

O papel dos *stakeholders* sociais nas redes solidárias sob a ótica do Desenvolvimento Sustentável: O caso da UNIVENS.

Resumo:

Este artigo evidencia os principais *Stakeholders* Sociais da Cooperativa de Costureiras Unidas Venceremos- Univens, através de um *framework* baseado em Economia Solidária, Comércio Justo e Inovação Social. A Univens caracteriza-se como uma cooperativa solidária que se preocupa como o desenvolvimento sustentável utilizando algodão orgânico, em produtos confeccionado comercializado com a marca Justa Trama. Percebeu-se que a Cooperativa Univens participa da cadeia do Algodão Orgânico produzido em diferentes Estados (Ceará, São Paulo, Rio Grande do Sul, Amazônia). Concluindo-se que esta possui *Stakeholders* Sociais Primários em número superior aos *Stakeholders* Sociais Secundários.

Palavras-Chaves: Economia Solidária, Inovação Social, Desenvolvimento Sustentável, *Stakeholders*, Redes .

1. Introdução

As evoluções das economias globalizadas evidenciaram o amadurecimento das comunidades frente às preocupações ambientais, sociais e econômicas. Os surgimentos de abordagens alternativas sinalizam tais preocupações frente às responsabilidades sociais, ambientais e econômicas. A visão sistêmica permite novas configurações onde interagem conceitos como economia solidária, inovação sócia, comércio justo no desenvolvimento sustentável, que podem ser relacionados à Teoria dos *Stakeholders*.

Evidencia-se a progressiva conscientização da importância da Economia Solidária em organizações de redes para o sucesso desses empreendimentos. Com efeito, na última década, as práticas de solidariedade expandiram-se internacionalmente integrando-se em movimentos de rede. A partir delas pode-se vislumbrar os primeiros sinais do nascimento de uma nova conscientização social que tende a sobrepujar à lógica capitalista de concentração de riquezas e exclusão social, de destruição dos ecossistemas e de exploração dos seres humanos.

Aliado à economia solidária, a inovação social é uma nova resposta a uma situação social julgada insatisfatória, situação essa que pode se manifestar em todos os setores da sociedade. A inovação social visa o bem estar dos indivíduos e das coletividades. Ela se define em uma ação e numa mudança sustentável (durável) visando desenvolver o indivíduo, o local onde este vive (território) ou a empresa. Por isso, tem uma forma particular podendo ser tanto de ordem de novos procedimentos, de ordem organizacional, institucional ou apresentar-se de uma forma tangível (tecnologia e produto). Quanto ao seu processo, ela é resultado da cooperação entre uma diversidade de atores, através de um processo coletivo de aprendizagem e de criação de conhecimento (CLOUTIR, 2003).

Diante das novas alternativas de produção, a Economia Solidária e a inovação social são fontes de novos desafios em virtude de objetivarem atender às necessidades de pessoas e ou comunidades que buscam não só a sobrevivência, mas um meio de possibilitar o acesso e ao aumento da produtividade do trabalho, de situar-se em um mercado onde todas as decisões são coletivas e tendem a construção de novas oportunidades.

Trabalhos como Adams (1997); Walter(2002); Lethonen (2004); Gao e Zhang (2006) e Silva et al.(2006) afirmam que as iniciativas coletivas aliadas aos princípios do desenvolvimento sustentável estão relacionados com a natureza do ser humano, trabalho e sociedade, dentro de uma nova perspectiva da economia, sendo que a globalização econômica possibilita que as demandas dos atores locais passem a ter relevância como demandas emergentes tais como necessidades de intervenções políticas e privadas que acompanham o crescimento das implicações do meio ambiente nas vidas dos *stakeholders*.

Dessa forma, apresenta-se neste texto como problemas a ser investigado a falta de elementos que norteiam os *stakeholders* envolvidos num processo de rede solidária. Diante destas abordagens, propõe-se um *framework* evidenciando os princípios de desenvolvimento sustentável, da economia solidária, comércio justo e da inovação social, cujos fundamentos são estruturas básicas para a análise da estrutura das redes solidárias e Teoria de *Stakeholders*. A análise é oriunda das perspectivas dos *stakeholders* sociais inseridas no processo, realçando os fatores de cooperação e as suas conseqüências da rede social em relação aos aspectos do bem viver e do consumo solidário. Mais especificamente, objetiva-se mapear e visualizar os *stakeholders* envolvidos com a Cooperativa de Costureiras Unidas Venceremos - Univens, com intuito de verificar as ações solidárias e as inovações sociais relacionando no Desenvolvimento Sustentável, pois a cooperativa integra uma rede social solidária que trabalha com produtos que utilizam como matéria prima o algodão orgânico.

Além dessa introdução, o artigo contará, em primeiro momento com uma revisão bibliográfica Economia Solidária, Inovação Social, Comércio Justo, e Desenvolvimento Sustentável; na Teoria de *Stakeholders* e as interligações relacionadas entre as abordagens apresentadas, tem-se a apresentação da Cooperativa UNIVENS cuja atuação é relacionadas à ; e por último, as considerações finais e as referenciais.

2.Referencial Teórico

2.1.Desenvolvimento Sustentável

O termo Desenvolvimento Sustentável surgiu em meados dos anos 1980, a ONU criou uma Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD) e a encomendou o Relatório *Brundtland* que definiu o desenvolvimento sustentável como: ...aquele desenvolvimento que atende às necessidade do presente sem comprometer as possibilidades das gerações futuras atenderem as suas próprias.

A assimilação entre a integração meio ambiente e a estrutura socioeconômica do desenvolvimento busca uma integrante, e atualmente é possível conciliar crescimento econômico e conservação ambiental, coisas até então tidas como incompatíveis.

Segundo Sachs (2002) existem cinco dimensões da sustentabilidade necessárias ao se planejar o desenvolvimento, quais sejam: Sustentabilidade Social: baseada na consolidação de outro tipo de desenvolvimento e orientado por uma outra visão do que é a boa sociedade, construir uma civilização do ser, em que exista maior equidade na distribuição do ter; sustentabilidade econômica: gestão mais eficiente dos recursos e por um fluxo regular do investimento público e privado, avaliação por critérios macrossociais e não apenas em termos de lucro Microempresarial; sustentabilidade ecológica: pode ser incrementada pelo uso de algumas alavancas, como: redução de poluição, intensificação da pesquisa, tecnologia limpas, definição de regras para proteção ambiental; Sustentabilidade Espacial: equilíbrio urbano- rural, com melhor distribuição territorial de assentamentos humanos e atividade econômicas;

sustentabilidade cultural: busca do ecodesenvolvimento com soluções particulares que respeitem as especificidades de cada ecossistema, cada cultura e cada local.

O Desenvolvimento Sustentável como base de empreendimentos coletivos solidários, torna-se condição imprescindível da consolidação dos princípios teóricos da Economia Solidária e da Inovação Social, pois neste momento, as três vertentes analisadas constroem os três pilares para o modelo proposto neste artigo, embasados em prol do bem estar social e do meio ambiente.

2.2. Economia Solidária

As mudanças ocorridas nos últimos anos, principalmente na última década do século XX, como o advento da globalização da economia, a revolução tecnológica e o aumento do fluxo de informações deram início à construção de uma nova filosofia corporativa, a da responsabilidade social, na qual a atenção às questões sociais e ambientais passou a ser ponto essencial (e por que não dizer vital) para as organizações.

Singer e Souza (2000) apontam que a apologia irrestrita da competição é ideológica, e não encontra fundamento na história. Ao contrário, é possível afirmar que a maior parte da evolução da espécie humana foi caracterizada por associações de cooperação comunitárias, tais como apresentam, ainda hoje, certas tribos indígenas do Brasil e de outros continentes. A desestruturação da vida comunitária em consequência da Revolução Industrial, no final do século XVIII, levou como reação, à afirmação de idéias e práticas cooperativas, divulgadas por Proudhon e pelos chamados socialistas utópicos (Fourier, Saint Simon, Robert Owen, Michael Bakunin e Peter Kropotkin) bem como, na segunda metade do século XIX, ao socialismo de Marx e Engels (SINGER e SOUZA, 2000).

De outro lado, o termo Economia Solidária segundo Mance (1999) abriga muitas práticas econômicas e não há um consenso sobre o seu significado. Em geral está associada a práticas de consumo, comercialização, produção e serviços (entre os quais o de financiamento, em particular) em que se defendem, em graus variados, a participação coletiva, autogestão, democracia, igualitarismo, cooperação, auto-sustentação, a promoção do desenvolvimento humano, responsabilidade social e a preservação do equilíbrio dos ecossistemas. Entretanto, nem todas essas características estão presentes nas diversas práticas concretas que são elencadas como Economia Solidária em estudos e análise distintos (MANCE, 1999).

A Economia Solidária surge como modo de produção e distribuição alternativo ao capitalismo, criado e recriado periodicamente pelos que se encontram (ou temem ficar) marginalizados do mercado de trabalho. Ela está inserida no princípio da unidade entre posse e uso dos meios de produção e distribuição como o princípio da socialização do capitalismo. A Economia Solidária é a cooperativa de produção, cujos princípios são organizativos em: posse coletiva dos meios de produção pelas pessoas que as utilizam para produzir; gestão democrática da empresa ou por participação direta; repartição da receita líquida entre os cooperados por critérios aprovados após discussões e negociações entre todos; destinação do excedente anual. A Economia Social é uma linha teórica sobre organizações sem fins lucrativos que propõe novas formas de encastrar a esfera da economia e das relações sociais na vida do homem (RODRIGUES, 2006)

2.2.1. Redes de Colaboração Solidária

As Redes de Economia Solidária (RES) são frutos da luta pela cidadania e pela democracia no Brasil. Surgidas em um contexto de mudanças econômica, social, política e na ciência e tecnologia

(C&T), ou seja, de crise, as RES articulam setores do Estado e da sociedade civil, atuando no mercado: na elaboração teórica e no apoio a empreendimentos solidários (trabalhadores autônomos, micro e pequenas empresas, associações e cooperativas), no sentido da inclusão social e da democratização das relações de trabalho. Portanto, as RES incorporam trabalhadores, militantes de movimentos sociais, comunidade científica, setores religiosos, gestores públicos, parlamentares, entre outros. Essas redes no Brasil estão ligadas a questões como a cidadania e a inovação (HIGA,2000).

No Brasil existem em torno de 15 mil empreendimentos, sendo que Rio Grande do Sul conta com 1.634. Em matéria de políticas públicas, o início do ano de 2003 marca um momento importante para a Economia Popular Solidária, com a criação da Secretaria Nacional da Economia Solidária – SENAES, vinculada ao Ministério do Trabalho e Emprego. No Rio Grande do Sul, o Fórum Gaúcho da EPS (Economia Popular Solidária) foi constituído em 24 de maio de 2003, sendo sua instância de coordenação o Conselho Estadual da EPS. O Fórum Gaúcho e o Conselho Estadual são compostos pelos Fóruns Regionais da EPS que, por sua vez, agregam Fóruns Municipais de EPS de acordo com a distribuição geográfica dos municípios no Estado (SUBSÍDIO DE FORMAÇÃO, 2006).

A Economia Solidária (ES) surge de diversos processos, de luta pela manutenção de postos de trabalho em empresas falidas e através de políticas públicas que incentivassem a auto-organização de trabalhadores. Exemplos de atores envolvidos com as RES: a Associação Nacional dos Trabalhadores em Autogestão e participação acionária (ANTEAG), com influências do MS e de grupos de esquerda dos 1960 e 70; as ONGs Cáritas e Núcleo de Apoio à Pesquisa em ES (NAPES), por militantes católicos; a UNISOL Cooperativas e a ADS (Agência de Desenvolvimento Solidário), ligadas à CUT (Central Única de Trabalhadores); a rede de incubadoras de cooperativas da UNITRABALHO e de Incubadoras Universitárias (RITCPs), ligadas à comunidade universitária. Muitas dessas iniciativas se originam de experiências da sociedade civil, a partir dos anos 1970 (GAIGER,2004).

A seguir tem-se a discussão que entre Comércio Justo, cuja importância será inserida no contexto da economia solidária.

2.3. Comércio Justo

Os primeiros produtos oriundos de Comércio Justo foram os artesanatos, que evoluíram chegando as jóias, e também aos produtos de uso doméstico, como: toalhas de mesa, tapetes, roupa de cama, utensílios de cozinha, vidraria, brinquedos, vestuário, artigos de presente e até obras de arte. Hoje os alimentos representam algo em torno de 60% das importações, cabendo ao café 30%, seguido do chá, cacau, chocolate, açúcar, mel, bebidas, suco de frutas, frutos secos, especiarias, arroz e outros cereais (EUROPEAN FAIR TRADE ASSOCIATION-EFTA, 2000).

É importante destacar que o Comércio Justo vem crescendo a 5% ao ano na Europa, o faturamento em venda de produtos alcançou em 1994, o valor de 205 milhões de Euros. E, atualmente existem na Europa mais de 3.000 estabelecimentos de Comércio Justo, 45.000 pontos de vendas e contato com aproximadamente 800 organizações de produtores do hemisfério Sul. Dentre os países, destaca-se em valores de consumo: Alemanha, 80,5 milhões; Holanda, 33 milhões; Suíça, 30 milhões de Euro, salientam-se que na Suíça, o Comércio Justo e Solidário é responsável por 10 % do faturamento de mel, 5% das vendas de café e 13% das vendas de banana (OLIVEIRA e MELO, 2003).

Mó de Vida (2005) considerado que o Comércio Justo apresenta-se como um dos meios mais eficazes de promoção do Desenvolvimento Sustentável, pois ele se assenta na própria idéia de desenvolvimento e, através da construção de relações de negócio e de melhores oportunidades comerciais, pretende: a) estabelecer uma ponte, de forma a reduzir o fosso que separa os países desenvolvidos e os países em desenvolvimento; b) permitir aos produtores desfavorecidos dos países

em desenvolvimento aproveitar as oportunidades oferecidas pelo comércio mundial; c) facilita uma melhor integração dos países em desenvolvimento na economia mundial.

Ao mesmo tempo, o Comércio Justo dá ao consumidor a oportunidade de contribuir para um desenvolvimento econômico, ambiental e socialmente sustentável dos países mais desfavorecidos, através das suas opções de compra, contribuindo dessa forma para a redução da pobreza.

O futuro do Comércio Justo passa, atualmente por dois caminhos distintos, no formato alternativo de comércio tendo como base o trabalho das ONG's e/ou pela comercialização profissional dos certificadores, assim descritos: a) modelo de código de conduta que prescrevem condições das relações comerciais de longo prazo mútuas e transparentes entre compradores e produtores; b) modelo de produtos com selos do comércio solidário que são certificados e controlados por um órgão internacional independente (GRÜNINGER, 2000).

2.4. Teoria *Stakeholders*

A Teoria de *Stakeholders* foi desenvolvida, em primeira instância, por Freeman, (1984), que declara que a mesma é oriunda da Teoria das Firms. Ele explicou as relações das firmas com o ambiente externo, e o comportamento das mesmas sem contato com o meio ambiente. Delimitou o espaço da responsabilidade social para uma dimensão mais restrita com a seguinte definição de *Stakeholders* inclui qualquer grupo ou indivíduo que possa afetar ou é afetado pelos objetivos organizacionais. Assim sendo, abre espaço para qualquer um que possa afetar ou ser afetado pela organização, criando uma possibilidade infinita de atuação de *stakeholders*, pois até mesmo fatores climáticos exercem esse papel (FREEMAN, 1984; KEY, 1999).

A Figura 1 mostra como o Modelo de Constelação de Influências em Corporações de *Stakeholders* permite visualizar onde estão as sinergias, e permite identificar os grupos que mais participam das conexões óbvias com os projetos (WHEELER e SILLANPÄÄ, 1998). É importante salientar a definição apresentada por Clarkson (2003) *stakeholders* são pessoas ou grupos que tem interesses em uma organização e em suas atividades no passado, presente e futuro. Desde que certos interesses ou resultados de transações e ações das empresas sejam legal ou moral, individual ou coletiva, sendo que os *stakeholders* como interesses similares podem ser classificados como fornecedores, consumidores, empregadores e outros.

Clarkson (2003) faz uma distinção entre os *stakeholders* e os divide em primário e secundário. Os *stakeholders* primários possuem uma participação significativa nas organizações, e esta não pode sobreviver sem os mesmos. Estes grupos são compreendidos por *shareholders* e investidores, empregadores, comerciantes, os quais fazem parte dos *stakeholders* públicos, governo e comunidade, providenciando a infra-estrutura e o mercado, cuja lei e regulamentações devam ser obedecidos e cujas taxas e outras obrigações devam ser devidas. Há um alto nível de interdependência entre as corporações e *stakeholders* primários. Os *stakeholders* secundários são os grupos que afetam ou é afetado, que influenciam ou são influenciados pelas organizações, mas não são envolvidos em transações com as organizações e não são essenciais para sua sobrevivência. Eles têm poder de mobilizar o público em seu favor ou em oposição para a performance da corporação. E a empresa não é dependente deste grupo para a sua sobrevivência, a não ser que algum grupo tente criar algum perigo significativo para as mesmas (CLARKSON, 2003).

A proposição de Wheeler e Sillanpää (1998), mostrada na Figura 1, é amplamente aceita na literatura. A classificação é genérica e, dependendo da organização e da sua especificidade de atuação, poderá haver um deslocamento de grupos de um quadrante para outro.

Pode-se dizer que a sociedade com suas múltiplas feições são constituídas por *stakeholders*. As interrogações que se apresentam de imediato dizem respeito às formas como se manifestam os interesses e como os mesmos interferem nas operações ou funcionamento das organizações? Uma segunda questão decorre da primeira: como as organizações interagem com os *stakeholders* e promovem o atendimento dos interesses, manifestos ou não? (SILVA e LEZANO, 2005).

O modelo de Wheeler e Sillanpaa (1987), permite ainda identificar quem são os *stakeholders* sociais de maior relevância, os quais são divididos em primários e secundários sociais; e primários e secundários não-sociais. Stakeholders sociais caracterizam-se por seus interesses que são diretamente relacionados para os recursos das empresas através das relações sociais

A qualidade dos *stakeholders* sociais pode ser relacionada por dois caminhos, quais sejam: quantitativo (baseado em *benchmarks* e indicadores de performance) e qualitativo (baseado em *benchmarks*), indicadores de desempenho mais as investigações das percepções dos *stakeholders*.

A seguir, será apresentado o modelo proposto os três pilares sociais evidenciando os *stakeholders* envolvidos nos processo.

<i>Stakeholders</i> Sociais Primários	<i>Stakeholders</i> Sociais Secundários
<div>Empregados</div> <div>Comunidades Locais</div> <div>Acionistas</div> <div>Parceiros De Negócios</div> <div>Fornecedores</div> <div>Investidores</div>	<div>Mídia</div> <div>Governos</div> <div>Grupos de Pressão</div> <div>Sindicatos</div> <div>Reguladores</div>
<i>Stakeholders</i> Não Sociais Primários	<i>Stakeholders</i> Não Sociais Secundários
<div>Ambiente Natural</div> <div>Futuras Gerações</div> <div>Espécie Não Humana</div>	<div>Grupos Ambientais</div> <div>Partidos Políticos</div> <div>Sociedade Protetoras de Animais</div>

Figura 1. Constelação de influência na corporação de *stakeholders*.

Fonte: Wheeler e Sillanpää (1998: p.5).

2.5. Inovação Social

Taylor (1970) foi o primeiro pesquisador a utilizar o termo “*inovação social*”, a qual explora somente a essência e não o processo em si designa novas maneiras de fazer as coisas, sempre com o objetivo de responder às necessidades sociais, como, por exemplo, a pobreza. Ela só pode emergir de equipes multidisciplinares onde a cooperação entre os diversos atores (pesquisadores, agências governamentais) é uma condição *sine qua non* para sua concepção e produção.

Os autores que trabalham o conceito da Inovação Social, tais como: D'amours (2000); Cloutier (2003); Lallemand (2001); Lévesque (2002) trabalharam o conceito de inovação social.

Hoje as inovações sociais são estudadas cada vez menos de forma isolada ou de um ponto de vista micro, e cada vez mais eficazes de um ponto de vista macro, das transformações sociais. Assim, de 1968 a 2001, foram identificados três grandes períodos da inovação social. De 1968 a 1975, elas andam na contra mão do modelo dominante de consumo e de produção em massa. De 1975 a 1985 elas são devidas à busca de equilíbrio entre desenvolvimento econômico e desenvolvimento social. De 1990 a 2001 o período é mais de mutação que de crise, com a reconfiguração do Estado, a emergência de

novas formas de regulação, novas modalidades de coordenação e novos modelos de governança (LEVESQUÉ, 2002).

Neste contexto de mutações, as Inovações Sociais revelaram: novos atores, sobretudo da sociedade civil (ONGs, grupos feministas); reconfigurações de poderes entre instâncias mundiais, as coletividades locais e regionais; novos modelos de coordenação e de governança (*stakeholders* e sociedade civil), redefinição não somente das relações entre o social e econômico, como também do que se entende por social e por econômico (LEVESQUÉ, 2002).

A Inovação Social é um conceito ambíguo ficando seu entendimento muito na dependência do foco dado pelo pesquisador. E, para um melhor entendimento, neste estudo, as definições estão baseadas em quatro grandes dimensões de análise: 1) a natureza da inovação social (forma, caráter inovador, objetivo geral pretendido); 2) a finalidade das mudanças; 3) o processo de criação e de colocação em prática, e 4) os resultados obtidos (CLOUTIR, 2003).

Cloutir (2003) exemplifica que o Centro de Pesquisa sobre Inovações Sociais (CRISES) é um centro interuniversitário e multidisciplinar que trata, sobretudo da temática “das inovações e das transformações sociais”. Ele foi criado em 1986 e hoje reúne cerca de 60 pesquisadores de várias universidades canadenses. A sede fica na UQAM (Universidade de Québec, em Montreal).

Pode-se citar alguns campos em que a Inovação Social pode se desenvolver: os setores tradicionais da sociedade civil (saúde, educação, urbanismo, lazer, cultura, ação social, economia, etc), nos quais pode se apresentar como novas formas de serviço, nova concepção de formação permanente, novo dia. É importante mencionar que, Kanter (2006) afirma que muitas empresas estão se voltando para o setor social para identificar oportunidades para inovações empresariais, ou seja, as empresas estão descobrindo que os esforços utilizados para resolver os problemas sociais energiza seu próprio desenvolvimento empresarial.

3.Consolidação do *Framework* Proposto

O *framework* proposto na Figura 2 representa as teorias abordadas, apresentando o Desenvolvimento Sustentável como o embrião do modelo, inserindo a Economia Solidária e o Comércio Justo, as quais formam redes, com *stakeholders* embasadas na Inovação Social.

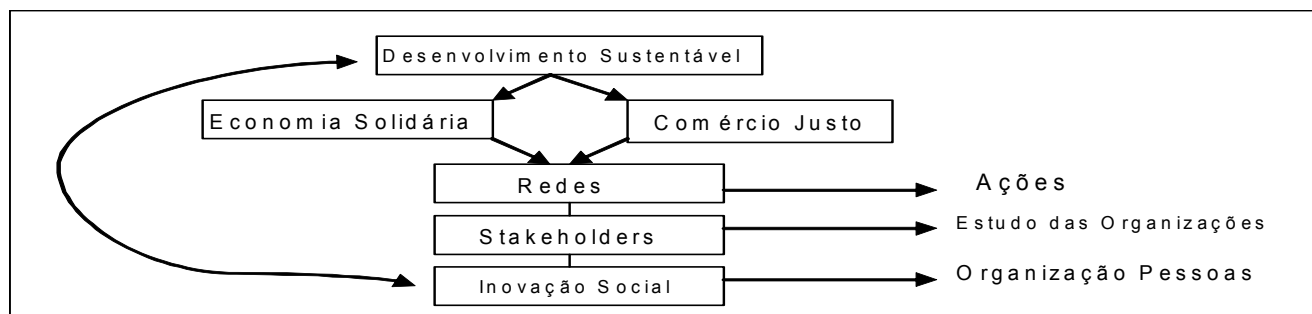


Figura 2. *Framework*: Consolidação do Desenvolvimento Sustentável, Economia Solidária, Comércio Justo, formando Redes os *stakeholders* embasadas na Inovação Social.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Dessa forma, em nível local, o desenvolvimento sustentável requer que o desenvolvimento econômico local apóie a vida comunitária e sua força, e que aproveite os talentos e recursos das pessoas que a integram. Coloca, além disso, ao desafio de compartilhar de forma equitativa os benefícios do desenvolvimento e sustentá-los em longo prazo para todos os grupos sociais. Assim, isto será possível

unicamente se conseguirmos prevenir o desperdício da riqueza ecológica e a deterioração dos ecossistemas provocados pelas atividades econômicas.

Autores como Wheeler e Elkington (2001); Rufe *et al* (2001), evidenciam que a importância da comunicação entre os *stakeholders* em relação ao progresso econômico, qualidade ambiental e a justiça social, são os tripés da corporação que possui a responsabilidade social. Entretanto, Wood e James, (1995) afirmam que a Teoria de *Stakeholders* é a chave para entender a estrutura e dimensão das relações societárias das empresas. Os *stakeholders* redefinem as políticas, programas e os resultados como efeitos dos *stakeholders* internos e externos. Estes autores ainda afirmam que os *stakeholders* permitem normas para o comportamento corporativo e a sua evolução.

Entretanto, Rowley (1997), afirma que a tendência mais popular em negócios em termos sociais é a identificação e gestão dos *stakeholders*, os quais são usados como ferramentas de pesquisa na área de integração e organizacional. E ainda, segundo Rowley (1997), a análise de redes sociais é outra metodologia para compreender o ambiente dos *stakeholders*, examinando as características de entrada das estruturas e seus impactos no comportamento das organizações, assim como as suas influências.

Nesta economia cada vez mais reflexiva, segundo Cloutir (2003), surgem novas modalidades como as associações, as alianças, as redes, as parcerias, para as quais o conteúdo social é determinante. Assim, as inovações sociais devem ser continuamente repensadas para as reconfigurações emergentes das relações entre o social e o econômico, onde o social não é mais somente um *output* (um produto, no sentido de resultado) do sistema, mas sim um *input* (parte componente das vantagens comparativas). O social não deve ser definido mais exclusivamente como um custo ou uma despesa, mas sim formador do capital social, uma fonte de vantagem comparativa, um local de investimento de retorno elevado, como sugere a problemática do Desenvolvimento Sustentável.

4. Metodologia –

O aporte metodológico deste estudo advém de um estudo exploratório buscando descrever os *stakeholders* da cooperativa estudada. O estudo, no formato de pesquisa empírica, baseou-se em grupos focais e análise qualitativa de dados primários captados por entrevistas que seguiram com 17 questões abertas (com uso de gravador e filmagens) realizadas a aos cooperados da UNIVENS.

A caracterização das pessoas que participaram do grupo focal é visualizada na Figura 3. A reunião foi realizada no dia 16 de Janeiro de 2007, na sede da UNIVENS (Cooperativa de Costureiras Unidas Venceremos) das 17:00 horas até 19:00 horas, total de 2 horas, com participação de 05 cooperadas, ou seja, com 23% das cooperadas.

	Cooperado A	Cooperado B	Cooperado C	Cooperado D	Cooperado E
Localização	Bairro Sarandi	Bairro Sarandi	Bairro Sarandi	Bairro Sarandi	Bairro Sarandi
Estado Civil	Casada	Divorciada	Casada	Casada	Casada
Filhos	02	04	02	01	01
Quantos anos de cooperada	10 anos e meio	10 anos e meio	10 anos e meio	03 anos	10 anos
Primeiro contato com Univens	Parte da equipe fundadora	Por amigas e pelo orçamento participativo	Por amigas	Pela família	Por amigas
Função na Univens	Presidente e costureira	Vice-presidente e costureira	Costureira	Serigrafista	Costureira
Renda Mensal	R\$ 700,00	R\$ 500,00	R\$ 700,00	R\$ 1.000,00	R\$ 700,00
A Univens mudou a sua vida? Em qual sentido?	Proporciona segurança e renda	Renda, Comunicação e maior Conhecimento.	Satisfação ao costurar e Renda	Mais tempo para lazer	Conhecimentos e amizades
Uma palavra única que representa a Univens	Participação	Segunda casa	Extensão da casa	Harmonia	Companheirismo

Figura 3. Caracterização dos cooperados da UNIVENS.

A importância do grupo focal é salientada pelos autores Wheeler e Slanpaa (1997) como forma de buscar identificar as relações do modelo de inclusão social de *stakeholders*. Segundo Denzin e Lincoln (2000, p.888), grupo focal é uma formação coletiva de investigação única e importante onde teorias, pesquisas, pedagogias e políticas se convergem. Segundo Denzin e Lincoln (2000, p.904), grupos focais tem sido usado como instrumento de pesquisas qualitativas, assim como a possibilidade de diálogo permitindo aos pesquisadores consolidar as explicações, onde existem limitações de reflexibilidade e compreensão.

As questões são a essência da entrevista em *grupos focais*, devendo parecer espontâneas para os participantes, mesmo tendo sido cuidadosamente selecionadas e elaboradas tendo em vista a informação esperada (SIMON, 1999). Krueger (1994) *apud* Oliveira e Freitas (1997), classifica tais questões nas seguintes categorias: introdutórias, transição, centrais, resumo e final

As questões trabalhadas durante a reunião com as cooperadas da UNIVENS foram:

Questão inicial

- 1.O que é Economia Solidária? E Comércio Justo? Dê exemplos?
- 2.Como vcs manifestaram as características da economia solidária? Fazem parte de alguma experiência no RS?
- 3.Como surgiu a Univens? Narre cronologicamente:
- 4.Como a Cooperativa UNIVENS mudou a vida das cooperadas?

Questão de transição

- 5.Como conheceram o algodão orgânico? Como se estruturaram? Qual o recurso financeiro que vocês utilizaram? Quem foram os apoiadores? Padronizadores? Parceiros?
- 6.Como introduziram o algodão orgânico na UNIVENS? Como foi a transição? Partiu de qual origem?
- 7.Qual a importância da Economia Solidária? Das práticas solidárias?

Questões centrais

- 8.Qual é a características inovador deste processo de produção?(Inovação Social)
- 9.Quem são as outras pessoas envolvidas no processo?
- 10.Enumere as pessoas da rede?
- 11.Quais as mudanças que ocorreram para vocês em termos de: - Renda;- Ocupação de Tempo;- Aprendizagem;- Integração

Questão resumo

- 12.As diversas pessoas interessam pelo processo de algodão orgânico da cooperativa Univens?
- 13.E as cooperadas o que pensam sobre o algodão orgânico? Sua cooperativa participa de alguma rede? Quais são?
- 14.Como é feito o processo de comunicação da Univens? E o processo de tomada de decisão?
- 15.Quais os melhores e piores resultados conseguidos durante a formação da rede?

Questão final

- 16.Como seria desenhada a cadeia de redes solidárias do algodão orgânico com a inserção das pessoas interessadas em todos os processos? Vocês se sentem preparadas para comercializar produtos orgânicos?
- 17.O que vocês esperaram do futuro? Seria a possibilidade de outro produto? Outro mercado? Melhores Rendas?

5.Resultados

5.1.Caracterização da UNIVENS

A cooperativa Univens foi fundada no dia 23 de maio de 1996, no Bairro de Sarandi, na cidade de Porto Alegre-RS. Durante os quatro primeiros anos a sede da cooperativa foi na Capela Paroquial Nossa Senhora Aparecida do Bairro, e durante mais quatro anos na Incubadora Popular da Prefeitura Municipal de Porto Alegre. Somente no ano de 2004, foi construída a sede da Univens. A construção da sede contou com diversas participações desde a esfera municipal, estadual, federal e internacional. Em especial pela ACSUR, entidade espanhola que doou 80% do valor para a construção, sendo os 20% parcelado em quatro anos.

A ida para a incubadora popular se fez no momento que a prefeitura de Porto Alegre comprou o prédio e o reformou, abrigando a Univens. Durante o tempo de permanência na Incubadora Popular, a Univens não arcava com despesas de energia elétrica, telefone e aluguel, pois tudo era de responsabilidade da Incubadora.

O objetivo da Univens veio de encontro com a falta de emprego e da exclusão do mercado de trabalho, inicialmente o quadro social tinha 35 mulheres, entre 18 a 70 anos. A Univens apresenta dois objetivos definidos: proporcionar trabalho para todos e participação qualitativa e quantitativa de seus rendimentos, oportunizando melhoria nas condições de vida.

A Univens é filiada a Unisol (Central de Cooperativas e Empreendimentos Solidários) filiada a CUT e integra o Complexo Cooperativo do Vestuário, estratégia de organização de empreendimentos solidários propostos pela Agência de Desenvolvimento Solidário (ADS).

Atualmente, o quadro social conta com 22 sócios, sendo 3 homens. A Univens não tem funcionários, somente os cooperados que trabalham na mesma. O processo de inclusão de novos membros segue normas já estabelecidas entre as cooperadas, tendo as principais: cooperado deve ser residente no bairro, ter experiência com costura, possuir máquinas de costuras, disponibilidade de tempo para atuar em todos os processos da cooperativa. A cota atualmente custa R\$ 11,00 (onze reais) e ao entrar o cooperado adquire 3 cotas em um total de R\$ 33,00 (trinta e três reais). A saber no início da cooperativa a cota valia R\$ 1,00 (um real) e houve reajustes anuais de R\$ 1,00 (um real).

A Univens oferece serviços de serigrafia, costura personalizada (camisetas de algodão, de poliviscose, do tipo pólo, uniformes colegiais e para empresas, jalecos de diversos modelos e calças, sacolas para eventos e roupas para surf).

A busca por um produto único e exclusivo no mercado de confecção, em virtude de sérios problemas, tais como: competição entre as grandes indústrias de confecções e a entrada de produtos chineses, motivou a Univens iniciar um processo de pesquisas em diversos mercados, pois a necessidade de oferecer um produto embasado nos princípios de Economia Solidária e Comércio Justo era o objetivo da cooperativa.

A partir de frequentes reuniões com os representantes da Unisol e da CUT, o interesse no algodão orgânico se fez presente. E, este produto corresponderia todas as buscas de Economia Solidária, Comércio Justo e Desenvolvimento Sustentável frente aos cooperados. Diante desta descoberta, a Univens criou a Marca Justa Trama, roupas de algodão orgânico confeccionados pelas cooperadas.

Entretanto, a Marca Justa Trama impulsionou os cooperados da Univens a agirem intensamente em toda a cadeia produtiva solidária do algodão ecológico, uma vez que este produto faz parte de uma rede de empreendimentos solidários.

O primeiro contato ocorreu em Tauá, Massapé, Choro e Quixadá, cidades localizadas no Ceará, onde agricultores articulados pela ADEC plantam e colhem o algodão agroecológico com o apoio técnico do ESPLAR (Centro de Pesquisas e Assessoria) e numa parceria os respectivos STRs – Sindicato dos Trabalhadores Rurais, abrangendo atualmente cerca de 700 agricultores(as) familiares.

A segunda etapa ocorreu na CONES (Cooperativa Nova Esperança), empresa recuperada por trabalhadores, composta por 120 cooperados que realizam tanto a fiação do algodão convencional (herbáceo) quanto a do algodão agroecológico (arbóreo) por entenderem a importância deste para o meio ambiente.

A terceira etapa ocorreu na TEXTILCOOPER (Cooperativa de Trabalhadores em Fiação, Tecelagem e Confeccões), outra empresa recuperada pelos trabalhadores composta por 90 cooperados que produzem e comercializam cobertores de acrílico e de mantas de algodão convencional. através de uma assessoria da Agência de Desenvolvimento Solidário (ADS/CUT) e do MTE (Ministério do

Trabalho e Emprego), que juntas elaboraram um projeto para a Fundação Banco do Brasil para a compra de um tear circular, a fim de confeccionarem tecidos finos de algodão, necessário para a cadeia produtiva. A quarta etapa compreende a UNIVENS e a FIO NOBRE (Itajaí, SC) empresa autogestionárias formada por sete trabalhadores que produzem cordões e fios diversos para a confecção além de roupas artesanais.

Para finalizar o processo da cadeia produtiva do algodão orgânico, a quinta etapa acontece na Cooperativa Assai, na região da Amazônia, que desenvolve o tingimento natural e as sementes para o acabamento das peças.

A UNIVENS, ainda, coordena dois empreendimentos solidários no Bairro Sarandi: Grupo Reciclagem e uma Creche. O grupo Reciclagem de papel consta atualmente com 4 mulheres e a Creche com 47 crianças.

5.1.1. Questões iniciais.

O princípio básico da Cooperativa Univens foi a busca da renda solidária, e principalmente para que as mulheres pudessem trabalhar perto de suas residências. No início podia trabalhar em casa, para não perder o contato com a família. A idéia de Comércio Justo e Economia Solidária vieram naturalmente na convivência das fundadoras com outras instituições como a CUT e da participação do Orçamento Participativo das comunidades. Os cooperados ainda relataram que o avanço do Comércio Justo e Economia Solidária são ainda difícil dentro do sistema capitalista brasileiro.

E, a busca por remuneração justa do trabalho na cooperativa é ainda alvo de críticas de clientes e fornecedores, pois estes ainda querem diminuir o valor apresentado pelos cooperados no ato da comercialização. Entretanto, a cooperativa é o meio de valorizar e possuir um valor justo do trabalho desenvolvido pelos cooperados da Univens e poder viver em um espaço que se valorize cada indivíduo. Os cooperados conseguem colocar o valor do trabalho justo acima do valor de mercado e oferecendo condições dos cooperados sobreviverem. As entrevistadas acrescentam, ainda, que os meios de comunicação prejudica o trabalho coletivo, pois evidencia o individualismo e a competição.

Elas relataram que tudo que o bairro possui desde asfalto, postos de saúde e sistema de esgoto são devido ao Orçamento Participativo e ação coletiva da comunidade.

5.1.2. Questões de transição

A busca por um produto diferenciado e que representassem o sentido da coletividade solidária, e que pudessem vislumbrar desde o início e ao fim do processo produtivo até a comercialização, fez com que o algodão orgânico, fosse o resultado destas pesquisas. Outro problema apontado pelos cooperados entrevistados eram as “facções” oriundas das terceirizações das indústrias locais. No início da cooperativa, as “facções” não conseguiam remunerar as cooperadas por explorarem a capacidade de trabalho individual e baixíssima remuneração por peça.

A partir do momento que eles decidiram produzir peças de algodão orgânico, os problemas começaram a acontecer, fornecedores de algodão orgânico, tecelagem e fiação do mesmo. E, a cada conquista novas oportunidades foram aparecendo, principalmente em relação aos produtores de algodão orgânico. Fizeram a primeira viagem ao Ceará onde conheceram e efetuou parcerias com os produtores de algodão orgânicos organizados pela ADEC, e realizou parceria com a tecelagem. E, até financiaram a máquina de tear de algodão orgânico pelo Banco do Brasil, porque a Univens precisava destes serviços.

E, para apresentar a Marca Justa Trama, confeccionaram camisetas com desenhos dos pontos turísticos de Porto Alegre – RS. A cidade de Porto Alegre não possuía camisetas diferentes e artísticas. A cooperativa Univens contou com parcerias para realizar os desenhos como o curso de design de moda da FEEVALE e das artistas plásticas Cristiane Loff e Gilse Araújo Rosito.

Outro grande acontecimento que marcou a Univens foi a responsabilidade de confeccionar 70 mil sacolas oriundas do algodão orgânico para o Fórum Social Mundial de 2005. A Univens foi a responsável por coordenar 33 empreendimentos dos Estados do Paraná, Santa Catarina e do Rio Grande do Sul para a confecção das sacolas. Outro evento foi o Fórum Mundial de Turismo, sediado no Rio de Janeiro em 2005. Entretanto, este evento não cumpriu as expectativas da cooperativa em termos de divulgação, pois houve problemas de organização entre a Prefeitura do Rio de Janeiro e o Governo do Rio de Janeiro, e a Cooperativa Univens não pode apresentar o desfile no Hotel Copacabana, mas a Univens realizou um pequeno desfile na Favela do Catangalo do Rio de Janeiro, junto a crianças da mesma.

5.1.3. Questões centrais

Nesta seção, a inovação foi questionada às cooperadas. As cooperadas afirmam que as características inovadoras são: inserção da cadeia solidária do algodão orgânico, residência na comunidade, mais de 90% dos cooperados são mulheres e o relacionamento interativo interno e externo entre as partes interessadas, administram o tempo de gerenciamento familiar e da cooperativa. Outro item apontado por todas as cooperadas foi à relações de amizade e respeito

O algodão orgânico na forma de malhas e tecido como um fator de inovação cria uma demanda de empresas em querer comprá-lo. Entretanto, ele não está disponível para a venda. E, a Univens não possui um contrato legalizado e exclusivo dos produtores de algodão orgânico. Mas, existe uma relação de confiança muito forte entre a Univens e os parceiros da cadeia solidária do algodão orgânico.

As pessoas envolvidas no processo pertencem às esferas municipais, estaduais, federais e internacionais, como: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Unisinos, Cáritas, CUT, Sindicatos dos Metalúrgicos, Sindicato da Alimentação, SINTAG (Sindicato dos Técnicos Agrícolas), Fundação Luterana, Unisol e outros.

As mudanças marcantes ocorridas para as cooperadas da Univens são em relação a: renda, ocupação de tempo, aprendizagem e integração. Houve um aumento significativo na renda das cooperadas. Assim como a aprendizagem e a integração entre os cooperados.

Outro ponto crucial e importante para as mesmas é o horário flexível, mas, entre as 11:00 horas a 13:00 a cooperativa está fechada, pois neste horário todas as cooperadas vão preparar o almoço, fato que já gerou muitos problemas. Mas, as cooperadas são conscientes de sua importância e não pretendem alterar o mesmo.

5.1.4. Questões resumo

As cooperadas afirmaram que as pessoas de diversos setores da economia manifestam interesses pelas roupas e o processo de algodão orgânico. Diversos eventos demandam o produto, tais como: feiras, exposições, seminários, congressos e fóruns. Ao serem indagadas sobre o que pensam do algodão orgânico, todas afirmaram que este produto está revolucionando a cooperativa em termos de inovação e desenvolvimentos de novos produtos.

A cooperativa Univens não possui funcionários, pois são os próprios cooperados que trabalham e operam em todos os setores da cooperativa. A participação da Assembléia é obrigatória uma vez ao

mês e com frequência de todas as cooperadas. Todas as decisões são tomadas coletivamente, o que permite uma maior integração entre os cooperados.

A comercialização das roupas ocorre em eventos solidários que ajudam na exposição, e na própria sede da Univens. Neste ano de 2007, a Univens inicia a exportação de roupas orgânicas para a França, onde existe uma encomenda de 1.000 camisetas e 300 bermudas da Marca Justa Trama.

De acordo com as cooperadas, os piores resultados encontrados na gestão da Univens foi o não pagamento de um lote de roupas, pois, os melhores resultados foram à construção da sede e a produção de roupas de algodão orgânico.

5.1.5. Questões Finais.

Ao serem indagadas em relação ao futuro, as respostas foram diversas no sentido de crescimento da produção de roupas; poder exportar mais; criar novos produtos; poder melhorar a renda familiar; oportunidade de trabalho; entrada controlada de novos cooperados; treinamento de novos cooperados em Economia Solidária; tempo de ter lazer coletivos, criação de escolas de adolescentes; e integrar com outros empreendimentos coletivos. Elas afirmaram, ainda, que não há limites para o algodão orgânico.

6. Análises e Discussões dos Resultados

Nesta seção, são apontados alguns resultados do grupo focal e as teorias apresentadas.

A Figura 4 visualiza os *stakeholders* sociais primários e secundários, e os *stakeholders* não - sociais primários e secundários da Univens.

A Univens caracteriza-se como empreendimentos da Economia Solidária, principalmente como uma forma de se cooperar em uma sociedade totalmente capitalista. Segundo ADES (2002) os movimentos solidários explicitam uma série de transformações no foco dos padrões de consumo no sentido da quantidade para a qualidade. O enfoque quantitativo do mercado refere-se à comercialização de *commodities*, ou produtos homogêneos, vendidos em grandes volumes em bolsas de mercadorias, com baixo valor agregado. Já o enfoque qualitativo, predomina as especialidades. As quantidades comercializadas são pequenas, os produtos são diferenciados e tem alto valor agregado.

Stakeholders Sociais Primários	Stakeholders Sociais Secundários
<div>Cooperados</div> <div>Avesol</div> <div>Comunidade do Bairro Sarandi</div> <div>Cones, Fio Nobre, Cooperativa de Açai, ADEC, TEXTILCOOPER</div> <div>Ongs Internacionais</div> <div>Estilistas</div>	<div>Mídia</div> <div>Ongs Solidárias</div> <div>Sindicatos - CUT</div> <div>UFRGS - UNISINOS - CÂRITAS</div>
Stakeholders Não Sociais Primários	Stakeholders Não Sociais Secundários
<div>Propriedade Rurais Nordeste</div> <div>Futuras Gerações</div> <div>Produção de Algodão Orgânica</div>	<div>Ong's Ambientais</div> <div>Partidos dos Trabalhadores - PT</div>

Figura 4.: Identificação dos *Stakeholders* Primários e Secundários Sociais da UNIVENS

Fonte.:Elaborado pela autora.

Como resultado da busca por inovações, o algodão orgânico corresponde ao elo entre a necessidade de buscar algo que seja motivador social e que responda a satisfação do indivíduo que supre a necessidade de cidadania e da inclusão social.

Os empreendimentos solidários enraízam-se na comunidade, promovem a participação, dinamizam redes de interação e fomentam a democracia política. Abrem vias, portanto, para que se cruze o espaço territorial e social, do micro ao macro, do local ao mundial. Na base desse alargamento de horizontes está o fato primordial de que, contrariamente à volubilidade e volatilidade das empresas de capital, tais empreendimentos estão *colados* ao trabalho, a pessoas que vivem, residem e se relacionam de acordo com identidades e projetos vinculados a um território e a um sentimento de pertencer.

Em relação à rede do Algodão Solidário, percebe-se que o objetivo é produzir tudo o que as pessoas necessitam para realizar o bem viver de cada um, diversificando a produção e melhorando o padrão de consumo de todos os que participam da Rede. Desse modo, quanto mais essas redes crescem distribuindo renda com a justa remuneração dos trabalhos solidários, maiores são o conjunto de pessoas que a elas se integra e a demanda de consumo por elas atendidas, gerando novas oportunidades de trabalho, ampliando ainda mais a distribuição de renda. Desse modo, rompe-se com o paradigma da escassez (segundo o qual o valor de um bem é tanto maior quanto mais raro ele for frente à sua demanda social) tem-se que, em uma Rede de Colaboração Solidária, quanto mais se reparte a riqueza, mais a riqueza aumenta. Essa é uma das principais conseqüências da transformação solidária da economia sob o paradigma da complexidade.

Segundo Mance (1999), a palavra solidariedade possui um sentido moral que vincula a vida aos interesses e às realidades de um grupo social, e uma nação ou da própria humanidade. Indicando uma relação de responsabilidade entre pessoas unidas por interesses comuns, de maneira tal que cada elemento do grupo se sinta na obrigação moral de apoiar os demais.

A reorganização da produção têxtil de algodão orgânico produzido sob a ótica da economia solidária requer a necessidade de parcerias para reduzir intermediários e aproxima os diferentes atores entre si, de forma integradas com apoio de organizações públicas e privadas no processo se torna um grande desafio conforme consta em ADS - AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO SOLIDÁRIO (2002). Percebe-se, ainda que no caso desta Rede, há a necessidade de articulação entre os diferentes *stakeholders*, pois existem dificuldades para aproximar e coordenar segmentos numa cadeia produtiva tão extensa e fragmentada, como o caso da cadeia têxtil.

As inovações na tecnologia e no processo produtivos, com certeza, também são relevantes para o desenvolvimento da Economia Social. No entanto, o aspecto inovador distintivo reside na inovação social, ou seja, em novas formas de fazer as coisas com o fim explícito de rearranjar os papéis sociais ou de dar outras respostas para situações sociais insatisfatórias e problemáticas (RODRIGUES, 2006).

Salienta-se que a Univens apresenta um posicionamento quanto aos salários, a igualdade entre homens e mulheres, o desenvolvimento conjunto dos participantes, respeito ao entorno do social, produtos orgânicos, naturais e qualidade.

Desta forma, a inovação social está baseada, também, no potencial dos indivíduos e consiste em um processo de aprendizagem visando à aquisição de conhecimentos, a modificação de representações, e um novo aprendizado da cooperação. Neste sentido, a participação do cliente desta inovação é uma condição essencial para a emergência da mesma, não implicando necessariamente que ele participe em todas as etapas do processo (concepção/execução/avaliação). Isso porque a inovação social deve ser um processo de aprendizagem que leve o indivíduo a buscar a solução de seus problemas (LEVESQUÉ, 2002). E, no caso da UNIVENS, percebe-se que estes fatores conduziram os cooperados a

identificarem uma potencialidade de mercado no algodão orgânico.

A característica bastante evidenciada é a promoção do Desenvolvimento Sustentável como uma forma de integração das oportunidades comerciais e as relações comerciais. Percebe-se que os cooperados possuem uma noção clara de que do preço justo e inclui os custos sociais e ambientais. E percebe-se que mais de 90% dos cooperados da Univens são mulheres, o que segundo o EFTA (2000), a mulher representa 70% dos que vivem em miséria absoluta, além de serem discriminadas social e economicamente, exercem, porém, um papel importante no Comércio Justo, com participações em 80% do voluntariado das lojas e na crescente força produtiva, além do tradicional labor artesanal. São nítidas as características dos princípios do Comércio Justo na Univens em relação à utilização de tecnologias apropriadas e as perspectivas de sustentabilidade econômica e social e o fortalecimento do desenvolvimento local.

A cadeia produtiva de têxteis orgânica é composta pelos segmentos de insumos para a agricultura, de produção agrícola propriamente dita, de beneficiamento de algodão em caroço, de fiação das fibras, de tecelagem de tecidos planos e de malha, de acabamento, onde se inclui a tinturaria e estamparia, de confecção e de distribuição dos produtos para os consumidores (ADES, 2002).

A Figura 5 identifica a cadeia solidária do algodão orgânico e suas funções dentro de cada processo, assim como identifica os principais *stakeholders* sociais do processo.

6.Considerações Finais

Ao mapear e visualizar os *stakeholders* envolvidos na UNIVENS, torna-se imprescindível identificar os princípios do empreendimento, para que haja uma maior sinergia entre a prática e a teoria. Ao buscar desenvolver uma *framework* que relacione a abordagem de Economia Solidária, Comércio Justo, Desenvolvimento Sustentável e Teoria de *Stakeholders* percebe-se que existem complementaridade e similaridade entre as mesmas.

A Economia Solidária aliada ao Comércio Justo incorpora as bases de uma sociedade que respeita e valoriza o indivíduo dentro de sua cultura, território e valores. Existem dualidades positivas ao buscar criar condições de sobrevivência dignas e solidárias em empreendimentos coletivos.

Percebe-se que a Inovação Social traduz a busca pelo desenvolvimento de novas oportunidades respeitando em primeiro lugar o indivíduo provido de um meio e a criação de um produto, que respeite este indivíduo e o seu meio ambiente. E, a produção do algodão orgânico adquire características de inovação social respeitando os conjuntos de iniciativas sócio-econômicas.

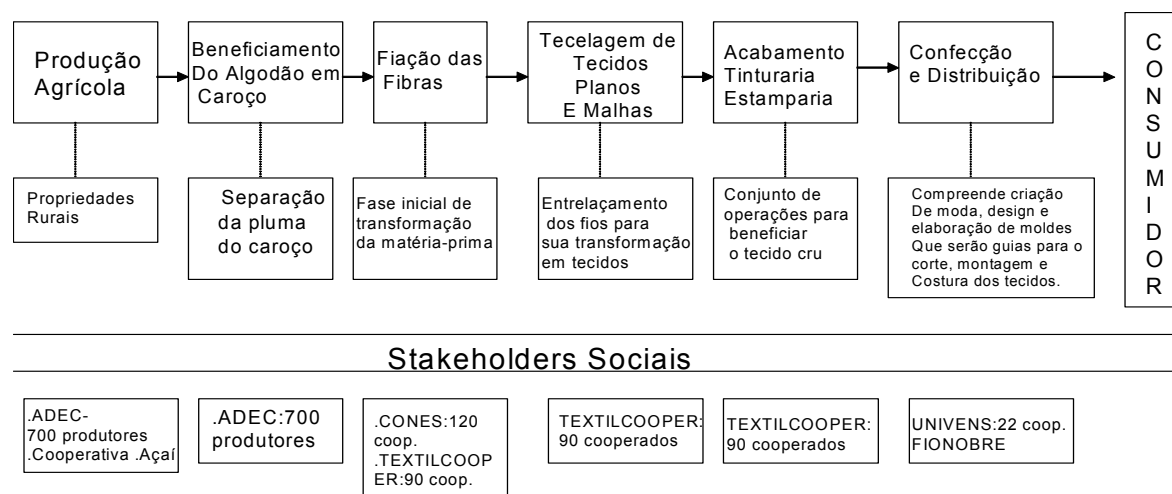


Figura 5. Cadeia Produtiva Solidária do Algodão Orgânico e seus *Stakeholders* Sociais.

Fonte: Elaborado pela autora com base em ADS (2002).

Ao caracterizar os *stakeholders* sociais, a rede solidária fornece as informações relevantes para vislumbrar cada elo da cadeia. Os *stakeholders* primários sociais e secundários sociais podem reforçar o papel da importância dos cooperados da UNIVENS. Percebe-se que existem mais *stakeholders* sociais primários do que *stakeholders* secundários sociais.

A UNIVENS como uma cooperativa solidária respeita a sua participação nos movimentos solidários e exprime os conceitos ao criarem dois empreendimentos solidários, como a creche e a escola de reciclagem.

Referências

- ADES.AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO SOLIDÁRIO. **A Comercialização na Economia Solidária**. São Paulo, 2002. 163p.
- CLOUTIER, J.. Qu'est-ce que l'innovation sociale? Centre de Recherche sur les Innovations Sociales. **Document de travail de l'interaxe**, Montreal, 2003.
- CMMAD - Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (1987), **Nosso futuro comum**. Fundação Getúlio Vargas. Edição original em inglês, Our common future, Oxford University Press, Oxford.
- CLARKSON, M.B.E.. A stakeholder framework for analysing and evaluating corporate social performance. **Academy of Management Review**, Mississippi State, v.20,n1, p. 92-117. 1995.
- DENZIN, N.K; LINCOLN, Y. S. **The Sage Handbook of Qualitative Research**. Third Edition.London: Sage Publications.2000.
- D'AMOURS, M. **Procès d'institutionnalisation de l'économie sociale au Québec**. Québec (Canada, Province): Copublication CRISES/LAREPPS, 2000.
- EUROPEAN FAIR TRADE ASSOCIATION. EFTA. **Fair trade in Europe 2001**. Maastricht: EFTA, 2001.
- FREEMAN, R. E. **Strategic management: a stakeholder approach**. Boston: Pitman / Ballinger,. 1984
- GAO, S.; ZHANG, J. J. *Stakeholders* engagement, social auditing and corporate sustainability. **Business Process Management Journal**, v..12,.n.6, p.722-740p.2006.
- GAIGER, L. A economia solidária e o projeto de outra mundialização. DADOS. **Revista de Ciências Sociais**, v.47, n.4, p. 799-834.2004.
- GRÜNINGER, B. Códigos de conduta e selos do comércio solidário: aspectos éticos na prática de negócios do setor rural. São Paulo: B&SD, 2000.
- KANTER, R. M. From Spare Change To Real Change. **Harvard Business Review**. v. 77, n. 3, p.122 (1). 1999.
- HIGA, W. **A compreensão da Ciência e da Tecnologia pelo Movimento Sindical Brasileiro**. Dissertação mestrado, Depto. Política Científica e Tecnológica. Campinas, UNICAMP, 2000.
- INTERNATIONAL FEDERATION FOR ALTERNATIVE TRADE. Milan Conference Report. Disponível em: <http://www.ifat.org/fairtrade-res-milan1.html>>. Acesso em: 22 jan. 2000c.
- KEY, S. Toward a new theory of the firm:a critique of *stakeholders* theory. **Management Decision**, v.37 , n. 4, p.317-328. 1999
- LATOUR, B. **Políticas da natureza: como fazer ciência na democracia**. Bauru, SP: EDUSC, 2004.
- LALLEMAND, D. **Les defies de l'innovation sociale**. Issy-les-Moulineaux: ESF Editeur, 2001.
- LÉVESQUE, B. Les entreprises d'économie sociale, plus porteuses d'innovations sociales que les autres? In: COLLOQUE DU CQRS AU CONGRES DE L'ACFAS, 2001, Montreal, Cahiers du CRISES, v. 0205, 2002.
- LEHTONEN, M. The environmental-social interface of sustainable development: capabilities, social capital, institutions. **Ecological Economics**, v.49, p199-214.,2004.
- MANCE, E. A. **Revolução das Redes**_Rio de Janeiro, Vozes, 1999.

- _____. Cadeias produtivas solidárias. In: CATTANI, Antonio David (org). A outra economia. Porto Alegre: Veraz Editores, p 26-28. 2003.
- OLIVEIRA, M., FREITAS, H.M.R. Focus group - pesquisa qualitativa: resgatando a teoria, instrumentalizando o seu planejamento. **Revista de Administração**, São Paulo, v.33, n.3, p. 83-91. 1998
- MÓ DE VIDA. Declaração sobre o Comércio Justo. 2005. Disponível em <www.modevida.com/comercio4.htm>. Acesso em 22/01/2007.
- RODRIGUES, A. L.. Modelos de gestão e inovação social em organizações sem fins lucrativos: divergências e convergências entre *Nonprofit Sector* e Economia Social. In: **Anais** do ENANPAD 2006, 23 a 27/09/2006, Salvador Bahia.
- ROWLEY, T. J. Moving beyond dyadic ties: A network theory of stakeholder influences. **The Academy of Management Review**. Mississippi State: v.22, p.887-910. 1997.
- RUF, B.M.; MURALIDHAR,K.;BROWN, Robert,M.; JANNEX, J.J.; PAUL,K. An empirical investigation of the relationship between change in corporate social performance: A *Stakeholders* Theory perspective. **Journal of Business Ethics**, v. 32:143-156, 2001.
- SACHS, I. **Ecodesenvolvimento: crescer sem destruir**. São Paulo: Vértice, 1986.
- _____. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro : Garamond, 2002.
- SINGER, P.; SOUZA, A. R. **A Economia Solidária no Brasil. A autogestão como resposta ao desemprego**. São Paulo, Contexto, 2000.
- SILVA, S. L. S.; LEZANO, Á. G.R. Modelo para obtenção da performance organizacional sob a orientação dos *stakeholders*. In: **Anais** do VIII Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais. SIMPOI.FGV.EAESP. p.16.CD.ROM. 2005
- SILVA, T. N.; PEDROZO,E. Á.;ESTIVALETE, V. F. B.; SCHULTZ, G. Empreendedorismo social, Produção Orgânica, Segurança Alimentar e Comércio Justo:Uma discussão sob o prisma do Capital Social e de Confiança. In: **Anais** do IX Seminários em Administração FEA-USP.2006
- SUBSÍDIO DE FORMAÇÃO. **A Economia Popular Solidária na perspectiva de um Desenvolvimento Solidário e Sustentável**. 32p.
- TAYLOR, J. Introducing Social Innovation. **The Journal of Applied Behavioral Science**, [S.I.], v. 6, n.1, p. 69-77, 1970.
- WALTER, G. R. Economics, ecology-based communities, and sustainability.**Ecological Economics**, v.42, p.81-87,2002.
- WHEELER, D.; ELKINGTON, J. The end of the corporate environmental report? Or the advent of cybernetic sustainability reporting and communication. **Business Strategy and the Environment**, v.10, p1-14,2001.
- WHEELER, D.;SILLANPAA,M.**The Stakeholder Corporation**.London:Pitman Publishing.372p.1997.
- WOOD, D. J; JONES, E. Stakeholder Mismatching: A Theoretical Problem in Empirical Research on Corporate Social Performance, **The International Journal of Organizational Analysis**,v. 3,n.3, p.229–267.1995.
- WASSERMAN, S; GALASKIEWICZ, J. **Advances in Social Network Analysis. Research in the Social and Behavioral Sciences**. London, Sage Publications, 1994