

A NOVA ECONOMIA INSTITUCIONAL E O COMÉRCIO JUSTO E SOLIDÁRIO: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A FEIRA DA AGRICULTURA FAMILIAR DA UFOPA

Deyse Cristina Coelho da Silva; Luiz Gonzaga Feijão da Silva²

¹ Estudante do Curso de Ciências Econômicas – ICS – UFOPA; E-mail: deysecristinacs@gmail.com, ² Docente do Curso de Ciências Econômicas ICS/UFOPA. E-mail: luizganzagafs@yahoo.com.br;

RESUMO: O resumo expandido busca apresentar uma nova forma de comercialização justa com o intuito de combater as desigualdades históricas que dividem o planeta, pautado na expectativa de que consumidores irão adquirir um produto devido às suas características éticas. É por meio dessa perspectiva que a comercialização na Feira da Agricultura Familiar da UFOPA se tornou uma ação desenvolvida pelo projeto IES com a parceria da Pró-reitora da Cultura, Comunidade e Extensão – PROCCE. Com isso, o objetivo geral desse artigo é apresentar de que forma os elementos da Nova Economia Institucional se articulam com Comércio Justo e Solidário, na Comercialização da Feira da Agricultura Familiar da UFOPA. A metodologia abordada foi pesquisa de cunho bibliográfico e quantitativa, com técnica de aplicação de questionário pelo projeto IES. A pesquisa é relevante porque busca alternativas que proporcionam uma integração entre a comunidade acadêmica e os agricultores familiares, constituindo-se como um canal de comercialização dos produtos dos agricultores nos municípios de Mojuí dos Campos-PA, Belterra- PA e Santarém-PA. De acordo com os resultados, analisa-se que a iniciativa da feira é fundamental para o desenvolvimento rural, pois é inteiramente inovador como canal de comercialização e eficaz quanto a promoção do bem-estar das famílias envolvidas. Os elementos da NEI mostram que é essencial para reduzir os custos de transação controlar oportunismo.

Palavras-chave: nova economia institucional; comércio justo; oportunismo.

INTRODUÇÃO

Os estudos sobre a Nova Economia Institucional (NEI) buscam entender o papel das organizações por meio das transações econômicas que melhor alocam os recursos. Para analisar a NEI, estuda-se a Economia dos Custos de Transação (ECT), abordando alguns fatores importantes para o desenvolvimento da comercialização: a Frequência e a Incerteza. (BREITENBACH; SILVA, 2010).

Nesse sentido, apresenta-se uma forma de comercialização justa com o intuito de combater as desigualdades históricas que dividem o planeta, pautado na expectativa de que consumidores irão adquirir um produto devido às suas características éticas. Logo, a decisão de compra de um produto baseia-se não só em critérios de qualidade e preço, mas também nas condições humanas e ambientais nas quais foram produzidos e comercializados e, portanto, nas consequências dessa compra. (STELZER et al. 2016).

O Projeto de Extensão Incubadora de Empreendimentos Solidários (IES) vinculado à Universidade Federal do Oeste do Pará (UFOPA) vem atuando desde 2013 buscando a construção da autogestão em empreendimentos econômicos solidários (cooperativas/associações), essencialmente na zona rural. Apesar dos avanços quanto a gestão estratégica e participativa das associações e cooperativas trabalhadas, esses empreendimentos econômicos solidários rurais têm um desafio ainda maior: A comercialização.

É por meio dessa perspectiva que a comercialização na Feira da Agricultura Familiar da UFOPA se tornou uma ação desenvolvida pelo projeto IES com a parceria da Pró-reitora da Cultura, Comunidade e Extensão – PROCCE. Com isso, o objetivo geral desse artigo é apresentar de que forma os elementos da Nova Economia Institucional se articulam com Comércio Justo e Solidário, na Comercialização da Feira da Agricultura Familiar da UFOPA.

A pesquisa tem relevância porque busca alternativas que proporcionam uma integração entre a comunidade acadêmica e os agricultores familiares, constituindo-se como um canal de comercialização dos produtos dos agricultores nos municípios de Mojuí dos Campos-PA, Belterra-PA e Santarém-PA. Além disso, é um espaço para que os servidores e discentes da Universidade e a comunidade em geral adquiriram produtos a um preço acessível e com qualidade, assegurando uma maior segurança alimentar e nutricional. Isso porque o papel da IES é fortalecer o tripé ensino, pesquisa e extensão em âmbito acadêmico, oferecendo oportunidades, com base nesse tripé, para discentes, docentes e técnicos das Universidades.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O universo abordado, na pesquisa, foi a Feira da Agricultura Familiar da UFOPA, localizada no município de Santarém, na região Norte do Brasil. Aplicou-se: a pesquisa bibliográfica, a técnica de aplicação de questionário para os

dados primários e a pesquisa quantitativa. Na pesquisa bibliográfica, utilizou-se de categorias teóricas já trabalhadas por outros pesquisadores e devidamente registradas, no caso, a Nova Economia Institucional a partir de registros disponíveis na internet tais como: artigos, publicações e consultas a sítios. (SEVERINO, 2007).

Na aplicação de questionário, foram aplicados dois tipos, o primeiro questionário com perguntas fechadas foi aplicado com os produtores para analisar quais os produtos eram comercializados na feira, o preço, o percentual de vendas, já o questionário aberto era aplicado com os consumidores para avaliação da feira e sugestões para melhorar a comercialização. (SERVERINO, 2007). E por fim a pesquisa quantitativa que visa apontar numericamente a frequência das pessoas que frequentam a Feira da Agricultura Familiar da UFOPA, receita potencial e total por mês e por feira, percentual de vendas por mês e por feira, avaliação dos consumidores e número de cooperativas e associações.

A Nova Economia Institucional

Nas Ciências Econômicas, a Nova Economia Institucional, e dentro dela, a teoria das Economias dos Custos de Transação, é a abordagem teórica mais atual e moderna para tratar da comercialização. A grande diferença existente entre a teoria econômica ortodoxa, em relação a Nova Economia Institucional (NEI) é a interferência das instituições no sistema econômico. Para a NEI, a análise do comportamento do indivíduo é, segundo Ferreira *et. al.* (2005, p.12) “parcialmente produzido, reforçado e transmitido pelas instituições, de maneira que a relação indivíduo-estrutura não pode ser integralmente compreendida partindo unilateralmente do primeiro”.

O instrumental teórico da NEI pode ser empregado de duas maneiras. A Primeira, em uma escala macro institucional, analisa o papel das instituições no sistema econômico. A Segunda, em uma escala mais micro, analisa os processos de transação (comercialização) e o papel das instituições (SIEB, 2015). Para analisar os resultados desse artigo, será utilizada a segunda abordagem, destacando a Economia dos Custos de Transação.

O COMERCIO JUSTO E SOLIDÁRIO

Os avanços competitivos e a busca por mais eficiência, na agricultura, impostos pelo sistema capitalista e fortalecidos pelas ideias neoliberais, têm tornado cada vez mais distantes o processo de integração de pequenos produtores ao Mercado (VIEGAS, 2017).

A Economia Solidária surge como uma alternativa para esses produtores e trabalhadores marginalizados pelo mercado, incentivando a socialização de meios de produção e distribuição, permitindo assim a adoção de progresso técnico com ação coordenada (VIEGAS, 2017, p.02). O Comércio Justo é uma das iniciativas da Economia Solidária, pois, é visto como uma alternativa de comércio tradicional que integra pequenos produtores (VIEGAS, 2017).

Segundo a WFTO (2016), organização mundial que dirige aspectos importantes do Comércio Justo, os dez princípios que regem essa prática são: 1) Criação de oportunidades para produtores economicamente desfavorecidos; 2) Transparência e responsabilidade, na troca de informação e, na tomada de decisões; 3) Práticas comerciais justas, estáveis, duradouras, em respeito ao bem-estar social, ambiental e econômico dos pequenos produtores; 4) Pagamento de um preço justo pelo trabalho dos produtores, sem desigualdades entre gêneros; 5) Renúncia total ao trabalho infantil e/ou forçado; 6) Compromisso de não discriminação, igualdade de gêneros e liberdade de associação; 7) Boas condições de trabalho, saudáveis e seguras; 8) Incentivo à capacitação dos produtores e desenvolvimento das suas competências; 9) Promoção dos princípios do Comércio Justo aos consumidores; e 10) Respeito pelo ambiente.

Comércio Justo é um modelo comercial alternativo que visa modificar a cultura do consumo, onde busca fortalecer o consumo ético; o consumo responsável e o consumo consciente. Dessa forma, a sustentabilidade do consumo envolve a escolha de produtos que respeitam os recursos naturais, que amparam os trabalhadores e que estimulam o respeito humano, como a igualdade de gênero, a proibição de trabalho infantil ou de trabalho forçado. (STELZER, 2016).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Projeto de Extensão Incubadora de Empreendimentos Solidários atua desde 2013 e tem como objetivo principal fornecer suporte técnico a Empreendimentos Econômicos Solidários Rurais (Associações comunitárias, Cooperativas, Grupos de Mulheres e outros), formados por agricultores familiares. O sucesso desses Empreendimentos Econômicos Solidários fortalece as unidades familiares que os formam, reduzindo o êxodo rural e seus diversos impactos negativos para a sociedade. Será realizada a transferência de tecnologias sociais, de modo que integre, ampla e interdisciplinarmente, o ensino, a pesquisa e a extensão. As bases teóricas utilizadas para alcançar tal objetivo são os preceitos da economia solidária, da metodologia de incubação e da racionalidade limitada dos agentes econômicos.

As oportunidades de comercialização que reduzem as perdas econômicas da agricultura familiar para o sistema capitalista, devem ser então fortalecidas e incentivadas pelas instituições (principalmente os três níveis de governos). E

nesse contexto, destaca-se a importância de uma ação do projeto Incubadora de Empreendimentos Solidários e parceria com a Pró-reitora da Cultura, Comunidade e Extensão – PROCCE: A Feira da Agricultura Familiar da UFOPA.

A Feira da Agricultura Familiar da UFOPA tem o objetivo de proporcionar um ambiente de integração entre a comunidade acadêmica e os agricultores familiares, constituindo-se como um canal de comercialização dos produtos dos agricultores dos municípios de Mojuí dos Campos, Belterra e Santarém, e, além disso, é um espaço para aos servidores e discentes da Universidade Federal do Oeste do Pará adquirirem produtos a um preço acessível e com qualidade, assegurando uma maior segurança alimentar e nutricional. (Incubadora de Empreendimentos Solidários, 2016).

O público em média, registra-se entre 100 a 150 pessoas por feira (pessoas que assinaram na lista de participação, contudo, o número é maior se considerado os que não assinam), desses, 96% avaliaram a feira como boa ou excelente e anotam as sugestões para melhorar a comercialização. (Incubadora de Empreendimentos Solidários, 2016).

A primeira edição ocorreu em junho de 2016, no auditório da UFOPA. Até o mês de outubro, realizava-se a Feira nas primeiras quintas-feiras de cada mês. Nesse período, a Feira contava com a participação de 6 associações/cooperativas com cerca de 29 produtores diferentes. Os resultados apresentados a seguir são referentes aos meses de julho, agosto, setembro e outubro quando iniciou o acompanhamento por meio de questionários fechados para verificar a receita total e potencial gerada durante a feira.

Quadro 1 - Dados sobre Receita total e potencial de 4 meses

Mês	Receita Total	Receita potencial	% de Venda
Julho	R\$ 3.201,70	R\$ 7.546,80	42%
Agosto	R\$ 3.211,25	R\$ 6.134,25	52%
Setembro	R\$ 2.744,30	R\$ 4.922,35	55%
Outubro	R\$ 2.042,20	R\$ 3.047,05	67%

A partir dos dados, observa-se que a receita total dos produtores não varia com tanta precisão.

Entretanto, analisando os dados, poderíamos chegar a Receita Potencial, que seria a Receita dos produtores se tivessem vendido toda a produção. A receita potencial total das 4 edições seria de R\$ 21.677,85, o que evidencia uma ampla possibilidade de atender uma futura expansão da demanda, visto que a receita proveniente das vendas foi de R\$ 11.221,55, equivalente a 52% da receita potencial.

No longo prazo poderá fragilizar a participação dos produtores na feira, contudo, se faz necessário entender o motivo das restrições de demanda. A continuidade e ampliação da Feira da Agricultura Familiar da UFOPA dependerá da solução de tais questões. (Incubadora de Empreendimentos Solidários, 2016).

Nesse sentido, analisa-se algumas variáveis importantes apresentadas na Nova Economia Institucional (NEI) que viabilizam melhores resultados para essa forma de comercialização. A Frequência é um exemplo, pois é essencial a regularidade para reduzir os custos de transação. Essa redução dos custos de transação possibilitaria um conjunto de transações mais eficientes quanto ao bem-estar econômico de produtores e consumidores, pois os primeiros comercializariam um percentual superior da sua produção e os segundos teriam acesso a alimentos saudáveis a um preço justo, sem sobressaltos nos contratos informais já estabelecidos na Feira. Fica evidente dessa forma a não neutralidade do ambiente institucional, nos custos de transação, visto que a UFOPA, através de uma ação de extensão, busca construir uma maior coordenação e governança nas transações inerentes a esse canal de comercialização.

Logo, realizou-se um acordo com os líderes das cooperativas/associações para aumentar a frequência da Feira, com isso a UFOPA iria apoiar com a liberação do local e o suporte técnico e institucional para continuidade desse espaço de comercialização (sem subsidiar o transporte). Nos meses de novembro e dezembro não foi possível realizar a Feira, pois as universidades estavam no movimento de Ocupação na luta por seus direitos. Mas, em fevereiro de 2017, já usando o novo sistema, a Feira aumentou a frequência, passando a ocorrer uma vez por semana, ou seja, todas as quintas-feiras.

Os resultados obtidos a partir de fevereiro até março foram: 8 associações e/ou cooperativas e 35 produtores comercializando na Feira.

Quadro 2 – Dados sobre Receita total e potencial de fevereiro e março

Mês	Receita Total	Receita potencial	% de Venda
Fevereiro	R\$ 6.661,59	R\$ 11.935,87	55%
Março	R\$ 9.300,95	R\$ 17.195,00	54%

A receita do total desses dois meses foi de R\$ 15.961,00 e a receita potencial foi de R\$ 29.130,00. Logo, a partir dos dados é possível afirmar a receita total dos produtores aumentou, no entanto, o percentual de venda continua o mesmo.

Observa-se a partir dos dados que a Incerteza abordada pela NEI, o qual se relaciona com as perspectivas quanto dos agentes envolvidos, busca suprir essa limitação por meio de um ambiente solidário. Isso porque a Incerteza aborda dois pontos fundamentais – a racionalidade limitada e o oportunismo – que são fundamentais para reduzir os custos de transação.

CONCLUSÕES

Observa-se que há um incentivo à construção de empreendimentos solidários, em âmbito nacional, evidenciando o papel das Incubadoras Universitárias. Nesse contexto, as universidades têm como papel o auxílio à formação, desenvolvimento e concretização da autogestão de empreendimentos econômicos solidários. Esse papel é realizado a partir das Incubadoras (Da Silva et al., 2016).

De acordo com os resultados, analisa-se que a iniciativa da feira é fundamental para o desenvolvimento rural, pois é inteiramente inovador como canal de comercialização e eficaz quanto a promoção do bem-estar das famílias envolvidas. Os elementos da NEI mostram que é essencial para reduzir os custos de transação controlar oportunismo.

O comércio justo é uma proposta que vai além da responsabilidade social, pois prega a ética, entre os funcionários ou comunidades do entorno das empresas, e aborda o tema da responsabilidade, nas suas próprias cadeias produtivas, com todos os atores envolvidos. (COTERA e ORTIZ, 2009).

AGRADECIMENTOS

Agradecemos à Procce que sempre nos apoiou no projeto de extensão, tanto com o fomento de bolsas como incentivando as ações do projeto,

REFERÊNCIAS

SOBER, 2005. Disponível em: < www.sober.org.br/palestra/2/811 >. Acesso em: 10 out. 2016.

Relatório Anual: Incubadora de Empreendimentos Solidários. 2016. Santarém, Pará. Universidade Federal do Oeste do Pará.

SEVERINO, Antônio Joaquim. *Metodologia do trabalho científico*. 23ª Edição. Revista atualizada. São Paulo, 2007.

SIEB, Décio Lauri. *Estratégias de comercialização: o caso dos agricultores familiares do assentamento Rio Paraíso – Município de Jataí*. Brasília, 2015. 169 p. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-graduação em Agronegócio, Universidade de Brasília.

STELZER, Joana; GOMES, Rosemary. *Comércio justo e solidário no Brasil e na América Latina* / Organizadoras – Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC, 2016.

VIEGAS, Isabel Fernandes Pinto. *Comércio Justo na Citricultura Paulista*. APTA/ UNICAMP, CAMPINAS - SP – BRASIL. Acesso em: 24 abr. 2017.

Disponível em: <www.sodepaz.org/images/2016/pdf/ComercioJustoAL.pdf>

ZYLBERSZTAJN, D.: *Estruturas de Governança e Coordenação do Agribusiness: uma aplicação da Nova Economia das Instituições*. Tese de Livre-Docência, Departamento de Administração, FEA/USP, 238p., 1995.