

FAIR TRADE: UMA ANÁLISE DOS PRINCÍPIOS DO COMÉRCIO JUSTO NO APL TÊXTIL DE JARDIM DE PIRANHAS - RN

**Kaio Flávio Dantas Alves
Maria Valéria Pereira de Araújo**

RESUMO

Este trabalho é um estudo de caso que pretende analisar a presença dos princípios do *Fair Trade* – Comércio Justo no Arranjo Produtivo Local Têxtil de Jardim de Piranhas/RN, mais precisamente na ASITEX – Associação das Indústrias Têxteis de Jardim de Piranhas/RN. Esta é uma cidade interiorana do estado do Rio Grande do Norte, localizada na Região do Seridó, onde a maior parte de sua população vive da produção de redes, panos-de-prato, mantas, cobertores, toalhas e, entre outros, materiais oriundos de processos produtivos relacionados à indústria têxtil. Devido à sua tradição nesse segmento e ao grande número de empresas localizadas em seu território, bem como a presença do Arranjo Produtivo Local – APL das Tecelagens do Seridó, que reforça a idéia de que há um interesse em melhores práticas de produção e desenvolvimento da atividade local, houve o interesse de desenvolver este estudo na região mencionada.

Palavras Chaves: Comércio Justo. Arranjo Produtivo Local. Relações éticas e solidárias.

ABSTRACT

This paper is a case study that aims to analyze the presence of the principles of FairTrade - Fair Trade Textiles in Local Productive Garden Piranhas / RN, specifically theASITEX - Association of Textile Industries of Garden Piranhas / RN. This is a provincial city of Rio Grande do Norte, located in Region Seridó, where most of its population lives on the production network, rags-to-plate, throws, blankets, towels and, among othermaterials from of processes related to the textile industry. Because of its tradition in this segment and the large number of companies located in its territory, as well as thepresence of the Local Productive Arrangement - APL Seridó of weaving, whichreinforces the idea that there is an interest in best practices in production anddevelopment activity place, there was interest in developing this study in the regionmentioned.

Keywords: Fairtrade. Local Production Arrangement. Ethical relations and solidarity.

1. INTRODUÇÃO

Este estudo surge em um momento que acreditamos ser contundente para o entendimento de uma suposta nova forma de consumir, pois uma Pesquisa Mundial¹ sobre o *Fair Trade*² - Comércio Justo, realizada pelo SEBRAE em 2004, aponta que o consumidor está cada vez mais consciente de seu poder de escolha e disposto a pagar mais por produtos de valor social agregado.

De modo que esse comportamento, como indica a pesquisa realizada pelo SEBRAE, implica uma suposta nova forma de consumir e, conseqüentemente, a postura desses consumidores influenciam os modos de produção e troca de alguns ramos de produção específicos, como segmentos de alimentos (produção de bananas, café, mel, chá, açúcar, sucos, etc.), de produtos têxteis (camisas, tapetes, mantas, entre outros) e de artesanato (artigos para casa, cozinha, utensílios domésticos, etc).

A pesquisa revela que o consumidor mais crítico, e muitas vezes frustrado com as conseqüências da globalização, também em seu ambiente, está buscando e apoiando novos caminhos para um mundo em desarmonia. Isso sugere uma conscientização de responsabilidade social para consumir, o consumidor consciente parece exigir posturas éticas e solidárias por parte do produtor. Assim uma nova forma de troca no mercado vem ganhando força e adeptos em inúmeras partes do mundo, como indica recente pesquisa do SEBRAE em 2004 sobre o Comércio Justo, apontando o crescimento desse segmento em 18 países como Suíça, Alemanha, Reino Unido, EUA, Canadá, entre outros. A pesquisa indica uma expectativa de que o mercado continuará crescendo a taxas de 20 a 25% ao ano em volume e valor para atingir um nível de 150 mil toneladas, o que equivale aproximadamente a um bilhão de dólares no varejo em 2007.

¹ Pesquisa Mundial – Comércio Justo, Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas – Sebrae 2004.

² Fair Trade – Traduzido como Comércio Justo. “É uma parceria comercial baseada em diálogo, transparência e respeito, que busca maior equidade no comércio internacional. É uma modalidade de comércio que contribui para o desenvolvimento sustentável por meio de melhores condições de troca e da garantia dos direitos para produtores e trabalhadores marginalizados – principalmente do Sul.” Definição adotada pela IFAT (International Federation of Alternative Trade em 2001).

Este APL das Tecelagens do Seridó abrange três municípios potiguares seridoenses, que são Caicó, Currais Novos e Jardim de Piranhas, sendo objeto de pesquisa as empresas localizadas, exclusivamente, nesta última cidade.

Dessa forma surgem novas oportunidades mercadológicas para lançar produtos que se encaixem nessa ótica de comércio ético e solidário, assim nos propomos a analisar se os produtos do APL Têxtil de Jardim de Piranhas - RN se enquadram nos princípios que fundamentam o *Fair Trade* - Comércio Justo.

A nosso ver, o Comércio Justo representa uma das tentativas mais significativas para responder aos desafios do capitalismo global, por meio da criação de espaços de trabalho e consumo alternativos que ofereçam condições justas de trabalho, produção e consumo, como também formas inovadoras de parcerias e cooperação empresarial, onde todos trabalham unidos com objetivos comuns.

Assim, o presente estudo tem por objetivo responder e analisar se as práticas e posturas de um empresário associado da Associação das Indústrias Têxteis de Jardim de Piranhas, interior do Rio Grande do Norte, que estão inseridos no APL das Tecelagens do Seridó, seguem os princípios do *Fair Trade* (transparência e co-responsabilidade; relação de longo prazo; pagamento de preço justo; produtores organizados democraticamente; respeito à legislação e normas; e respeito ao meio ambiente).

O objetivo do estudo de caso é exatamente analisar em que nível os princípios do *Fair Trade* - Comércio Justo estão presentes no APL Têxtil de Jardim de Piranhas - RN.

Sabemos que, o cenário organizacional contemporâneo padece da existência da concorrência predatória além de tipos de competição baseados na atuação empresarial individual, onde muitos empreendedores ainda acreditam que o segredo é a alma do negócio. Porém, essa atuação solitária empresarial parece estar em desacordo com uma suposta nova forma de agir, pois a união, o associativismo, a cultura de cooperação vem ganhando força e adeptos no mercado organizacional, um vez que vivenciamos o afloramento da criação de Redes de Supermercados, de Materiais de construção, de Lojas

Varejistas de Móveis, Eletros, Farmácias, enfim. Independentemente do ramo de atuação, a regra parece ser única: unir-se.

O mundo globalizado exige das empresas formas novas e criativas de competir no mercado. De modo que a junção em redes ou APL's se faz cada vez mais necessário, para se garantir competitividade organizacional e mais do que isso, assegurar a sobrevivência dos pequenos e micro negócios.

O Comércio Justo surge em um momento propício para a criação de valor e competitividade organizacional para os micros e pequenos negócios, de forma que seu objetivo é justamente suprir essa necessidade empresarial emergente, que é gerar oportunidades para produtores economicamente em desvantagens, buscando o contato direto entre produtor e consumidor final, anulando a atuação dos atravessadores, além do fortalecimento das relações de longo prazo dos atores envolvidos nesse processo de troca, sempre obedecendo a princípios éticos e solidários pré-estabelecidos.

Dessa forma analisaremos se um associado pratica os princípios defendidos pelo Comércio Justo, de forma que, se não são praticados esses princípios, eles estariam fadados ao desaparecimento. A participação de redes de relacionamentos, APL's, Associações, Cooperativas, enfim, esses mecanismos que os colocam próximos de seus semelhantes, gerando crescimento e desenvolvimento do ramo de atuação parece ser uma alternativa de grandes resultados para driblar a competição predatória e desleal da contemporaneidade, pois isso está fundamentalmente ligada à uma questão hoje de sobrevivência, se unir passa a ser questão primordial para ser competitivo.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Caracterização do APL Têxtil de Jardim de Piranhas – RN

Jardim de Piranhas é uma cidade do interior do Estado do Rio Grande do Norte, está localizada na Região do Seridó, na microrregião do Seridó Ocidental, mesorregião Central Potiguar, faz fronteira com o Estado da Paraíba, está a aproximadamente 287 km de distância da Capital do Estado, Natal. A cidade tem 13.719 habitantes, sua área territorial é de 331 km², tendo densidade demográfica de 41,45 h/km², está inserido nos domínios da

bacia hidrográfica Piranhas-Açu, às margens do Rio Piranhas, maior reservatório de água do Estado. Segundo dados coletados no IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – 2007. Ainda segundo o IBGE, seu PIB per capita em 2004 foi de 2.331 reais.

Possui clima quente e semi-árido, com baixas precipitações pluviométricas, suas temperaturas oscilam entre máximas e mínimas, respectivamente, de 33° C e 18° C, médias de 27,5° C (QUALITAL, 2005).

Seu IDH no ano de 2000 foi de 0,675, índice considerado médio pela ONU. A expectativa de vida é de 75 anos. Dos 167 municípios potiguares está entre as 30 melhores cidades para se viver do Rio Grande do Norte, a despeito da elevada concentração de renda por parte dos empresários do ramo têxtil. No *ranking* de desenvolvimento nacional a cidade encontra-se em 3.381º lugar (3.381/5.561 municípios)³.

A indústria têxtil de Jardim de Piranhas se iniciou em meados de 1945, os primeiros teares foram trazidos pelo comerciante Pedro Plácido de Almeida, a produção era feita de forma totalmente manual e rudimentar, pois os teares eram de madeira e funcionavam com a força do movimento dos braços do homem. Os teares elétricos só chegaram à cidade na década de 70, onde os primeiros teares foram trazidos da cidade de Americanas, Nova Odessa e Santa Bárbara ambas do interior de São Paulo, inicialmente a produção era de redes, atualmente existe uma diversidade de produtos, tais como cobertores, sacos, toalhas e os tão procurados panos-de-prato. Muitas das tecelagens são indústrias de fundo de quintal, onde as casas abrigam também os teares, responsáveis pelo sustento da família (ARAÚJO, SALES E MACÁRIO, 1994)

2.2 APL Têxtil de Jardim de Piranhas – RN

2.2.1 O que é um APL?

Arranjos produtivos são aglomerações de empresas localizadas em um mesmo território, que atuam em torno de uma atividade produtiva especializada e mantêm algum vínculo de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com outros atores

³ Fonte: <<http://www.desenvolvimentomunicipal.com.br>>. Acessado em: 13 nov. 2007

locais tais como governo, associações empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa.

A noção de território é fundamental para a atuação em Arranjos Produtivos Locais. No entanto, a idéia de território não se resume apenas à sua dimensão material ou concreta. Território é um campo de forças, uma teia ou rede de relações sociais que se projetam em um determinado espaço. Nesse sentido, o Arranjo Produtivo Local também é um território onde a dimensão constitutiva é econômica por definição, apesar de não se restringir a ela. Portanto, o Arranjo Produtivo Local compreende um recorte do espaço geográfico (parte de um município, conjunto de municípios, bacias hidrográficas, vales, serras, etc.) que possua sinais de identidade coletiva (sociais, culturais, econômicos, políticos, ambientais ou históricos).

Além disso, ele deve manter ou ter a capacidade de promover uma convergência em termos de expectativas de desenvolvimento, estabelecer parcerias e compromissos para manter e especializar os investimentos de cada um dos atores no próprio território, e promover ou ser passível de uma integração econômica e social no âmbito local⁴.

2.3 Fair Trade – Comércio Justo

2.3.1 Origem e conceito

Na década de 60, havia grupos organizados europeus e norte-americanos (ONGs, agências de cooperação, instituições filantrópicas, grupos de consumidores) que vendiam em seus mercados produtos feitos por pequenos produtores, vítimas do isolamento comercial imposto aos regimes políticos em que viviam ou vítimas simplesmente da pobreza. A intenção era ajudar esses pequenos produtores a superar as dificuldades extremas que enfrentavam.

Na década de 70, alguns desses grupos começaram a discutir a possibilidade de unirem forças em torno de formas alternativas de comércio que compensariam pelo que percebiam ser condições comerciais injustas enfrentadas por pequenos produtores em

⁴ Fonte: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 13 nov. 2007.

países pobres.

Assim teve início um processo lento, mas continuado, de uniformização de conceitos (e.g. o que seria um comércio justo?), harmonização de princípios (e.g. igualdade de gênero, respeito à cultura local) e práticas (e.g. pagamento de preços mínimos, contratos de longo prazo), e criação de instrumentos de cooperação entre organizações de comércio alternativo, que de certa forma continua até hoje.

Ficou logo claro, por exemplo, que certas circunstâncias enfrentadas por pequenos produtores em países pobres eram tidas pelas organizações envolvidas como sendo "injustas". Entre estas podemos citar:

A vulnerabilidade de pequenos produtores a flutuações dos mercados internacionais de commodities. Sem acesso a serviços de seguro e crédito e sem reservas de capital, os efeitos das flutuações de mercado sobre pequenos produtores podem ser devastadores;

A apropriação de boa parte do valor adicionado ao longo da cadeia produtiva por intermediários desnecessários ou sobre-valorizados;

A falta de oportunidades econômicas por dificuldades de acesso a capital, mercados compradores e Informação, acesso facilitado a produtores maiores.

Essas condições tidas como injustas inspiraram o funcionamento de acordos comerciais hoje conhecidos como *Fair Trade* (Comércio Justo). Por exemplo:

Acordos de *Fair Trade* buscam estabelecer preços mínimos e demandas de longo prazo, como forma de reduzir a exposição de pequenos produtores às flutuações de mercado;

Acordos de FT buscam pagar preços acima dos de mercado (preços "justos") e aproximar consumidores de produtores, como forma de excluir os intermediários desnecessários na cadeia produtiva;

Acordos de FT buscam disponibilizar pré-financiamento da produção, informação

e acesso a mercados como forma de gerar oportunidades de negócios para pequenos produtores.

Na década de 70, a cooperação entre organizações de comércio alternativo era informal e baseada em encontros esporádicos.

Na segunda metade da década de 80 apareceram as primeiras iniciativas formais de colaboração como a IFAT (*International Federation for Alternative Trade*) a maior associação de *Fair Trade*, reunindo mais de 150 organizações, entre importadores, produtores, varejistas, organizações de promoção e de assessoria, e buscando fomentar a troca de informações e a colaboração entre seus membros.

Em 1988 aparece também a primeira certificadora, a Max Havelaar da Holanda, que daria impulso ao aparecimento de várias outras em outros países.

Em 1990 é criada a EFTA (*European Fair Trade Association*), uma associação de 12 grandes importadores de produtos de comércio justo na Europa, e em 1994 a rede de lojas de FT na Europa conhecida como NEWS.

Em 1994 é também formada nos EUA a *North American Alternative Trade Organization* que no ano seguinte mudaria seu nome para *Fair Trade Federation* (FTF), organização que reúne mais de 90 comerciantes que vendem 100% sob critérios de *Fair Trade* no atacado ou varejo nos Estados Unidos e Canadá. Alguns destes comerciantes são também membros da IFAT.

Finalmente, em 1997 é criada a FLO (*Fairtrade Labelling Organizations International*), uma organização guarda-chuva das 17 certificadoras nacionais na Europa, EUA, Canadá e Japão.

Hoje FLO, IFAT, NEWS (uma associação de mais de 2700 lojas de FT na Europa) e EFTA formam um grupo de trabalho conhecido por FINE. Este grupo busca harmonizar conceitos, princípios e práticas e fomentar a colaboração entre as quatro organizações.

A definição de comércio justo com a qual o grupo FINE tem trabalhado é aquela

tirada da última conferência anual da IFAT em Arusha, Tanzânia, em junho de 2001:

Comércio justo consiste em uma parceria comercial, baseada em diálogo, transparência e respeito, que busca maior equidade no comércio internacional. Ele contribui para o desenvolvimento sustentável através do oferecimento a produtores marginalizados de melhores condições de troca e maiores garantias de seus direitos.

Todo projeto precisa contar com a existência das duas pontas da cadeia produtiva: o pequeno produtor, em condições de desvantagem na concorrência de mercado e o consumidor de produtos de qualidade social.

Havendo as duas pontas da cadeia, parceiros típicos são as associações de produtores (que toma decisões coletivas), organizações de fomento do mercado consumidor (que promovem os produtos de comércio justo) e, quando necessário, organizações comerciantes que, no caso típico de comércio internacional, incluem uma exportadora e uma importadora; organizações de certificação e monitoramento; organizações de assistência e varejistas.

Todos os parceiros devem acordar os princípios e procedimentos básicos para a obtenção de uma relação comercial mais justa. Estes tipicamente envolvem os já citados:

- Preços mínimos e demandas de longo prazo para reduzir exposição a flutuações;
- Preços "justos" e proximidade com consumidores para excluir intermediação desnecessária;
- Pré-financiamento da produção para providenciar acesso a capital.
- Além destes, é também freqüente a adoção de procedimentos que:
- Busquem garantir boas condições de trabalho e protejam o meio-ambiente;
- Busquem a igualdade de gênero e a proteção de crianças;
- Garantam a transparência, a participação e a prestação de contas.

Diferentes formas de garantir o compromisso com os procedimentos acordados

têm sido utilizadas por organizações de comércio justo. A IFAT, por exemplo, exige que seus membros declarem concordância com um conjunto de oito "padrões" a serem adotados por organizações de comércio justo:

- Compromisso com o comércio justo;
- Transparência e prestação de contas;
- Preços justos, buscando "não maximizar lucros mas o bem-estar de produtores e suas famílias, levando em consideração as realidades de mercado";
- Melhora na situação das mulheres;
- Condições de trabalho saudáveis e seguras;
- Sustentabilidade ambiental;
- Capacitação, relações de longo prazo e acesso a mercados;
- Promoção.

Por enquanto, ainda não há na IFAT práticas de monitoramento externo de seus membros, mas há um grupo de trabalho na própria IFAT buscando desenvolver uma metodologia de monitoramento que no futuro poderá contar inclusive com inspeções da FLO.

Caminho semelhante é seguido pela FTF na América do Norte que adota o seguinte critério para aceitação de seus membros (que passam por questionário e entrevista):

- Salários justos no contexto local;
- Ambientes de trabalho cooperativos;
- Educação do consumidor;

- Práticas ambientais sustentáveis;
- Assistência técnica e financeira aos produtores;
- Respeito pela identidade cultural dos produtores;
- Prestação de contas ao público.

Ao contrário da IFAT e da FTF, que trabalham sem monitoramento externo e buscam garantir organizações, a FLO segue práticas internacionalmente aceitas de monitoramento externo e certifica produtos.

Por enquanto existem sete produtos para os quais existe o selo de garantia da FLO: café, chá, suco de laranja, cacau, mel, açúcar e bananas. Para cada produto a FLO possui normas sociais e também algumas normas ambientais e de especificação técnica do produto. As normas de especificação técnica do produto buscam facilitar a aceitação dos produtos no mercado internacional.

Atualmente a FLO está buscando desenvolver normas para grupos mais amplos de produtos como frutas frescas, o que lhe permitiria expandir sua atuação.

Além dos procedimentos adotados por IFAT, FTF e pela FLO para buscar garantir a prática de comércio justo, há organizações que utilizam seu próprio nome no mercado como garantia de suas práticas. Organizações como *The Body Shop* possuem linhas de produtos que incorporam práticas de comércio justo e que são vendidas aos consumidores com base na credibilidade da própria instituição.

No Brasil, uma alternativa que tem sido discutida é a garantia dada por redes de organizações que adotam a certificação participativa, como a rede de agroecologia Ecovida.

O mercado para produtos de FT movimenta atualmente na Europa mais do que US\$ 230 milhões anuais, segundo estimativa da EFTA (*Fair Trade in Europe 2001*) que inclui tanto produtos artesanais vendidos em *World Shops* quanto produtos alimentícios com selo de *Fair Trade* vendidos também em supermercados.

Destes, aproximadamente US\$185 milhões (80%) correspondem a vendas de produtos certificados pela FLO. Os maiores mercados da FLO são Alemanha (US\$60 milhões), Suíça, Reino Unido e Holanda (mais de US\$30 milhões cada).

As parcelas de mercado para produtos certificados chegam a aproximadamente 3% para produtos como o café na Suíça e na Holanda e a 15% para bananas na Suíça. Na Alemanha, a parcela obtida por chá de comércio solidário está por volta de 2%.

Nos Estados Unidos e Canadá o mercado gira em torno de US\$100 milhões segundo cálculos da FTF (*2002 Report on Fair Trade Trends in the U.S. & Canada*). Deste total aproximadamente US\$64,5 milhões (65%) são de café certificado pela FLO, o restante correspondendo a vendas de produtos diversos de membros da FTF, sem o selo da FLO.

Nos Estados Unidos e Canadá, o café certificado da FLO teve em 2000 vendas de aproximadamente US\$64,5 milhões com US\$7,5 milhões destes sendo vendido por empresas 100% de FT e US\$57 milhões sendo vendido por empresas convencionais (incluindo Starbucks). Este café vem principalmente da Colômbia, Costa Rica, Guatemala e México. Não houve certificação de outros produtos da FLO em 2000 nos Estados Unidos e Canadá. Entre os produtos não certificados o claro destaque é o artesanato.

Na Europa, o maior importador de produtos de Fair Trade, Gepa (Alemanha), tem vendas de mais de US\$20 milhões; os dois seguintes têm vendas de mais de US\$10 milhões, Fair Trade Organisatie (Holanda) e Traidcraft (Reino Unido); e os três seguintes tem vendas acima de US\$ 7 milhões, Oxfam Fair Trade (Reino Unido), CTM altromercato (Itália), claro *fair trade* AG (Suíça).

Há um considerável número de importadores menores com vendas acima de US\$1 milhão. A organização Shared Interest (Reino Unido) oferece crédito para organizações de *Fair Trade*.

Nos Estados Unidos, duas organizações, *Ten Thousand Villages* e *SERRV International* possuem vendas acima de US\$10 milhões e US\$5 milhões respectivamente, mais de 95% sendo de artesanato. A organização *Peoplink Inc.* oferece acesso de produtores ao mercado americano via internet.

O Brasil, como país produtor, possui vendas certificadas pela FLO de suco de laranja e banana-passa. Outros produtos vendidos em regime de comércio justo, mas sem certificação incluem óleo de soja, melões, café e camisetas. A única organização brasileira membro da IFAT é o Viva Rio, que trabalha com grupos de costureiras. A BSD tem atuado informalmente como contato da FLO no Brasil.

Há um movimento tomando corpo no Brasil hoje para promover o reconhecimento do comércio justo por parte do comércio varejista e do consumidor, isto é para desenvolver um mercado interno para produtos de comércio justo no Brasil. Este movimento reúne várias entidades, entre elas a BSD. O reconhecimento do consumidor e o desenvolvimento de produtos de comércio justo são processos que precisam ocorrer concomitantemente.

3. METODOLOGIA

O método do estudo de caso é considerado um tipo exploratório de análise qualitativa (YIN 2001). Como outras estratégias de pesquisa têm as suas vantagens e desvantagens que devem ser analisadas à luz do tipo de problema e questões a serem respondidas, do controle possível ao investigador sobre o real evento comportamental e o foco na atualidade, em contraste com o caráter do método histórico (YIN, 2001).

A unidade de análise escolhida para este estudo é um empresário que faz parte da Associação das Indústrias Têxteis de Jardim de Piranhas/RN, denominada ASITEX sendo sua sede e foro situado na cidade de Jardim de Piranha, estado do Rio Grande do Norte. A ASITEX é uma instituição que aplica a valorização dos conceitos do associativismo e da cooperação mútua, e tem esses preceitos como peça fundamental no sucesso da organização.

Nesse estudo de caso será coletado uma entrevista individual com o entrevistado, empresário da associação pesquisada, essa entrevista será gravada para depois transcrita e feita sua análise com maior clareza dos dados coletados.

Neste estudo, a amostra foi selecionada a partir da conveniência do pesquisador. Esta foi constituída por um empresário associado ao APL Têxtil de Jardim de Piranhas pela Associação das Indústrias Têxteis de Jardim de Piranhas – ASITEX. O procedimento de escolha do respondente da pesquisa levou em consideração sua função dentro da associação e meio empresarial local, como também a facilidade de comunicação e acesso ao mesmo.

O entrevistado não será identificado em nenhum momento desde trabalho, como também a empresa da qual pertence o empresário não será evidenciada, ficando o entrevistado totalmente no anonimato. Postura esta, em respeito à escolha do próprio respondente, e que, possivelmente, leva a respostas mais contundentes. Estando o respondente na condição de associado da ASITEX.

4. ANÁLISE DOS DADOS

Nesta seção é analisado cada um dos objetivos específicos⁵ desta pesquisa, onde todos esses objetivos serão examinados nos sub-tópicos seguintes, cada um dos objetivos específicos examinados neste capítulo servirá de base consubstancial para se chegar ao objetivo geral deste trabalho, que é analisar em que nível os princípios do *Fair Trade* – Comércio Justo estão presentes no APL Têxtil de Jardim de Piranhas – RN.

A análise dos objetivos em questão, que se segue nos sub-tópicos deste capítulo, acontecerá com a interpretação das respostas colhidas do entrevistado, associado da ASITEX – Associação das Indústrias Têxteis de Jardim de Piranhas/RN, então objeto de pesquisa.

4.1 Identificar quais dos Princípios do Associativismo estão presentes no APL Têxtil de Jardim de Piranhas/RN.

⁵ Ver página 13.

A análise dos dados coletados com o associado da ASITEX, incluso no APL Têxtil de Jardim de Piranhas/RN, revelou com detalhes a consciência da importância de uma associação, atribuído pelo associado, para uma determinada categoria, classe ou sociedade, salientando o fortalecimento e a troca de idéias que uma categoria ganha em está associada.

Veja:

[...] A associação, pelo que eu entendo, ela é muito importante para uma categoria, uma classe, um povo, uma sociedade, então se associar é somar esforços, somar resultados. Desde que foi anunciada a convocação para criar uma associação eu já tinha feito um juízo de valor do quanto era importante para uma classe, daí eu entendi que eu poderia ser um dos membros.

Logo na segunda resposta, revela-se o motivo pelo qual o empresário ingressou na associação, é notório em suas palavras seu objetivo: “O ato de se reunir e ter forças para reivindicar direitos, foi uma das causas, e a soma de todos os associados no sentido de barganhar para adquirir direitos.”

Identificamos a presença de alguns princípios do associativismo⁶ na ASITEX, porém fato interessante a ser ressaltado, é que o associado relata uma situação ainda de assimilação de princípios como cooperativismo, companheiros, troca de experiências, confiança entre os parceiros por partes dos associados, o entrevistado acredita que os associados poderiam estar em melhor nível nesse quesito. O associado atribui essa deficiência à carga cultural dos empresários, onde as pessoas têm uma visão individualista, todavia é notório que os associados têm consciência dessa deficiência, e que estão sendo bem orientados pela diretoria e instituições parceiras para vencerem juntos essa carência, no entanto fica evidente a real fase de assimilação de tais princípios e que os associados, na percepção do entrevistado, estão engatinhando nesse processo.

Nesse recorte da entrevista podemos visualizar com nitidez tal conjuntura, quando é questionado sobre companheirismo, entre outros princípios, o associado declara:

[...] Isso a gente poderia está melhor, mas isso não foi assimilado ainda, ninguém entendeu essa forma, fazer cooperativismo, associativismo no nordeste é muito complicado porque as pessoas têm uma visão individualista, tem uma visão primitiva, [...] Ainda nessa nossa associação não aconteceu isso de fato, estamos

⁶ Ver Características de uma associação nas páginas 26.

apenas engatinhando, [...] O grupo está sendo muito bem orientado, as pessoas é que não entendem.

Outrora é revelado pelo respondente que existe um alto nível de presença na participação dos associados nas reuniões, fato positivo este onde o empresário também acredita que todos os participantes da ASITEX têm os mesmos direitos, que não existe tratamento diferenciado, tanto é que existe sempre votação para escolha de determinados objetivos, onde os votos de todos têm os mesmos pesos, todavia ele relata divergência entre os associados quando são abordados determinados temas nas reuniões, diz:

[...] A presença nas reuniões supera todas as presenças de outras associações, é um fato fabuloso, então por isso que eu acho que a gente vai ter que mudar, já existe a vontade, já existe a presença e a participação ela é fundamental, [...] Todos são iguais, todos têm direito de votar, de opinar, de contradizer, agora a maioria prevalece. [...] Sempre há divergência, no que diz respeito há pontos, onde há muitas pessoas, sempre há divergência, mas essa divergência é salutar, é normal, e é com o objetivo de melhorar. [...] a gente tem que buscar alternativas se reunindo, criando idéias e tentando por em prática. [...] Tem que romper os costumes. Tem que ter visão e pra ter visão tem que ver o mercado lá fora.

Percebemos no trecho acima, o quanto o entrevistado é claro quando atribui aos próprios associados à responsabilidade pelo sucesso de uma associação. Fica exposta uma visão empreendedora, uma vez que não passa o dever de se chegar ao sucesso para órgãos públicos ou instituições parceiras, ele acredita que isso se consegue na busca de alternativas, criando idéias e soluções.

Na ASITEX o interesse individual não se sobrepõe ao interesse do grupo, na opinião do associado, porém o empresário volta a relatar a deficiência em alguns princípios do associativismo e expõe um objetivo não alcançado pelos associados, diz:

[...] Então fica aquele receio, ninguém quer ainda se solidarizar integralmente um com o outro, se integrar, juntar idéias, somar, porque o objetivo nós ainda não alcançamos, um dos objetivos maiores é fazer uma central de compras, pra barganhar matéria-prima na hora de comprar. [...] O ambiente é de cordialidade, discórdia em temas. [...] Existe uma briga incessante em busca de um ideal, existe o debate, existe a discórdia, mas no final todo mundo se contempla e se valoriza.

Questionado sobre o tipo de ambiente existente na ASITEX, ele declara um fato interessante, onde expõem uma “briga incessante em busca de um ideal”, esse comportamento de inquietação em busca de um ideal demonstra claramente a posse de uma capacidade empreendedora de grande valia para o sucesso de qualquer organização.

Salientamos que nesse momento, o associado declara a existência de espírito de equipe, cooperação e ausência de individualismo entre os associados, alguns destes princípios que foram tão bem relatados anteriormente pelo mesmo em estágio deficitário e de assimilação pelos associados, fato este que possivelmente condiz com a situação real da associação, aonde os mesmos ainda não chegaram a um nível ideal de cooperação, dessa forma seus depoimentos a primeira vista possam nos parecer contraditórios, porém o conjunto desses depoimentos nos revela o real estágio de absorção e “engatinhamento” dos associados da ASITEX num sentido mais amplo dos princípios do cooperativismo.

4.2 Verificar a existência de relações entre os princípios da transparência e coresponsabilidade presentes no Comércio Justo na gestão da cadeia produtiva e comercial dos associados do APL Têxtil de Jardim de Piranhas – RN.

Para dar-se início a examinação deste sub-tópico é aconselhável a leitura do trecho a seguir retirado da entrevista com o associado, onde ele verbaliza inúmeras questões de relevância para este trabalho. Percebamos:

[...] Existe um critério para as empresas se adequarem às normas da associação. Se as empresas estiverem inadimplentes com a Receita Federal, Receita Estadual e outros mais órgãos tributáveis não pode participar. Fica afastada de participar da associação. Existe um estatuto [...] Depois que nós nos associamos, que criamos uma associação houve uma conscientização da classe empresarial, na questão trabalhista, nas condições de trabalho dos funcionários, como material de segurança, horário de trabalho, reposição de hora extra.

A leitura do material colhido acima nos revela que a ASITEX determina alguns critérios que devem ser seguidos pelas empresas para que as mesmas possam participar da associação, alguns destes exposto no estatuto da associação.

De início foi determinado que as empresas não poderiam ter pendências com tributos da esfera federal e estadual, essa atitude mostra que a associação está criando uma conscientização de responsabilidade fiscal na classe empresarial associada, que é de crucial importância, pois assume uma postura comercial de preocupação com a legislação tributária.

Vale salientar a questão da legislação trabalhista neste estudo, uma vez que identificamos uma possível preocupação da associação na preservação dos direitos

trabalhistas, no que diz respeito às questões legais que envolvem a assinatura da carteira de trabalho, o horário de serviço, as horas extras, condições de trabalho e equipamentos de segurança. Onde as empresas deveriam se adequar a estes quesitos trabalhistas, como foi evidenciado pelo respondente.

Outro fato relevante é que as empresas associadas ficam impedidas de utilizar mão-de-obra infantil, pois era de costume a comunidade empresarial local explorar esse tipo de serviço. Com a associação, esse quadro vergonhoso parece ter sido revertido, e hoje o empresário associado afirmar que as empresas associadas não se utilizam de mão-de-obra infantil, ele diz: “O trabalho infantil já foi erradicado. Os associados já assimilaram isso e nós estamos isentos disso”.

Desse modo, é visível a conduta transparente dos associados, no que diz respeito à postura adotada pela associação, ao determinar que suas empresas associadas devem estar em conformidade com as legislações tributárias e trabalhistas. Interessante ressaltar o trabalho da associação de conscientização dos deveres de seus associados, como foi exposto pelo entrevistado.

Um aspecto importante revelado na entrevista pelo associado foi à consideração em desvantagem das empresas associadas em relação às outras empresas da cidade que não fazem parte da associação. Fica uma silenciosa afirmação do empresário, que parece considerar a existência de sonegação fiscal de empresas na cidade.

Veja:

[...] a classe empresarial de Jardim de Piranhas é composta por 250 empresas, mais ou menos isso aí, e apenas 32 fazem parte da associação, porém quando é para penalizar, apenas 32 são penalizadas, quando é para fiscalizar, apenas 32 são fiscalizadas, porém os outros ficam na margem [...] em relação a isso aí, nós temos os dois lados da moeda, agora quem tá fora eu não sei o que pode acontecer num futuro bem próximo.

Questionado sobre ética, responsabilidade social e ambiental o empresário relata os benefícios que a associação trouxe para a comunidade e para a classe empresarial local, onde foi incorporada uma postura comercial de respeito aos direitos trabalhistas e de conscientização tributária, como já foi citado acima. Ademais, o empresário cita a

conquista de melhorias dos produtos fabricados pelos associados, onde revela que já conseguiram colocar seus produtos em grandes lojas devido ao re-direcionamento de foco dos produtos. Como podemos perceber claramente no trecho a seguir.

[...] a ética comercial essa é crucial pra uma empresa [...] na hora que você está dando trabalho para uma pessoa, você está dando co-responsabilidade e isso também dá muitas responsabilidades [...] todas as mudanças que estão existindo é a associação a responsável. Toda a mudança trabalhista, toda a mudança de produtos [...] isso veio mudando com a concepção dos empresários e hoje nós já temos produtos em grandes magazines, em grandes lojas, nós estamos mudando o foco dos nossos produtos, estamos direcionando isso para os grandes centros e para grandes mercados com mais garantia e mais solidez.

Porém, foi pouco evidenciado pelo respondente a responsabilidade social e ambiental das empresas associadas, ficando um tanto quanto confusa e omissa a real postura da associação frente aos desafios destas indústrias têxteis no manejo de seus dejetos e efluentes, sabemos o alto grau de poluição gerada por esses efluentes industriais que acabam por degradar o meio ambiente, mais precisamente o Rio Piranhas, conjectura esta que não poderia ser omitida por este trabalho, sendo um dos princípios mais defendidos pelo Comércio Justo a sustentabilidade ambiental na cadeia produtiva. Todavia o associado revela que:

[...] existe um projeto ambiental em curso, junto com o Governo do Estado e Federal, existe o projeto e nós vamos fazer uma estação de tratamento e beneficiamento de tecido já voltado para as leis ambientais e minimizar a questão de dejetos e efluentes.

Fato este que mostra um projeto sustentável em andamento. Entretanto, como o empresário afirma, o projeto ainda está em curso, desse modo os dejetos estão sem tratamento adequado, fato este que interfere no meio ambiente, assim até sua inauguração nos resta esperar pela promessa de construção de um centro de tratamento dos rejeitos das indústrias têxteis jardinenses, projeto este que sanaria a emissão de efluentes químicos no meio ambiente oriundos da cadeia produtiva têxtil local.

Diante do exposto, fica prejudicado e comprometido o princípio de co-responsabilidade da cadeia produtiva das empresas associadas da ASITEX. Este fato é preocupante e precisa ser sanado, pois como vimos anteriormente⁷, os consumidores estão

⁷ Ver Introdução, página 10.

cada vez mais conscientes de seu poder de escolha e estão optando por empresas que se preocupam e cumprem com seu dever social e ambiental.

4.3 Investigar se os pressupostos do preço justos estão presentes no APL Têxtil de Jardim de Piranhas – RN.

Neste sub-tópico tentaremos examinar se os pressupostos do preço justo estão presentes nas negociações dos atores associados ao APL Têxtil de Jardim de Piranhas/RN.

Primeiramente, deve ser considerado o entendimento do ator em relação a uma negociação, o associado acredita que:

[...] você tem que ganhar, mas pra isso você tem que ganhar com solidez, sem ultrapassar ninguém, sem prejudicar ninguém, você tem que vender o seu produto e que dê satisfação a seu cliente a seu parceiro, você não pode vender um produto e depois ele não comprar mais porque você lesou ele, então o objetivo maior é você vender pouco e sempre.

Essa postura sugere uma atitude clara e honesta com o cliente, pois o empresário enfatiza uma venda sólida e prolongada, considerando que os produtos precisam satisfazer o cliente, o que sugere e estimula um relacionamento de longo prazo com seus consumidores, onde o empresário provavelmente desconsidera na negociação tirar vantagem do cliente, e até prefere vender menos, no entanto pensando em manter um vínculo maior e prolongado com seu cliente.

Para o associado fica claro que o preço considerado justo para ele é aquele ditado pelo mercado, onde a lei da oferta e demanda, da concorrência exerce forte influência, e são essas últimas variáveis que podem criar condições desiguais de competição entre produtores, marginalizando os pequenos e micro-negócios frente aos *big players*⁸, tendo em vista essa última situação, o propósito da premissa de preço justo considerado pelo Comércio Justo, é justamente de criar condições favoráveis para os pequenos negócios, para que eles possam vender seus produtos a um preço justo. No que se refere ao quesito lucratividade, o associado acredita que atualmente não se é possível ter uma maior lucratividade na venda de seus produtos, possivelmente a acirrada concorrência influi de tal forma nos preços praticados pelo associado que o impede de elevar seus preços, ele declara

⁸ Termo em inglês usado para determinar grandes empresas, poderosas organizações.

que é necessário reduzir custos e cortar despesas para que se possa alcançar uma lucratividade desejável.

Podemos confirmar essa afirmação no seguinte trecho que segue em destaque:

[...] O preço considerado justo é o preço que se vale no mercado. O mercado é quem dita, porque a maior lei é a lei do mercado, então quando ele diz que é "X" você tem que se capaz de vender a aquele preço [...] Hoje você não consegue a maior lucratividade possível porque o mercado ele é muito atuante [...] você tem que buscar dentro de casa para tirar a diferença, cortar custos, você tem que cortar custos para enfrentar o mercado.

Indagado se o associado considera seus preços justos, ele é objetivo: "Os meus são". Diferentemente, quando é perguntado a opinião do associado em relação aos preços praticados pelos outros associados da associação, ele afirma que os outros associados diminuem a qualidade de seus produtos para oferecer preços mais acessíveis e declarar que se deveria buscar formas de melhorar a qualidade do produto e oferecer ao mercado produtos melhores de preço compatível. Veja:

[...] Existe produtos feitos com dimensões de "X", que a matéria-prima é uma só, onde eu compro, todos compram, então eu faço um produto com "X" de metragem, e tem alguns associados que diminuem essa metragem para vender mais barato, quando na verdade, é para melhorar a qualidade e oferecer para o cliente, pro mercado, produtos melhores com preços iguais.

Questionado sobre a influência de atravessadores no preço final dos produtos, o associado é taxativo: "Na minha concepção os atravessadores têm que desaparecer". Para o empresário o atravessador encarecesse o preço tanto na hora da compra de matérias-primas, como na hora da venda de seus produtos, acreditando está numa condição de desvantagem.

Foi identificada com clareza na opinião do associado uma consciência de que produtos certificados e que não agredem o meio ambiente exercem, para ele, forte influência sobre os consumidores e que possuem mais valor, o associado vai mais além e chega a afirmar que empresas que produzirem produtos agredindo o meio ambiente irão ficar sem mercado. O que denota para nós pesquisadores que a associação detém de informações valiosas e que em algum momento poderão por em prática estes conceitos, claramente defendido pelo empresário. É possível ver a conscientização do empresário no texto retirado da entrevista.

[...] Sim, o mercado esta dizendo, você ver em algumas etiquetas: produto não utilizado mão-de-obra infantil; produtos que não agredem o meio ambiente.... O meio ambiente esta gritando, e logo, logo, logo, o mais breve possível às pessoas irão dar ênfase a esta realidade. [...] daqui a uns dias quem fizer produto que agride a natureza vai ficar sem mercado. Porque existe uma onda, todo mundo vai preservar, todo mundo quer corrigir, recuperar o que a natureza perdeu, então isso aí vai ser crucial.

A opinião do associado em relação à carga tributária, como era esperado, foi de desaprovação, ele entende que a carga tributária para quem produz é alta e que algumas das vezes isso pode prejudicar as vendas, no momento em que os preços de seus produtos possam vir a ficar mais alto em relação a produtos de concorrentes que não pagaram impostos, como já foi analisado anteriormente.

[...] Muitas vezes dificulta, porque a gente percebe valores diferentes, quando a gente não pode vender, porque o companheiro lá não pagou imposto e a gente teve que pagar, então nosso produto fica mais caro, o do concorrente que não pagou fica mais barato. Então não viabilizando a gente fica prejudicado.

Dessa forma, é interessante ressaltar que o associado considera que seus preços são justos, porém existe uma conjectura que possivelmente não favorece a formação de preços justos, uma vez que percebemos várias realidades, aonde existe um cenário de interferência de atravessadores que encarecem o preço final do produto, aonde há existência de empresas que pagam impostos e outras que, possivelmente, nem sempre e a pesada carga tributária brasileira de impostos, tudo isso somado pode ajudar a favorecer um cenário que cria desvantagens para alguns, precisando ser revista isoladamente cada uma dessas realidades.

4.4 Examinar a ocorrência de ações voltadas para a capacitação dos atores organizacionais do APL Têxtil de Jardim de Piranhas – RN.

Nesse momento tentaremos analisar as ações voltadas para a capacitação, treinamentos e movimentação de informações dentro da associação por parte dos atores organizacionais, para que se possa mensurar a ocorrência ou não dessas informações.

Sabemos que é de vital importância para a realização de metas e objetivos organizacionais a presença constante de boas informações para uma empresa, diga-se de passagem então que para uma associação essas informações se tornam mais preciosas, onde várias empresas estão em contato e que muitas das vezes a associação é quem dissemina as informações. Assim sendo, o associado considera que é

[...] Muito importante, não só na vida da empresa, mas na vida pessoal em todos os sentidos você tem que está informado.[...] Você sabendo do passado, você percebe o presente e faz planos, e direciona tudo pro futuro, porque você tendo conhecimento você vai na frente.

Fato interessante a ser ressaltado que possivelmente pode confirmar estas análises é que o associado atribui mudanças e conquistas com as capacitações oferecidas pelos parceiros, ele cita por exemplo, o SEBRAE, órgão este que acompanha desde o início o funcionamento da associação e vem contribuindo com o desenvolvimento do setor na região.

[...] o Sebrae, junto a outros parceiros [...] nos forneceu vários cursos direcionado para isso [...] Foi feito o curso de gerenciamento, de capacitação, foi feito o curso de empreendedorismo e outros que não estou lembrando agora.

Ele continua:

[...] Houve uma mudança muito boa. Houve uma mudança significativa, porque esses resultados só vieram com esses ensinamentos. [...] já tivemos presentes em vários eventos têxteis [...] o associado é uma pessoa que está buscando mudança, então capacitá-lo é uma prioridade. [...] você tem que ter respeito com seus funcionários, você tem que dar a ele qualidade de vida, valorizar, fazer com que ele valorize a sua empresa, vesti a camisa da empresa. É uma meta, é uma realidade. Um bom ambiente de trabalho, fazendo uma parte recreativa, alguma coisa que der motivação para fazer aquele funcionário trabalhar.

A condição dos associados no quesito capacitações parece está bem estruturalizada nesta associação em estudo, pois aparece citações em vários momentos da entrevista fatos que nos levam a acreditar na presença dessas capacitações. É de se esperar que essas empresas, para crescer, precisem de informações, cursos, treinamentos e capacitações que impulsionem seus negócios, tirando elas do anonimato e as colocando-as seus produtos em vitrines, como por exemplo, na participação de feiras do setor têxtil, isso facilita a prospecção de novos contatos comerciais que favorecerão o desenvolvimento da atividade. A capacitação do empresário parece ser o foco no momento desta associação, pois ele é a chave principal de conscientização das ações a serem desenvolvidas na associação. Não menos importante, o treinamento de funcionários parece está também presente, onde podemos ver que o empresário cita benefícios adquiridos com a capacitação dos mesmos, associando a informação com qualidade de vida, motivação e bom ambiente de trabalho.

4.5 Analisar a postura ética e solidária dos atores organizacionais inseridos no APL Têxtil de Jardim de Piranhas – RN.

De início é interessante sabermos qual é o entendimento que o associado tem em relação a uma postura solidária, ele entende que “Ser solidário é dividir, se doar a um problema que não é só seu, trazer aquele problema que não é seu para você, e tentar resolver”. Dessa forma, podemos identificar que este conceito parece está bem difundido pelo empresário, todavia, quando o questionamos sobre há existência de solidariedade entre os associados da ASITEX, ele nos revela que

[...] Até certo ponto sim, mais eu continuo a dizer, no que diz respeito as nossas origens, nós não avançamos mais porque viemos dessa origem, o que foi feita ate agora foi uma busca para melhorar essa relação, essa relação de parceria. Esta melhorando.

Isso reforça o que foi discutido anteriormente nesta seção, onde os associados parecem encontrar dificuldades de colocar em prática, num sentido mais amplo, o conceito de parceria e solidariedade entre os mesmo. O empresário entrevistado atribui tais dificuldades às origens culturais aonde os associados se encontram, que possivelmente os condicionaram a terem uma postura mais individualista, e menos cooperativa, de todo modo, vimos que esforços estão sendo feitos no intuito de sanear tal dificuldade, onde a informação parece exercer papel crucial nesse quesito.

Questionado sobre quando uma empresa pode ser considerada ética, o empresário nos revela que

[...] ela é ética quando ela paga os encargos trabalhistas merecidos a seus colaboradores, ele é justa quando ela é amiga do meio ambiente, quando ela obedece a esses todos esses preceitos, e quando ela possui ações transparentes.

Percebemos nesse momento uma possível distorção entre o que o empresário acredita, e o que é posto em pratica na questão ambiental, onde as empresas associadas encontram-se com sérios problemas ambientais.

Questionado se existem ações de aproximação da associação com a comunidade visando o bem estar de todos o associado declara, nitidamente, o estágio em que a ASITEX se encontra no cenário social da comunidade na qual está inserida.

[...] Olhe, a ASITEX existe há quatro anos, e ela já deu sinais que vai buscar todos esses pontos aí, não conseguiu ainda ser vista, vislumbrada com esses objetivos, mas o objetivo maior é isso, você usaria o seu poder, a sua força para beneficiar a própria comunidade, a própria sociedade, a própria classe.

Percebemos que a associação têm objetivos e metas que pretendem beneficiar a comunidade, assim perguntamos que ações estão sendo feitas, para podermos mensurar o que realmente está sendo posto em prática em relação as informações e conceitos de ética empresarial dos associados, assim ele nos declara que:

[...] existe um projeto de beneficiamento de tecido, já está em execução junto ao BNDES, junto ao Governo de Estado, para a gente tirar todo esses esgotos de dentro da cidade e fazer um tratamento em uma lagoa. [...] já chegou na esfera estadual e federal, falta só algum entrave burocrático, para chegar a verba e iniciar a execução.

O associado continua:

[...] A conscientização já está existindo nos associados, todos nós já sabemos que não podemos permanecer da forma que estamos, não podemos continuar da forma que está acontecendo, já temos em mente, em consciência do que devemos fazer e é esperar para ver o que é que acontece em relação a este projeto.

Nesse momento é perceptível com clareza na fala do entrevistado o contexto que as empresas associadas se encontram, um possível ambiente de degradação ambiental provocado pelos rejeitos químicos do processo produtivo dos produtos têxteis locais, contaminando as águas do Rio Piranhas, de outro lado, vimos a existência da conscientização ambiental dos associados, onde eles próprios percebem que não podem mais continuar dessa forma, assim parecem estar buscando soluções sustentáveis que sanem tal desequilíbrio ambiental causado por seu processo produtivo, onde cita o projeto de construção de uma lagoa de captação dos dejetos químicos e tratamento dos mesmos, para que assim possam ser lançados no rio sem maiores danos ao meio ambiente.

[...] todos estão empenhados nessa mudança. [...] por exemplo, devolver a água para o rio melhor ou igual do que estamos recebendo, com essa lagoa nós vamos devolver a água para o rio melhor do que estamos recebendo.

É interessante podermos presenciar uma situação de busca por um objetivo desta associação, onde a mesma se mostra empenhada em mudar o quadro atual de degradação ambiental provocado por suas empresas.

Devemos dar destaque ao trabalho que esta sendo desenvolvido por esta associação, para que ela possa servi de exemplo no que se refere as melhores posturas organizacionais que empresas podem adquirir unindo-se, somando esforços, trocando experiências, crescendo junto e vencendo dificuldades no intuito de se construir melhores oportunidades para uma comunidade, esses benefícios o associado atribui a associação, onde ele declara que as mudanças foram conquistadas através dessa união e parceria. Aonde podemos perceber no trecho que se segue.

[...] houve uma mudança muito grande. A empresa ela se reciclou-se, não só a empresa como o empresário, as pessoas se reciclarão, eles têm outro horizonte, eles têm outro pensamento sobre direitos, deveres e obrigações dentro de uma empresa, ou o que deve fazer, onde é que vai buscar a diferença, onde é que vai galgar novos mercados, como fazer, por onde começar, estamos no caminho certo. Tudo isso se deve a ASITEX e a participação das pessoas, dos associados.

Ademais, podemos visualizar que os associados pretendem atingir outros desafios, essa busca incessante pelo ideal é o tempero que provoca o sabor de sucesso de uma associação, onde o empresário declara os pontos a serem melhorados e alcançados pela associação, vejamos:

[...] O que poderia melhorar, como eu te falei, é a... um dos pontos principais seria a central de compras, para comprar matéria-prima, comprar etiqueta, comprar produtos químicos, comprar máquinas, se a gente se reunir e conseguir comprar unido a gente faz uma diferença muito grande, tem um poder de barganha muito grande.

Dessa forma finalizo nossas análises com uma última declaração do associado, que sintetiza bem boa parte do que foi discutido até este momento, pois lendo tal trecho da entrevista percebemos um comportamento empreendedor que faz a grande diferença entre se contentar com o que tem, e buscar o que se falta.

[...] eu vou terminar dizendo que o que aconteceu de mais importante nesses 10 anos em Jardim de Piranhas, a associação foi a que mais se destacou no âmbito da sociedade, e a que assimilou melhor, a que deu retorno para a sociedade, estamos devendo ainda, porque ninguém se dá por satisfeito naquilo que busca, mas estamos no caminho certo, estamos buscando soluções para os nossos problemas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS E SUGESTÕES

Com a análise da coleta de dados, exposta no capítulo anterior, podemos refletir como primeira consideração, acerca dos objetivos dessa pesquisa, que foi identificado

alguns dos princípios do associativismo na ASITEX, princípios estes como cooperativismo, companheirismo, troca de experiências, confiança entre os parceiros, entre outros, todavia é crucial para um melhor entendimento da situação dessa associação, é que tais princípios, apesar de presentes, ainda encontram-se em um estágio de assimilação pelos associados, podendo ser atribuído esse fato a carga cultural individualista dos empresários, foi notado esforços por parte da associação, e até mesmo dos próprios empresários, no sentido de mudar a atual postura de seus associados, porém fica uma certa deficiência nesse quesito, onde os empresários poderiam estar em melhor nível de assimilação desses princípios.

Em relação aos princípios da transparência e da co-responsabilidade na gestão da cadeia produtiva e comercial dos associados, foi percebido ações práticas adotadas pela ASITEX, no intuito de exigir e manter suas empresas associadas em conformidade com a legislação tributária e trabalhista, fato este importante pois denota uma consciência de respeito as normas legais. Interessante ressaltar os esforços da associação em resolver o problema da utilização de mão-de-obra infantil, que resultou na erradicação do trabalho infantil nas empresas associadas. O que demonstra uma postura de transparência dos associados. No quesito co-responsabilidade a associação deixa a desejar, pois a responsabilidade social e ambiental das empresas associadas não vão de encontro a uma postura ideal, onde a poluição geradas pela cadeia produtiva têxtil das empresas compromete e prejudica o princípio da co-responsabilidade. Entretanto, foi identificado um projeto sustentável em andamento, onde os associados pretendem sanar este problema com a construção de uma estação de tratamento dos dejetos químicos e beneficiamento de tecido.

As considerações a respeito dos pressupostos do preço justo apontam para um ótimo nível de conscientização do associado no relacionamento honesto com seus clientes, mostrando um interesse maior no relacionamento de longo prazo com seus parceiros. Para o associado o preço justo é aquele ditado para o mercado, porém sabemos que nem sempre esse preço pode ser justo, tomada as distintas situações onde produtores possam encontrar-se, deixando-os em condições favoráveis ou não, dependendo da conjectura econômica e social que eles estão inseridos, o cenário estudado apresentou realidades distintas que podem não favorecer a formulação de preços justos para alguns produtores.

No que se refere ao princípio de ações voltadas para a capacitação dos atores organizacionais do APL Têxtil de Jardim de Piranhas/RN podemos notar a presença de órgãos parceiros que capacitam e treinam os associados e funcionários, o conhecimento e a informação parecem estar sempre presentes no cotidiano dessas empresas, fato interessante, pois é com a disseminação da informação que eles conseguirão construir uma base sólida de conscientização e ultrapassar os desafios e problemas enfrentados no transcorrer da atividade empresarial, dessa forma nos leva a crer que a ASITEX está bem estruturalizada no quesito treinamentos, onde o foco das capacitações são nos associados.

Por último, as considerações acerca da postura ética e solidária dos associados da ASITEX apontam para dificuldades de colocar em prática, em um sentido mais amplo, o conceito de parceria e solidariedade, isso possivelmente devido a uma postura mais individual dos associados, como foi abordado anteriormente. Na questão ambiental, como já foi considerado, os associados encontram problemas de poluição, o que os tira de um melhor nível de desenvolvimento sustentável.

De toda forma, apesar de alguns dos princípios do Comércio Justo parecerem um tanto quanto prejudicados na cadeia produtiva dos associados da ASITEX, podemos vivenciar as dificuldades, conquistas e acima de tudo, podemos presenciar um interesse de melhoria generalizado, esse fato demonstra que ações serão desenvolvidas no intuito de sanar os percalços encontrados por estas empresas, ademais precisamos refletir acerca da concepção do desenvolvimento contemporâneo da sociedade capitalista, que aponta para uma tendência de articulação entre lucratividade e responsabilidade social. Este processo estaria sendo impulsionado pela terceira revolução industrial, que vem gerando uma economia baseada em serviços, informação, conhecimento e redes, e pelo crescimento da pressão da sociedade civil organizada por uma sociedade mais justa e sustentável. Segundo Srour (1998), nesta nova fase o capitalismo assume caráter associativista e passa a depender não apenas do retorno econômico, mas igualmente, do retorno social.

As práticas do comércio justo exemplificam bem essa tendência, pois

[...] buscam estabelecer relações entre produtores e consumidores baseadas na equidade, parceria, confiança e interesses compartilhados, perseguindo objetivos em dois planos: obter condições mais justas para grupos de

produtores marginalizados e fazer evoluir as práticas e as regras do comércio com o apoio dos consumidores (Johnson, 2004).

Contudo, indicamos que novos estudos sejam feitos sobre o tema abordado com o decorrer do tempo. Também deve ser enfatizado, que com o estudo apresentado por este trabalho, se viu a possibilidade de ser feito outros estudos longitudinais nessa mesma temática em outros APLs - Arranjos Produtivos Locais, Associações, Cooperativas, ou Redes de Negócios, com o intuito de que pode ser relevante para a discussão acadêmica à identificação dos princípios do Comércio Justo em outros contextos mercadológicos, ou até mesmo à aplicação destes princípios em outras organizações, assim disseminando a ótica do consumo consciente.

Ainda seria interessante que novos estudos explorassem a adequação das premissas do Comércio Justo na implantação em outros setores econômicos, como por exemplo, no de serviços, no setor turístico, entre outros.

Também cabe uma análise mais detalhada desta temática sob a perspectiva cartesiana, explorando os reais ganhos de capitais de uma empresa ética e solidária, assim deixando claro e evidente, para os mais céticos, o valor agregado que produtos socialmente responsáveis incidem sobre os clientes para essas empresas.

Por último, tendo em vista o real crescente número de consumidores conscientes ao redor do mundo⁹, onde vimos que recentes pesquisas apontam uma movimentação de preocupação, por parte desses consumidores, na busca da satisfação de seus desejos consumindo produtos socialmente responsáveis, optando por empresas mais éticas e solidárias, assim sendo nesse contexto seria interessante ser pesquisado os reais impactos e as possíveis contribuições desse modo produtivo para o consumo consciente, onde podemos questionar, dentre outras coisas, até que ponto o modelo de reorganização e aprimoramento ético do sistema capitalista, defendido pelos princípios do Comércio Justo, pode favorecer o desenvolvimento sustentável. Ou, até mesmo, por quanto tempo essas premissas de comércio justo e solidário perpetuarão pelo tempo? Que novos nichos de mercados poderão ser explorados nessa ótica de sustentabilidade? Como incluir novos pequenos produtores nesse segmento de produção justa? E que novas estratégias poderão

⁹ Ver Introdução, página 10.

ser absorvidas por esse modelo?

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, A.; SALES, E.; MACÁRIO, J. Jardim de Piranhas – Ontem e Hoje. Brasília, 1994.

BATISTA, Iracema Nogueira. O Bordado Artesanal de Caicó: as relações de produção. Natal: UFRN, 1988.

BLEEKE, Joel; ERNEST, David. Colaborando para competir. In: MINTZBERG, Henry; QUINN, James Brian. O processo de estratégia. Porto Alegre: Bookman, 2001.

BONOMA, Thomas V. - Case Research in Marketing: Opportunities, Problems, and Process. Journal of Marketing Research, Vol XXII, May 1985.

CABRAL, Augusto Cezar de Aquino. Novos arranjos cooperativos: alianças estratégicas e transferência de tecnologia no mercado global. In: RODRIGUES, Suzana Braga (ORG.). Competitividade, alianças estratégicas e gerência internacional. São Paulo: Atlas, 1999.

CASAROTTO, Nelson Filho. Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local: estratégias para a conquista da competitividade global com base na experiência italiana. São Paulo: Atlas, 1998.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DEMO, Pedro. Metodologia do Conhecimento Científico. São Paulo: 2000. 216 p.

European Fair Trade Association. 2001. *Fair Trade in europe 2001*. Maastricht, Netherlands: EFTA.

Fair Trade Federation. 2002. *2002 Report on Fair Trade Tends in U.S. & Canadá*. Washington D. C.: FTF.

FERRAZ, I.C; KUPFER, B; HAUGUENAUER, L. Made in Brazil: desafios competitivos para a indústria. Rio de Janeiro: Campus; 1997.

FLEURY, Afonso Carlos Corrêa; FLEURY, Maria Tereza Leme. Aprendizagem e inovação organizacional: as experiências de Japão e Brasil. São Paulo: Atlas, 1997.

Fonte: <<http://www.desenvolvimentomunicipal.com.br/>>. Acessado em: 13 nov. 2007.

Fonte: O que é um APL? <<http://www.sebrae.com.br/>>. Acesso em: 13 nov. 2007.

Internacional Federation for Alternative Trade. 2001. *The IFAT Directory 2001/2002*. Oxon, UK: IFAT.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Dados do Município de Jardim de Piranhas/RN. <<http://www.ibge.com.br/cidadesat/>>. Acesso em: 11 nov. 2007.

LEAL, Marijara. Análise e Proposta para Dinamização do APL Têxtil de Jardim de Piranhas/RN. SEBRAE, 2007.

LUCEMA, Manoel Barbosa de; Silva, Francisco Cândido da; Associações para quê?. SEBRAE/RN. NATAL, 1998.

LUCENA, Manoel Barbosa de Cooperativismo Potiguar. SEBRAE, Gráfica Santa Maria: Natal, 1999.

MELO, Francisca Verônica Pontes. Histórias de Sucesso do Empreendedor Potiguar: Tecelagem do Seridó na lenda do desenvolvimento. Natal, 2006.

Pesquisa Mundial – Comércio Justo, Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas – Sebrae 2004.

Pierre W. Johnson (Organizador). Comércio justo e solidário. São Paulo, Instituto Pólis, 2004.

PORTER, Michael E. Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Campus, 1990.

PORTER, Michael E. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

QUALITAL CONSULTORIA E TREINAMENTO. Anteprojeto para estruturação do parque Industrial Têxtil de Jardim de Piranhas. Natal, 2005.

RODRIGUES, Suzana Braga (ORG.). Competitividade, alianças estratégicas e gerência internacional. São Paulo: Atlas, 1999.

SEDAI, Secretaria do desenvolvimento e assuntos internacionais, 2002. Disponível em <<http://www.dyerweb.com.br/informativo/coopera.html>>. Acessado em: 02 jul. 2003.

SENGE, Peter. A quinta disciplina: arte e prática da organização que aprende. São Paulo: Best Seller, 1990.

SEVERINO, Joaquim Antonio. Metodologia do Trabalho Científico. 22 ed. rev. e ampl. São Paulo: Cortez, 2002. 335 p.

THOMPSON, Arthur A. Jr; FORMBY, John P. Microeconomia da firma: teoria e prática. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1998.

YIN, R.K. Estudo de Caso - Planejamento e Método. 2ª. Edição. São Paulo: Bookman, 2001.