



Artesanato Cearense: Mudança de Posicionamento Estratégico do Assistencialismo para o Empreendedorismo

Aprígio Botelho Lócio (aprigio@secrel.com.br)

Gustavo de Ipanema Pompeu (pompeugip@terra.com.br)



Motivação

- A globalização e as relações comerciais internacionais;
- A oportunidade de inserção internacional dos micro e pequenos empresários, como os artesãos;
- Mudanças nas relações de trabalho: cooperação e parceria para agregar valor aos produtos;
- O crescimento na preocupação com o social e o meio ambiente.

Quebra-Cabeça





Mercado Justo e Solidário

- **Conceito:**

- ❖ União da definição de mercado com a idéia de transformação de uma parcela da sociedade;
- ❖ Resgate de pequenos produtores de forma empreendedora e autosustentável;
- ❖ Uso de canais de comércio bem definidos e não tradicionais.

- **O Nascimento e o Amadurecimento;**

- **A Certificação para o Mercado Justo;**

- **As Divergências sobre o Mercado Justo e Solidário;**

- **O Mercado Justo e Solidário no Brasil.**



Artesanato Cearense

- **O Artesão:**

- ❖ capacidade de transformar uma variedade de matérias-primas em objetos úteis às necessidades humanas.
- ❖ Ausência de tecnologia e de linha de produção;
- ❖ Sem padronização e pequena quantidade produzida.

- **O Artesanato:**

- ❖ As origens: três raças e culturas;
- ❖ Tipologia: barro, metal, madeira, couro, ouro, palha, areia, algodão e corda;
- ❖ Dificuldades e vantagens para o comércio (Ausência de NCM);
- ❖ Situação atual no Ceará:
 - 10.000 itens com 26 tipos de produtos comercializados;
 - 2.023 artesãos em mais de 30 municípios (4 APLs)



Políticas Públicas

- Incentivo às Micro e Pequenas Empresas;
 - ❖ Microcrédito;
 - ❖ Capacitação e Treinamento;
- Geração de Emprego e Renda;
- Desenvolvimento Local e Regional;
- Incentivo às Exportações;



Estratégias de Negociação

- **O Modelo de Empreendedorismo para o Artesanato**
 - ❖ **Poder Macro**: Uso do poder pela organização, interagindo com outras organizações públicas ou privadas;
 - ❖ **Poder Micro**: Lida com o jogo de política dentro de uma organização ou coletividade;
 - ❖ **O Papel do Negociador**: identificar quais são os aspectos relevantes que estão em jogo e saber ouvir, salientar as metas coletivas, receber o *feedback* de maneira simples e constante;



Referencial Teórico

- **Mercado Justo e Solidário**

- ❖ FAIR-TRADE LABELING ORGANIZATIONS INTERNATIONAL (FLO)
- ❖ HAVELAAR, Max – Certificadora Internacional.
- ❖ FRANÇA, Cassio Luiz de
- ❖ KRIER, Jean-Marie
- ❖ LAFORGA, Gilmar.
- ❖ SAMPAIO, Helena.
- ❖ ZERBINI, Fabíola.

- **Artesanato Cearense**

- ❖ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)
- ❖ MTE, SENAES.
- ❖ Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).
- ❖ Secretaria de Desenvolvimento Local e Regional (SDLR).
- ❖ Secretaria de Trabalho e Empreendedorismo (SETE).



Referencial Teórico

- **Políticas Públicas**

- ❖ HEILBRONER, L. Robert.
- ❖ AGAPITO, F., OENING, K. e PEREIRA, M. F.
- ❖ AMARAL FILHO, Jair do.
- ❖ DINIZ, João Helder.
- ❖ CEARÁ. Secretaria de Planejamento e Coordenação (SEPLAN).

- **Estratégias de Negociação**

- ❖ LEWICKI, R. L., SAUNDERS, D.M., MINTON, J. W.
- ❖ MARTINELLI, Dante P., VENTURA, Carla A. A. & MACHADO, Juliano R.
- ❖ MELLO, José C. M. F. De.
- ❖ MINTZBERG, H., Ahlstrand, B., e Lampel, J.
- ❖ PINTO, Eder P.



Metodologia

- Pesquisa Aplicada:

- ❖ Comércio de artesanato cearense para o desenvolvimento do Estado via Comércio Justo e Solidário;

- Grau de Problema:

- ❖ Exploratório com criação de hipóteses para pesquisas futuras;

- Procedimento Técnico:

- ❖ Pesquisa Bibliográfica de caráter Qualitativa;



Resultados da Pesquisa

- A base do Comércio Justo e Solidário é a consciência do consumidor;
- A Suíça já ultrapassou suas necessidades básicas e busca um consumo consciente; ▶
- A Alta taxa de crescimento: existência de uma base familiar disseminada de produção com alto valor étnico desses produtos. ▶



Conclusão

- O Mercado Justo e Solidário registrou taxas muito altas de crescimento entre os anos de 1999 e 2004 e se consolidou como uma alternativa muito sólida no mercado internacional;
- Há uma tendência de crescimento, mas depende de dois fatores de sustentação: a consciência do consumidor e a credibilidade do Selo de Certificação;
- A expectativa é que a organização do artesanato certificado contribua para a geração de renda com as características de empreendedorismo, abandonando todo o foco assistencialista;
- Há necessidade de mais variedade, maior quantidade adaptados à demanda e mais produtos únicos;



Conclusão

- Os fundamentos da demanda europeia casam perfeitamente com o artesanato cearense;
- O Mercado Justo e Solidário pode:
 - ❖ Inserir o artesanato cearense no mercado internacional;
 - ❖ Trazer benefícios como financiamento, verbas extras para treinamento e aperfeiçoamento do produto;
 - ❖ Trazer especialização, incremento de renda e sustentação das comunidades de forma mais abrangente;
 - ❖ Resgatar culturalmente o artesanato (expressão artística de uma pessoa e de toda comunidade)
- Este trabalho pode contribuir para os estudos na área de artesanato e pode ser complementado em trabalhos futuros com estatísticas deste setor.



Obrigado!

- **APRÍGIO BOTELHO LÓCIO** É Mestre em Negócios Internacionais pela UNIFOR-Ce e Bacharel em Ciências Econômicas pela UFC. Participa do Governo do Estado do Ceará, desde 1994 e a partir de 2001, está como Analista de Políticas Públicas no Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará - IPECE. Além de consultor, é professor de graduação e pós-graduação.
- **GUSTAVO DE IPANEMA POMPEU** é Mestre em Negócios Internacionais pela UNIFOR-Ce, pós-graduado em Administração e Marketing pela FGV-SP e Economista pela PUC-RJ. Também, é empresário de indústria têxtil desde 1997.



Vendas Líquidas e "Per capita" por País no Mercado Justo e Solidário – 2004

(Fonte: Fair Trade Advocacy Office, 2005.)

	Vendas Líquidas (em €1000)	Vendas per capita (em €)
Itália	20.000	0,35
Suécia	5.480	0,61
Alemanha	58.000	0,70
Noruega	4.540	0,99
França	69.000	1,15
Irlanda	5.000	1,24
Finlândia	7.700	1,48
Bélgica	20.000	1,92
Áustria	15.781	1,94
Holanda	35.000	2,15
Dinamarca	12.000	2,22
Reino Unido	206.289	3,46
Luxemburgo	2.000	4,43
Suíça	136.028	18,47
Total	596.818	1,51





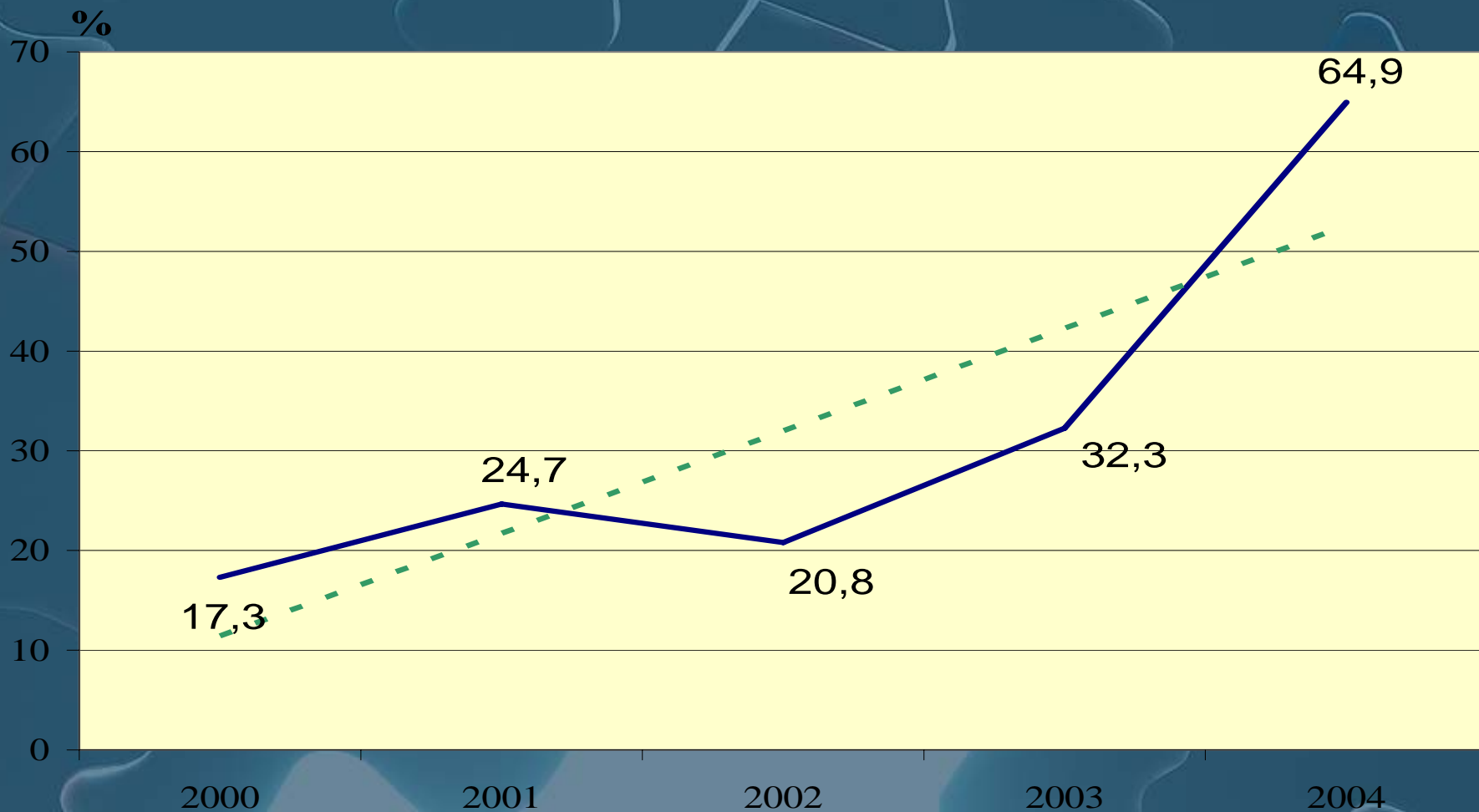
Vendas "Per capita" por País no Mercado Justo e Solidário – 2004 (Valores em €)

(Fonte: Elaboração dos autores 2006)



Taxa de Crescimento dos Principais Produtos do Mercado Justo e Solidário (2000 - 2004)

(Fonte: FLO, 2005. Criação dos autores)



Crescimento Médio Anual dos Principais Produtos do Mercado Justo e Solidário (1999 - 2004)

(Fonte: FLO, 2005. Criação dos autores)

