (2003 apud LANGE, 2009, p. 35) “os empreendimentos econômicos solidários compreendem as diversas modalidades de organizações econômicas, originadas da livre associação dos trabalhadores, com base em princípios de autogestão, cooperação, eficiência e viabilidade”.

O objetivo geral deste estudo foi analisar o posicionamento dos participantes dos empreendimentos na 8ª Feira do Mercosul em Santa Maria-RS, em 2012. Para o alcance do objetivo geral têm-se os seguintes objetivos específicos: identificar as características dos empreendimentos quanto à forma de produção e comercialização de seus produtos; avaliar a infraestrutura e a comunicação relativas à Feira na percepção dos representantes dos empreendimentos; Averiguar os aspectos sócio-culturais, formativos e a contribuição da Feira para visibilidade do movimento da Economia Solidária.

Buscou-se a realização deste trabalho nos Empreendimentos de Economia Solidária, por ocasião da realização da 8ª Feira do Mercosul em Santa Maria-RS, no espaço do Projeto Esperança/Cooesperança, por ser um tema relevante nos dias atuais, pois eles envolvem em sua maioria grupos de pessoas informais que produzem e comercializam seus produtos, envolvendo a autogestão, onde todos trabalham de forma coletiva e democrática.

A V PLENÁRIA NACIONAL DE ECONOMIA SOLIDÁRIA(2012) ressalta que a Economia Solidária é um processo de relação e produção interpessoal, que envolve a solidariedade, com vida coletiva, com indivíduos fortes que cuidam suas famílias, através da conscientização e reflexão crítica ao modo de vida capitalista e a economia de mercado, buscando construir a Economia Solidária desejada.

A economia solidária no Brasil tem grande relevância, pois segundo França Filho e Laville, (2004 apud BALBINOT, 2012) é utilizada para identificar diferentes iniciativas de grupos sociais, organizados sob o princípio da solidariedade e da democracia para enfrentar os problemas locais. Esta pesquisa de âmbito nacional e internacional procura buscar subsídios nesses empreendimentos rurais e urbanos, que participam da Feira do Mercosul, visando o aperfeiçoamento constante dos empreendimento de Economia Solidária.

## 2 O cooperativismo

A história do cooperativismo registra o surgimento das primeiras cooperativas no início do século passado, principalmente na Alemanha e Inglaterra, sendo que a primeira cooperativa formal partiu da iniciativa de um grupo de trabalhadores em Rochdale, na Inglaterra, em 1844, cujos princípios se tornaram referência para todo o movimento cooperativista internacional (RECH, 2000).

As cooperativas têm aumentado em todo o mundo, principalmente a partir de meados do século passado, até os dias de hoje. Sua origem remonta às necessidades dos artesãos, agricultores e operários se organizarem como forma de defesa frente às condições de mercado (ETGETO et al., 2005).

Para Ricciardi e Lemos (2000) a ideia do cooperativismo veio da verificação de que a cooperação (fazer coisas junto com outras pessoas) era a melhor maneira para encontrar as soluções que interessavam a determinado grupo de pessoas. O trabalho em cooperação resulta em uma economia humanizada, cujo valor maior reside no indivíduo, acima do capital, pois o resultado final da ação conjunta será para o desenvolvimento integral do grupo.

Segundo Rech (2000) neste milênio, as corporações, os sindicatos, os ofícios, as sociedades são ou foram momentos e meios em que pessoas, aliadas a uma mesma necessidade, se encontraram e buscaram desenvolver atividades conjuntas, produtivas ou não, para melhorar a sua situação de vida. As cooperativas se tornaram recentemente, em muitas situações, com outras organizações, a base organizativa de uma caminhada em busca da sociedade mais justa e mais igualitária. Faz parte das perspectivas de autonomia que são essenciais numa sociedade como a cooperativista, a necessidade e a vontade dos associados quanto à busca de benefícios específicos para si, suas famílias e seu futuro.

Etgeto et al., (2005) enfatizam que as cooperativas podem ser definidas como sendo um sistema econômico-social, autogerido em bases democráticas, operacionalizado por meio da ajuda mútua, destinado à satisfação das necessidades econômicas dos membros a ele integrados. Etimologicamente cooperação (do verbo latino *cooperari*, de *cum* e *operari* = operar unido com alguém) significa a prestação de auxílio para um fim comum. E cooperativismo é a doutrina que visa à renovação social através da cooperação. Do ponto de vista sociológico, cooperação é uma forma de integração social e pode ser entendida como ação combinada em que pessoas se unem de modo formal ou informal, para alcançar o mesmo objetivo.

Segundo Pinho (2004), a cooperativa pode ser compreendida como “uma empresa de serviço” cujo fim imediato é o atendimento das necessidades econômicas de seus usuários, que a criam com seu próprio esforço e risco. Diferencia-se da “empresa capitalista”, pois nesta a satisfação das necessidades dos usuários não representa seu fim imediato, mas sim a multiplicação ou rendimento do capital investido. As cooperativas, porém são sociedades de pessoas, organizadas em bases democráticas, que almejam não só a suprir seus membros de bens e serviços, mas também realizar determinados programas educativos e sociais.

Ricciardi e Lemos (2000) abordam que o cooperativismo não prega a extinção da propriedade privada nem antepõe empecilhos à iniciativa e às liberdades individuais, porém como é uma doutrina econômica que privilegia o social, ele motiva os indivíduos a procurarem atender as suas necessidades em solidariedade com os demais, pois em grupo as forças se multiplicam e os resultados alcançados ficam bem melhores. A ideologia cooperativista precisa de um instrumento prático para realizar-se, esse instrumento é a cooperativa, sendo caracterizada como uma entidade com dupla natureza, pois é ao mesmo tempo uma associação de pessoas e uma empresa econômica. Do equilíbrio entre esses dois aspectos é que depende o êxito da cooperativa. Uma cooperativa é uma associação entre pessoas que almejam o atendimento das necessidades comuns.

Quando uma cooperativa atinge seus propósitos econômico-sociais, elas contribuem efetivamente para: melhorar a distribuição de renda, aumentar as oportunidades de trabalho, satisfazer as necessidades básicas de estima e auto realização, integrar e humanizar as relações econômicas, despertar a consciência de cidadania e promover o desenvolvimento socioeconômico justo (RICCIARDI e LEMOS, 2000).

Pinho (2004) aborda que antes de fundar uma cooperativa é necessário, organizar um plano de ação e analisar a sua viabilidade econômica, para se evitar empreendimentos cooperativos sem possibilidade de sobrevivência.

### 3 Economia solidária

Para Singer e Souza (2000) a economia solidária começou a ressurgir no Brasil, na década de 1980 e tomou impulso crescente a partir da segunda metade dos anos de 1990, pois resulta de movimentos sociais que reagem à crise de desemprego em massa, que iniciou em 1981 e se agravou com a abertura do mercado interno às importações, a partir de 1990.

Para Singer, (2000, p. 13) a economia solidária surge “como modo de produção e distribuição alternativo ao capitalismo”, estabelece a unidade entre a posse e o uso dos meios de produção e distribuição. A unidade típica da economia solidária é a cooperativa de produção, cujos princípios organizativos são: posse coletiva dos meios de produção pelas pessoas que as utilizam para produzir, gestão democrática da empresa, repartição da receita líquida e a destinação do excedente anual entre os cooperados (SOUZA e SINGER, 2000).

“A ideia de se juntar e organizar uma atividade econômica coletiva, à base de participação igualitária nas decisões e no capital não era conhecida e usual à grande maioria dos sem trabalho” (SINGER, 2000, p. 26).

Do ponto de vista de Dill (2012, p. 11) a Economia Solidária “é fruto da organização de trabalhadores e trabalhadoras na construção de novas relações econômicas e sociais que, de imediato, propiciam a sobrevivência e a melhoria da qualidade de vida de milhões de pessoas em diferentes partes do Brasil e do mundo”.

Segundo Kruppa (2005) na economia solidária, todos que trabalham são seus donos igualmente, pois têm os mesmos direitos de decisão sobre o seu destino. Cada trabalhador é responsável pelo que ocorre no grupo, participando tanto dos prejuízos como das sobras. Quando as sobras são significativas, uma parte delas será investida no empreendimento, a outra parte será repartida entre os membros do grupo, conforme decisão em assembleia.

Para Asseburg e Ogando (2006) as atividades desenvolvidas dentro da economia solidária são: produção de bens, finanças solidárias, comércio justo, prestação de serviço e consumo solidário. Os empreendimentos econômicos solidários compreendem as organizações: Coletivas (associações, cooperativas, redes, entre outras) do meio rural ou urbano; Permanentes, abrangendo empreendimentos que estão em funcionamento ou em processo de implantação, com as atividades definidas e o grupo constituído; Com graus de formalização, predominando à existência real e; Que realizam atividades econômicas de produção de bens, de prestação de serviços, de fundos de crédito, de comercialização e de consumo solidário.

Para Bertucci e Silva (2003 apud BALBINOT, 2012) consiste num novo modelo de desenvolvimento sustentável, ecológico e solidário para atender às necessidades básicas da sociedade de forma solidária e justa.

De acordo com Allegri e Rosa (2010, p. 126), a “economia solidária é a valorização do trabalho humano, a preocupação com a preservação ambiental, prática do consumo consciente e comércio justo, através de grupos e associações autogestionárias”. Afirma também que é uma proposta de desenvolvimento sustentável com base no trabalho coletivo e autogestionário, solidariedade e preservação da natureza.

### 3.1 Autogestão nos empreendimentos da economia solidária

Segundo Nakano (2000, p. 70) “a autogestão não é coisa nova, mas sim sua introdução na agenda do mundo do trabalho na década de 1990”. Ainda Faveret (1996 apud NAKANO 2000, p. 74) diz que

a autogestão recebeu forte impulso com a legislação que estabeleceu o *Employee Stock Ownership* em 1974, cuja inspiração era radicalmente diferente. Idealizado por um banqueiro de investimentos e um senador republicano, seu objetivo era fazer de cada trabalhador um acionista, não eliminar a propriedade privada.

A autogestão de uma empresa solidária é diferente da gestão capitalista, porque os conflitos entre interesses seccionais devem ser menores e podem ser resolvidos por negociações em que todos tomam parte. Deve haver transparência para acontecer a participação de todos nas decisões. “Sendo as decisões coletivas, a experiência de todos os sócios pode ser mobilizada, e esta será sempre muito maior que a experiência duma cúpula, que na empresa capitalista concentra o poder de decisão”, (SINGER, 2000, p. 20). Considera que as decisões coletivas tendem a ser mais certas que as da empresa capitalista. A decisão coletiva leva mais tempo, pois é preciso ouvir a manifestação de todos os que querem participar. “A conclusão de toda esta discussão é que a gestão democrática é plenamente compatível com o emprego da competência científica” (p. 21). A autoridade não é do especialista, mas do grupo que controla o capital ou dos representantes.

Com base no estudo da Associação Nacional de Trabalhadores de Empresas de Autogestão e Participação Acionária (ANTEAG), Nakano, (2000, p. 74) afirma que

A autogestão é um modelo de gestão onde o controle da empresa e as decisões são exercidos pelos trabalhadores. Eles decidem sobre tudo: metas de produção, participação dos resultados, política de investimentos e modernização, política de relacionamento entre pessoas, mercado etc.

Para Gutierrez (1987 apud PEDRINI, 2000, p. 38) “a autogestão é a alteração da forma tradicional de produção burocrática e hierárquica”. Na autogestão não há autoridade externa ou superior, pois é exercida coletivamente, onde os membros pela sua postura de responsabilidade e diálogo podem adquirir maior ou menor legitimidade no grupo.

Pedrini (2000) referindo-se à experiência de Bruscor em Brusque, SC, considera que os desafios de iniciar e manter um projeto de autogestão, sem conhecimento e assessoria técnica especializada, impulsionou a capacitação dos autogestores e da criatividade na busca de caminhos e saídas. A experiência coletiva e a participação efetiva vão resgatando nos autogestores a capacidade de ouvir e falar, a capacidade de solidariedade e de comunicação. Quanto às multidimensões do grupo autogestionário destaca os espaços e tempos especiais criados para a convivência e, onde se pode encontrar elementos de trocas entre as pessoas e troca de saberes. Os autogestores tiveram que aprender a trabalhar com a diversidade de opiniões, as diferenças pessoais, os conflitos com familiares e o contexto local, buscando negociações e acordos para sua proposta. Também realizar articulações com atores coletivos, com a sociedade ou a situação externa.

De acordo com Carvalho (1995, apud PEDRINI, 2000, p. 42) “a comunicação é a característica mais importante para a plena realização da autogestão”.

Gaiger (2000, p. 276-277) comentando a passagem das práticas habituais dos pequenos produtores para aquela de trabalhadores independentes associados, o êxito refere-se à forma como cada experiência organiza, orienta e incrementa suas atividades, destacando dois pontos:

- 1) O empreendimento é favorecido na superação das barreiras de ordem social e cultural quando explora os recursos humanos e materiais das unidades familiares e das interações vicinais que o sustentam, de modo a potencializar tais recursos sem descaracterizá-los, operando uma metamorfose da matriz de entre-ajuda, fundada nos laços pessoais e no costume, para uma lógica econômica empreendedora. [...]
- 2) Ao transitar para uma lógica empreendedora, a associação de produtores não perde as suas características solidárias, mas evolui em ambos os sentidos,

percebendo o que os distingue e o que deve uni-los: por um lado, a racionalidade econômica, com seu chamado ao realismo e ao pragmatismo, indispensáveis à viabilização de uma alternativa de fato; de outra parte, oprimado impulsor dos valores e dos princípios ideológicos, que plasmam nas práticas concretas os sinais de uma grande mudança, na direção de um mundo solidário e de uma economia alternativa.

Expondo as situações que favorecem a longevidade dos empreendimentos, Gaiger(2000, p 279-280) cita, entre as virtudes do trabalho cooperativo, a cooperação e a eficiência no trabalho que se aliam com mais força quando:

- 1) A atividade produtiva e o ambiente de trabalho são gratificantes, moral e socialmente recompensadores, motivando cada um e fortalecendo os laços de confiança; [...]
- 2) O empreendimento representa uma atividade essencial para todos os seus membros, como alternativa de geração de renda e como perspectiva econômica. Em consequência, a dedicação às atividades é uniforme, evitando-se a presença de diferentes tipos de sócios ou participantes. Ademais, torna-se possível o uso intensivo do fator trabalho, otimizando os investimentos em capital e esgotando, nas dimensões do empreendimento, sua capacidade de atendimento ao mercado. [...]
- 3) A remuneração do trabalho se faz com base em critérios intrínsecos (tempo dispendido e, conforme o caso, grau de responsabilidade da tarefa) e não como uma variável dependente de outros custos e circunstâncias que fogem ao controle gerencial e ao âmbito de decisões do empreendimento (custo da matéria-prima etc.).

Gaiger (2000, p. 279), destaca no primeiro item: “A prática da autogestão no trabalho constitui por certo um pressuposto dos empreendimentos solidários, a condição que lhes permite superar o caráter alienante, subalterno e desumanizante do trabalho assalariado”. Referindo-se ao segundo item, diz que é o caráter participativo e autogestionário do empreendimento que parece sustentar o empenho dos sócios. E por fim, salienta que na lógica do solidarismo empreendedor a avaliação da eficiência não deve ser isolada da discussão da eficácia. Entende que a eficácia não se reduz ao faturamento econômico, pois tem a ver com satisfação de necessidades e objetivos materiais, socioculturais e ético-morais. Esta racionalidade possui como horizonte ser comprometida por valores voltados à qualidade de vida e à evolução do ser humano.

Do ponto de vista de Gaiger (2000, apud LANGE, 2009, p. 35) “Os empreendimentos econômicos solidários compreendem as diversas modalidades de organizações econômicas, originadas da livre associação dos trabalhadores, com base em princípios de autogestão, cooperação, eficiência e viabilidade”. As características fundamentais dos mesmos mencionadas pela CUT (1999 apud LANGE, 2009, p. 35) como: “autogestão, democracia, participação, igualitarismo, cooperação, auto-sustentação, desenvolvimento humano, responsabilidade social”.

Por sua vez, Balbinot (2012, p. 9) entende que “o empreendedorismo refere-se à mobilização e ao exercício da capacidade empreendedora para iniciar novos negócios”. Comenta que o Projeto Esperança/Cooesperança adotou a autogestão do ponto de comercialização pelos próprios produtores, e que “o novo modelo de administração iniciou explorando novas alternativas de administrar o empreendimento, e sua construção de forma participativa despertou e favoreceu o envolvimento e comprometimento dos grupos associados” (p. 50).

### **3.2A feira de economia solidária no espaço do Projeto Esperança/Cooesperança**

O Projeto Esperança/Cooesperança no ano de 2012 completou 25 anos de existência. Segundo Dill (2012, p. 10) “a história do Projeto Esperança/Cooesperança é um contribuição significativa, junto com a Cáritas Brasileira e a Cáritas do Rio Grande do Sul, no movimento Nacional de Economia Solidária”. Este caracteriza-se pela efetiva prática de solidariedade libertadora e interativa, com base na construção de seus jeitos coletivos e cidadãos.

Os projetos se organizam e buscam a vivência comunitária através da “reinvenção da economia” proposta por Tévoédjrè, (2002) procurando por em prática: “o espírito comunitário e solidário; organização e planejamento participativo; gestão democrática – autogestão; articulação com grupos e movimentos populares e outras organizações; transparência administrativa; proposta ecológica de respeito à vida e à natureza; metodologia que estimula um processo de reeducação permanente. Os projetos também se baseiam na primazia do trabalho sobre o capital Caritas, (2002 apud LANGE, 2009, p. 87).

O Projeto Esperança/Coesperança “aparece como um importante espaço de experimentação de práticas de autogestão” (SARRIA ICAZA E FREITAS, 2006, p.93).

Gaiger (2000) afirma que a região de Santa Maria é a mais avançada no que se refere ao trabalho de fomento e articulação junto aos empreendimentos, existindo

uma articulação dinâmica entre grupos de produção, cooperativas, sindicatos, movimentos populares, pastorais sociais, universidades e outros agentes. Além do apoio financeiro aos empreendimentos, conta-se com uma estrutura de acompanhamento e com uma agenda movimentada de eventos, visando à comercialização conjunta, ao intercâmbio e à discussão de assuntos de interesse comum (p.275).

A prática da Economia Solidária manifesta-se nas iniciativas de produção, comercialização e consumo solidários. O reconhecimento dos produtos e serviços da economia solidária por parte de consumidores é de fundamental importância (IV PLENÁRIA NACIONAL DE ECONOMIA SOLIDÁRIA, 2008).

Assevera Lange (2009) que o Projeto Esperança/Coesperança, como uma organização de Economia Popular Solidária, possui aspectos de envolvimento econômico como as Feiras, que são pontos de comercialização direta, abrangendo fornecedores, compradores, visitantes, possibilitando a construção de conhecimento que perpassa as relações voltadas à solidariedade. Enfatiza que esta experiência tem avançado numa perspectiva de solidariedade planetária, influenciando no desenvolvimento de vários aspectos, como a preservação do meio ambiente, desenvolvimento sustentável, agroecologia, alternativas à cultura do fumo e reciclagem do lixo.

Balbinot (2012) destaca a importância das feiras considerando-a como um grande espaço de formação, articulação, integração e fortalecimento da proposta da economia popular solidária. Através da comercialização direta reforça a integração do produtor e do consumidor. Fortalece a inclusão no trabalho e a Rede de Organizações Solidárias visando a construção de um novo modelo de cooperativismo e desenvolvimento sustentável, alternativo e autogestionário.

### **3 Metodologia**

Neste item apresentar-se-á a abordagem metodológica do estudo, sendo esclarecido o tipo de pesquisa, os procedimentos utilizados no estudo, entre eles a amostra utilizada na pesquisa, a coleta de dados, o instrumento de coleta de dados e os métodos utilizados na análise dos dados.

Quanto à natureza a presente pesquisa é classificada como qualitativa e quantitativa. Conforme Malhotra (2001) a pesquisa qualitativa é uma metodologia de pesquisa não estruturada, exploratória, que proporciona uma melhor visão e compreensão do contexto do problema. Seguindo a ideia do mesmo autor a pesquisa quantitativa procura quantificar os dados, as opiniões e informações que serão classificadas e analisadas posteriormente utilizando-se técnicas estatísticas.

Quanto aos objetivos, a pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva. A pesquisa exploratória para Gil (2010) é classificada por proporcionar maior familiaridade com o problema, tem como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições, seu planejamento é bastante flexível. Também faz uma definição para a pesquisa descritiva como sendo aquela que possui como objetivo primordial a descrição das

características de determinada população ou fenômeno ou ainda, aquela que estabelece relações entre variáveis.

E, quanto aos procedimentos técnicos, optou-se por pesquisa de campo. A pesquisa de campo consiste na observação do contexto atual no qual é apontado um fato social ou problema, que a princípio é examinado e posteriormente é encaminhado para explicações por meio de métodos e das técnicas específicas. Essa pesquisa é frequentemente empregada em investigações que procuram avaliar a eficácia de um conjunto de processos para ajudar a sociedade (FACHIN, 2001).

Sobre o plano de coleta dos dados, primeiramente foi realizada uma pesquisa bibliográfica para a elaboração do referencial teórico. Para Fachin (2001) a pesquisa bibliográfica está relacionada ao conjunto de conhecimentos humanos reunidos nas obras, serve como base para as demais pesquisas. Posteriormente foi realizada uma entrevista padronizada com perguntas abertas e fechadas, com base no modelo de Pesquisa de Avaliação de Feiras de Economia Solidária – PAFES, por professores e acadêmicos do Centro Universitário Franciscano, principalmente do Curso de Administração, para uma amostra de 710 empreendedores, sendo aplicada no Terminal de Comercialização Dom Ivo Lorscheiter, por ocasião da Feira do Mercosul, em julho de 2012.

Após a coleta dos dados os mesmos foram tabulados com o auxílio do *software Le Sphinx Plus V. 5*, onde foram analisados sob a ótica quantitativa e qualitativa.

#### 4 Análise dos resultados

Na 8ª Feira do Mercosul, realizada em Santa Maria, em 2012, os países que se fizeram presentes foram Brasil com 90,6%; Uruguai 5,1%; Argentina 2,8%; Chile 0,7%; Paraguai e África do Sul 0,3% respectivamente; Bolívia e Chile com 0,1%, respectivamente.

Os Estados brasileiros participantes da Feira se destacou o Rio Grande do Sul com 67,5%; Minas Gerais com 6,1%; Rio de Janeiro com 5,6%; Santa Catarina 2,7%; Paraná com 2,5%; Espírito Santo 2,4%; São Paulo 2,1%; Ceará 0,9%, Bahia e Tocantins com 0,4% respectivamente, e 9,4% não identificaram o Estado, pelo fato de pertencerem a outros países.

Quanto à atuação do empreendimento constatou-se maior incidência a área urbana com 79,9%; seguida da área rural com destaque na agricultura familiar 29,8%; e representantes indígenas 2,5% e quilombolas com 0,9%. Na forma de organização dos empreendimentos predominou grupo informal com 49,1%, destacando-se associação com 27,5%, cooperativas 12,1% e micro e pequenas empresas com 11,4%. Isso vem confirmar o pensamento dos autores Asseburg e Ogando (2006) que compreendem organizações do tipo coletivas, tais como: associações, cooperativas, redes, do meio rural ou urbano.

Na tabela 1 identificou-se as principais atividades dos empreendimentos seguindo na ordem de participação o artesanato com 68,2%, alimentação 14,2%, confecções 8,7%, hortifrutigranjeiros 3,4%, formação e preparação de grupos 3,2%; artesanato em madeira 2,5%, panificação 2,4%; bebida e bijuterias 1,4% respectivamente, apicultura e confeitaria com 1,3% respectivamente, laticínios e produtos naturais com 1% respectivamente, floricultura 0,6%, artesanato em alumínio, cosméticos e insumos para produção com 0,4% respectivamente, mercearia 0,3%, piscicultura, agroindústria, projetos e créditos com 0,1% respectivamente e 0,4% não responderam.

Tabela 1 - Indique as principais atividades do empreendimento

Indique as principais atividades	Freq.	%
Artesanato	484	68,2%
Alimentação	101	14,2%
Confecções	62	8,7%

Hortifrutigranjeiros	24	3,4%
Formação e preparação de grupos	23	3,2%
Artesanato em madeira	18	2,5%
Panificação	17	2,4%
Bebidas	10	1,4%
Bijuterias	10	1,4%
Apicultura	9	1,3%
Confeitaria	9	1,3%
Laticínios	7	1,0%
Produtos naturais	7	1,0%
Floricultura	4	0,6%
Artesanato em alumínio	3	0,4%
Cosmético	3	0,4%
Insumos para a produção	3	0,4%
Mercearia	2	0,3%
Psicultura	1	0,1%
Agroindústria	1	0,1%
Projetos	1	0,1%
Crédito	1	0,1%
Não resposta	3	0,4%
<b>Total</b>	<b>710</b>	

Obs. A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido às respostas múltiplas.

Como os participantes da Feira procedem de vários estados do Brasil e de países de alguns continentes, entende-se que os produtos artesanais são mais fáceis de serem transportados, por isso sua maior quantidade. A IV PLENÁRIA NACIONAL DE ECONOMIA SOLIDÁRIA, (2008) destaca que são de fundamental importância a identificação e aceitação dos produtos e serviços da Economia Solidária pelos consumidores, que participam das Feiras, com isso contribuindo para o desenvolvimento local e sustentável fortalecendo a produção, comercialização e consumo de produtos solidários.

Na Economia Solidária cabe salientar a forma de produção e de comercialização. O grupo se organiza para desenvolver atividades produtivas em seu empreendimento sobressaindo-se coletivamente com 45,2%, individualmente 40,1%; misto 12,5 e outros 2,1%.

Na organização do grupo para comercializar seus produtos destacam-se o trabalho coletivo com 56,8%, individualmente 27,8%, misto 13,7% e outros 1,8%. Comparando os resultados da forma de produzir e comercializar percebe-se que houve uma inversão do individual para o grupo, em relação a pesquisas anteriores na forma de produzir e quanto à comercialização vem acontecendo anualmente uma evolução da quantidade do trabalho em equipe, isto é, em grupo coletivo, evidenciando-se o espírito de solidariedade cooperativo.

Essas duas formas conjugadas de atuar vem ao encontro do pensamento de Ricciardi e Lemos (2000) de que o cooperativismo não prega a extinção da propriedade privada nem antepõe empecilhos à iniciativa e às liberdades individuais, mas privilegia o social, procura atender as suas necessidades em solidariedade, contribuindo para melhorar a distribuição de renda, aumentar as oportunidades de trabalho, satisfazer as necessidades básicas de estima e auto realização, integrar e humanizar as relações econômicas, despertar a consciência de cidadania e promover o desenvolvimento socioeconômico justo.

A comercialização dos produtos ou serviços dos empreendimentos de Economia Solidária foram definidas através de resposta múltiplas, sendo que em sua maioria são realizadas em feiras com 98,2%, em casa com 34,2%, em estabelecimento comercial mantido pelo grupo 25,9%, fornecimento para lojas de varejo em geral com 20,4%, grupos de consumidores solidários 17,6%; através de visitas familiares 16,1%, fornecimento para órgãos públicos 8,2%, fornecimento para intermediários ou atravessadores 7,3%, para o setor industrial 2% e outras formas de comercialização com 9,9%.

Tabela 2 - Como é feita a comercialização de produtos ou serviços do empreendimento

<b>Comercialização de produto ou serviço</b>	<b>Freq.</b>	<b>%</b>
Feiras	697	98,2%
Em casa	243	34,2%
Em estabelecimento comercial (loja) mantido pelo grupo	184	25,9%
Fornecimento para lojas de varejos em geral	145	20,4%
Grupos de consumidores solidários	125	17,6%
Através de visitas domiciliares (porta em porta)	114	16,1%
Fornecimento para Órgãos Públicos (merenda escolar, restaurantes e hospitais)	58	8,2%
Fornecimento para intermediários ou atravessadores	52	7,3%
Fornecimento para setor industrial	14	2,0%
Outro	70	9,9%
<b>Total</b>	<b>710</b>	

Obs. A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido às respostas múltiplas.

Várias são as formas de manifestações e organizações da Economia Solidária, uma destas é a organização de feiras, sendo a mais destacada na pesquisa. As feiras consistem basicamente em espaços para trocas solidárias, venda direta e rodadas de negócios. Elas podem se constituir em espaços para trocas simbólicas, com as atividades culturais, a troca de informações e de saberes, formação e qualificação em Economia Popular Solidária - EPS. Estes resultados confirmam SarriaIcaza e Freitas (2006); Gaiger (2000) consideram Santa Maria uma região referência que se tornou um espaço de destaque sediando as Feiras de âmbito internacional, com base no Projeto Esperança/Cooesperança.

O grupo avaliou o faturamento (as vendas) do empreendimento na Feira de forma estimativa, uma vez que as respostas foram coletadas antes do término do evento. Apresentando os seguintes resultados 41,7% como bom, 31,7% razoável, 11,4% ótimo, 7,9% ruim e 7,3% não souberam avaliar. Quanto ao valor aproximados do faturamento das vendas na Feira, 24,2% destacaram que pretendem vender de R\$ 301,00 a R\$ 500,00; 22,5% menos de R\$ 100,00; 18,3% de R\$ 101,00 a 300,00; 16,2% de R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00; 12,5% de R\$ 1.001,00 a R\$ 2.000,00; 5,1% de R\$ 2.001,00 a R\$ 5.000,00; 0,6% mais de R\$ 5.000,00, 0,4% não responderam e apenas 0,1% somente exposição.

Tabela 3 - Valor aproximado do faturamento total (vendas): (R\$)

<b>Faturamento total</b>	<b>Freq.</b>	<b>%</b>
Não resposta	3	0,4%
Menos de R\$100,00	160	22,5%
de R\$101,00 a R\$300,00	130	18,3%
de R\$301,00 a R\$500,00	172	24,2%
de R\$501,00 a R\$1.000,00	115	16,2%
de R\$1.001,00 a R\$2.000,00	89	12,5%
de R\$2.001,00 a R\$5.000,00	36	5,1%
Mais de R\$5.000,00	4	0,6%
Somente exposição	1	0,1%
<b>Total</b>	<b>710</b>	<b>100%</b>

Os resultados da comercialização são distribuídos através da repartição da receita líquida, como comenta Souza e Singer (2000). Na realização da pesquisa percebe-se que alguns expositores não estão muito satisfeitos com o volume de vendas, por isto sugere-se que se procure avaliar na próxima feira os motivos da menor demanda de alguns produtos.

Avaliação dos grupos quanto às possibilidades criadas para negócios e parcerias futuras os mesmos destacaram 51,7% bom; 24,5% ótimo, perfazendo um total de 76,2%. Ainda percebe-

se que 14,4% razoável; 2,4% ruim e 0,1% não respondeu. Conforme Balbinot (2012) o bom andamento das alterações no projeto reforça as práticas administrativas com os envolvidos, com um grau de comprometimento e parcerias consolidando a estrutura e gestão.

Referente à localização da realização da Feira 58,9% responderam bom, 31,4% ótimo, totalizando 90,3% e ainda 7% razoável, 2,3% ruim, 0,3% não souberam avaliar e 0,1% não respondeu. Para definir a localização, neste caso da feira, o empreendedor deve basear-se em dados concretos, buscando informações da escolha do ponto ideal, e levar em conta os princípios como análise do fluxo de pedestres e veículos, hábitos de compra e poder aquisitivo dos consumidores. A responsabilidade da localização é grande para o sucesso do empreendimento, para uma empresa de prestação de serviços a orientação é estar o mais próximo possível do seu público alvo (SEBRAE-MG, 2012).

Em relação à época de realização da Feira, com relação às datas do evento e mês escolhido, 54,8% afirmam ser bom, 28,2% ótimo, 11,8% razoável, 3,4% ruim, 1,7% não souberam avaliar, 0,1% não respondeu. Embora seja um período de inverno, com frio e chuva, e os participantes procedem de regiões mais tropicais, existe aprovação da data pela maioria.

A comunicação realizada entre organizadores da Feira e os Empreendimentos, durante a realização da Feira foi considerada para 48,6% entrevistados como boa, 39,3% ótima, 8,3% razoável, 2,5% ruim, 1,1% não souberam avaliar e 0,1% não respondeu. De forma semelhante, o processo de divulgação da Feira foi considerada boa para 50,9%, ótimo 35,1%, razoável 8,2%, 3,9% não sei avaliar, 1,8% ruim e apenas 0,1% na respondeu. Este posicionamento é coerente como que afirmam os entrevistados sobre o público visitante considerado bom para 47,2% dos empreendedores, 32,1% ótimo, 15,5% razoável, 3,1% ruim, 2% não souberam avaliar, e apenas 0,1% não respondeu.

Os resultados confirmam a existência de uma boa comunicação entre os organizadores e empreendedores com reuniões abertas e frequentes, em que as decisões são tomadas coletivamente, ficando a par das informações relativas ao evento. A gestão colegiada e participativa facilita divulgar e compartilhar as decisões e planos com os associados (BALBINOT, 2012). Também Carvalho (1995, apud PEDRINI, 2000) evidencia a importância da comunicação para a plena realização da autogestão.

A informação que os empreendimentos receberam quanto à realização de feira de Economia Solidária foi principalmente por Fórum de Economia Solidária com 49,9%, entidade de apoio 19,3%, outros 16,3%, amigos 9%, internet 6,3%, folder, faixa, cartaz, banner e *outdoor* 3,2%, TV com 3%, 2,7% rádio, e apenas 0,1% não respondeu.

Tabela 4 - Como o empreendimento (grupo) ficou sabendo desta Feira de Economia Solidária

Como soube da Feira	Freq.	%
Não resposta	1	0,1%
Rádio	19	2,7%
Entidade de Apoio	137	19,3%
Folder, faixa, cartaz, banner, <i>outdoor</i>	23	3,2%
TV	21	3,0%
Fórum de Economia Solidária	354	49,9%
Internet	45	6,3%
Amigos	64	9,0%
Outros	116	16,3%
<b>Total</b>	<b>710</b>	

Obs. A quantidade de citações é superior à quantidade de observações devido às respostas múltiplas.

Observou-se que 74,5% responderam que o empreendimento participou de outras edições da Feira de Economia Solidária, e 25,4% não participaram, apenas 0,1% não respondeu.

Os integrantes do Empreendimento participaram de oficinas, seminários, palestras e mini-cursos, 52,8% responderam que sim, 47% não e apenas 0,1% não respondeu.

Os respondentes quanto à participação de oficinas, seminários, palestras e mini-cursos avaliaram as atividades realizadas como 46,6% não souberam avaliar, 29,6% bom, 21,1% ótimo, 1,7% razoável, 0,9% ruim e 0,1% não respondeu. A avaliação das atividades culturais foi considerada boa para 53%, ótima 24,2%, 14,9% não souberam avaliar, 7,3% razoável, 0,4% ruim e apenas 0,1% não respondeu. Os aspectos formativos e culturais positivos, conforme Balbinot (2012), demonstram a importância das feiras como um grande espaço de formação, articulação, integração e fortalecimento da economia popular solidária.

A feira apresentou diferença significativa em relação a outras Feiras, 61,1% afirmaram que sim, 38,7% que não, apenas 0,1% não respondeu. A diferença é manifestada por expressões como cooperação, ajuda mútua, solidariedade, etc. Esta constatação reforça a ideia de Gaiger (2000), ao defender a prática da autogestão no trabalho como pressuposto dos empreendimentos solidários, e a condição que lhes permite superar a alienação, a subordinação e a desumanização do trabalho assalariado.

Observou-se na Tabela 5, quanto à avaliação da contribuição da feira para formação social e política das pessoas do Empreendimento, 55,9% responderam bom, 35,6% ótimo, 3,9% razoável e não souberam avaliar, respectivamente, 0,4% ruim e apenas 0,1% não respondeu.

Tabela 5 - Como você avalia a contribuição deste evento para a formação social e política das pessoas do Empreendimento

<b>Avalia a contribuição</b>	<b>Freq.</b>	<b>%</b>
<b>Não resposta</b>	1	0,1%
<b>Ruim</b>	3	0,4%
<b>Razoável</b>	28	3,9%
<b>Bom</b>	397	55,9%
<b>Ótimo</b>	253	35,6%
<b>Não sei avaliar</b>	28	3,9%
<b>Total</b>	710	100%

A formação da Economia Solidária busca valorizar os recursos culturais e os saberes populares locais, trabalhando a diversidade de linguagens, articulando conhecimentos científicos e empíricos de abrangência local, regional, nacional e internacional (IV PNES, 2008).

Na tabela 6, apresenta-se a contribuição da Feira para o grupo entender melhor o que vem a ser Economia Solidária, 70,3% responderam que contribui muito, 15,9% razoavelmente, 7,5% pouco, 5,1% não souberam avaliar, e 0,1% não respondeu. Para os pesquisadores os dados referentes à contribuição da Feira do Mercosul para a compreensão da Economia Solidária vem crescendo ano a ano, confirmando a ideia de Balbinot (2012) de que a realização das Feiras do cooperativismo acompanhou, acolheu e desenvolveu importantes avanços na organização de eventos, possibilitando a troca de experiências e a ampliação de suas articulações.

Tabela 6 - Como a Feira contribuiu para o Grupo entender melhor a Economia Solidária

<b>Feira contribuiu</b>	<b>Freq.</b>	<b>%</b>
<b>Não resposta</b>	1	0,1%
<b>Não Contribuiu</b>	8	1,1%
<b>Pouco</b>	53	7,5%
<b>Razoavelmente</b>	113	15,9%
<b>Muito</b>	499	70,3%
<b>Não sei avaliar</b>	36	5,1%
<b>Total</b>	710	100%

No item como você avalia a importância da Feira em dar visibilidade ao movimento de Economia Solidária no Estado e na sociedade 48,7% responderam que ótimo, 45,1% bom, totalizando 93,8%, 3,8% razoável, 2% não sei avaliar, 0,3% ruim, 0,1% não respondeu. O percentual significativo de que a Feira oferece visibilidade ou vem construindo uma imagem da Economia Solidária não deixa dúvida de que esta conquista, no dizer de Dill (2012, p.11), “é fruto da organização de trabalhadores e trabalhadoras na construção de novas relações econômicas e sociais que, de imediato, propiciam a sobrevivência e a melhoria da qualidade de vida de milhões de pessoas em diferentes partes do Brasil e do mundo”.

## 5 Conclusões

A Feira do Mercosul, já na sua 8ª edição, exerce um importante papel de fortalecer, articular e buscar novos e importantes parceiros nessa caminhada. Entre as principais características dos participantes da Feira destacam-se: a maior representação dos empreendimentos são do Brasil, abrangendo diversos estados, sendo constituídos basicamente por grupos informais que exercem atividades envolvendo o artesanato, principalmente na área urbana.

Quanto à organização dos grupos constatou-se a forma coletiva para as atividades produtivas e a maioria possui a mesma composição para a comercialização direta, por meio das feiras. A Feira do Mercosul é uma expressão muito significativa da Economia Solidária representada pelos empreendimentos presentes no evento que acontece no espaço do Projeto Esperança/Cooesperança em Santa Maria. Outras formas de comercialização praticadas pelos empreendimentos pesquisados são nas suas próprias casas, em estabelecimentos comerciais ou loja mantidos pelos grupos, entre outras. Percebeu-se, na realização da pesquisa por parte de alguns expositores, que a demanda não estava correspondendo ao volume de vendas estimado, por isto sugere-se que na próxima feira se avalie os motivos desta situação.

No que tange à localização e à data da efetivação da Feira obtiveram-se resultados muito positivos, contribuindo significativamente para o sucesso do evento, pois vinculam-se diretamente com o público alvo.

A pesquisa demonstrou que a comunicação de modo geral entre os organizadores da sobre a Feira de Economia Solidária os membros dos empreendimentos aconteceu de maneira eficaz e de diversos modos, evidenciando-se o Fórum de Economia Solidária e as Entidades de Apoio, sendo que a maioria já haviam participado anteriormente desse tipo de feiras. Isto mostra o que expõe Gutierrez (1987 apud PEDRINI, 2000), que a autoridade é exercida coletivamente, onde os membros pela sua postura de responsabilidade e diálogo conduzem os empreendimentos por meio da autogestão.

O aspecto econômico é uma das dimensões da Feira de Economia Solidária, mas principalmente os aspectos sócio-culturais, ou seja, a formação através de seminários, palestras e mini-cursos e a programação cultural exercem um papel relevante na capacitação e desenvolvimento dos membros dos grupos. Verifica-se que muitos participam da Feira na busca de conhecimentos, experiências e para comungar do espírito solidário desta nova forma de economia. A contribuição da Feira da Economia Solidária é reconhecida pela grande maioria dos membros dos empreendimentos, no sentido de oferecer maior visibilidade a este movimento para a sociedade.

Por fim, o posicionamento dos participantes dos empreendimentos na 8ª Feira do Mercosul é altamente favorável ao evento realizado em Santa Maria, evidenciado pelo número cada vez maior de empreendimentos e público visitante que participam da Feira do Mercosul, que já possui abrangência e relevância que vem assumindo o âmbito mundial.

Propõe-se que seja dada continuidade aos estudos e pesquisas destas Feiras de Economia Solidária nos próximos anos, pois a tendência é de se solidificar como uma alternativa de soluções desafiadoras para as necessidades de época atual.

### **Bibliografias**

ALLEGRI, Ermano; ROSA e Conceição. Boas ideias em economia solidária. Fortaleza, ADITAL/BNB, 2010.

ASSEBURG, Hans Benno; OGANO, Cláudio Barcelos. A economia solidária no Rio Grande do Sul: resultados do primeiro mapeamento nacional, a perspectiva dos direitos humanos. São Paulo: Unissinos, 2006.

BALBINOT, Edeimar Luiz. O modelo de gestão de um empreendimento de economia solidária o Projeto Esperança/Coesperança. Santa Maria: Pallotti, 2012.

DILL, Lourdes. Uma abençoada trajetória de 25 anos. ARQUIDIOCESE DE SANTA MARIA. Projeto Esperança/ Cooesperança: uma experiência aprendente e ensinante. Santa Maria: Banco da Esperança, p.10-11, 2012.

ETGETO, Anderson Augusto. Os princípios do cooperativismo e as cooperativas de crédito no Brasil. Maringa Management:Revista de Ciências Empresariais, v. 2, n.1, p. 7-19, jan. /jun. 2005. Disponível em: <<http://www.maringamanagement.com.br/novo/index.php/ojs/article/viewFile/30/15>> Acesso em: 18 jan. 2012.

FACHIN, Odília. Fundamentos de metodologia. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2001.

GAIGER, Luiz Inácio. Os caminhos da economia solidária no rio Grande do Sul. In: SINGER, Paul e SOUZA, André Ricardo de (Orgs). A economia solidária no Brasil: a autogestão como resposta ao desemprego. São Paulo: Contexto, p. 267-286, 2000.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

IV PLENÁRIA NACIONAL DE ECONOMIA SOLIDÁRIA - PNES. Relatório final. Fórum de Economia Solidária, 2008.

V PLENÁRIA NACIONAL DE ECONOMIA SOLIDÁRIA - PNES. Relatório final. Fórum de Economia Solidária, 2012.

KRUPPA, Sonia M Portella. Economia solidária e educação de jovens e adultos. Brasília: Inep, 2005.

LANGE, Célia Maria. A construção de conhecimentos em espaços de economia popular solidária. Ijuí: Pallotti, 2009.

MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

NAKANO, Marilena. Anteaq: autogestão como marca. In: SINGER, Paul e SOUZA, André Ricardo de (Orgs). A economia solidária no Brasil: a autogestão como resposta ao desemprego. São Paulo: Contexto, 2000.

PEDRINI, Dalila Maria. Bruscor: uma experiência que aponta caminhos. In: SINGER, Paul e SOUZA, André Ricardo de (Orgs). A economia solidária no Brasil: a autogestão como resposta ao desemprego. São Paulo: Contexto, 2000.

PINHO, Diva Benevides. O cooperativismo no Brasil: da vertente pioneira à vertente solidária. São Paulo: Saraiva, 2004.

RECH, Daniel. Cooperativas: uma alternativa de organização popular. Rio de Janeiro: Fase, 2000.

RICCIARDI, Luiz; LEMOS Roberto Jenkins de. Cooperativa, a empresa do século XXI: como os países em desenvolvimento podem chegar a desenvolvidos. São Paulo: LTR, 2000.

SARRIA ICAZA, Ana Mercedes; FREITAS, Marcelo Ribeiro de (Org).O Projeto Esperança/Coesperança e a construção da economia solidária no Brasil: Relato de uma experiência. Porto Alegre: Cáritas Brasileira, 2006.

SEBRAE – MG. Localização e estrutura da empresa. 2012. Disponível: <[http://www.sebraemg.com.br/Geral/VisualizadorConteudo.aspx?cod\\_conteudo=5891&cod\\_areaconteudo=1875&navegacao=TENHO\\_UMA\\_EMPRESA/Localiza](http://www.sebraemg.com.br/Geral/VisualizadorConteudo.aspx?cod_conteudo=5891&cod_areaconteudo=1875&navegacao=TENHO_UMA_EMPRESA/Localiza)>. Acesso: 20 mar 2013.

SINGER, Paul. Economia solidária: um modo de produção e distribuição. In: SINGER, Paul e SOUZA, André Ricardo de (Orgs). A economia solidária no Brasil: a autogestão como resposta ao desemprego. São Paulo: Contexto, 2000.

SINGER, Paul; SOUZA, André Ricardo de. A economia solidária no Brasil: a autogestão como resposta as desemprego. São Paulo: Contexto, 2000.

TÉVOÉDJRÈ, Albert. A pobreza, riqueza dos povos: A transformação pela solidariedade. Petrópolis: Vozes, 2002.