



**ESCOLA SUPERIOR DE CONSERVAÇÃO AMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE**

**PROPOSIÇÃO DE CRITÉRIOS AMBIENTAIS E ÉTICO-SOCIAIS PARA AVALIAÇÃO  
DE NEGÓCIOS COM BASE NA PEQUENA PRODUÇÃO RURAL**

Por  
ANALUCE DE ARAÚJO ABREU

SERRA GRANDE, 2018.



**ESCOLA SUPERIOR DE CONSERVAÇÃO AMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE**

**PROPOSIÇÃO DE CRITÉRIOS AMBIENTAIS E ÉTICO-SOCIAIS PARA AVALIAÇÃO  
DE NEGÓCIOS COM BASE NA PEQUENA PRODUÇÃO RURAL**

Por

ANALUCE DE ARAÚJO ABREU

COMITÊ DE ORIENTAÇÃO:

PROF. DR. OSCAR SARCINELLI  
PROF. MBA. KARIN INGRID RETTL  
PROF. MBA. ANDREA IMPERADOR PEÇANHA

**TRABALHO FINAL APRESENTADO AO MESTRADO PROFISSIONAL EM  
CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL  
COMO REQUISITO PARCIAL À OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE**

**IPÊ – INSTITUTO DE PESQUISAS ECOLÓGICAS**

**SERRA GRANDE, 2018.**

### **Ficha Catalográfica**

#### **Abreu, Analuze de Araújo**

Proposição de critérios ambientais, ético-sociais para avaliação de negócios com base na pequena produção rural, 2018

Trabalho Final (mestrado): IPÊ – Instituto de Pesquisas ecológicas

1. Palavra chave 1 Pequena Produção Rural

2. Palavra chave 2 Responsabilidade socioambiental

3. Palavra chave 3 Negócios de impacto

I Escola Superior de Conservação Ambiental e Sustentabilidade, IPÊ

### **BANCA EXAMINADORA**

SERRA GRANDE, 2018

---

Prof. Dr. Oscar Sarcinelli

---

Prof. Dr. Alexandre Camargo Martensen

---

Prof. Dr. Luís Fernando Guedes Pinto

Dedico este trabalho a Deus, à minha família e aqueles que acreditam em um mundo mais justo.

## AGRADECIMENTOS

Entusiasmo e paixão, estes sentimentos me invadiram cada vez que me sentei para as leituras e para me abrir para o conhecimento do “novo“. Não foram dias fáceis, mas foram dias enriquecedores, nos quais descobri que a coragem e a humildade são ferramentas aliadas a serem praticadas durante toda a jornada.

Serei eternamente grata ao Instituto IPÊ e aos financiadores desta turma do mestrado em Conservação de Biodiversidade e Desenvolvimento Sustentável, pela oportunidade de novas descobertas, novos aprendizados e pela confiança. Sem eles nada disso teria acontecido.

Eterna gratidão aos meus orientadores Oscar Sarcinelli, Andrea e Karin que foram meu “Norte”, pela confiança, pelo desafio que me propuseram e que me levou a pesquisar este tema e a caminhar pelo desconhecido.

Agradeço às queridas mestras Cristiana Saddi, Eliane Almeida e a todos meus colegas de turma e trabalho, que me inspiraram, incentivaram e apoiaram para esta jornada.

Agradeço por toda vida à minha amada família, meus filhos Camila, Agatha, Davi, genro Rodrigo, e meu companheiro Giovanni, pelo amor e apoio incondicional, por terem me incentivado e acreditado todo tempo na minha competência para trilhar o caminho. Sobretudo sou grata pela compreensão e paciência na minha ausência.

Toda gratidão à minha mãe e meu pai, porque nunca desistiram de mim e me apoiaram todo tempo, ajudando de todas as formas nesta minha empreitada.

Gratidão pelo acolhimento e vivências na região de Itacaré, Uruçuca e Serra Grande. Por lá deixei meu coração, a esta região dedico meus estudos como pequena contribuição para o desenvolvimento sustentável e conservação da biodiversidade.

Por fim, sou grata a Deus pela delicadeza dos pequenos milagres em minha vida, pelas oportunidades, pela luz e proteção constante ao longo do caminho.

## SUMÁRIO

### CONTEÚDO

---

AGRADECIMENTO.....	v
LISTA DE TABELAS.....	2
LISTA DE FIGURAS.....	3
LISTA DE SIGLAS E ABREVIACÕES.....	4
RESUMO.....	5
ABSTRACT.....	7
1. INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA.....	9
2. OBJETIVOS .....	10
3. METODOLOGIA .....	11
4. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA .....	13
4.1. AGRICULTURA FAMILIAR E SUA RESPONSABILIDADE AMBIENTAL	14
4.2. RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL COMO NEGÓCIO	19
5. RESULTADOS.....	25
5.1. CAPÍTULO 1. REVISÃO DOS CONCEITOS SOBRE NEGÓCIOS DE IMPACTO, VALOR COMPARTILHADO, COMERCIO JUSTO E ECONOMIA SOLIDÁRIA .....	25
5.2. CAPÍTULO 2. SISTEMA DE PRODUÇÃO DE ORGÂNICOS	40
5.3. CAPÍTULO 3. ELABORAÇÃO DA MATRIZ ANALÍTICA .....	46
5.4. CAPÍTULO 4. APLICAÇÃO DA MATRIZ NA LEI DOS ORGÂNICOS .....	55
6. DISCUSSÃO .....	58
7. CONCLUSÃO .....	61
8. BIBLIOGRAFIA .....	62

---

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Matriz Critérios Socioambientais x Negócios de Impacto; Valor compartilhado; Comércio Justo; Economia Solidária.	51
Tabela 2. Matriz de critérios x Negócios de Impacto; Valor compartilhado; Comércio Justo; Economia Solidária. (% inserção > 75%)	53
Tabela 3. Matriz de Responsabilidade Socioambiental	55
Tabela 4. Matriz de Responsabilidade Socioambiental x Critérios do Sistema de Produção de Orgânicos.	57

---

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Pirâmide da responsabilidade social corporativa proposta por CARROL (2006)	22
Figura 2. Vetores da Responsabilidade Social de uma Empresa	23
Figura 3. Vetores da Responsabilidade Social de uma Empresa	27
Figura 4. Tipos de empresas de impacto social conforme YOUNG (2009)	32
Figura 5. Investindo para gerar valor compartilhado	42

---



## LISTA DE ABREVIACÕES

ATER	Assistência Técnica e Extensão Rural
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
EFTA	European Fairtrade Association
FAO	Food and Agriculture Organization of the United Nations
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IFAD	<i>International Fund for Agricultural Development</i>
INMETRO	Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial
INCRA	Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MDA	Ministério de Desenvolvimento Agrário
ONG	Organização Não Governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
RESEX	Reserva Extrativista
FLONA	Floresta Nacional
SEBRAE	Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SCIELO	<i>Scientific Electronic Library Online</i>

## **RESUMO**

Resumo do Trabalho Final apresentado ao Programa de Mestrado Profissional em Conservação da Biodiversidade e Desenvolvimento Sustentável como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre

### **PROPOSIÇÃO DE CRITÉRIOS AMBIENTAIS, ÉTICO-SOCIAIS PARA AVALIAÇÃO DE NEGÓCIOS COM BASE NA PEQUENA PRODUÇÃO RURAL**

Por  
Analuce de Araújo Abreu

Março de 2018.

Orientador: Prof. Dr. Oscar Sarcinelli

A busca pela sustentabilidade dos recursos naturais, pela equidade social, pela erradicação da fome e conservação da biodiversidade estão entre os maiores desafios para o mundo. Principalmente nos países em desenvolvimento é na zona rural que se concentram o maior número de famílias em condições de pobreza. Antagonicamente, são estas áreas as mais ricas em recursos e biodiversidade e as mais fortemente alteradas pelas atividades humanas.

Para vencer este desafio, é necessário que as estratégias empreendedoras considerem novas práticas nas relações que envolvem exploração de recursos naturais e da sociobiodiversidade, o mercado e a responsabilidade socioambiental. Desta forma poderemos chegar a arranjos mais justos e sustentáveis, que tragam maior equidade para a sociedade, como um todo.

Sendo assim, a pergunta que estrategicamente moveu este estudo foi “Quais critérios ambientais e ético-sociais podem ser utilizados para avaliar a responsabilidade socioambiental de negócios que têm como base pequenos produtores”?

Portanto, para responder a esta pergunta, buscou-se identificar e selecionar um conjunto de critérios relacionados à responsabilidade socioambiental, a partir dos conceitos e princípios dos temas Negócios de Impacto, Valor Compartilhado, Comércio Justo e Economia

Solidária com objetivo de propor uma matriz para avaliação de negócios e políticas públicas com base na pequena produção rural.

Como forma de testar a matriz analítica, esta foi aplicada para a Lei dos Sistemas de Produção de Orgânicos do Brasil, para avaliação da aderência desta aos critérios da matriz elaborada.

## ABSTRACT

Abstract do Trabalho Final apresentado ao Programa de Mestrado Profissional em Conservação da Biodiversidade e Desenvolvimento Sustentável como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre

### PROPOSING ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND ETHICAL CRITERIA TO EVALUATE BUSINESS ENTREPRENEURS BASED ON SMALL RURAL PRODUCTION

By  
Analuze de Araújo Abreu

March, 2018.

Advisor: Dr. Oscar Sarcinelli

The pursuit for natural resources sustainability, social equality, the eradication of hunger, and biodiversity conservation are the greatest world challenge. Mainly in developing countries, the rural areas concentrate the largest number of families living in poverty. This contradicts with the wealth of natural resources and biodiversity. However, these natural areas are frequently threatened by the impact of human activities.

To overcome this challenge, it is necessary to consider new entrepreneur strategies which involve exploitation of natural resources, the agribusiness market and social-environmental responsibility. In this way we may reach fairer and sustainable arrangements that bring equity to society as a whole.

Thus, the main question that strategically moved this study was “What environmental, social and ethical criteria can be used to evaluate business entrepreneurs based on small production”?

Therefore, to answer the question this study focused on identifying and selecting a set of criteria starting by Impact Business, Shared Value, Fair Trade and Solidary Economy concepts in order to purpose a matrix to evaluate public policies and business based on small rural production.

In order to test the analytical matrix it was applied to the Law of the Organic Production Systems of Brazil to evaluate its adherence to the social and environmental responsibility principles.

## 1. INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA

Entre os maiores desafios que enfrentamos no mundo neste século XXI está a busca da equidade, de forma a reduzir as diferenças sociais e econômicas, principalmente nos países em desenvolvimento, mas assegurando a sustentabilidade dos recursos naturais e a conservação da biodiversidade, para a perpetuidade destes recursos para as futuras gerações.

O crescente aumento da população mundial, em torno de 7.5 bilhões de habitantes (ONU), o acentuado aumento das taxas de urbanização no planeta com expansão das cidades sobre ambientes rurais, a devastação de grandes áreas naturais para a criação de gado e monoculturas confrontam a urgência da redução da fome e da pobreza e da conservação de recursos naturais e biodiversidade.

São as áreas rurais as mais ricas em biodiversidade e conforme dados da FAO (2016), nos países em desenvolvimento as zonas rurais concentram o maior número de famílias em condições de pobreza. Faz parte da meta até o ano de 2030 a erradicação da fome nestes países.

Para vencer este desafio, é preciso um novo olhar, novas práticas nas relações de mercado e nas responsabilidades inerentes a estas. É necessária a compreensão da delicada teia das interações ecológicas e ecossistêmicas, cujas relações humanas e de mercado ai estão, intrinsicamente imbricadas, afetando diretamente a sua dinâmica. São estas peças importantes a serem consideradas no momento em que buscamos imprimir uma nova paisagem, que nos apresente arranjos mais justos e tragam maior equidade para a sociedade.

Novos formatos de negócios que criam valores compartilhados objetivando impactos positivos, tanto no campo social quanto ambiental, podem se destacar, conforme surgem as oportunidades, principalmente nos países em desenvolvimento, onde grande parte da população tem baixa renda, os recursos naturais e biodiversidade se encontram ameaçados e a tecnologia de ponta muitas das vezes não alcança o pequeno produtor, principalmente nas áreas rurais.

A pergunta inicial que moveu esta pesquisa foi: “Quais critérios podem ser utilizados para avaliar a responsabilidade social de negócios que têm como base a pequena produção”.

Como forma de responder esta pergunta foi feita neste estudo uma revisão literária na busca por compreender os conceitos que definem os temas: “Negócios de Impacto”, “Geração

de Valor Compartilhado”, “Comercio Justo” e “Economia Solidária”, sobre os quais estão estruturados os pontos centrais desta dissertação.

A partir da compreensão dos princípios que regem os temas um conjunto de critérios ambientais, ético-sociais foi identificado e selecionado de forma a se propor uma matriz analítica direcionada a avaliar a responsabilidade socioambiental de empreendimentos e políticas com base na pequena produção rural.

A matriz está sendo proposta neste estudo como ferramenta para apoiar e orientar o planejamento de pequenos negócios que tem sua base na pequena produção rural, que inclui pequenos empreendedores e produtores rurais. Porém, não pretendemos neste estudo discutir os modelos e modos de produção rural.

Espera-se que o resultado deste estudo possa ajudar a nortear desenho e desenvolvimento de negócios para a inclusão de pequenos produtores rurais ou familiares e que objetivem trabalhar com valores que se relacionam à responsabilidade socioambiental.

## **2. OBJETIVOS**

O principal objetivo deste estudo é realizar uma revisão bibliográfica para identificar, selecionar e compilar um conjunto de critérios ambientais e ético-sociais baseados nos conceitos de “Negócios de Impacto”, “Geração de Valor Compartilhado”, “Comércio Justo” e “Economia Solidária” que possam ser utilizados para avaliar pequenos negócios ou políticas que tenham como base a pequena produção rural.

### **2.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- ✓ Identificar, selecionar e propor critérios ambientais, éticos e sociais com a finalidade de elaborar uma matriz comparativa destinada a avaliar a adesão de negócios e/ou políticas aos princípios da responsabilidade socioambiental.
  
- ✓ Testar a aplicabilidade da matriz na Lei 10.831/2003 do Sistema de Produção de Orgânicos com o objetivo de avaliar a aderência desta legislação aos critérios propostos pela matriz proposta.

### **3. METODOLOGIA**

#### **3.1. PESQUISA BIBLIOGRÁFICA**

Inicialmente partiu-se para reconhecimento e compreensão dos conceitos relacionados aos temas trabalhados neste estudo: Agricultura Familiar; Responsabilidade Socioambiental; Negócios de Impacto; Valor compartilhado; Economia Solidária; Comércio Justo e a Lei do Sistema de Produção de Orgânicos no Brasil. Para tal, foi realizada uma revisão bibliográfica a partir da busca de informações em *sites* disponíveis na Internet e em banco de dados, como Google Acadêmico, CAPES, *Scielo* e outros, para obtenção de artigos científicos relacionados aos temas. Adicionalmente, foram consultados livros e Leis que tratam dos temas estudados.

#### **3.2. SELEÇÃO DE CRITÉRIOS**

A partir do estudo dos conceitos, normas e valores que regem os temas em questão, identificou-se e selecionou-se um conjunto de critérios relacionados às quatro dimensões trabalhadas, a ambiental, a socioeconômica, educação e tecnologia, aspectos ético-comerciais, coerentes aos princípios de responsabilidade socioambiental aqui pressupostos para negócios de base na pequena produção rural.

#### **3.3. ELABORAÇÃO DA MATRIZ PARA NEGÓCIOS COM BASE NA PEQUENA PRODUÇÃO RURAL**

Constou da elaboração de uma primeira matriz de presença/ausência para seleção dos critérios identificados a partir do percentual de inserção nos temas. Nesta matriz os 04 (quatro) grupos dos critérios identificados foram relacionados aos temas estudados. Sendo assim pode-se avaliar o percentual de inserção de cada critérios nos temas, sendo que o valor de cada presença na matriz teve equivalência de 25%.

Para compor a Matriz para Negócios de Base na Pequena Produção Rural foram selecionados os critérios que obtiveram uma inserção a partir de 75%, nos temas, considerados assim critérios mínimos para avaliar os aspectos ambientais, ético-sociais de negócios de base na pequena produção.



A partir desta etapa partiu-se para valoração da matriz e dos grupos de critérios considerando o valor de cada presença na matriz. Para se atribuir um valor/peso à matriz e aos critérios, procedeu-se da seguinte maneira:

- 1) Para cálculo do valor/peso total da matriz: multiplicou-se o número de linhas pelo número de colunas.
- 2) O valor/peso de cada grupo de critérios foi calculado a partir da soma das presenças.
- 3) O valor/peso de cada presença foi 1 (um) e cada ausência 0 (zero) .
- 4) O peso/pontuação total foi calculado a partir da soma dos valores totais obtidos por cada critério.

Por fim cada critério foi valorado a partir da soma das presenças nos temas e cada grupo de critérios obteve o valor/peso resultante da soma dos valores de seus respectivos critérios. A matriz foi denominada Matriz para Negócios com Base na Pequena Produção Rural.

### **3.4. APLICAÇÃO DA LEI DE ORGÂNICOS NA MATRIZ PARA NEGÓCIOS COM BASE NA PEQUENA PRODUÇÃO RURAL**

Para fins de testar a matriz elaborada decidiu-se aplicar os princípios/critérios ambientais, socioeconômicos, ético-comerciais, tecnológicos e educacionais identificados na Lei 10.831/2003, legislação federal que define o Sistema de Produção de Orgânicos, como forma de se verificar o quanto esta legislação incorpora os critérios propostos na matriz.

## **4. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA**

### **4.1. AGRICULTURA FAMILIAR E SUA RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL**

No Brasil a agricultura familiar é bastante expressiva e conforme Censo Agropecuário realizado pelo IBGE em 2006, representa 4,4 milhões de estabelecimentos, ou seja, aproximadamente 85% do total dos estabelecimentos agropecuários no país, sendo a base econômica em 90% dos municípios de até 20 mil habitantes. Os cultivos mais importantes são a mandioca (87%), o feijão (70%), o milho (46%), café (38%), arroz (34%) e trigo (21%), conforme ainda Censo IBGE (20016).

Porém, conforme dados de FORNAZIER e VIEIRA FILHO (2012) *apud International Fund for Agricultural Development* (2016), apenas 5% das famílias produzem 64% do valor bruto da produção do setor da agricultura familiar. As mais produtivas totalizam 4% e controlam 5% das terras, com produção de 22% do valor bruto do setor, enquanto as menos produtivas totalizam 80%, detém 19% das terras, contribuindo com 12 % do valor bruto da produção (*INTERNATIONAL FUND FOR AGRICULTURAL DEVELOPMENT*, 2016).

A Lei 11.326 de 24 de julho de 2006 trata da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais e estabelece diretrizes para os agricultores familiares e empreendimentos que tem nela sua base. São considerados agricultores familiares, conforme artigo 3º desta Lei, aqueles proprietários de terras que detém até 04 (quatro) módulos fiscais e não mais, cuja gestão e mão de obra é provenientes da própria família e que tenham na agricultura sua principal fonte de renda.

Enquadram-se nesta Lei: os silvicultores que possuem até 04 (quatro) módulos fiscais, que cultivam florestas exóticas ou nativas e promovam manejo adequado do meio ambiente; aquicultores, extrativistas nativos, quilombolas, pescadores e assentados rurais.

Entre os princípios norteadores da agricultura familiar, dispostos no Artigo 40 da Lei 11.326, estão: a promoção da sustentabilidade ambiental, social e econômica; a equidade na aplicação das políticas e o respeito aos aspectos de gênero, de geração e étnicos; a garantia da participação dos agricultores na elaboração e implementação da Política Nacional da Agricultura Familiar.

Através da Política Nacional da Agricultura Familiar pretende-se que os objetivos sejam alcançados, devendo então o Estado compatibilizar a possibilidade de obtenção de

crédito com acesso a infraestrutura e serviços, assistência técnica rural, pesquisa, comercialização, seguro, habitação, atendimento à legislação sanitária, previdência, comercial e tributária, cooperativismo, educação e capacitação profissional, negócios e serviços rurais não agrícolas, agroindustrialização.

No Brasil, conforme o Ministério de Desenvolvimento Agrário órgão responsável pela implantação das políticas para a agricultura familiar e desenvolvimento rural, o principal programa instituído é o PRONAF, Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar. Este programa apoia agricultores com renda anual de até 360 mil reais, para custear safras, compra de máquinas, equipamentos, infraestrutura.

Através da Declaração de Aptidão ao PRONAF (DAP) o produtor se cadastra e se qualifica como agricultor familiar, passando a ter acesso ao Programa Nacional de Aquisição de Alimentos, Programa Nacional de Alimentação Escolar, Assistência Técnica e Extensão Rural, Programa Garantia Safra e Seguro da Agricultura Familiar.

A preocupação na promoção de ações de conservação ambiental na agricultura familiar levou à instituição do Programa de Apoio à Conservação Ambiental e o Programa de Fomento às Atividades Produtivas Rurais, através da Lei 12.512 de 24 de outubro de 2011. Estes programas têm como objetivos incentivar a conservação; o uso sustentável dos ecossistemas além da promoção da melhoria das condições de vida e geração de renda para população rural em condições de extrema pobreza, que prestam serviços ambientais. Tem ainda como meta o incentivo à capacitação nos campos ambiental, social, educacional, técnico e profissional e a geração de renda com sustentabilidade, a segurança alimentar e o estímulo ao associativismo.

Desta forma, esta Lei disponibilizou recursos financeiros para as famílias que desenvolvam atividades de conservação ambiental em projetos de assentamentos florestais ou agroextrativistas instituídos pelo INCRA, em RESEX, FLONAS e Reservas de Desenvolvimento Sustentável federais, em territórios ocupados por comunidades tradicionais, quilombolas, indígenas, ribeirinhos, extrativistas.

A agricultura familiar apresenta-se como um segmento muito importante dentro da economia nacional, uma vez que promove o desenvolvimento econômico, contribui para o emprego de mão-de-obra e provê a subsistência das famílias. Do ponto de vista social, segundo KOPF (2008), a agricultura familiar é fundamental para a fixação do homem no campo e para a preservação dos modos tradicionais de cultivo, visto que emprega todos os

membros da família e que estes mantêm uma relação diferenciada com a terra, parte da cultura local.

ALMEIDA (2011) defende o fortalecimento de cadeias produtivas que utilizam recursos da sociobiodiversidade, na qual se insere a agricultura familiar, considerando este como imprescindível para a promoção da geração de renda e o desenvolvimento econômico local de forma sustentável.

Segundo informações obtidas no Relatório de Desenvolvimento Rural publicado em 2016 pela FAO, elaborado pelo IFAD (*International Fund for Agricultural Development*), ocorreram várias mudanças no meio rural. Em relação ao mercado e às cadeias de valores, novos padrões foram estabelecidos e novas oportunidades se abrem para pequenos fazendeiros, pequenos negociantes e pequenos empreendedores no processamento de alimentos agrícolas.

Porém, as barreiras de entrada continuam sendo problema. São barreiras tecnológicas, barreiras de mercado, logística, enfim, GONÇALVES (2002) ressalta que a agricultura familiar no Brasil sente o impacto do baixo valor atribuído aos produtos oriundos das atividades agrícolas, sendo sensível às alterações climáticas e fazendo ainda uso de tecnologias ultrapassadas, sem contar com as dificuldades com armazenagem, logística e comercialização dos produtos. Além destes problemas, os pequenos produtores muitas vezes tem uma baixa qualidade de produção, e logística de entrega dos produtos pouco eficiente, o que os afasta dos grandes mercados consumidores.

Para contornar estes desafios, este mesmo autor considera estratégicas as políticas e investimentos direcionados a melhorar as condições de participação dos agricultores familiares no mercado interno, principalmente com foco na horticultura e na pecuária. São políticas públicas que favorecem pequenos produtores, por exemplo, o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) Programa de Aquisição de Alimentos (PAA).

Conforme *INTERNATIONAL FUND FOR AGRICULTURAL DEVELOPMENT* (2016) a solução passa por ações coletivas direcionadas à inclusão, assim como políticas e instituições que façam a gestão destes recursos em nível local, definindo direitos de propriedade, especialmente para as mulheres, e prezando pela transparência na alocação e gestão dos recursos naturais. Para este autor, o fortalecimento da participação da agricultura familiar no mercado passa necessariamente pela cooperação, o que viabiliza economicamente

a produção e comercialização dos pequenos produtores familiares, através de relações comerciais mais justas e solidárias.

Quanto à relação dos agricultores familiares com os recursos e serviços naturais, vale ressaltar que os recursos hídricos, a terra, as florestas são vitais para os processos de transformação e meios de sobrevivência das populações rurais especialmente para os pequenos agricultores, grupos indígenas e minorias étnicas, *INTERNATIONAL FUND FOR AGRICULTURAL DEVELOPMENT* (2016). O autor observa que a falta destes recursos resulta na marginalização e vulnerabilidade destes grupos, perpetuando o risco de sua exclusão social.

No Brasil, programas de incentivo como o Programa Nacional para Agricultura Familiar (PRONAF) são importantes na promoção da conservação ambiental. O PRONAF é bem abrangente. Um percentual do valor do empréstimo concedido através do PRONAF é destinado ao pagamento de assistência técnica aos produtores, através do Programa de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER). Os técnicos orientam para manejo da produção, porém, não há exigência de uma linha de manejo a ser seguida. Este programa oferece ainda uma linha de crédito específica para a agroecologia.

Em assentamentos rurais, BEDUSCHI FILHO (2003) observou que os trabalhos de ATER levaram ao engajamento de grupo de agricultores familiares em projeto de conservação. Esse autor concluiu que o apoio e o incentivo à agricultura familiar realizado por ONGs, atores do setor público, cooperativas e universidades levou à sensibilização e incentivo à conservação da natureza nas propriedades. O autor observa ainda que os aspectos econômicos e os incentivos financeiros foram fundamentais para a manutenção do engajamento destes agricultores no médio e longo prazo.

Novas formas de incentivo à responsabilidade ambiental são os novos padrões de consumo que surgem no mercado consumidor, cada vez mais consciente e exigente, conforme identifica BRAGA (2002). Os consumidores assumem novos valores nas escolhas, entre eles a preocupação com o meio ambiente, ainda conforme o autor, a responsabilidade social, a produção mais limpa, onde prevenir impactos ambientais exerce papel importante na busca do desenvolvimento sustentável.

A maior conscientização ambiental e avanços tecnológicos orientam para novas abordagens como utilização da água, matérias-primas e embalagens, bem como a expansão da reciclagem e do reuso. As oportunidades valem para todo recurso, não só os identificados por

ambientalistas. A melhor utilização de recursos — viabilizada pelo avanço da tecnologia — chegará a todas as etapas da cadeia de valor e se alastrará para fornecedores e canais, segundo PORTER e KRAMER (2011).

Na produção de alimentos oriundos da agricultura familiar, a exemplo, o aproveitamento/beneficiamento total das matérias primas resulta em diferentes produtos alimentícios como sucos, doces, geleias, farinhas, compostos orgânicos, evitando geração de resíduos e agregando valores, além de reduzir custos.

Para PORTER E KRAMER (2011) a comercialização de produtos beneficiados de legumes/frutas de baixo valor comercial e a venda de insumo orgânico para adubação dos cultivos são formas de minimizar custos e gerar lucros. O reaproveitamento, reciclagem e subprodutos são parte do negócio e fonte de ganhos.

CARRAZZO *et al.* (2012) analisando o processo de licenciamento para cumprimento das normas ambientais a serem consideradas na agroindústria familiar e comunitária, observa que algumas normas ambientais vêm se modificando ao longo do tempo com vistas a se adequar à realidade da agricultora familiar e suas especificidades, como por exemplo, a Resolução CONAMA 385/2006, que adota procedimentos para simplificar o processo de licenciamento ambiental para agroindústrias, consideradas empreendimentos de baixo potencial de impacto ambiental e pequeno porte que, gerem pequeno volume de efluentes e resíduos e que possam, na maioria dos casos, serem (re)aproveitados como composto orgânico ou alimento para animais. Esta legislação objetiva ainda beneficiar estabelecimentos de área construída de até 250 metros quadrados, cujas atividades envolvam produtos de exploração agrícola, pecuária, pesqueira, aquícola, extrativista e florestal não madeireira, de baixo impacto ao meio ambiente, conforme CARRAZO *et al.* (2012).

Ainda conforme o autor, a legislação ambiental vem se ajustando gradativamente para adequar-se à realidade da agricultura familiar, de forma a simplificar o licenciamento e regularização de agroindústrias. Este processo promove a formalização das atividades inserindo e abrindo o mercado para os pequenos produtores, porém não pode se tornar um entrave. O alto custo da formalização de empresas, as exigências jurídicas, fiscais e tributárias, a regularização ambiental e sanitária oferecem barreiras para pequenos empreendedores que querem fazer o beneficiamento da produção.

Territórios indígenas e quilombolas, Unidades de Conservação, Florestas Nacionais, Reservas Extrativistas e outras áreas protegidas, tem definições específicas para licenciamento

e regulação de atividades da agroindústria que devem ter suas normas de proteção ao meio ambiente e da biodiversidade respeitadas, quando do manejo e do aproveitamento de matéria prima para produtos da agrobiodiversidade.

A regularização fundiária, as boas práticas de manejo e produção também são observadas pelos mercados mais exigentes, conforme lembra CARRAZZO et al. (2012), como no mercado internacional, no qual a certificação é importante e ainda o atendimento aos requisitos de responsabilidade socioambiental, para toda a cadeia produtiva, principalmente nas atividades extrativistas em áreas protegidas. Até mesmo comprovar o cumprimento destes requisitos na cadeia de custódia pode ser requerido para empreendimentos da agroindústria, que em muitos casos tem que apresentar declaração de conformidade do órgão ambiental, para exportação.

O atendimento a outras normas ambientais é necessário no caso de se utilizar recursos genéticos como matéria prima e uso de conhecimentos tradicionais associados à empreendimentos agroextrativistas.

Aspectos socioambientais de minimização dos impactos nos ecossistemas, nos recursos naturais, água, solo e qualidade de vida da população afetada no entorno devem ser observados. Desta forma, é possível que o empreendimento reduza custos e amplie benefícios, em decorrência do correto uso das matérias primas e fontes de energia, da redução da geração de resíduos, redução de passivos ambientais e de sanções, prevenindo assim também conflitos com as comunidades locais e agentes fiscalizadores.

Nos anos 60/70 a Revolução Verde se caracterizou pela superprodução agrícola em larga escala, para a qual foi criada uma padronização adotada em todo o mundo. As práticas foram marcadas pela implantação de novas tecnologias para ampliar a escala de produção de alimentos no mundo, como uso das máquinas para arar o solo; a otimização da produção e do uso do solo; o uso de adubos e defensivos agrícolas para controle da produção. Enfim, o agronegócio adotou pacote de produção agrícola. Porém, o produtor familiar, que não teve acesso a estas práticas, acabou perdendo a condição de colocar seus produtos no mercado, por falta de competitividade.

Assim, outros modelos de agricultura passaram a ser discutidos na sociedade. Atualmente, a agricultura orgânica apresenta uma alternativa para conservação do meio ambiente e oportunidades de mercado. Movimentos de agroecologia e permacultura defendem

técnicas de cultivo de baixo impacto ambiental e a produção de alimentos mais saudáveis e sem agrotóxicos, aliando desenvolvimento à sustentabilidade.

As técnicas agroecológicas e de cultivo orgânico, segundo Ministério de Desenvolvimento Agrário – MDA, propõe uso de biofertilizantes, controle biológico de pragas, uso de compostos orgânicos para adubação, atendimento à legislação no que tange à proteção das Áreas de Preservação Permanente e Reserva Legal.

A agroecologia tem como fundamento a observação da natureza e práticas ecologicamente corretas para conservação de recursos hídricos, edáficos e da biodiversidade, além do cuidado com as pessoas e com a equidade da distribuição dos recursos.

Os princípios da permacultura quando adotados na agricultura familiar podem significar uma boa receita, uma vez que aliam os conhecimentos tradicionais a novos conhecimentos e tecnologias naturais para conservação ambiental, uso responsável de recursos naturais, responsabilidade social e equidade econômica. Envolvem o manejo correto da terra de forma harmônica, respeitando a dinâmica natural; design ecológico do espaço construído; uso de ferramentas e tecnologias para evitar contaminação das águas e solo, reaproveitamento de matéria orgânica e reciclagem e destinação correta de resíduos; educação e cultura, valorizando conhecimentos tradicionais; propiciar saúde e bem estar.

Desta forma, a agricultura familiar contribui para colocar alimentos de boa qualidade na mesa dos brasileiros, atende ao mercado interno, trabalhando com tecnologias ambientalmente responsáveis, tem uma dinâmica produtiva que a coloca em destaque no agronegócio, desmistificando estas atividades como apenas de subsistência e fortalecendo o setor para melhor inserção e competitividade no mercado. A diversidade de sua produção é fundamental para preservação *in situ* do banco genético das espécies nativas/crioulas.

Porém, conforme lembra ASSAD (2004), ainda são poucos os agricultores familiares que se propõe às práticas da agricultura sustentável, mesmo com avanço de políticas públicas no sentido de melhoria de assistência técnica e fomento para agricultura orgânica e ecológica, passando esta transição por processos educativos e de movimento social mais amplo.

## **4.2. RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL COMO NEGÓCIO**

A responsabilidade socioambiental envolve vários aspectos econômicos, sociais e ecológicos e é na atualidade uma das prerrogativas para o desenvolvimento sustentável.



Entende-se por desenvolvimento sustentável, conforme Organização das Nações Unidas (ONU), “*o uso de recursos para o atendimento às necessidades do presente sem comprometimento destes para satisfazer as futuras gerações*”, conforme conceito propagado a partir do Relatório de Brundland, “Nosso Futuro Comum” elaborado pela Comissão Mundial sobre Ambiente e Desenvolvimento (WCED, 1987).

Foi a partir da busca de soluções para os problemas sociais, econômicos e ambientais nos anos de 1960 e 1970 que surge a ideia de responsabilidade social nos Estados Unidos. As empresas que ganhavam força e poder (COLTRO, 2004) foram pressionadas a mudanças no sentido de assumirem sua responsabilidade social perante a sociedade. Conforme YOUNG (2004) as empresas tem poder político e condições de mobilizar recursos para trazer soluções tecnológicas para problemas da sociedade e ambientais.

Por volta de 1985 práticas poluidoras e acidentes ambientais no País começam a ser severamente criticadas pela sociedade, assim as empresas passam a preocupação de reduzir a degradação ambiental e rever seus processos produtivos. Surge o embrião da Gestão Ambiental, conforme LA ROVERE (2001) apud SOUSA (2006).

No Brasil, a Constituição de 1988 foi importante para a disseminação da responsabilidade social e ambiental empresarial, conforme BUSCH (2009), uma vez que a sociedade civil organizada passa a se preocupar com direitos e impactos sociais e ambientais das empresas (CAPPELLIN, GIULIAN, 2004, p.vi; YOUNG, 2004), pressionando assim as empresas a favorecerem a sociedade e contribuir de forma responsável e ética para a redução das diferenças econômicas e sociais BUSCH (2009).

Portanto, no Brasil, foi a partir da década de 90 que as empresas começaram gradativamente a praticar a responsabilidade socioambiental, conforme dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA (2006) apud BUSCH (2009), passando a incorporar esta como um diferencial.

O conceito de responsabilidade socioambiental foi estudado por vários autores. Conforme VOTAW (1993); WHITEHOUSE (2003) apud BUSCH (2009), responsabilidade social pode ser compreendida de diferentes formas. Para alguns pode ser compreendido no sentido ético, como cumprimento das obrigações e leis, para outros pode ter significado de consciência social. Para BOWEN (1953, HOWARD, 1953) apud BUSCH (2009), autor do livro Responsabilidades Social do Homem de Negócios (1953), considerado este um marco

pioneiro nesta linha de pensamento, a responsabilidade social diz respeito ao alinhamento que os empresários devem fazer de seus negócios às necessidades e demandas da sociedade.

A este conceito, KEITH DAVIS (1960) apud BUSCH (2009) acrescenta que responsabilidade social “*seriam as decisões e ações da empresa indo além de seus interesses técnicos e econômicos*”. De acordo com BUSCH (2009), o autor contribuiu para que a responsabilidade fosse incorporada nos aspectos gerenciais empresariais e defendeu o retorno econômico pela responsabilidade social em longo prazo.

Para JOHNSON (1971) apud CARROL (1999) empresa socialmente responsável é aquela que considera um balanço entre diversos interesses, levando em conta não apenas a maximização dos lucros, mas interesses de todos stakeholders, funcionários, fornecedores, comunidade, local e da nação.

Na mesma linha a COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS (2001) reconhece que a responsabilidade social nas empresas deve integrar as preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na interação com todos os atores envolvidos.

CARROL; BUCHHOTLTZ (2006) apud BUSCH (2009) propõe quatro dimensões da responsabilidade social que envolvem:

- a) Responsabilidade econômica: envolve atender a demanda da sociedade através da produção de bens e serviços, praticar preços justos, mas sem prejuízo dos interesses e da sustentabilidade empresarial.
- b) Responsabilidade ética: refere-se ao comportamento por parte da empresa conforme os padrões, normas e expectativas da sociedade.
- c) Responsabilidade legal: atendendo a expectativa da sociedade de que a empresa considera o cumprimento de seus deveres e da legislação pertinente.
- d) Responsabilidade **discricionária**: diz respeito à expectativa da sociedade em relação à participação das empresas de forma voluntária e filantrópica no atendimento às demandas.

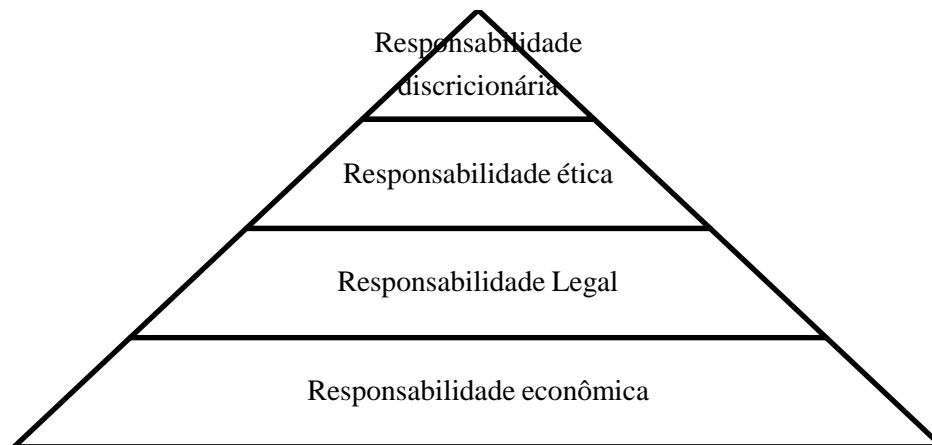


Figura 1: Pirâmide da responsabilidade social corporativa proposta por Carrol, 2006

Fonte: Adaptado de CARROLL; BUCHHOLTZ, 2006

Na pirâmide de responsabilidade social corporativa proposta por Carrol observa-se que a responsabilidade econômica e a responsabilidade legal são bases fundamentais para a responsabilidade social. A pirâmide podendo ser traduzida como um modelo de *stakeholder*, conforme CARROLL; BUCHHOLTZ (2006) apud BUSCH (2009), sendo que os componentes indicam como os interesses de cada *stakeholder* podem ser afetados pela empresa.

Assim, como exemplo de efeito da responsabilidade social para diferentes stakeholders, temos uma determinada comunidade afetada por uma determinada empresa. A boa reputação desta junto à comunidade legítima e minimiza os riscos de sua aceitação, conforme MACHADO FILHO (2006).

SOUSA (2006) defende que a sinergia entre as empresas e o governo promove o desenvolvimento econômico, mas que não necessariamente este resulta em melhorias da qualidade de vida e conservação ambiental, devendo as empresas fazer sua parte na promoção da responsabilidade social e ambiental.

MELO NETO E FROES (2001) de uma forma bem abrangente, propõe um modelo que considera 07 (sete) vetores ou condições para que as empresas obtenham resultados para seu fortalecimento social. Neste modelo considera não só os aspectos econômicos e de mercado, mas os aspectos ambientais, sociais e de interação com a sociedade e partes interessadas (*stakeholders*), conforme figura 2.



Figura 2: Vetores da Responsabilidade Social de uma Empresa

Fonte: Melo Neto e Froes, 2001.

Assim também, o Instituto ETHOS considera que a responsabilidade social está relacionada à prática de gestão ética e transparente, compatível com desenvolvimento sustentável, considerando também a preservação ambiental, o respeito à diversidade e a promoção da redução das desigualdades sociais, conforme GONÇALVES (2006).

Para BARROS (2013) o paradoxo do relacionamento entre os interesses econômicos e a proteção ambiental na atualidade se transformou em parceria, concebendo assim um novo conceito produtivo de vanguarda. MACHADO FILHO (2006) defende que a partir da responsabilidade social, da conduta social e ambientalmente responsável, a empresa aumenta seu capital reputacional, o que resulta em oportunidades e minimização do risco, aumentando o valor da empresa.

Em síntese e conforme as definições dos autores estudados para a responsabilidade socioambiental empresarial pode-se compreender que esta perpassa por determinados critérios de conduta e valores, podendo-se listar alguns deles:

- a) Ética e responsabilidade legal: preza pelo cumprimento das leis; o respeito aos padrões e expectativas da sociedade; contribuir de forma responsável e ética para a redução das diferenças econômicas e sociais
- b) Respeito ao meio ambiente e à biodiversidade; busca pela sustentabilidade de recursos e da empresarial;
- c) Considera os diversos interesses, levando em conta não apenas a maximização dos lucros, mas interesses sociais.
- d) Busca o alinhamento entre empresa/negócios e demandas da sociedade; tomada de decisões e ações da empresa indo além de seus interesses técnicos e econômicos.
- e) Reconhece e internaliza a responsabilidade social e ambiental nas suas operações e na interação com todos os atores envolvidos.
- f) Prática de gestão ética e transparente, considerando a preservação ambiental, o respeito à diversidade e a promoção da redução das desigualdades raciais e de gênero.

Entre outros ganhos pela prática da responsabilidade socioambiental estão a legitimidade empresarial, a boa imagem na comunidade, o aumento do comprometimento de parceiros e colaboradores, a fidelização de clientes e fornecedores, a minimização de riscos. Como observa MACHADO FILHO (2006), num mercado global como o de hoje incorporar a responsabilidade socioambiental no planejamento das empresas é uma boa estratégia competitiva, não só para a conservação da biodiversidade e da saúde ambiental, mas gerar valor e ganhos para a empresa.

## **5. RESULTADOS**

### **5.1. CAPÍTULO 1: OS CONCEITOS SOBRE NEGÓCIOS DE IMPACTO, VALOR COMPARTILHADO, COMERCIO JUSTO E ECONOMIA SOLIDÁRIA.**

Cabe aqui, inicialmente uma revisão para compreensão dos conceitos propostos por vários autores aqui citados, relacionados aos temas Negócios de impacto, Valor compartilhado, Comércio Justo, Economia solidária. A partir destes conceitos será selecionado um conjunto de critérios de responsabilidade socioambiental, para compor a matriz analítica.

Pretende-se que a matriz analítica se preste como ferramenta facilitadora e instrutiva. Através desta, possibilitará em primeira análise que empreendedores, que consideram atuar com responsabilidade socioambiental nos seus negócios de base na agricultura familiar, possam compreender seu significado e adequar seu planejamento a partir do atendimento aos critérios selecionados.

#### **5.1.1. NEGÓCIOS DE IMPACTO**

Para KRAMER (2004) apud SANTANA, (2006), o ambiente empresarial tem importante papel na preservação ambiental e para a qualidade de vida das populações.

O autor defende que o cuidado com o meio ambiente resulta em geração de valor para as comunidades e em melhores resultados para si próprias. Ser responsável por promover melhorias tecnológicas, ambientais e sociais nas comunidades locais, ao contrário do que se pensava anteriormente, poderá reduzir o custo de produção e ser lucrativo.

Na economia moderna as transações econômicas são realizadas se a troca é boa para todas as partes, sendo assim são os interesses individuais a guiar o mercado no sistema capitalista, conforme ADAM SMITH (1776) apud PRIMACK (2001). Porém, no mundo atual, o lucro pelo lucro apenas, não se adequa às necessidades do mercado, necessitando novos olhares e novas práticas que incluam a responsabilidade social e ambiental, conforme PRIMACK (2001).

Empresas, que atuam no livre mercado, nem sempre incluem em seu planejamento os impactos que geram no meio social e no ambiente, que são as externalidades, ou custos indiretos. PRIMACK (200) considera como custos indiretos das atividades os danos

ambientais, que ocorrem por não serem previamente calculados. O autor reconhece como falha do mercado, a ausência de soluções prósperas para estas externalidades ou custos, que acaba por resultar em conflitos econômico-ecológicos, pela ampla distribuição do custo econômico de uma atividade e a concentração dos benefícios para poucos grupos.

A conservação da biodiversidade e desenvolvimento sustentável tem como desafio que custos e benefícios sejam considerados nas transações de mercado. Se uma empresa degrada o ambiente ela deve arcar com este custo ambiental, que passa a ser um custo de produção e responsabilidade, conforme preconiza a legislação e não da população, conforme PRIMACK (2001), que lembra que esta muitas vezes não está tampouco envolvida nas transações de compra e venda. Negócios que não primam pela sustentabilidade podem ser danosos ambientalmente e seus custos e a solução para os problemas deve se basear em princípios econômicos.

Sendo assim, conforme PRIMACK (2001) lançar mão da economia ambiental no planejamento dos negócios permite a análise dos impactos do negócio no ambiente, através da avaliação do custo-benefício, ou seja, a comparação de valores a se ganhar com o projeto, somados aos seus custos e aos valores que podem ser perdidos com ele.

No que tange aos problemas sociais conforme lembra Kiyama (2014), empreendedores podem enxergar oportunidades nestes. Como exemplo o autor cita a desigualdade social que afeta o mercado e a economia, principalmente nos países em desenvolvimento.

Na década de 90, surgem os empreendedores sociais criando negócios sociais, atualmente chamados de negócios de impacto, cujos conceitos e fundamentos têm sido colocados por autores com diferentes correntes de pensamento.

YOUNG (2009) apud KIYAMA (2014) propõe conceitos para definir as empresas de impacto social e projetos sociais conforme diferentes modelos, que envolvem tanto organizações privadas, organizações de terceiro setor e ainda híbridas, considerando seus diferentes formatos jurídicos e objetivos múltiplos conforme figura 3.

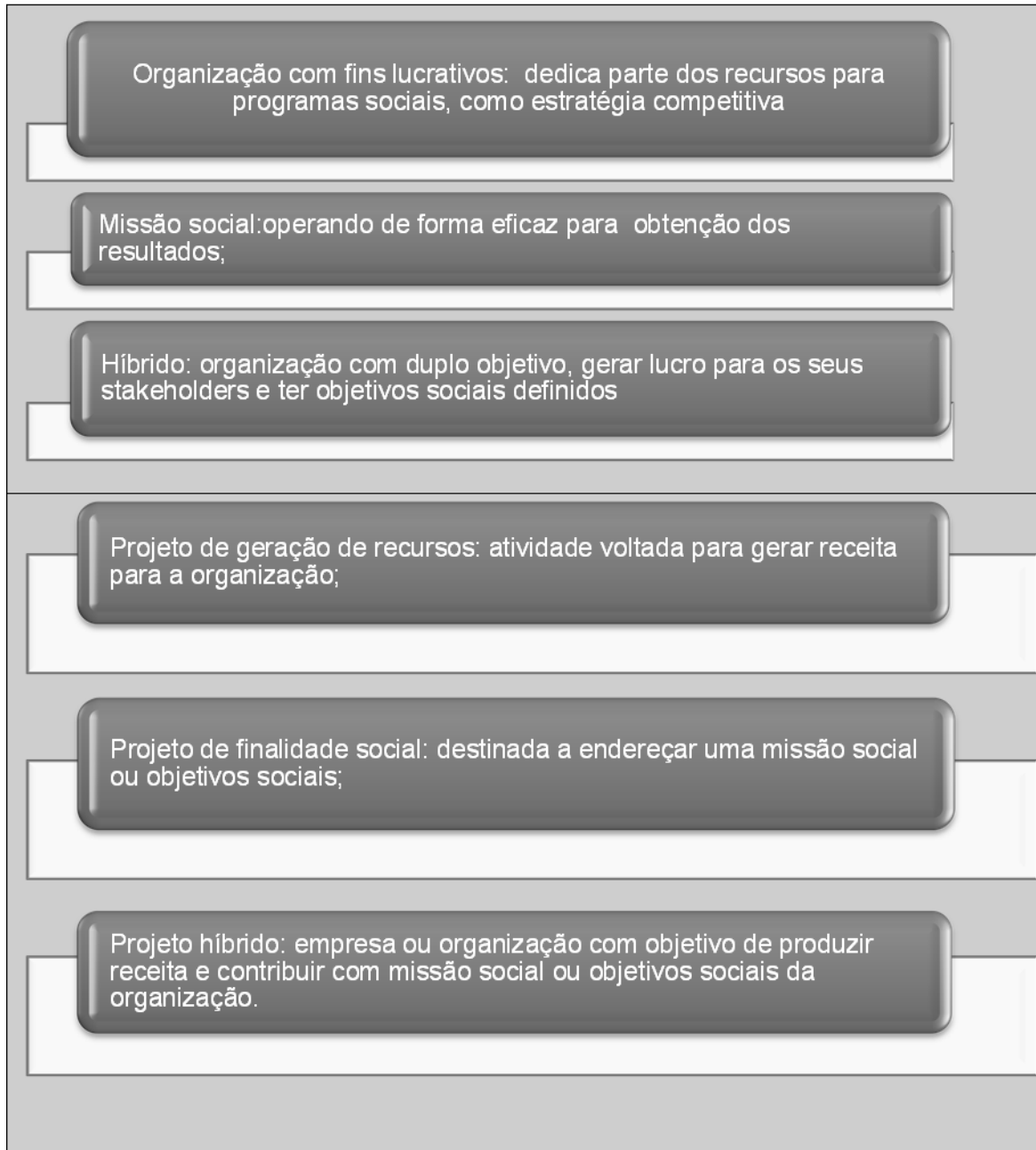


Figura 3: Tipos de empresas de impacto social conforme YOUNG (2009)

Fonte: Elaboração própria

Para alguns autores, os negócios de impacto se limitam a produção de bens e serviços com baixo custo para consumo, de forma a atender setores da população de baixa renda. Nesta linha de pensamento, PRAHALAD e HART (2002) apud Kiyama (2014) defendem que as organizações teriam papel no combate à pobreza desenvolvendo modelos de negócios para ofertar produtos acessíveis à população de baixa renda e alcançando um mercado inexplorado.



Conforme a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico- OECD, empresas sociais são aquelas organizações que tem como objetivo resultados econômicos e sociais, tendo uma missão e um motivador não passa apenas pelo lucro, mas também por retorno social. Para DEES (1994) apud KIYAMA (2014) numa perspectiva onde o valor social suplanta o valor econômico, empreendedores sociais aceitariam taxas de retorno menores para suas empresas.

Para outros negócios sociais, conhecidos como negócios na base da pirâmide (BOP), podem considerar não só a demanda da sociedade oferecendo produtos para consumo, mas incluindo populações de baixa renda na sua cadeia de valor, como consumidores e como prestadores de serviço. Conforme defendem PORTER (2011), MARQUEZ (2009) e KARNANI (2007) apud KIYAMA (2014), o combate à pobreza passa pela inclusão de pequenos produtores e pessoas de baixa renda na cadeia de valor das empresas, como fornecedores ou empregados.

MARQUEZ, REFICCO E BERGER (2010) consideram como negócios inclusivos que, para além de autossustentáveis, devem ser lucrativos e promover a melhoria de vida das populações de baixa renda. Sendo assim, este tipo de negócio, inclui os marginalizados e oferece a possibilidade de transformação dos padrões de vida das comunidades, que passam a ter acesso a serviços e oportunidades os quais não tinham. Os negócios de impacto são inclusivos quando tem como objetivos gerar oportunidades de trabalho e empregos para grupos que tem baixa penetração no mercado de trabalho e de forma a ser autossustentável.

Na visão de MARQUEZ (2009) a busca pela rentabilidade do negócio de impacto social difere de empreendimentos de objetivo de cunho estritamente social, permitindo ainda reunir bons profissionais e mobilizar capital, saindo da base assistencialista. PRAHALAD (2002) apud KYIAMA (2014) também defende a participação de empresas do setor privado e do terceiro setor na criação de negócios sociais.

Outros consideram que negócios de impacto são aqueles que têm a variável socioambiental como atividade fim. Isto é, os objetivos sociais e ambientais são claros, como exemplo: geração de empregos; prestação de serviços locais para capacitação; construção de valores éticos, entre outros.

Para a Coalização Empresarial Social (2011) empresas sociais têm objetivos econômicos, comerciais, sociais e ambientais, mas a finalidade ambiental e social se encontra no seio de sua missão, sendo assim, reinvestem os lucros para manter a força de mudança e

impacto positivo, como no caso de Cooperativas e Associações. Ambas são organizações sem fins lucrativos, porém as Cooperativas tem finalidade econômica, podendo distribuir os resultados positivos dos exercícios aos cooperados, o que não ocorre com as Associações.

Segundo dados contidos em estudos elaborados pela Fundação Ashoka (McKinsey & Company, 2006), os empreendimentos de impacto podem ser rentáveis e lucrativos. Porém, este tipo de negócio busca o impacto positivo social ou ambiental gerado através do próprio *core business* do modelo, sendo que a intenção faz a diferença.

Para KERLIN (2006), qualquer atividade que tenha no centro de seus objetivos, melhorias sociais e ambientais podem ser negócios de impacto, podendo ter formas jurídicas diferentes, sendo corporações, cooperativas, associações e sociedade limitada.

Para YUNUS (2010) apesar de serem opostos e/ou conflitantes a coexistência de interesses econômicos e sociais, é possível, mas difícil. Em 1976, Mohammad Yunus fundou em Bangladesh, onde morava, o Grameen Bank, que consistiu no conhecido “Banco dos Pobres”, para o qual emprestava dinheiro àqueles que não teriam acesso a crédito nos bancos tradicionais de mercado e principalmente entre seus clientes, estavam as mulheres, que queriam começar pequenos negócios, para se sustentar. Segundo o autor, empresas sociais podem ser:

- a) aquelas empresas onde o objetivo social supera o econômico, que investem em reduzir a pobreza, em melhorar a saúde para os pobres, atuar em prol da justiça social e da sustentabilidade, buscando também satisfações emocionais, espirituais como recompensa, para além dos lucros.
- b) empresas que tem como objetivo maior ajudar a empresas de grupos menos favorecidos a obterem lucro e minimizar a pobreza.

Em síntese, o autor considera que o negócio social deve promover o social e não a riqueza individual. Portanto, entre os critérios e valores importantes, que devem ser considerados para criação de negócios de impacto social e ambiental está o atendimento às necessidades do fornecedor e do consumidor, a contribuição para o desenvolvimento sustentável, sendo assim o valor social suplanta o valor econômico.

Outros autores como MICHAEL CHU e STUART HART conforme COGO (2015) de diferentes correntes preconizam que a distribuição de lucros não impede o impacto social, criando possibilidades de atrair maiores investimentos, aumentando a escala e maximizando os impactos sociais.

Buscando atender exigências de mercado, apresentar diferencial competitivo, algumas empresas buscam transformações, cujas mudanças incluem a responsabilidade socioambiental como novos valores e práticas. Estas empresas possuem uma gestão transparente dentro dos melhores padrões de práticas sociais e ambientais, sendo mais importante ser melhor para o mundo que ser a melhor empresa do mundo, mesmo tendo como meta a geração de lucro e o atendimento ao mercado.

### 5.1.2. VALOR COMPARTILHADO

A antiga prática de mercado se baseia no poder de barganha de compradores sobre seus fornecedores. Novas práticas tem como premissa o reconhecimento de que a marginalização dos fornecedores pode tornar o negócio insustentável. Reconhecem que o compartilhamento de tecnologias, de insumos e investimentos que possibilitem melhorias na qualidade e produtividade podem reduzir impactos negativos sobre o meio ambiente, aumentando a eficácia e gerando valor compartilhado.

Por definição, o princípio do valor compartilhado agrega a geração de valor econômico e a geração de valores para sociedade, considerando que o sucesso da empresa resultará em progresso social. Assim, de forma a aproximar as empresas da sociedade PORTER (2011) sugere a criação do valor compartilhado. Para o autor o conceito de valor compartilhado traça novos modelos para negócios na medida em que envolve criar estratégias para gerar valor econômico ao mesmo tempo em que se cria valor para toda a sociedade.

Segundo PORTER (2011) pode-se gerar valor compartilhado em 03 níveis:

- 1- recriando produtos e mercados, atendendo a demanda do consumidor;
- 2- redefinindo a produtividade na cadeia de valores, a partir da inovação ambiental e/ou social;
- 3- desenvolvendo os *clusters* locais.

Para este autor, esta mudança de estratégias torna o valor social “alvo central” e não periférico e o sucesso do empreendimento leva ao progresso social. O conceito de valor compartilhado assume que o mercado é definido não só pelas necessidades que convém ao lucro, mas também pelas necessidades da sociedade. PORTER (2011) considera ainda que o

valor compartilhado deverá ser responsável pela próxima onda de crescimento econômico e inovação, redefinindo também a relação do capitalismo com a sociedade.

O valor compartilhado não tem como princípio a redistribuição de valores. Não é filantropia, nem tampouco responsabilidade social ou sustentabilidade, conforme lembra MICHAEL E. PORTER (2011) no livro *Creating Shared Values*, mas sim uma forma das empresas de atingir um resultado econômico.

Diferentemente dos valores preconizados pelo “Comércio Justo”, de acordo com PORTER (2011), o valor compartilhado traz uma perspectiva de melhorias, como a utilização de novas tecnologias para fortalecimento do *cluster* local, ampliar o valor econômico/social total beneficiando tanto o produtor/fornecedor quanto o comprador de tipo de produto.

Empresas que geram valor compartilhado encontram oportunidade de negócios nas necessidades e ou problemas da sociedade. Sendo assim, não só as necessidades econômicas definem o mercado. Portanto, corrobora a ideia de que o investimento na solução de deficiências da sociedade e pode aumentar a produtividade e expandir os negócios, com uso de tecnologias.

No que tange a pequenos empreendimentos ou negócios, cuja base está na agricultura familiar, a troca de tecnologia é fundamental. Os valores que enredam a teia incluem não só o custo de matéria prima e recursos necessários ao negócio, mas a responsabilidade social e ambiental perante as comunidades onde se inserem.

Quanto ao acesso à tecnologia e à transformação rural inclusiva, vale lembrar a observação contida no relatório da FAO (IFDA, 2016) de que não existe um mecanismo de incentivo natural nos processos de transformação econômica que proteja os interesses dos grupos marginalizados. A transformação rural inclusiva é uma escolha, que deve ser feita para acontecer.

As empresas que constroem seus negócios a partir das demandas sociais, aliadas a outros atores como poder público e ONGs tem a capacidade para promover mudanças em escala, no contexto dos problemas sociais.

PORTER e KRAMER (2011) lembram que quanto mais distante estiver a empresa dos problemas da sociedade maiores seus custos, a exemplo: uma educação de má qualidade irá resultar em custos de produtividade e de capacitação corretiva; uma infraestrutura inadequada de transporte pode elevar custos de logística; a pobreza leva à degradação ambiental, baixa qualidade de saúde da mão-de-obra eleva os custos com segurança. O investimento

tecnológico nos fornecedores, por exemplo, gera valor compartilhado, vez que pode trazer melhoria na qualidade da produção e na entrega da matéria prima.

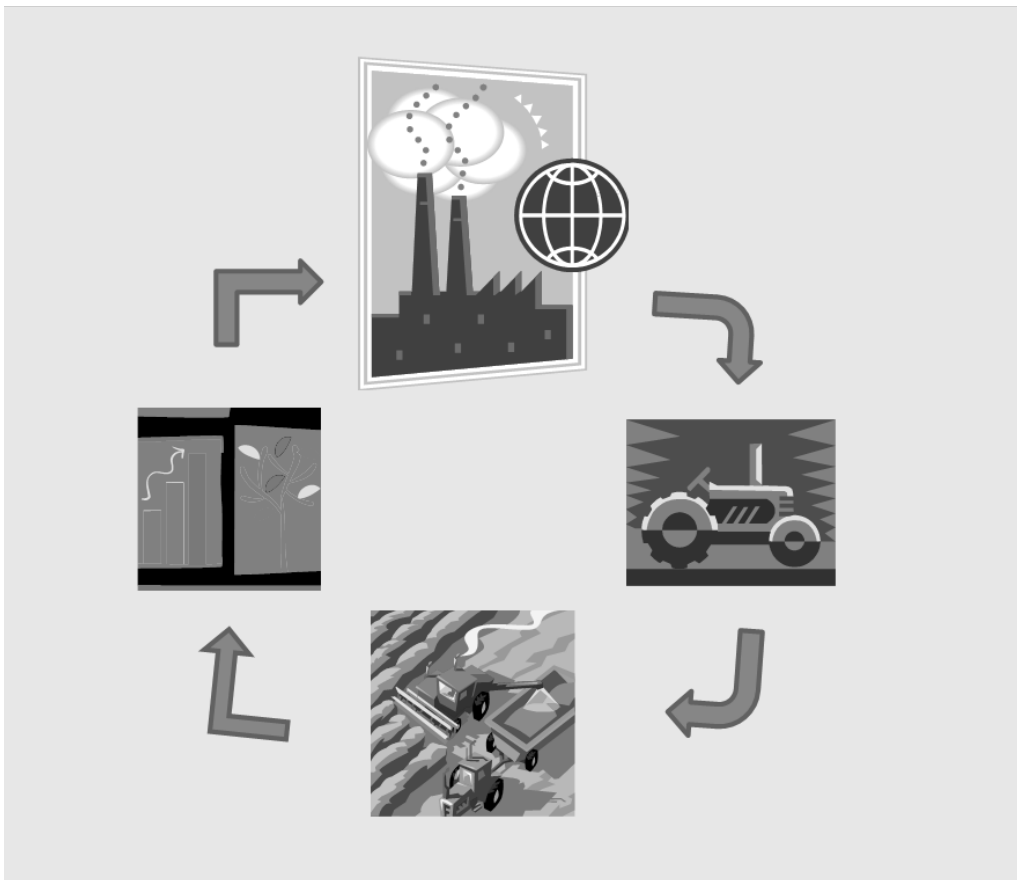


Figura 4: Investindo para gerar valor compartilhado

Fonte: Elaboração própria

Redefinir novas fronteiras para o capitalismo através da geração de valor compartilhado, ganhar eficiência, criar diferenciação estratégica e expandir mercados aliam-se ao progresso, abrindo novas perspectivas para empresas e sociedade.

### 5.1.3. FAIR TRADE OU COMÉRCIO JUSTO

O Comércio Justo é um movimento internacional que surge por volta dos anos 60 e que tem como objetivo promover relações justas de comércio que beneficiem os pequenos produtores favorecendo uma relação mais equilibrada e evitando a exploração comercial por parte de intermediários (SEBRAE, 2017).

Conforme dados da EFTA (2006) os americanos foram pioneiros quando começaram os negócios em 1946 com comunidades pobres em Porto Rico produtoras de artesanatos e artefatos de costura. Por volta de 1960 organizações do terceiro setor (ONGs) de países como a Ásia, África e da América Latina passam a perceber a necessidade de organizações de mercado mais justas, que auxiliassem com assessoria, assistência técnica e apoio a pequenos produtores. Neste cenário, foram surgindo organizações de “comercio justo” que se conectarem às organizações dos países desenvolvidos formando parcerias baseadas em diálogo, transparência e respeito, cuja meta era maior equidade no comercio internacional.

O crescimento da prática do “Comercio Justo” foi associado ao comércio para desenvolvimento, em resposta à pobreza e focado inicialmente na comercialização de produtos artesanais. Paralelo ao comércio de desenvolvimento se desenvolveu um comércio solidário. Organizações foram criadas para importar bens de países progressistas do Sul que eram marginalizados economicamente e politicamente.

Inicialmente as importações eram baseadas em produtos artesanais, para complementar renda das famílias, geralmente produzidos por mulheres com poucas oportunidades de trabalho. Posteriormente outros produtos foram incorporados como café, chás, coco, açúcar, vinho, sucos de fruta, temperos, arroz e outros vários, como flores e algodão, conforme dados da EFTA (2016).

No Brasil é conhecido como comércio ético e solidário conforme SEBRAE (2017), porém ainda é pouco conhecido por parte dos empreendedores, apesar de ser excelente estratégica para inserção de pequenos produtores marginalizados no mercado e inclusão social e econômica.

O “Comercio Justo” contribui para o desenvolvimento sustentável e promove melhores relações de comércio, garantindo direitos dos trabalhadores. Estas organizações atuam junto aos produtores para promover a conscientização e defendem mudanças nas regras e práticas do comércio internacional, conforme EUROPEAN FAIR TRADE ASSOCIATION (2006).

Para ADAMS E RAISBORUOGH (2008) o Comércio Justo é uma forma primária de consumo ético, cuja definição traz a importância do compromisso explícito com terceiros nas práticas de consumo, para dar sentido às atividades dos atores envolvidos.

Os atores do “Comércio Justo” são produtores, importadores, licenciados e “*world shops*” (SEBRAE, 2017). Aos importadores cabe a distribuição do produto para as lojas,

movimentando o comércio no mercado. Os licenciados são as empresas certificadas como a FLO (*Fairtrade Labelling International Organizations*) criada em 1997. Estas podem ser empresas que atuam no segmento de forma especializada ou podem ter linhas de produtos que atendem aos requisitos para certificação. Esta certificação contempla desde a cadeia de custódia dos produtores até o mercado quando são comercializados os produtos.

Alguns autores sugerem um caráter multidimensional do “Comércio Justo”, enquanto outros sugerem quatro categorias para os elementos que o constituem. TRADE, BECCHETI E HUYBRECHTS (2008) apud CANTALICE et.al. (2010) apresentam estas categorias como sendo: Comércio, Justiça, Educação e Informação, Regulamentação.

A dimensão Comércio diz respeito às operações de mercado nacionais e internacionais realizadas para comercialização do produto. Quanto aos produtos oferecidos pelo “*Fair Trade*”, visto pela ótica comercial, não diz respeito ao caráter material do produto conforme CANTALICE et.al. (2010), mas às questões subjetivas ligadas à produção e comercialização do produto.

O “Comércio Justo” apresenta uma abordagem alternativa ao comércio convencional e aos pequenos agricultores se apresenta como uma boa alternativa para colocarem seus produtos em mercados convencionais (SEBRAE, 2017) assegurando condições de venda, melhores acordos e condições de troca de acordo com a Fair Trade Labelling Organization International (FLO, 2017).

Ai está a dimensão da “Justiça” ou “Justo” que é afinal a poderosa bandeira do “Fair Trade” que diferencia das outras formas de negócios, conforme NICHOLLS; OPAL (2005), BECCHETI; HUYBRECHTS (2008) apud CANTALICE et. al. (2010). O pagamento de preço justo envolve diálogo e participação das partes envolvidas, remuneração socialmente aceitável (contexto local) considerada pelos próprios produtores como justas e que leva em consideração o princípio da igualdade de remuneração por trabalho igual para mulheres e homens.

Conforme World Fair Trade Organization WFTO (2013) são dez os princípios do comércio justo. Educação e informação aos consumidores estão inseridos na missão do Comércio Justo. Incentivo à capacitação de pequenos produtores nos países pobres, sempre com o objetivo de atuar no combate à pobreza, assegurando os direitos de trabalhadores e pequenos produtores. Neste caso as normas para o Comércio Justo se aplicam tanto aos produtores como aos comerciantes. A regulamentação para padrões aceitáveis de produção

mercado, garantia do cumprimento dos prazos na entrega e qualidade dos produtos. Relações éticas e com base na base na solidariedade, confiança e respeito mútuo que contribuem para a promoção do Comércio Justo.

Esta prática, conforme WFTO (2013), contribui para desenvolvimento sustentável a partir do momento que oferece melhores condições de negócios, especialmente nos países em desenvolvimento. Criação de oportunidades para pequenos produtores em desvantagem econômica, promovendo redução da pobreza como um dos principais objetivos e autossuficiência econômica.

Transparência e responsabilidade são prerrogativas do comércio justo e a promoção do envolvimento das partes e mantém um canal aberto de comunicação, conforme WFTO (2013). Apoio no crescimento e fortalecimento das relações comerciais para manter parceiros, aumentar o volume do comércio e da diversidade de produtos para oferta. Evita-se a prática do comércio desleal e reconhece e promove a identidade cultural e as habilidades tradicionais dos pequenos produtores, conforme refletido nos seus produtos de artesanato, alimentícios e outros.

Ainda conforme WFTO (2013) são prerrogativas do “Comércio Justo” garantir que não haverá envolvimento de trabalho infantil e nem tampouco de trabalho escravo, compromisso com a igualdade de gênero e empoderamento econômico das mulheres e liberdade de associação; a não discriminação de raça, idade, origem nacional, religião, deficiência, orientação sexual, afiliação sindical, política, estado de HIV/AIDS. Assegurar boas condições de trabalho e promover um local de trabalho seguro e saudável, atendendo no mínimo a legislação nacional e local.

Entre os princípios do comércio justo, conforme WFTO (2013) está o respeito ao meio ambiente: uso de matérias primas e uso de recursos de forma sustentável. Tecnologias de produção que reduzam uso de energia, que valorizem fontes de energia renováveis. Minimização de impactos no fluxo de resíduos no meio ambiente, produção de orgânicos ou uso de pesticidas menos agressivos ao meio ambiente.

O Comércio Justo se propõe a ser uma alternativa concreta para o atual sistema de comércio global. Tem também como objetivo o desenvolvimento sustentável da comunidade de produtores, tanto no aspecto econômico quanto no que diz respeito ao meio ambiente. (SEBRAE, 2017)



#### 5.1.4. ECONOMIA SOLIDÁRIA

A Economia Solidária tem suas raízes na Europa do século XIX, segundo GAIGER (2003), quando os operários proletários passam se unir em associações e cooperativas de autogestão para produção, que tiveram mentores intelectuais socialistas utópicos, anarquistas e cristãos. Conforme SINGER & SOUZA (2000) apud GAIGER (2003) o movimento ressurgiu no Brasil por volta de 1980, como forma alternativa no campo social e econômico e tomou força a partir da metade de 1990, após crise de desemprego no país e abertura do mercado brasileiro ao comércio internacional.

Para estes autores a Economia Solidária se opõe ao capitalismo, como uma forma de trabalho onde a autonomia humana e o processo de democratização econômica são pilares, sendo constantemente recriada pelos seus praticantes e mentores, em geral marginalizados pelo mercado do capital.

Para SINGER (2002) apud LUZIO -DOS -SANTOS (2013) a Economia Solidária é um sistema econômico aberto, que tem como pilares valores de solidariedade e cooperativismo, para atender aos anseios materiais e de convívio, perante mecanismos democráticos de autogestão, que tem em seu propósito o bem estar coletivo e individual e ambiental.

Surgem cooperativas nos vários setores como agricultura, setor industrial e incubadoras tecnológicas de cooperativas populares ligadas às universidades, como iniciativas para fortalecimento e criação de formas novas de organização como solução à crise, ao desemprego. Estas associações e cooperativas vão se constituindo em organização econômica, baseada nas trocas solidárias, a partir de princípios éticos e que funcionam como reguladores de mercado.

Por definição, conforme SORBILLE (1999) apud GONÇALVES (2002), Economia Solidária, é aquela que tem como fim assegurar através das relações de solidariedade de produtores autônomos de diferentes tamanhos, um mercado para seus produtos, movimentando outras economias para assessoria técnica, financeira e jurídica entre outras. Tem base comunitária e se baseia no fortalecimento dos atores locais através da melhoria das relações, a partir da construção de redes de grupos que tem ideais comuns. Pode se destacar, conforme GONÇALVES (2002), como solução em alguns setores, como a agricultura familiar.

Assim, podem ser criados mercados solidários, que conforme LISBOA (2000, são diferenciados do mercado capitalista e do estatal, uma vez que a população menos favorecida financeiramente constrói à sua maneira formas práticas de prover recursos a partir das relações de solidariedade. Ai se encontram associações e cooperativas que acreditam na união para resolução de problemas.

CORRÊA (2001) coloca sobre a Economia Solidária na perspectiva da autogestão, quando o trabalho e todos seus processos passam da centralização nas mãos dos gerentes para a responsabilidade do coletivo cooperado. Conforme este autor o processo de autogerir vai além da democratização da economia capitalista, significando mudanças no fundamento desta. Neste processo, a autogestão se baseia na participação de todos no processo de organização e produção do trabalho.

Nas décadas de 80/90 a ausência de políticas governamentais e infraestrutura econômica dificultou muito a comercialização por parte dos pequenos produtores familiares, que conforme SILVA (1993) apud GONÇALVES (2002) foram marginalizados, por negociar seus produtos em mercados intermediários, no qual tinham seu poder de barganha reduzido. Nesta ocasião, a situação se agrava com a Revolução Verde, a produção em grande escala deixou pouco espaço para os agricultores familiares, uma vez que este passa a depender de políticas de preço definidas pelo agronegócio. Assim, a Economia Solidária e o Comércio Justo passam a trazer uma nova perspectiva para fortalecimento dos pequenos produtores e agricultores familiares, uma vez que estes enfrentam barreiras econômicas, tecnológicas e de logística, entre outras dificuldades. Segundo NISSENS (1996); GAIGER et.al. (1999) apud GAIGER (2003) em diferentes países os empreendimentos com base na Economia Solidária se fortaleceram e sobreviveram ao mercado, a partir da adoção deste mecanismo que trouxe novas perspectivas para gerar renda e melhorar a economia.

Um dos objetivos da Economia Solidária é permitir o acesso de pequenos microempreendedores e pequenos agricultores familiares a mercados nacionais e até mesmo internacionais os quais eles não teriam acesso, numa forma de Comércio Justo e alcançando a justiça social. Ao invés da competição temos na Economia Solidária a cooperação, práticas que favorecem o pequeno produtor e se prestam como um caminho para valorização das suas utilidades, conforme FAIR TRADE PROGRAM (2001) apud GONÇALVES (2002).

Os princípios da Economia Solidária englobam a administração democrática e participativa de recursos; inserção comunitária; cooperação entre grupos e redes;

estabelecimento de boas condições de trabalho, responsabilidade ambiental e compromisso com a sustentabilidade, prática de preços justos congruindo com valores do Comércio Justo; respeito às diferenças e assegurar os direitos iguais para todos independente de gênero, raça, geração, etnia e orientação sexual; transparência na gestão dos recursos e distribuição de resultados; estímulo à participação de todos os associados; estímulo ao desenvolvimento local, regional e territorial sustentável

São atividades compatíveis com a Economia Solidária, organização da produção, comercialização de bens e serviços, da distribuição, do consumo e do crédito, em forma de autogestão, cooperação e solidariedade.

Os empreendimentos econômicos considerados solidários devem ter como características exercer atividades de natureza econômica, ser organização coletiva e democrática, cujos sócios ou associados podem ser do meio rural ou urbano e prevaleça a autogestão das atividades e distribuição dos recursos, feita pelos próprios sócios, de forma democrática, transparente e através de assembleias e votos.

A Economia Solidária se apresenta como uma ferramenta para erradicação da pobreza e melhoria de qualidade de vida nos países em desenvolvimento, através da cooperação, do emponderamento e fortalecimento das comunidades de pequenos produtores, possibilitando-os através de novas práticas comerciais, oferecer seus produtos nos mercados consumidores. Produtos oriundos da sociobiodiversidade, cuja prática comercial seja econômica solidária, que prezam pela valorização do território, dos conhecimentos tradicionais, a segurança e o valor nutricional dos alimentos vindos da agricultura familiar são diferenciais no mercado. Desta forma, torna-se possível para os pequenos empreendedores e agricultores familiares o enfrentamento de uma realidade, na qual o comércio livre se consolida com fortalecimento das grandes empresas, conforme lembra GONÇALVES (2002).

Conforme LUZIO-DOS-SANTOS (2013) uma gestão de boa qualidade é fundamental para empreendimentos econômicos solidários, uma vez que estes terão que inserir seus produtos em mercados capitalistas que os obrigam a ter efetividade similar. O autor estudou alguns casos de sucesso e sistematizou as principais estratégias utilizadas:

- a) Estratégia de Integração e Convergência: União de empreendimentos individuais ou pequenas iniciativas dentro do mesmo segmento de atividade, potencializando-se a capacidade de produção e desenvolvimento, proporcionando sinergia como forma de enfrentar a concorrência do mercado tradicional.

- b) Estratégia de Escopo: indicada para empreendimentos de pequeno porte, que dificilmente se manteriam através de ganhos de escala sustentável. Se baseia no atendimento de uma demanda fixa e programada, com contrato, procurando alinhar as necessidades de um grupo de consumidores com a capacidade de oferta dos empreendimentos solidários, garantindo-se fornecimento permanente de produtos e serviços de giro rápido. Esta estratégia pode ser potencializada com entrega a domicílio e adesão inicial de consumidores e adeptos do consumo solidário.
- c) Estratégia de Empoderamento Comunitário: Busca uma necessidade comunitária garantindo permanência de recursos na região, fortalecendo a economia local. Para potencializar essa estratégia é comum o uso de uma moeda comunitária própria, de forma a fomentar e estimular o comércio dentro da comunidade, evitando a saída de recursos.
- d) Estratégia de Fortalecimento Público Privilegiado: Esta se apoia na defesa de políticas públicas de incentivo à comercialização dos produtos e serviços da Economia Solidária. Desta forma estabelece cotas ou mecanismos de discriminação positiva que privilegiam o fornecedor, tornando o mercado fixo estável. Exemplo: a lei da merenda escolar, que obriga que 30% dos alimentos sejam adquiridos de empreendimentos de agricultura familiar.

PAUL SINGER (2002 apud LUZIO-DOS-SANTOS 2013) coloca que um dos desafios da Economia Solidária é a demonstração dos resultados de sua prática através da efetividade em relação ao mercado convencional.

Conforme SACHS (2006) apud LUZIO-DOS-SANTOS (2010) estes empreendimentos devem ser eficazes em se manter pela qualidade dos serviços e eficiência social, equidade, inclusão social e preservação ambiental. Só assim, estas iniciativas poderão se prestar como alternativas legítimas e superiores ao modelo capitalista de empresa. Porém, CARRAZA et. al (2012) lista algumas limitações de produção das organizações de base comunitária que necessitam ser superadas, são elas:

1- Produção em escala insuficiente: ainda há um descompasso entre a demanda de produtos e a produção. É necessário que para abastecimento seja mantida uma produção mínima de forma constante, mesmo respeitando a sazonalidade de produtos.

- 2- Padronização: a falta de padronização dos produtos são um dos problemas que afeta fortemente a entrada no mercado, sendo necessário atenção para cor, textura, qualidade, tamanho dos produtos, embalagem, peso, rótulo e outros detalhes.
- 3- Dificuldade gerencial das organizações, desconhecimento de tecnologias e assistência técnica insuficiente, para produção e comercialização dos produtos.
- 4- Marketing, divulgação insuficiente ou inexistente, para expor os produtos nos mercados adequados.
- 5- Dificuldade de agregar o valor socioambiental aos preços do produto.
- 6- Capital de giro alto para estocagem de produtos sujeito à sazonalidade.
- 7- Falta de tecnologia de produção para ampliação de escala.
- 8- Preços incompatíveis que dificultam a venda nos mercados consumidores.
- 9- Dificuldade ao crédito.
- 10- Baixa diversificação do mercado, o que cria uma forte dependência de clientes, aumentando o risco e a fragilidade.
- 11- Dependência de recursos externos para capital de giro e infraestrutura, baixa capacidade de gestão e administração dos recursos, fragilidade e risco de débitos.

Perante a fragilidade e as dificuldades das iniciativas comunitárias a sustentabilidade do negócio fica comprometida. É, conforme Carraza et. al (2012), para emponderamento das organizações comunitárias, que os produtores dominem a produção de matéria prima, os insumos, beneficiamento, logística, distribuição, gestão, marketing e comercialização, e adotem uma cadeia completa e fechada de produção.

Por fim, como lembra LUZIO-DOS-SANTOS (2013), é ponto comum entre os autores SINGER (2002), MANCE (2000), CATTANI (2007) que a articulação das iniciativas em redes poderá fortalecer e potencializar os empreendimentos de Economia Solidária para o enfrentamento de um ambiente hostil e se prestar como alternativa ao mercado capitalista.

## **5.2. CAPÍTULO 2: SISTEMA DE PRODUÇÃO DOS ORGÂNICOS**

Após a Revolução Verde, que ocorreu nos anos de 1960/1970 e marcou o início dos tempos de produção agrícola realizados em grande escala no Brasil, a tecnologia de cultivo

passou a considerar a otimização do uso do solo, para qual foram adotadas técnicas como uso dos defensivos agrícolas e agroquímicos para fertilização do solo e controle de pragas, cujos impactos não foram corretamente previstos, resultando muitas das vezes em esgotamento do solo, processos erosivos, contaminação de corpos d'água.

A perda da competitividade de mercado por parte dos pequenos produtores foi resultados dos impactos deste modelo, que passa a ser discutido. A produção orgânica passa a ter um destaque como uma alternativa ao sistema agrícola convencional.

O marco legal da agricultura orgânica é a Lei 10.831 de 23 de dezembro de 2003, que define o sistema orgânico de produção agropecuária.

“Artigo 1º “Considera-se um sistema orgânico de produção agropecuária é aquele em que são adotadas técnicas específicas, mediante a otimização de uso de recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não renovável empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente.”

Sendo assim, os alimentos orgânicos são considerados alimentos produzidos a partir do resgate das práticas agrícolas tradicionais, responsáveis e agroecológicas que não causam impactos negativos ao meio ambiente e são benéficos à saúde humana. Estas técnicas são compatíveis com a conservação dos recursos naturais e da biodiversidade, levando alimentos isentos de agrotóxicos e de boa qualidade à mesa do consumidor. Apresentam como diferencial de mercado alimentos saudáveis para população e sem risco de contaminação ao meio ambiente.

Entre os objetivos da produção orgânica estão a redução da dependência da energia não-renovável e do uso de sintéticos, bem como o objetivo de se evitar o uso de organismos geneticamente modificados, em todas as fases da produção, incluindo processamento e

comercialização, conforme Decreto 6323 de 27 de dezembro de 2007, Artigo 2, Capítulo I, Título I.

Conforme a Lei 10.831/2003, a um sistema de produção orgânico cabe preservar a diversidade biológica de ecossistemas naturais, enriquecer e recompor os ecossistemas naturais já alterados; incrementar a atividade biológica do solo; utilizar de práticas agrícolas que conservem solo e água; fomentar a reciclagem de resíduos orgânicos; apoiar-se no uso de recursos renováveis e em sistemas agrícolas organizados localmente; incentivar integração dos diversos agentes da cadeia produtiva e do mercado consumidor; incentivar a regionalização da produção e da comercialização dos produtos orgânicos; manter a qualidade e a integridade dos produtos orgânicos em todas as etapas ao longo da cadeia.

Para comercialização dos produtos orgânicos, é necessário que a produção e produtos sejam certificados por organismos acreditados e autorizados oficialmente. No caso dos agricultores familiares que tenham formado cooperativa e/ou associação, ou qualquer outra forma de Organização de Controle Social (OCS), devidamente cadastrados no órgão fiscalizador, podem seguir os processos da legislação e a auditoria é feita pela própria OCS. Neste caso, os produtores podem comercializar seu produto diretamente ao consumidor em feiras e outros locais. Porém, deve deixar livre acesso para fiscalização da produção e do processamento dos produtos, quando solicitado pelo órgão.



Figura 5: Venda direta para comércio local.

Fonte: MAPA, 2009. Produtos orgânicos: Olho do consumidor.

Quanto à certificação dos pequenos produtores pode ser feita em grupos. Agricultores familiares, quilombolas, projetos de assentamentos, indígenas e ribeirinhos que tenham se organizado de forma a fazer a gestão e controle do cumprimento dos procedimentos regulamentados, ou seja, garantir um Sistema de Controle Interno (SCI), podem obter seu Certificado de Conformidade Orgânica. Este certificado tem a validade de 01 ano, quando deve ser renovado antes do vencimento. A qualidade do produto deve ser mantida ao longo

do processo, em toda cadeia produtiva. Cabe ao produtor, pessoa física ou jurídica regularizar sua atividade perante o órgão competente.

A responsabilidade civil e penal é cabível aos infratores da legislação e resultam em sanções, que podem ser desde a condenação, suspensão da comercialização de produtos até o pagamento de multa, cujos valores variam conforme a infração e suspensão do registro, ou da licença.

O Decreto 6.323 de 27 de dezembro de 2007 regulamentou a Lei 10.831 de 2003. Através deste decreto ficou estabelecido que o Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Inmetro), fica responsável pela acreditação de organismos que queiram se credenciar ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) como avaliadores/certificadores de conformidades para orgânicos. Também cabe ao MAPA a produção de manual de boas práticas para sistemas orgânicos.

A certificação orgânica, conforme a legislação preconiza (Decreto 6323/2007) é a garantia dada a um produtor de que as normas de produção orgânica estão sendo atendidas. O tempo/prazo que decorre desde a solicitação de uma determinada produção até a sua certificação como orgânica, é chamado de prazo de conversão. É neste período que deve ser feito o plano de manejo de produção orgânica. Pode ser realizada também a certificação de forma participativa, através de um determinado Sistema Participativo de Garantia de Qualidade Orgânica, que atesta a qualidade de um produto ou serviço dentro das normas e requisitos exigidos para produtos orgânicos.

Entre as normas e diretrizes a serem atendidas para produção de alimentos orgânicos estão aquelas relacionadas ao uso de práticas que se prestem ao manejo sustentado de recursos naturais, como o extrativismo sustentável orgânico; manutenção da integridade orgânica dos produtos; manutenção da qualidade orgânica relacionada às questões ambientais e sociais. A rede de produção orgânica pode envolver toda cadeia, desde os produtores, responsáveis pelo processamento, transporte, armazenagem, comercialização ou consumo de produtos orgânicos. Entre critérios, diretrizes e princípios definidos pelo Decreto 6323/2007 estão:

- ✓ A rede de produção orgânica deve promover o desenvolvimento social e econômico sustentável;
- ✓ Respeitar a legislação ambiental e trabalhista na sua totalidade; estabelecer relações de trabalho que prezem pela equidade e que sejam justas e dignas, independente do contrato de trabalho estabelecido;



- ✓ Os sistemas agropecuários devem basear-se no uso de recursos naturais renováveis e organizados de forma local;
- ✓ Incentiva à integração da rede orgânica ao comércio e consumidor final;
- ✓ Uso de práticas sustentáveis em todo o processo da produção a comercialização, considerando ainda o manejo da produção e dos resíduos gerados;
- ✓ Considerar a preservação da diversidade biológica dos ecossistemas naturais onde se instala o sistema de produção orgânica e a recomposição dos ecossistemas modificados, dando especial importância às espécies ameaçadas;
- ✓ Promover o consumo responsável, o Comércio Justo e solidário, baseado na ética;
- ✓ Ofertar produtos de boa qualidade, sem agrotóxicos, isentos de qualquer substância nociva à saúde humana e ao meio ambiente;
- ✓ Atender as boas práticas de manuseio para garantir a integridade orgânica e qualidades vitais dos produtos em todas as etapas;
- ✓ Otimizar o uso do solo, ar e águas de forma a evitar desperdícios;
- ✓ Manter boas práticas de manejo para garantir o bem estar dos animais na produção;
- ✓ Manejar o solo de forma a manter o seu equilíbrio e a atividade biológica neste, tendo como meta aumento da fertilidade de forma progressiva e em longo prazo;
- ✓ Reciclagem de resíduos de origem orgânica, reduzindo uso de energias não renováveis;
- ✓ Converter progressivamente toda unidade de produção em sistema orgânico.

Vale observar que, conforme este Decreto, as relações de trabalho, a tradição a cultura e organização social das comunidades tradicionais devem ser respeitados. Valem ressaltar as relações de trabalho em condições especiais, que são consideradas pela Lei 10.831/2003 aquelas nas comunidades tradicionais, onde as crianças participam com atividades específicas nos trabalhos no campo, junto às suas famílias, com objetivo de serem preparadas, treinadas para o futuro trabalho.

Ainda são previstos que os trabalhadores tenham segurança, salubridade e acesso aos serviços básicos, no ambiente de trabalho. A capacitação para a produção orgânica deve ser promovida pelo contratante dos serviços.

Para comercialização dos produtos no mercado interno, os produtos orgânicos devem ser protegidos e mantidos separados de produtos não orgânicos. Para serviços de alimentação que ofereçam produtos orgânicos, devem estes anunciar quais são preparados com

ingredientes orgânicos, deixando lista à disposição dos consumidores. Para os agricultores que vendem nas feiras, deve ser mantidos cadastro e comprovante junto ao órgão fiscalizador.

Produtos de exportação, que sejam considerados orgânicos perante as exigências legais do país de destino, só podem ser comercializados no mercado interno se atender também as normas exigidas na legislação brasileira. Da mesma forma, produtos importados para serem comercializados no Brasil como orgânicos devem estar de acordo com as exigências da legislação brasileira para produção orgânica. Para tanto valem acordos de equivalência da conformidade orgânica, ou os produtos devem ser certificados por organismos reconhecidos pelo MAPA.

O uso do selo para informar a qualidade dos produtos orgânicos deve atender aos regulamentos técnicos. Receberá o selo do Sistema Brasileiro de Avaliação de Conformidade Orgânica produtos comercializados diretamente aos consumidores e que tenham sido previamente verificados por organismos de avaliação credenciados ao MAPA. Os agricultores familiares que comercializarem seus produtos diretamente em feiras deverão ser identificados pelo cadastro e conforme regras estabelecidas pelo MAPA.

As relações de transparência na produção orgânica são preconizadas na legislação devendo os produtores atender às normas técnicas e permitir a realização de auditorias para avaliação da conformidade orgânica, informando ao órgão fiscalizador sobre todas e quaisquer alterações no sistema de produção.

A Instrução Normativa 46/2011 com alterações dadas pela IN 17/2014/MAPA, estabelecem os requisitos técnicos para os Sistemas Orgânicos de Produção baseados na legislação e detalha quantos aos diferentes aspectos. São requisitos gerais para produção orgânica em relação ao meio ambiente, conforme artigo 40 Capítulo I, Título I da Instrução Normativa IN46:

- I- A manutenção das áreas de preservação permanente;
- II- A atenuação da pressão antrópica sobre os ecossistemas;
- III- A proteção, a conservação e o uso racional dos recursos naturais;
- IV- Incremento da biodiversidade animal e vegetal;
- V- Regeneração de áreas degradadas.

Quanto aos aspectos das atividades econômicas os sistemas de produção de orgânicos devem ter como objetivos a alcançar, conforme artigo 50 Capítulo I, Título I:

- I- O melhoramento genético, visando à adaptabilidade às condições ambientais locais e rusticidade;
- II- A manutenção e a recuperação de variedades locais, tradicionais ou crioulas, ameaçadas pela erosão genética;
- III- A promoção e a manutenção do equilíbrio do sistema de produção como estratégia de promover e manter a sanidade dos animais e vegetais;
- IV- A interação da produção animal e vegetal;
- V- A valorização dos aspectos culturais e a regionalização da produção;
- VI- Promover a saúde animal por meio de estratégias prioritariamente preventivas.

Para os aspectos sociais conforme a IN46, deve-se buscar a partir de um sistema orgânico de produção:

- I- Relações de trabalho fundamentadas nos direitos sociais determinados pela Constituição Federal;
- II- A melhoria da qualidade de vida dos agentes envolvidos em toda a rede de produção orgânica;
- III- Capacitação continuada dos agentes envolvidos em toda a rede de produção orgânica.

As políticas públicas e a legislação para alimentos orgânicos vem estabelecer critérios e fortalecer as regras de produção e regulação sobre a produção e comercialização dos produtos orgânicos. Conforme esta legislação poderão ser incorporados ao conceito de sistema orgânico de produção, as práticas agroecologias, de permacultura, biodinâmica, natural, regenerativa e biológica, mas desde que atendam aos princípios definidos por esta Lei.

### **5.3. CAPÍTULO 3: ELABORAÇÃO DA MATRIZ ANALÍTICA**

Matrizes são métodos analíticos de tratamento de dados para avaliações, através dos quais pode-se obter um determinado perfil ou identificar pontos estratégicos. Para a elaboração das matrizes comparativas entre os eixos temáticos deste trabalho foram elencados

os critérios que fundamentam os conceitos analisados e que dizem respeito à responsabilidade socioambiental, selecionados a partir da revisão realizada por este estudo.

Estes critérios foram selecionados e agrupados na dimensão ambiental, educacional e tecnológica, socioeconômica, ético-comercial. Foram obtidos a partir a partir da compreensão dos conceitos e dos princípios identificados como valores que regem os temas Negócios de Impacto, Valor Compartilhado, Comércio Justo e Economia Solidária.

Vale ressaltar que não se pretende aqui esgotar o assunto, nem tampouco afirmar que são únicos, os critérios elencados e propostos.

Cabe aqui, portanto, descrever os critérios de responsabilidade socioambiental adotados para comparação dos temas abordados, para melhor compreensão.

#### 5.2.1. *Critérios Ambientais*

a) Contribui para a conservação da biodiversidade:

- incorpora no seu planejamento estratégias para conservação da biodiversidade e dos ecossistemas naturais a nível local e/ou regional (PRIMACK, 2001);

b) Internaliza custos ambientais:

- Considera impactos positivos sobre o meio ambiente, (KRAMER, 2004);
- Incorpora os custos ambientais, ou externalidades que são previstos, considerados e incorporados no planejamento dos negócios e no custo de produtos, PRIMACK, 2001;
- manter pela qualidade dos serviços e eficiência social, equidade, inclusão social e preservação ambiental, SACHS (2006 apud LUZIO-DOS-SANTOS, 2010).

c) Promove o manejo extrativista sustentável:

- Uso dos recursos da biodiversidade de forma sustentável; CARRAZO et. al (2012)

d) Promove a utilização dos recursos naturais de forma sustentável: CARRAZO et.al (2012); PRIMACK (2001); SACHS (2006 apud LUZIO-DOS-SANTOS, 2010)

- práticas para desenvolvimento das atividades envolvem o correto manejo dos recursos hídricos e edáficos; de forma a evitar o esgotamento de nutrientes e degradação do solo, promovendo o enriquecimento da microbiota e evitando o uso de agrotóxicos.

e) Reconhece o valor dos serviços ambientais:

- o reconhecimento da prática do uso sustentável dos recursos naturais prestado por comunidades é considerado como uma prestação de serviço ambiental, agregando valor ao produto oriundo das atividades que a partir daí criam também um valor diferencial no mercado e se tornam mais competitivos. (COMÉRCIO JUSTO)

5.2.2. *Crêterios de Educa o e Tecnologia*

- a) Contribui para melhoria no uso de novas tecnologias (PORTER, 2011): O planejamento dos negócios inclui investimentos em tecnologias para melhoria da produtividade e qualidade, otimiza o de recursos e aumento da eficácia, fortalecendo fornecedores e gerando menor impacto ambiental. Investimento em tecnologias limpas de produ o para evitar gera o de resíduos.
- b) Investe e valoriza técnicas tradicionais de cultivo: Busca valorizar técnicas de cultivo tradicionais que se prestem   conserva o dos recursos naturais. (WFTO, 2013)
- c) Investe em educa o tecnológica e capacita o dos produtores: Possibilita e promove acesso a inova es tecnológicas, caso seja necessário, aliadas de forma a implementar melhorias na produ o e no manejo de recursos. Investe em educa o tecnológica e assistência técnica a produtores, fornecedores, como forma aumentar/otimizar a produ o de forma a minimizar impactos. PORTER (2011), CANTALICE et.al (2010)

5.2.3. *Crêterios Socioeconômicos*

- a) Incentiva o cooperativismo/associativismo: Apoia e incentiva a ado o de formas democráticas de autogestão através do cooperativismo e/ou associativismo, de forma a fortalecer grupos para serem mais competitivos no mercado, promover a inclusão social e econômica de pequenos, com foco no desenvolvimento coletivo, individual e ambiental.
- b) Promove a inclusão de pequenos produtores na cadeia de valor, como fornecedores ou empregados: Considera no planejamento social e econômico do negócio, a inclusão de pequenos fornecedores, criando uma cadeia de valores que promove impactos positivos para a sociedade e o ambiente na região onde se instalam.

- c) Respeita os conhecimentos tradicionais e valoriza o território: Reconhece o valor cultural, a importância das técnicas tradicionais de cultivo do solo e importância do território para conservação da biodiversidade, das comunidades extrativistas, quilombolas e outras. Reconhece também o valor cultural. Transforma estes valores em diferencial para o mercado. (Comércio Justo)
- d) Valor social suplanta o valor econômico: Investimento na solução de deficiências da sociedade, as demandas da sociedade se tornam oportunidades e não só as necessidades econômicas. Empresas que geram valor compartilhado encontram oportunidade de negócios nas necessidades e ou problemas da sociedade. Sendo assim, não só as necessidades econômicas definem o mercado. Portanto, corrobora a idéia de que o investimento na solução de deficiências da sociedade e pode aumentar a produtividade e expandir os negócios, com uso de tecnologias.
- e) Promove o fortalecimento do papel da mulher na sociedade: reconhecimento da importância da contribuição do trabalho feminino para a renda familiar; valorização do trabalho feminino no mercado; defesa da equidade social, da justa remuneração e da oportunidade sem distinção de gênero. Busca apoiar a autonomia financeira e incentivar a participação política das mulheres nas comunidades.
- f) Contribui para o desenvolvimento sustentável: Entende-se como desenvolvimento sustentável, conforme conceito dado na ocasião da Comissão Brundtland (*World Commission on Environment and Development*) em 1987, “desenvolvimento sustentável é aquele que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer as futuras gerações de satisfazerem suas próprias necessidades”. Neste caso, o que devemos preservar para as gerações futuras diz respeito à equidade social e à qualidade de vida para as populações, aos recursos naturais renováveis e não renováveis, à biodiversidade e seus recursos, à terra e ao correto manejo para manter sua capacidade produtiva. Por outro viés, a sustentabilidade do próprio negócio.
- g) Alinha a princípios de cooperação e solidariedade: Apoiar o associativismo a autogestão e distribuição dos recursos oriundos das atividades econômicas desenvolvidas de forma democrática.

- h) Alinha a princípios de respeito à diversidade: Estimula a participação de todos e assegura que todos tenham direitos iguais independente de gênero, raça, geração, etnia e orientação sexual.
- i) Tem foco em populações de baixa renda: Busca criar um mercado para atender populações de baixa renda. Preocupação na inclusão de pequenos produtores marginalizados no mercado, na cadeia de valores, como fornecedores e consumidores. Busca o fortalecimento de pequenos através de cooperativismo e relações solidárias.

#### 5.2.4. *Crítérios Ético-Comerciais*

- a) Promove o estabelecimento de parceria comercial justa: Preocupa-se em estabelecer negociações comerciais que favoreçam pequenos produtores e também compradores, buscando a inserção produtores marginalizados no mercado. Reconhece como valores importantes os serviços sociais e ambientais prestados por estes, criando diferencial.
- b) Baseia-se em diálogo, transparência e respeito: Assegura relações comerciais justas, solidárias e democráticas, com participação de todos envolvidos.
- c) Busca maior equidade no comércio: Busca a equidade nas relações comerciais e na aplicação das políticas a partir da transparência e do respeito aos aspectos de gênero, geração e étnica e a garantia da participação de todos envolvidos.
- d) Promove a autossuficiência comunitária: Promove a democratização da gestão de recursos, onde todos são convidados a participar e assumir suas responsabilidades. Faz com equidade a distribuição/ divisão dos recursos resultados das transações comerciais de mercado, não visa lucro.
- e) Assegura direitos de trabalhadores e pequenos produtores: Preza pelas relações justas de trabalho sem prejuízo a nenhuma das partes.

**Tabela 1. Matriz Critérios Socioambientais x Negócios de Impacto; Valor compartilhado; Comércio Justo; Economia Solidária.**

Temas		Negócios de Impacto	Valor Compartilhado	Comercio Justo	Economia Solidária	% inserção nos temas
Critérios Ambientais	Conservação Biodiversidade	1	0	1	1	75
	Internalização dos custos ambientais	1	1	1	0	75
	Manejo Extrativista sustentável	1	0	1	1	75
	Uso sustentável dos recursos	1	1	1	1	100
	Reconhecimento de Serviços Ambientais Prestados	1	0	1	1	75
Critérios de Educação e Tecnologia	Contribuir para inovações tecnológicas	1	1	0	1	100
	Valorização de técnicas tradicionais	0	0	1	1	50
	Investimentos em educação e tecnologia	1	1	1	1	100
Critérios Socioeconômicos	Incentivo ao cooperativismo/associativismo	0	1	1	1	75
	Inclusão de pequenos produtores em sua cadeia de valor, como fornecedores ou empregados	1	0	1	1	75
	Valorização do território	1	1	1	1	100
	Valor social suplanta o valor econômico	1	0	1	1	75
	Promove o fortalecimento do papel da mulher na sociedade	0	0	1	1	50
	Contribuir para o desenvolvimento sustentável	1	1	1	1	100
	Alinha princípios de cooperação e solidariedade	0	0	1	1	50
	Alinha a princípios de respeito à diversidade	1	1	1	1	100
Tem foco em populações de baixa renda	1	0	1	1	75	



*continuação*

Critérios Ético-comerciais	Estabelece parceria comercial justa	1	1	1	1	100
	Baseia-se em diálogo, transparência e respeito	1	1	1	1	100
	Busca maior equidade no comércio	1	1	1	1	100
	Pressupõe melhores remunerações a fornecedores ou cooperados	1	0	1	1	75
	Promove autossuficiência comunitária	0	0	1	1	50
	Assegurar direitos de trabalhadores e pequenos produtores.	1	1	1	1	100

Fonte: Elaboração Própria

**Tabela 2. Matriz de critérios selecionados com percentual (%) de inserção (= ou > 75%)**

	Temas	Negócios de Impacto	Valor Compartilhado	Comercio Justo	Economia Solidária	% inserção nos temas
Critérios ambientais	Conservação Biodiversidade	1	0	1	1	75
	Internalização dos custos ambientais	1	1	1	0	75
	Manejo Extrativista sustentável	1	1	1	0	75
	Uso sustentável dos recursos	1	1	1	1	100
	Reconhecimento de Serviços Ambientais Prestados	1	1	1	1	100
Critérios de Educação e Tecnologia	Contribuir para inovações tecnológicas	1	1	0	1	100
	Investimentos em educação e tecnologia	1	1	1	1	100
	Incentivo ao cooperativismo/associativismo	0	1	1	1	75
	Inclusão de pequenos produtores em sua cadeia de valor, como fornecedores ou empregados	1	0	1	1	75
Critérios Socioeconômicos	Valorização do território	1	1	1	1	100
	Valor social suplanta o valor econômico	1	0	1	1	75
	Contribuir para o desenvolvimento sustentável	1	1	1	1	100
	Alinha a princípios de respeito à diversidade	1	1	1	1	100
	Tem foco em populações de baixa renda	1	0	1	1	75
	Estabelece parceria comercial justa	1	1	1	1	100
Critérios Ético-comerciais	Baseia-se em diálogo, transparência e respeito	1	1	1	1	100
	Pressupõe melhores remunerações a fornecedores ou cooperados	1	0	1	1	75
	Busca maior equidade no comércio	1	1	1	1	100
	Assegurar direitos de trabalhadores e pequenos produtores.	1	1	1	1	100

Na primeira matriz (Tabela 1) de peso 92, a inserção dos critérios nos temas alcançou 80%. No grupo dos critérios ambientais, todos (05) foram incluídos, uma vez que o percentual de inserção dos critérios variou de 75% a 100%, não havendo nenhum abaixo deste valores. Para o grupo dos critérios de educação e tecnologia, apenas 01 (um) foi excluído por ter 50% de adesão, dos critérios socioeconômicos apenas 02 (dois) critérios foram excluídos e quanto aos critérios ético-comerciais, houve uma (01) exclusão.

Estas exclusões de critérios resultaram na reelaboração da matriz e redistribuição de valor/peso, gerando a Matriz (Tabela 2) que se segue no item 5.2.5.

#### *5.2.5. Matriz para Negócios com Base na Pequena Produção Rural*

Os critérios que compõe a matriz analítica final são aqueles que obtiveram um percentual a partir de 75% de inserção nos temas propostos conforme a Tabela 2. do item 5.2.4.

Estes critérios são aqui considerados os critérios fundamentais para orientar negócios que tem sua base nos pequenos produtores. A matriz agora redefinida pelas exclusões de critérios que obtiveram valor abaixo de 75% teve seu valor/peso igual a 67, considerando a soma dos grupos de critérios, que obtiveram os seguintes valores:

- Peso do grupo dos critérios ambientais: 17
- Peso do grupo dos critérios de educação e tecnologia: 07
- Peso do grupo dos critérios socioeconômicos: 24
- Peso do grupo dos critérios ético comerciais: 19

Cada critério ganhou um determinado valor/peso conforme presença ou ausência, Tabela 3, para fins de quantificar o seu nível de inserção nos temas aos quais foram relacionados. Estes valores poderão servir para atribuir pontuação, quando da aplicação da matriz.

**Tabela 3: Matriz para Negócios de Base na Pequena Produção Rural**

	Temas	% inserção nos temas	Peso/item pontuação
Critérios Ambientais	Conservação Biodiversidade	75	3
	Internalização dos custos ambientais	75	3
	Manejo Extrativista sustentável	75	3
	Uso sustentável dos recursos	100	4
	Reconhecimento de Serviços Ambientais Prestados	100	4
Critérios de Educação e Tecnologia	Contribuir para inovações tecnológicas	100	3
	Investimentos em educação e tecnologia	100	4
Critérios Socioeconômicos	Incentivo ao cooperativismo/associativismo	75	3
	Inclusão de pequenos produtores em sua cadeia de valor, como fornecedores ou empregados	75	3
	Valorização do território	100	4
	Valor social suplanta o valor econômico	75	3
	Contribuir para o desenvolvimento sustentável	100	4
	Alinha a princípios de respeito à diversidade	100	4
	Tem foco em populações de baixa renda	75	3
Critérios Ético-comerciais	Estabelece parceria comercial justa	100	4
	Baseia-se em diálogo, transparência e respeito	100	4
	Pressupõe melhores remunerações a fornecedores ou cooperados	75	3
	Busca maior equidade no comércio	100	4
	Assegurar direitos de trabalhadores e pequenos produtores.	100	4
<b>Pontuação total</b>			<b>67</b>

Fonte: Elaboração própria

Observa-se que na somatória dos pesos dos critérios o valor total obtido para a Matriz é 67.

### **5.3. APLICAÇÃO DA MATRIZ NOS CRITÉRIOS DA LEI DO SISTEMA DE PRODUÇÃO DE ORGÂNICOS**

De forma a testar a aplicação da matriz analítica final parte-se inicialmente para correlacionar os critérios de responsabilidade socioambiental identificados na legislação dos Sistemas de Produção de Orgânicos. Sem querer esgotar o assunto, alguns princípios que regem este Sistema e critérios foram selecionados de forma a serem aplicados na Matriz de Responsabilidade Socioambiental, Tabela 3, item 5.2,5. São estes os que se seguem.

#### 5.3.1. Critérios Ambientais para Sistemas de Produção de Orgânicos

- a) Preservar a diversidade biológica de ecossistemas ainda não modificados.
- b) A proteção, a conservação e o uso racional dos recursos naturais.
- e) Otimizar o uso do solo e fazer o seu manejo de forma a manter o seu equilíbrio e a atividade biológica, objetivando aumentar a fertilidade de forma progressiva e em longo prazo.
- d) A atenuação da pressão antrópica sobre os ecossistemas.
- e) A manutenção e a recuperação de variedades locais, tradicionais ou crioulas, ameaçadas pela erosão genética.

#### 5.3.2. Critérios de Educação e Tecnologia para Sistemas de Produção de Orgânicos

- a) Capacitação continuada dos agentes envolvidos em toda a rede de produção orgânica.
- b) Respeito aos modos tradicionais e culturais das comunidades rurais, quando garantia de sustentabilidade econômica e integridade ecológicas dos ecossistemas.
- c) Deve fazer a transição para o orgânico e ter como meta inserir todas as unidades produtivas no Sistema de Produção Orgânico.
- d) Promover o melhoramento genético, visando à adaptabilidade às condições ambientais locais e rusticidade.
- e) Fomentar uso de tecnologias para a reciclagem de resíduos orgânicos.

#### 5.3.3. Critérios Socioeconômicos para Sistemas de Produção de Orgânicos

- a) Ofertar alimentos saudáveis sem agrotóxicos à população.
- b) A rede de produção orgânica deve promover o desenvolvimento social e econômico sustentável.
- c) Respeito à tradição e cultura das comunidades tradicionais
- d) A melhoria da qualidade de vida dos agentes envolvidos em toda a rede de produção orgânica.

#### 5.3.4. Critérios Ético-Comerciais para Sistemas de Produção de Orgânicos

- a) Incentivar integração entre mercado e agentes da cadeia produtiva

- b) Incentivar a regionalização da produção e comercialização dos produtos
- c) Manter a qualidade dos produtos em todas as etapas da cadeia
- d) Promover o consumo responsável, o Comércio Justo e solidário, baseado na ética;
- e) Transparência em relação às conformidades necessárias aos sistemas de produção orgânica e clareza e detalhamento dos ingredientes/produtos orgânicos comercializados.
- f) Estabelecer relações de trabalho que prezem pela equidade e que sejam justas e dignas, independente do contrato de trabalho estabelecido.
- g) Respeitar a legislação ambiental e trabalhista na sua totalidade e trabalhadores tenham segurança, salubridade e acesso aos serviços básicos, no ambiente de trabalho.

**Tabela 4. Matriz para Negócios de Base na Pequena Produção Rural X Critérios do Sistema de Produção de Orgânicos**

	Temas/Critérios Matriz	Critérios do Sistema de Produção de Orgânicos	Peso/item pontuação
Critérios Ambientais	Conservação Biodiversidade	x	3
	Internalização dos custos ambientais	x	3
	Uso sustentável de recursos naturais	x	3
	Manejo Extrativista sustentável	x	4
	Reconhecimento de Serviços Ambientais Prestado	x	4
Critérios de Educação e Tecnologia	Contribuir para inovações tecnológicas	x	3
	Investimento em Educação	x	4
Critérios Socioeconômicos	Incentivo ao cooperativismo/associativismo	x	3
	Inclusão de pequenos produtores em sua cadeia de valor, como fornecedores ou empregados	x	3
	Valorização do território	x	4

	Valor social suplanta o valor econômico	0	0
	Contribuir para o desenvolvimento sustentável	x	4
	Alinha a princípios de respeito à diversidade	x	4
	Tem foco em populações de baixa renda	0	0
Critérios Ético-comerciais	Estabelece parceria comercial justa	x	4
	Baseia-se em diálogo, transparência e respeito	x	4
	Pressupõe melhores remunerações a fornecedores ou cooperados	x	3
	Busca maior equidade no comércio	x	4
	Assegurar direitos de trabalhadores e pequenos produtores.	x	4
<i>Pontuação total</i>			<b>61</b>

Fonte: Elaboração própria

## 6. DISCUSSÃO

As matrizes elaboradas tiveram pesos diferenciados, conforme número de critérios antes e depois da avaliação de percentual (%) de inserção destes nos temas. O peso equivalente a cada critério foi avaliado conforme somatória de presença (1) e ausência (0) e assim para todos os grupos de critérios.

A matriz final para negócios de base na pequena produção rural foi considerada como parâmetro com inserção dos critérios (soma das presenças) cuja somatória obteve valor 67. Cada grupo de critério obteve peso diferente, pois eles foram o resultado da somatória de presenças, ou seja, é resultado da sua inserção nos temas. Este resultado é também indicativo da transversalidade entre os temas propostos, Negócios de Impacto, Valor Compartilhado, Fair Trade, Economia Solidária e da adesão destes aos critérios selecionados.

Os critérios que obtiveram 100% de inserção nos temas, como “reconhecimento dos serviços ambientais prestados”, “investimento em educação e tecnologia”; “valorização do território”; “contribuir para o desenvolvimento sustentável”; alinhar a princípios de respeito à diversidade”; estabelecer uma parceria comercial justa”; “diálogo e transparência nas relações comerciais”; “maior equidade no comércio”; “assegurar direito dos trabalhadores”, são aqueles que traduzem a transversalidade dos temas e se complementam de forma a propor atendimento aos critérios ambientais, ético-sociais, considerados fundamentais e básicos para planejamento de negócios que tem sua base na pequena produção rural e/ou familiar, conferindo peso maior à matriz.

Não menos importante os critérios que tiveram 75% de inserção “conservação da biodiversidade”; “internalização dos custos ambientais”; “manejo extrativista sustentável”; incentivo ao cooperativismo”; inclusão de pequenos produtores na cadeia de valor”; “foco em população de baixa renda”; “melhores remunerações a produtores” definem importante estratégia para sustentabilidade de negócios de impacto, inclusivos e que pretendam ter como base pequenos produtores rurais.

Apesar de não terem sido elencados para a matriz final, os critérios que tiveram 50% ou menos de adesão nos temas podem ser considerados relevantes no caso de negócios que tem sua base na produção oriunda da agricultura familiar, são eles “valorização de técnicas tradicionais”; “promove o fortalecimento da mulher na sociedade”; alinha a princípios de cooperação e solidariedade”; promove a autossuficiência comunitária”.

O teste da Matriz aplicada para os grupos de critérios selecionados a partir do Sistema de Produção de Orgânicos (Lei 10.831/2003) possibilitou a avaliação do percentual de aderência da legislação na matriz proposta.

Como descrito no Capítulo 5, item 5.2.5, a Matriz para Negócios de Base na Pequena Produção Rural teve valor/peso de 67 para 100% dos critérios atendidos. Ao aplicar a matriz na lei dos orgânicos o valor atingido foi 61.

Detalhando os resultados ao testar os grupos de critérios do Sistema de Produção de Orgânicos na Matriz obteve-se os seguintes resultados;

O valor/ peso total dos critérios de Orgânicos aplicados na Matriz foi 61, com percentual de adesão de 91%. O valor/peso do grupo dos critérios ambientais foi 17 com 100% de adesão. A aderência do grupo de critérios de educação e tecnologia foi de 100% e o valor/peso foi 7. Para o grupo dos critérios socioeconômicos a aderência foi de 75% e o



valor/peso atingido foi 18. O grupo de critérios ético-comerciais teve 100% de aderência e o valor/peso foi 19.

Neste caso, dos 19 critérios, apenas 02 critérios não se aderiram à Matriz de Responsabilidade proposta sendo eles pertencentes ao grupo dos critérios socioeconômicos, respectivamente: “Valor social suplanta valor econômico”, “Foco em populações de baixa renda”. No primeiro, pode-se considerar que a legislação não trata diretamente de estabelecer diretrizes para definição ou concepção de formato empresarial, uma vez que trata de traçar diretrizes para regular a produção e a comercialização de produtos.

No segundo caso, observa-se que a legislação do Sistema de Produção de Orgânicos não tem foco na pequena produção/pequeno produtor, uma vez que não define questões relativas ao tamanho de propriedade ou produção, nem em populações de baixa renda, no que diz respeito ao acesso aos produtos, sendo o mercado consumidor as classes mais abastadas, sendo este público favorecido pela produção de orgânicos, dados seus altos preços de comercialização.

Portanto, observa-se a importância de políticas públicas que subsidiem a produção orgânica dos pequenos produtores rurais e o beneficiamento, que possibilite sua inserção no mercado. Não obstante, é importante possibilitar além da inserção de pequenos produtores, a competitividade, reduzindo barreiras.

## 6. CONCLUSÃO

Considerando que a Matriz para Negócios com Base na Pequena Produção Rural elaborada considera a responsabilidade ambiental e social como pilares e que foi testada pela Lei de Sistema de Produção de Orgânicos com aderência de 91 % pode-se concluir que esta ferramenta poderá ser útil ao desenho e planejamento de pequenos negócios e empresas que tenham como objetivo e base a pequena produção rural.

Dada a transversalidade dos temas, a matriz poderá nortear o planejamento de negócios de impacto positivo tanto social quanto ambiental, inclusivos, com base no pequeno produtor rural, que tenham em seu “cerne” a responsabilidade socioambiental, gerando valor compartilhado e atuando aliados aos princípios do comércio justo e da economia solidária.

Negócios que prezem pelos critérios mínimos estabelecidos nesta matriz tem a possibilidade de causar impactos positivos como prestadores de serviços ambientais e prestadores de serviços sociais. Enfim, no que tange à inclusão de setores de baixa renda no agronegócio, conforme ICKIS et.al. (2010), podem ser boas ferramentas para a luta contra a pobreza na América Latina.

Aplicar os princípios de responsabilidade socioambiental identificados nos temas trabalhados neste estudo, na cadeia de valores de negócios que tem sua base na agricultura familiar pode ser uma estratégia para erradicar a pobreza nos países em desenvolvimento. Vários autores com suas experiências (ICKIS et al, 2010) obtiveram dados de que o crescimento, desenvolvimento da agricultura pode ter efetividade na mitigação da pobreza em países de baixa renda.

Em todas as etapas da cadeia a responsabilidade socioambiental estabelecida nos critérios da Matriz proposta pode ser considerada para negócios de impacto que tem sua base na agricultura familiar. Conforme PORTER (2011), numa visão revisionista que difere da antiga visão capitalista, onde a escolha é por custos mínimos, negócios planejados para internalizar os custos ambientais e desenhados para atender as demandas da sociedade podem significar economia, oportunidade e sustentabilidade.

## 8. BIBLIOGRAFIA

- ADAMS, M. RAISBOROUGH J. What can sociology Say About Fair Trade? Class Reflexivity and Ethical Consumption. Sociology, UK, 2008.
- ALMEIDA, Débora; ALVES, Fernanda Basso; PIRES, Liliane. Governança em cadeias de valor da sociobiodiversidade: experiências e aprendizado de grupos multi-institucionais do Castanha do Brasil e Borracha- FDL, no Acre. Núcleo Maturi, UICN, WWF-Brasil. Brasília, 2012.
- ASSAD, M.L.L; ALMEIDA, Jalcione. Agricultura e sustentabilidade. Contextos, desafios, cenários. Universidade Federal de São Carlos, São Paulo. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Revista Ciências & Ambiente. Pg 15 - 30. 2004
- BARKI, Edgard. Negócios com Impacto Social no Brasil. Editora Peiropolis.
- BARKI, Edgar et ali. Inclusão dos negócios de impacto nas compras de grandes empresas e governo. Força Tarefa de Finanças Sociais. FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS, 2015.MMA/SDS. Brasília, 2002.
- BARROS, Ricardo Luiz Peixoto. Gestão Ambiental Empresarial. FGV. Rio de Janeiro, 2013.
- BERDUSCHI FILHO, Luis Carlos. Assentamentos rurais e conservação da natureza. FAPESP. IGLU. São Paulo, 2013.
- BRAGA, Antonio C.; MIRANDA, Luís C. Comércio e meio ambiente. Uma agenda positiva para o meio ambiente sustentável.
- BRASIL. Agencia Nacional de Vigilancia Sanitária. Lei 986 de 21 de outubro de 1969 define diretrizes básicas sobre alimentos. Publicação DOU 21/10/1969.
- BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Lei 11.326 de 24 de julho de 2006. Estabelece diretrizes para Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Publicada no DOU de 25/07/2006.
- BRASIL. Institui o Programa de Apoio à Conservação Ambiental e o Programa de Fomento às Atividades Produtivas Rurais. Publicada no DOU 17/10/2011.
- BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Projeto de Lei Economia Solidária.  
<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=559138>
- BUSCH, Susanna Erica; RIBEIRO, Helena. Responsabilidade socioambiental: Revisão da literatura de conceitos. INTERFACEHS Revista de Gestão Integrada em Saúde do Trabalho e Meio Ambiente, São Paulo. Maio, 2009. Disponível em:
- CARRAZZA, Luís Rovertto; NOLETO, Rodrigo Almeida; FILIZOLA, Bruno de Carvalho; (ORGs). Cadernos de Normas Fiscais, Sanitárias e Ambientais para regularização de agroindústrias comunitárias de produtos de uso sustentável da sociobiodiversidade. Brasília – DF: Instituto Sociedade, População e Natureza (ISPN), 2ª edição, 2012.

- CARROLL, A.B. Corporate social responsibility: evolution of a definitional construction. *Business & Society*; 38, n3, p268-295, 1999.
- CARROL, A.B.; BUCHHOLTZ, A.K. Corporate citizen. I: *Business & Society. Ethics and stakeholder management*. 6 ed. Ohio: Thomson South-Western, 2006.
- COGO, Letícia. Empreendedorismo social, uma análise do impacto em jovens em situação de vulnerabilidade social, da cidade de Ribeirão Preto. Universidade de São Paulo. Ribeirão Preto, 2015.
- CORRÊA, L.O.R. Economia popular, solidária e autogestão: o papel da educação de adultos neste novo cenário. Porto Alegre 2001.
- COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS. Livro verde promove um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas. Bruxelas, 2001.
- EUROPEAN COMMISSION ENTERPRISE AND INDUSTRY. SBA Fact Sheet, 2009.
- EUROPEAN FAIR TRADE ASSOCIATION. Disponível em: <<http://www.eftafairtrade.org/>> Acesso em 14 de outubro de 2017.
- FAIR TRADE LABELLING ORGANIZATION INTERNATIONAL. Generic Fair Trade Standards, 2009. Disponível em: [http://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/GTS\\_Aug09\\_EN.pdf](http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/GTS_Aug09_EN.pdf) Acesso em 28 setembro de 2017.
- FAIRTRADE INTERNATIONAL. Fair Trade Glossary. A joint publication of the World Fair Trade Organization, Fairtrade International and FLO-CERT. 2011.
- FAIR TRADE PROGRAM. Encontro Nacional de Desenvolvimento Econômico. Visão Mundial, 2001. 5p. FSG. Reimagining Social Change. Disponível em: <http://www.fsg.org/publications/beyond-pioneer>. Acesso em 16 de maio de 2017.
- FAO. Relatório de Desenvolvimento Rural, 2016. IFDA, 2016. <https://nacoesunidas.org/acao/agricultura/>
- GAIGER, Luis Inácio. Salvador: Caderno CRH, n039, p 181-211. 2003
- GONÇALVES, Jackson Eduardo. Economia Solidária: Solução eficiente para a agricultura familiar. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/2/881.pdf>. Acesso em 25 de maio de 2017.
- GONÇALVES, J.E. Análise do programa Comércio Justo e solidário: o caso da Coopercaju no estado do Rio Grande do Norte. 2002. 116 f. Dissertação (Mestrado em Economia) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza.
- GONÇALVES, B.S. Responsabilidade social empresarial nos processos gerenciais e cadeias de valor. São Paulo: Instituto Ethos, 2006. Disponível em: [www.uniethos.org.br/\\_Uniethos/Documents/process\\_gerenciais-web.pdf](http://www.uniethos.org.br/_Uniethos/Documents/process_gerenciais-web.pdf). Acesso em setembro, 2017.
- ICKIS, John C.; LEGUIZAMON, Francisco; FLORES, Juliane; METZGER, Michel. Agrobusiness and Low Income Sectors. Cap.08. Socially Inclusive Business –

- engaging the poor through market initiatives in Iberoamerica. Harvard University. Londres, 2010.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo agropecuário, 2006.
- INTERNATIONAL FUND FOR AGRICULTURAL DEVELOPMENT*. Rural Development Report 2016. Fostering inclusive rural transformation. Quintily, Rome, Italy. September, 2016.
- KERLIN, J. Social enterprise in the United States and Europe: Understanding and learning from the differences, *Voluntas – International Journey of Voluntary and Nonprofit Organizations*, v 17, n.3, pg 247-263, 2006.
- KIYAMA, Renato Seiki; COMINI, Graziella Maria; D'Amario, Edison Quirino. Criação de Negócios Sociais no Brasil: Um Estudo Exploratório.
- KOPF, Cristiane. TÉCNICAS do processamento de frutas para a agricultura familiar. Departamento de Engenharia de Alimentos; Unicentro, Guarapuava: 2008.
- LISBOA, A.de M. Os desafios da economia popular solidária. Florianópolis: 2001.
- LUZIO-DOS-SANTOS, Luís M. Apostila de socioeconomia. Londrina. Universidade Estadual de Londrina. 2010
- LUZIO-DOS-SANTOS, Luís M.; AMANCIO VIEIRA, S.F; BORINELLI, B. Economia Solidária e Estratégia: Entre princípios e pragmatismo. *Solidarity Economy and Strategic: Principles and Between Pragmatism*. Revista Ibero-Americana de Estratégia – Iberoamerican journal of strategic management. 2013 Disponível em:  
[http://www.revistaiberoamericana.org/ojs/index.php/ibero/article/view/2039/pdf\\_](http://www.revistaiberoamericana.org/ojs/index.php/ibero/article/view/2039/pdf_)  
Acesso em 26 de maio de 2017.
- MACHADO FILHO, C.P. Responsabilidade social e governança: o debate das implicações. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.
- MARQUEZ, Patrícia; REFICCO, Ezequiel; BERGER, Gabriel. A Fresh look at markets and the poor. Socially inclusive business. Engaging the poor through market initiatives in Iberoamerica. Social Enterprise Knowledge Network. Harvard University. 2010.
- MCKINSEY & COMPANY. Negócios sociais sustentáveis. Estratégias Inovadoras para o desenvolvimento social. Ashoka Empreendedores Sociais. Editora Petrópolis, São Paulo. 2006
- MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, Cesar. Gestão de responsabilidade ambiental corporativa. O caso brasileiro. Rio de Janeiro. Ed. Qualitymark, 2001.
- MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Fundação Capes. Disponível em: <http://www.capes.gov.br>. Acesso em março 2017.
- MINISTÉRIO DE DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. Agricultura familiar e desenvolvimento agrário. Disponível em:

<http://www.mda.gov.br/sitemda/noticias/o-que-é-agricultura-familiar>. Acesso em 24 de maio de 2017.

MINISTÉRIO DE DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. Cadernos para Agricultura Familiar. PRONAF Agroecologia. Volume I. Brasília, 2016. Disponível em:

[http://www.mda.gov.br/sitemda/sites/sitemda/files/user\\_arquivos\\_3/ps04.pdf](http://www.mda.gov.br/sitemda/sites/sitemda/files/user_arquivos_3/ps04.pdf) Acesso em 24 de maio de 2017.

MINISTÉRIO DE DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. Agroecologia, Agricultura Familiar e Permacultura. O que elas têm em comum. Disponível em: [portal.mda.gov.br/o/12631693](http://portal.mda.gov.br/o/12631693). Acesso em 10 de junho de 2017.

CANTALICE, F.L.B.M. et al. Fair Trade (Comércio Justo) como um tópico quente internacional: análise bibliométrica e reflexão sobre possíveis abordagens do tema. XXXIV Encontro ANPAD. Rio de Janeiro, 2010.

OLIVEIRA, João Maria; ARAUJO, Bruno Cesar de; SILVA, Leandro Valério. Panorama da economia criativa no Brasil. Instituto de Pesquisa Aplicada. Riode Janeiro: IPEA, 2013.

PERMACULTURE PRINCIPLES. Disponível em:

[https://www.permacultureprinciples.com/pt/pc\\_flower\\_poster\\_pt.pdf](https://www.permacultureprinciples.com/pt/pc_flower_poster_pt.pdf). Acesso em 17 de maio de 2017.

PORTER, Michael E; KRAMER, Mark R. Creating Shared Value. Harvard Business Review; Jan/Feb.2011, vol. 89 Issue 1/2, pag. 62-77.

PRAHALAD, C.K. The fortune at the bottom of the pyramid. Eradicating poverty through profits. (up Saddle River) N.J. Wharton School, 2005.

PRIMACK, R.B.; RODRIGUES E. Biologia da conservação. Londrina: 2001. Pag.38-51

REIS, Ana Carla Fonseca. Economia criativa: como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo : Itá Cultural, 2008. 267 p.

SANTANA, N.B; PERICO, A.E.; REBELLATO, D.A.N. Investimento em responsabilidade sócio-ambiental de empresas distribuidoras de energia elétrica: uma análise por envoltória de dados. Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Campus Ponta Grossa. Revista Gestão Industrial, volume 2, n.04: p.124-139. 2006

SEBRAE. O que é e como funciona o Comércio Justo. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-e-como-funciona-o-comercio-justo,8d3ad1eb00ad2410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em 08 de junho de 2017.

SCIENTIFIC ELETRONIC LIBRARY ONLINE. Disponível em: <http://www.scielo.org> Acesso em novembro 2017.

SILVA, C.A.R. da. A experiência cooperativista (Coopermel) no projeto Serra do Mel. 1993. 47 f, Monografia. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

SOUSA, Ana Carolina Cardoso. Responsabilidade social e desenvolvimento sustentável: a incorporação dos conceitos à estratégia empresarial. Universidade Federal do Rio de Janeiro, COPPE. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro, 2006.

SHARED VALUE INICIATIVE.

Disponível em: <https://www.sharedvalue.org/about-shared-value>. Acesso em 16 de maio 2017.

TIM, Jackson. Prosperity without growth. Economics for a finite planet Schumpeter, 1982.

VERACIDADE. Permacultura popular urbana. Disponível em: <http://veracidade.eco.br>. Acesso em 17 de maio de 2017.

VERACIDADE. Mapeamento colaborativo da permacultura no Brasil. Disponível em: <http://veracidade.eco.br/mapeamento-colaborativo-da-permacultura-no-brasil>. Acesso em 17 de maio de 2017.

WCED. World Commission. On Environment and Development. Our common future. Oxford, England: Oxford University Press, 1987.

WFTO. World Fair Trade Organization. Ten principles of Fair Trade. 2013. WFTO.org Disponível em: <https://wfto.com/fair-trade/10-principles-fair-trade>. Acesso em maio, 2018.

YOUNG, R. Dilemmas and advances in corporate social responsibility in Brazil: the work of the Ethos Institute. Natural Resources Forum, v.28, p.291-301,2004.

YUNUS, M.; MOINGEON, B.; LEHMANN-ORTEGA, L. Building Social Business Models: Lessons from Grammeen Experience. Long Range Planning, v 43, pg 308-325, 2010.

YUNUS, M.; Grammeen Bank. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=TPk2gRuIdj0> acesso em 08 de junho de 2017.