

## CERTIFICAÇÃO *FAIR TRADE* COMO ALTERNATIVA PARA PRODUTORES RURAIS: ESTUDO MULTICASOS

**Greison Aparecido de Jesus**  
greison.jesus@fatecitapetininga.edu.br  
**Prof.<sup>a</sup> Esp. Sílvia Panetta Nascimento**  
silvia@fatecitapetininga.edu.br  
**Fatec Itapetininga – SP**

**RESUMO:** O Comércio Justo retrata uma nova alternativa de desenvolvimento que impacta na mudança, no modo de produzir, comercializar e consumir, contribuindo para a adaptação de organizações ligadas ao comércio justo e solidário frente à marginalização ocasionada pelo complexo capitalista e, desta forma, minimizando desigualdades. Visando-se analisar o processo de Certificação *Fair Trade*, realizou-se este trabalho. Por meio de um estudo multicase com cinco organizações (distribuídas em cooperativas e associações) que já possuem a Certificação *Fair Trade* e usando-se a Tecnologia da Informação e Comunicação, foi possível conhecer a empresa certificadora, os motivos, vantagens, desvantagens e os retornos na implantação dessa certificação. Analisando-se as respostas obtidas, comprovou-se que a Certificação *Fair Trade* traz vantagens para as organizações, quando contribui para ampliar sua demanda de clientes e melhorar o preço dos produtos, no entanto sua implantação ainda apresenta dificuldades e burocracia para os pequenos agricultores familiares, mesmo quando reunidos em cooperativas e associações. A fim de eliminar os entraves e valorizar os produtores, este estudo demonstrou a necessidade da implementação de novas políticas de apoio à agricultura familiar, como também para os empreendimentos econômicos solidários - formados por cooperativas e associações -, que possibilitam formas de agilizar as etapas mais demoradas e burocráticas que dificultam o desenvolvimento sustentável.

**Palavras-chave:** Associações. Cooperativas. Comércio Justo. Empreendimento solidário.

### **FAIR TRADE CERTIFICATION AS AN ALTERNATIVE FOR RURAL PRODUCERS: A MULTI-STUDY**

**ABSTRACT:** Fair Trade portrays a new development alternative that impacts change, in the way of producing, trading and consuming, contributing to the adaptation of organizations linked to fair and solidary trade in the face of the marginalization caused by the capitalist complex and, thus, minimizing inequalities. In order to analyze the Fair Trade Certification process, this research was carried out. Through a multi-case study with five organizations (distributed in cooperatives and associations) that already have Fair Trade certification and using Information and Communication Technology, it was possible to get to know the certifying company, the reasons, advantages, disadvantages and returns implementing this certification. Analyzing the answers obtained, it was proved that Fair Trade Certification brings advantages to organizations, when it contributes to increase their customer demand and improve the price of products, however its implementation still presents difficulties and bureaucracy for small family farmers, even when gathered in cooperatives and associations. In order to eliminate obstacles and value producers, this study demonstrated the need to implement new policies to support family farming, as well as for solidarity-based economic enterprises, formed by cooperatives and associations, which enable ways to streamline the most important stages, which are time-consuming and bureaucratic tasks that hinder sustainable development.

**Keywords:** Associations. Cooperatives. Fair Trade. Solidarity enterprise.

## 1 INTRODUÇÃO

No sentido amplo, a cooperação indica a ação coletiva de indivíduos com o intuito de partilhar, de forma espontânea ou planejada, o trabalho necessário para a produção da vida social. Também é entendido como processo social em que pessoas, grupos, instituições e/ou países atuam de forma combinada para atingir objetivos/interesses comuns ou afins (HESPANHA, 2009).

O comércio justo, partindo desse princípio, é fundamentado como forma da relação de troca, baseada no diálogo, na transparência e no respeito, que busca maior igualdade no comércio internacional. Como descrito por Cotera e Ortiz (2009), o comércio justo é o processo de intercâmbio de produção-distribuição-consumo, visando o desenvolvimento solidário. Contribui para o desenvolvimento sustentável, oferece melhores condições comerciais e assegura o direito dos pequenos produtores e trabalhadores marginalizados presente na agricultura familiar.

Outrossim, o comércio justo não se configura apenas como uma relação comercial. Ele procura estabelecer um vínculo de cooperação e parceria entre os produtores localizados no hemisfério Sul e os importadores do hemisfério Norte, baseado na igualdade e no respeito mútuo (COTERA; ORTIZ, 2009).

Dessa forma, o presente trabalho desempenha um breve histórico, bem como conceitua o comércio justo e a forma como é praticado nas organizações pesquisadas.

Além disso, trata particularmente da Certificação *Fair Trade* e suas vertentes, como também as motivações presentes no comércio justo, com intuito de analisar os elementos que influenciam organizações com interesses em comum no comércio justo e solidário, verificando-se os elementos primordiais de quem adere a esse movimento.

## 2 METODOLOGIA

Para a realização deste artigo foi utilizada a pesquisa bibliográfica em bases de dados por intermédio de artigos científicos, livros, dissertações e teses publicados sobre a temática em estudo.

Também foi realizada pesquisa qualitativa em sites oficiais como da ONU (Organização das Nações Unidas), FLOCERT (entidade certificadora do Sistema *Fair Trade*), CLAC (Coordenadora Latino-americana e do Caribe de Pequenos Produtores e Trabalhadores de Comércio Justo) e SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), para levantamento dos dados de produção e desenvolvimento do referido artigo.

A fim de coletar dados sobre o processo de adesão à Certificação *Fair Trade*, foi realizada pesquisa junto a cinco organizações comerciais - de agricultores familiares - ligadas ao Comércio Justo e Solidário, utilizando-se de entrevistas semiestruturadas por meio de TIC (Tecnologia da Informação e Comunicação).

Nas entrevistas, aplicadas em junho de 2019, foi utilizado um questionário com informações pertinentes ao processo como um todo e abordados aspectos como: a motivação

que levou a cooperativas e associação a obterem a certificação, os impasses durante o processo, bem como os retornos e vantagens observadas com a implementação do *Fair Trade*, conforme apresentado no Quadro 1.

Quadro 1 – Questões usadas na entrevista

- Qual foi a empresa certificadora?
- O que motivou a empresa a obter a certificação?
- Principais vantagens observadas?
- Quais as desvantagens para obter a certificação?
- Quais os retornos dessa certificação para empresa?

Com as respostas obtidas nas entrevistas, apresentadas no item 4 deste artigo, foi realizada análise qualitativa dos dados.

### 3 REVISÃO DA LITERATURA

#### 3.1 COMÉRCIO JUSTO E SOLIDÁRIO

O movimento de comércio justo, ético e solidário se iniciou no final do século XIX, aproximando produtores pobres do Sul do mundo e consumidores da Europa. Há 40 anos, organizações não-governamentais dos países do Norte, especialmente as europeias, em diálogo com organizações não governamentais e grupos de produtores dos países do Sul, vêm desenvolvendo um enfoque alternativo ao comércio internacional tradicional, denominado comércio justo ou comércio equitativo, buscando reverter a tendência injusta dos intercâmbios no comércio internacional, promovendo o

reconhecimento do trabalho dos produtores do Sul por meio do pagamento de um preço justo a seus produtos e sensibilizando os consumidores do Norte no conhecimento dessa realidade (CRUZ, 2006).

Esse movimento deu início à implementação de mercados alternativos nos países do Norte, com normas precisas para cada produto. O número desses produtos é cada vez mais diversificado e se coloca em vários canais de comercialização utilizados pelo Comércio Justo, como em feiras, pontos fixos de comercialização solidária, grupos ou cooperativas/associações, compras públicas e *e-commerce*.

Segundo Schweickert (2004):

Entende-se por comércio justo a rede comercial de produção-distribuição-consumo orientada para um desenvolvimento solidário e sustentável, que beneficie principalmente os produtores excluídos ou em situação de desvantagem, impulsionando melhores condições econômicas, sociais, políticas, culturais, ambientais e éticas neste processo (preço justo para os produtores, educação para os consumidores, desenvolvimento humano para todos) (SCHWEICKERT, 2004, p.16).

Dessa forma, o comércio justo representa o fluxo comercial diferenciado, baseado no cumprimento de critérios de justiça e solidariedade nas relações comerciais que resulte no protagonismo dos Empreendimentos Econômicos e Solidários (EES) por meio da participação ativa e do reconhecimento da sua autonomia. Contribui para o desenvolvimento sustentável por meio do oferecimento a produtores e trabalhadores marginalizados (principalmente do Sul) de

melhores condições de troca e maiores garantia de seus direitos, em busca de maior equidade no comércio internacional (SEBRAE, 2013).

Cruz (2006) comenta que o comércio justo pode dar a impressão de algum tipo de “caridade” do Norte com o Sul ao partir de princípios como preço justo e conceitos como “diálogo intercultural” que não teriam sentido econômico imediato. Por outro lado, o comércio justo possibilita a abertura de mercado para empreendimentos solidários que de outra forma não teriam como exportar, já que os custos desse processo são muito elevados e os riscos são inúmeros. Explica que grande parte da exportação de artesanato do Nordeste brasileiro ou de regiões andinas que aparecem como “exemplos de êxito da economia popular”, acontecem dentro do movimento de comércio justo. Graças à consciência de parte da população europeia (principalmente), que aceita pagar preços mais altos pela melhora de condições sociais, houve mudança nas atividades de importadores acostumados a pagar preços muito baixos por produtos regionais “exóticos” e revendê-los a preços muito altos. Além de artesanato, também a produção agrícola e produtos semielaborados podem entrar no comércio justo.

### 3.1.1 CERTIFICAÇÃO *FAIR TRADE*

O selo *Fair Trade* tem como objetivo principal estabelecer contato direto entre o produtor e o comprador, desburocratizando o comércio e poupando-os da dependência de atravessadores e das instabilidades do

mercado global de *commodities*. Logo, para que o Comércio Justo aconteça, é preciso que o produtor atenda a princípios básicos que devem reger uma relação comercial considerada justa (SEBRAE, 2016). Esses princípios são relacionados a seguir.

1. Transparência e corresponsabilidade na gestão da cadeia produtiva e comercial;
2. Relação de longo prazo que ofereça treinamento e apoio aos produtores e acesso às informações do mercado;
3. Pagamento de preço justo no recebimento do produto, além de um bônus que deve beneficiar toda a comunidade, e de financiamento da produção ou do plantio, ou a antecipação do pagamento da safra, quando necessário;
4. Organização democrática dos produtores em cooperativas ou associações;
5. Respeito à legislação e às normas (por exemplo, trabalhistas) nacionais e internacionais;
6. O ambiente de trabalho deve ser seguro e as crianças devem frequentar a escola;
7. O meio ambiente deve ser respeitado (SEBRAE, 2016).

Conforme esclarece Schweickert (2004), o processo para certificação internacional de comércio justo (que garante a qualidade do produto e o caráter social da produção), geralmente é feito pela *International Fairtrade Labelling Organizations – FLO* (mais especificamente pela instituição vinculada, FLOCERT): fundada em 1977, atualmente coordena os diversos selos de *Fair Trade* em 24 países europeus, América do Norte, Japão, Austrália e Nova Zelândia. Além da FLO, existem outros 3 atores no comércio justo internacional, que juntos correspondem e compõem a estrutura desse sistema comercial global, tais como:

*International Federation for Alternative Trade* – IFAT (Federação Internacional para o Comércio Alternativo): agrupa 148 organizações (2/3 das quais de produtores do Sul) de 48 países da Europa, América do Norte, África, Ásia e América Latina.

*European Fair Trade Association* – EFTA: associação de importadores europeus, criada por várias organizações não governamentais e de comércio alternativo que já praticavam o comércio justo em meados de 1990.

*Network of European World Shops* – NEWS: fundada em 1994, essa estrutura coordena 15 associações nacionais e regionais de lojas de comércio justo, oriundas de 13 países europeus.

Para que propriedades e empresas individuais possam fazer parte do movimento de Comércio Justo e Solidário e, conseqüentemente, adquirir o selo *Fair Trade* em seus produtos, é necessária sua organização em associações e cooperativas, fortalecendo a agricultura familiar. De acordo com Oliveira (2014), para que uma empresa/organização seja certificada, a associação ou cooperativa de produtores deve ser democrática, transparente, legalmente constituída e deve garantir que mais de 50% de seus associados sejam da agricultura familiar. É importante, portanto, enfatizar que pequenos produtores familiares também estão reunidos em associações e cooperativas de forma independente das empresas, associando-se com outros produtores, com intuito de valorizar seus produtos e o desenvolvimento local por meio de uma economia solidária.

Problemas operacionais, entretanto, ainda são recorrentes devido aos custos excessivos cobrados anualmente de empresas certificadas e principalmente das associações de pequenos produtores familiares, que atuam de maneira independente e com menor poder de mercado. Conforme o calculador de custos disponibilizado pelo site da instituição FLOCERT (2019), o valor anual para obtenção do selo *Fair Trade* é estimado em 9.400 euros para cooperativas e associações de grande porte e 3.400 euros para as de pequeno porte, uma realidade custosa para quem adere ao movimento, e por vezes, até impossibilitando aos pequenos agricultores a requerer o selo e, conseqüentemente, seu movimento.

Mesmo assim, o comércio justo continua sendo a porta de entrada de muitos produtos da economia solidária no mercado internacional e – assim como a produção “por facção” – pode ser uma estratégia temporária, mas eficaz, para a capitalização das iniciativas (CRUZ, 2006).

### 3.1.2 MOTIVAÇÕES DO COMÉRCIO JUSTO

De acordo com o Portal de Consumo Solidário (2019), o comércio justo e solidário caracteriza-se pela prática comercial diferenciada, no que concerne à implementação e aplicação de suas motivações, que se baseiam em:

- Promover o desenvolvimento sustentável, a justiça social, a soberania, e a segurança alimentar e nutricional;
- Garantir os direitos dos (das) produtores (ras) e consumidores (ras) nas relações comerciais;

- Fortalecer a cooperação entre produtores - comerciantes - consumidores e suas respectivas organizações para aumentar a viabilidade, reduzindo risco de dependências econômicas;
- Promover a autogestão; equidade de gênero, étnica e de gerações;
- Garantir a remuneração justa do trabalho;
- A valorização preservação do meio ambiente, com ênfase na produção de produtos de base agroecológica e das atividades do extrativismo sustentável (CONSUMO SOLIDÁRIO, 2019).

Esse complexo está relacionado aos 17 ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável) e às 169 metas previstos pela Agenda 2030 da ONU (Organização das Nações Unidas), que atua com um plano de ação para as pessoas, para o planeta e para a prosperidade, visando fortalecer a paz universal com mais liberdade e com o intuito de promover as três dimensões do desenvolvimento sustentável (a econômica, a social e a ambiental) no comércio internacional (ONU, 2015).

De acordo com a Coordenadora Latino-americana e do Caribe de Pequenos Produtores e Trabalhadores do Comércio Justo (CLAC) (2019), beneficiam-se do sistema *Fair Trade* 1,6 milhões de agricultores (as), produtores (as) e trabalhadores (as) em mais de 120 países, que promovem e implementam uma agricultura sustentável (Objetivo 2), igualdade de gênero e empoderamento das mulheres (Objetivo 5), crescimento econômico sustentável (Meta 8), consumo sustentável e produção (Meta 12), combatem a mudança climática (Objetivo 13), participam com democracia, justiça e redenção de contas (Meta 16) e desenvolvendo alianças

e governança mundiais (Objetivo 17) (CLAC, 2019).

No Brasil, há 87 organizações certificadas pela FLOCERT, todas de produtores reunidos em associações e cooperativas, que comercializam nove categorias de produtos, variando entre: café; ervas, chás herbais e especiarias; frutas; mel; nozes; oleaginosas e frutos oleaginosos; polpa; suco de frutas; e vegetais, todos com o respectivo selo *Fair Trade* (FLOCERT, 2020).

#### 4 ESTUDO MULTICASOS

As cinco organizações pesquisadas neste estudo foram escolhidas aleatoriamente de um total de trinta, distribuídas entre cooperativas e associações, que possuem o selo *Fair Trade* e se dispuseram a responder o questionário enviado.

A seguir são identificadas e caracterizadas cada uma dessas organizações.

1. Indústria de Café Solúvel Cocam, que foi constituída em 1970 na cidade de Catanduva (SP), que possui sólida presença e exporta para mais de 35 países, sendo referência em toda a região e uma das principais indústrias brasileiras na produção de café solúvel e derivados, reconhecida mundialmente pela excelência de seus cafés. Em média, a Cocam possui mais de 1.500 empregos indiretos e seu quadro de funcionários conta com 430 trabalhadores de forma direta. Quase toda sua linha de café solúvel e derivados são certificados, sendo exportados por meio de saco de juta e caixa de papelão.

2. Associação dos Agricultores Familiares do Córrego D'Antas (ASSODANTAS), constituída em 02 de maio de 2006 para unir os produtores rurais da comunidade rural de cafeicultura do Córrego D'Antas, localizada em Poços de Caldas (MG), onde originalmente instalaram-se diversas famílias descendentes de italianos. É formada por cerca de 70 cafeicultores entre eles proprietários, meeiros e arrendatários que têm o café arábica como principal produto gerador de renda. O café em grãos (arábica), torrado e moído são os produtos comercializados com o selo *Fair Trade*.
3. Andrade Sun Farms (ASF) fundada em 1970, concentra grande parte dos seus esforços na produção e comercialização de citrus, em especial o limão Tahiti, como também a laranja e a tangerina. A manga, maracujá, abacate e abóbora, também fazem parte do seu processo produtivo. Está situada em Campinas (SP) e possui uma evolução sólida, respeitada por todo o mercado, inclusive internacional. A ASF conta atualmente com 6 unidades produtoras, além de unidade específica para processamento da sua produção e dos 200 produtores locais que são fornecedores regulares. Entre os produtos supracitados, os principais produtos exportados e certificados são: o limão tahiti, laranja, tangerina, abacate e a abóbora. A caixa de papelão é a embalagem utilizada para exportação.
4. Cooperativa Regional Indústria e Comércio de Produtos Agrícolas do Povo que luta (COORPOL) fundada em 2000, nasceu por iniciativa da Organização do Povo que Luta – OPL, Associação com sede em São João do Jacutinga, e lideranças comunitárias da Vertente Leste do Rio Doce em Minas Gerais, com sede em Manhuaçu (MG), é destinada à produção de café, ao qual foi certificada em 2007. A COORPOL, possui cerca de 120 a 200 membros, constituídas apenas por produtores familiares em seu quadro de membros. O produto certificado da COORPOL é o café 100% arábica, exportado por meio de containers com cerca de 320 sacas de 60 kg.
5. Associação de Cooperados da Cooperativa Agropecuária Centro Serrana (COOPEAVI), surgiu em 1964, com ampliação de atuação de cooperativa avicultora, passou a ser conhecida como cooperativa voltada para o agronegócio: café, verduras, legumes, frutas, ração, adubo, máquinas e ferramentas. Junto de pequenos e médios produtores, a cooperativa soma mais 818 famílias de produtores rurais entre os associados, tornando-a grande no setor agropecuário e sustentável. Apesar dos cooperados da COOPEAVI terem sido certificados recentemente, o café é o produto que possui o selo *Fair Trade*.

As respostas de cada uma das cinco organizações foram sintetizadas no Quadro 2, visando facilitar sua análise e comparação.

Quadro 2 – Respostas Gerais do Questionário Aplicado

Organizações	Certificadora	Motivos/Vantagens	Desvantagens	Retorno	Observações
Cooperativa Indústria de Café Solúvel Cocam (Município de Catanduva/SP)	A certificadora FLOCERT.	Atingir a demanda de clientes internacionais que buscam pelos produtos <i>Fair Trade</i> ; Processo de adesão menos burocrático e sem dificuldades, pois já possuem a ISO 9001; Atender clientes que solicitam a norma <i>Fair Trade</i> .	Sem desvantagens, uma vez que a ISO 9001 é baseada em rastreabilidade e outros requisitos específicos que coincidem com do <i>Fair Trade</i> , facilitando sua aplicabilidade e implementação.	Poder atender clientes que solicitam essa norma ( <i>Fair Trade</i> ), gerando novas parcerias comerciais que antes não seriam possíveis.	Empresas que formam cooperativas e já possuem certificações de qualidade têm maior vantagem no processo de adesão. Diferente das demais que tiveram que passar por todas as etapas burocráticas.
Associação dos Agricultores Familiares do Córrego D'Antas - ASSODANTAS (Poços de Caldas/MG)	As auditorias para se obter e se renovar os certificados chama-se FLOCERT.	Melhorar o preço dos produtos; Eliminar atravessadores; Valorizar os produtores; Melhoria na qualidade de vida dos envolvidos; Manejo e uso correto de produtos; Melhoria na parte financeira e estrutural dos proprietários.	Mudar a conduta e o pensamento; Obedecer às leis trabalhistas e ambientais; Maior burocracia na aplicabilidade do processo como um todo.	Desenvolvimento dos pequenos produtores e comunidade com a gestão correta das propriedades; Melhoria na parte financeira e estrutural dos proprietários de pequenos sítios e de parceiros.	Diversos problemas operacionais emergiram na Agricultura Familiar em 2007, com a proposta ofertada no mesmo ano, formaram uma associação para valorizar o produto e evitar riscos internos.
Cooperativa Andrade Sun Farms Agro Comercial (Município de Campinas/SP)	A certificadora FLOCERT.	Exigência do mercado; Grande procura pelo produto certificado; Compreensão da importância no contexto social; Aumento das vendas; Maior valor agregado do produto; Diferença na vida dos produtores.	Muito burocrática; Tempo de espera é demorado; Norma padrão divergente da legislação local; Prazos de retorno são extensos; Dificuldade de se criar gerir uma cooperativa/associação.	Houve aumento das vendas, maior valor agregado do produto; No âmbito social, puderam perceber a diferença que o prêmio <i>Fair Trade</i> faz na vida dos funcionários.	Imprevistos como a legislação local de determinada região, podem agravar em prazos mais extensos por parte da certificadora, gerando um processo de desmotivação, mas que faz valer a pena no final.
Cooperativa Regional Indústria e Comércio de Produtos Agrícolas do Povo que luta – COORPOL	A certificadora FLOCERT.	Diferenciar os produtos comercializados entre orgânicos e <i>Fair Trade</i> ; Agregar valor aos produtos em transição para orgânicos; Valorização do produto;	Excesso de oferta de produto (café); Para as pequenas organizações que estão entrando sem garantia; Possibilidade de venda só no ano seguinte; Mercado mudando para	Valorização do produto; Reconhecimento do produtor; Incentivo a melhoria da qualidade do produto; Valorização da Comunidade onde os produtores	Diferente das outras organizações, a COORPOL já nasceu com a certificação <i>Fair Trade</i> em 2006, na época não foi muito difícil se certificar como <i>Fair Trade</i> , pois os produtores já

(Município de Manhuaçu/MG)		Reconhecimento do produtor e comunidade; Incentivo a melhoria da qualidade do produto;	outros tipos de comercialização ( <i>Direct Trade</i> ).	estão inseridos.	estavam no processo de certificação orgânica.
Associação de Cooperados da Cooperativa Agropecuária Centro Serrana – COOPEAVI (Município de Santa Maria de Jetibá/ES)	A certificadora FLOCERT.	Proporcionar melhores condições remunerativas aos produtores; Melhora na qualidade ambiental da propriedade e social da família e comunidade dos produtores envolvidos; Garantia de preço justo ao produtor;	Adequação das exigências do programa, tais como: restrição no uso de alguns defensivos; Controles rigorosos das dosagens; Construção de área específica para depósito de defensivos; Lidar com afluentes e rios.	Manipulação de agrotóxicos e o uso da água, reduzindo perdas e desperdícios; Melhorias diversas na propriedade que convergem em Sustentabilidade de ao homem do campo.	Apesar de estarem certificados a pouco tempo, o benefício inicial é direcionado mais para os produtores do que para associação em si, pois proporciona maior desenvolvimento e melhorias sustentáveis na qualidade de vida e trabalhista do produtor.

Fonte: Autores, 2020.

Segundo dados do Censo Agropecuário do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2017), cerca de 77% dos estabelecimentos agrícolas do país foram classificados como da agricultura familiar em um levantamento em mais de 5 milhões de propriedades rurais de todo o Brasil. Em extensão de área, a agricultura familiar ocupava, no período da pesquisa, 80,9 milhões de hectares, o que representa 23% da área total dos estabelecimentos agropecuários brasileiros.

A Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO, 2017) estima que, tanto em países em desenvolvimento, como em nações desenvolvidas, a agricultura familiar é a forma predominante de agricultura na produção de alimentos. Cerca de 70% dos alimentos que chegam às nossas mesas são provenientes das mãos dos pequenos agricultores.

Embora a agricultura familiar apresente a maior parte percentual no processo produtivo de *commodities*, também está submetida aos gargalos de produção, devido à falta de políticas de apoio à agricultura familiar sustentável e diversificada (RIBEIRO, 2019).

A adesão ao sistema *Fair Trade* traz muitos benefícios aos agricultores familiares, conforme dados apresentados pela Coordenadora Latino-americana e do Caribe de Pequenos Produtores e Trabalhadores do Comércio Justo (CLAC) (2019). Para receber essa certificação, entretanto, algumas condições devem ser atendidas, o que pode gerar algumas dificuldades.

Um dos requisitos necessários à obtenção da certificação *Fair Trade* por pequenos produtores é sua organização em associações ou cooperativas para, em seguida, recorrer ao

processo de auditoria da certificação *Fair Trade*, gerando os benefícios proporcionados pela certificação. No processo de certificação, de acordo com *Fairtrade International* (2019), as organizações devem estar aptas à efetiva implementação dos requisitos básicos e respectivos critérios de cumprimentos técnicos que serão utilizados durante as auditorias, para tomada de decisões relacionadas à certificação.

Entre as organizações pesquisadas neste estudo, verificou-se que já ter uma certificação de qualidade, como a ISO 9001, no caso da COCAM, implica em um processo de adesão menos burocrático e sem dificuldades. Assim como se já estiverem em processo de adesão de outra certificação – como no caso da COORPOL com a certificação Orgânica –, o processo se torna mais fácil e ágil. Cenário bem diferente da realidade dos pequenos agricultores da ASSODANTAS, Cooperativa Andrade Sun Farms e a COOPEAVI que, ao se associarem, tiveram como dificuldade a mudança de conduta e pensamento dos produtores para seguir as normas e critérios *Fair Trade*, a legislação local divergente, o prazo e, conseqüentemente, a burocracia em demasia.

O motivo para obtenção da certificação variou de acordo com o interesse e benefício. A Cocam formou uma cooperativa produtiva para ampliar sua demanda de clientes no mercado internacional, enquanto a ASSODANTAS, devido aos problemas operacionais enfrentados pela agricultura familiar (com dificuldades e falta de informação para acesso ao crédito), se uniram em uma

associação para melhorar o preço de seus produtos com o objetivo de eliminar os atravessadores e valorizar seus produtores e produtos. Similarmente, a COOPEAVI teve melhores condições remunerativas aos produtores, além da melhora na qualidade ambiental da propriedade e social da família e comunidade dos produtores envolvidos. Já a Andrade Sun Farms, devido à exigência, grande procura e compreensão da importância no contexto social, criou a cooperativa para atendimentos a esses fins. E, por último, a COORPOL que já iniciou com seus produtos com certificação *Fair Trade*, visando agregar valor aos produtos que não recebiam a certificação de orgânicos.

Sob essa ótica, os benefícios propiciados, tal como as vantagens e retornos da aplicação do *Fair Trade*, acaba por ter relevância e importância maior para um grupo que detém menor poder de concentração e produção, especialmente por expandir as dimensões baseadas em valores humanos, sociais e econômicos.

Dessa forma, as empresas Cocam e Andrade Sun Farms, por já possuírem uma presença sólida em escala nacional e global, tiveram como principal interesse e retorno, atender clientes nacionais e internacionais que solicitam essa certificação. Diferentemente da Associação ASSODANTAS e da Cooperativa COORPOL que, por deterem menor poder, tiveram vantagens e retornos mais expressivos, que giram em torno de: melhoria na parte financeira e estrutural dos proprietários e produtores, manejo e uso correto dos produtos, incentivo à melhoria da

qualidade do produto, valorização da comunidade de produtores, manipulação adequada de defensivos e melhorias diversas nas propriedades que convergem em sustentabilidade e desenvolvimento local com gestão correta das propriedades;

A COOPEAVI, que já conta com uma presença sólida no mercado, relatou que a vantagem e retorno foi maior para os produtores do que para associação em si, pelo fato do *Fair Trade* proporcionar garantia de preço justo ao produtor, além das já citadas vantagens quanto à manipulação de agrotóxicos, uso racional da água e melhorias diversas na propriedade proporcionando sustentabilidade ao empreendimento e ao homem do campo.

Em contraponto aos benefícios que o selo *Fair Trade* pode proporcionar, é importante mencionar o impasse de excesso de oferta que ocorre com a COORPOL, como expõem os autores Miranda e Saes (2012), ao relatarem que o excesso de oferta no mercado de café *Fair Trade* impede a comercialização da produção certificada pelo preço mínimo - que busca cobrir os custos médios da produção sustentável para os produtores, oferecendo uma rede de segurança aos agricultores quando os preços de mercado ficam abaixo de um nível sustentável - estabelecido pela FLO. Dessa forma, fica evidente a possibilidade de um desequilíbrio local devido ao excesso de oferta e escassez de demanda, uma vez que a cooperativa não poderá vir a comercializar seu café pela cotação prevalecente do mercado.

Em síntese, pode-se observar que as diferentes estruturas entre as organizações

impactam de forma direta e indiretamente na maneira como cada uma gerencia e se adequa ao movimento de Comércio Justo e Solidário. A princípio, todas operam no comércio internacional, porém de maneiras distintas. Por exemplo, a Andrade Sun Farms, Cocam e a COOPEAVI possuem habilitação no Radar/Siscomex (Sistema Ambiente de Registro e Rastreamento da Atuação dos Intervenientes Aduaneiros), diferente das demais, sendo este serviço feito por meio de exportadores terceirizados, mais conhecidos como *trading companies*.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise de como as iniciativas que correspondem às práticas de comércio justo e solidário contribuem para integração e transformação de aspectos econômicos, sociais e ambientais, corroborando então, para o desenvolvimento sustentável.

Os dados obtidos na pesquisa bibliográfica também contribuíram para análise das características do sistema *Fair Trade* e suas práticas, bem como o cenário organizacional, possibilitando verificar, nesta pesquisa, os impactos que podem influenciar nas adaptações de associações e cooperativas.

Por meio do estudo multicasos foi possível demonstrar a situação que cooperativas e associações se submetem para adesão ao selo *Fair Trade*, os impasses encontrados, assim como os benefícios que o mesmo propicia, o que poderá servir de incentivo a outras organizações de agricultores familiares,

melhorando as condições de vida desses produtores.

Dada a importância do assunto, torna-se necessário o desenvolvimento de novas políticas de apoio à agricultura familiar sustentável e diversificada, como também para os empreendimentos econômicos ligados ao comércio justo e solidário, para que possibilite formas de agilizar o atendimento aos requisitos necessários à adesão a esse sistema.

Obter a certificação *Fair Trade* pode ser uma alternativa viável para agricultores familiares, reunidos em cooperativas e associações, pois podem conseguir melhor remuneração por seus produtos e, conseqüentemente, melhores condições sociais, além de otimizar recursos naturais, atuando favoravelmente para o desenvolvimento sustentável.

## REFERÊNCIAS

CLAC. Coordenadora Latino-americana e do Caribe de Pequenos Produtores e Trabalhadores do Comércio Justo. **Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**. 2019. Disponível em: <<http://clac-comerciojusto.org/pt-br/comercio-justo/objetivos-dedesarrollo/apresentacao-ods/>>. 2019. Acessado em: 09 jun. 2019.

CONSUMO SOLIDÁRIO. **Comércio Justo e Solidário**. 2019. Disponível em: <<https://consumoresponsavel.org.br/project/comercio-justo-e-solidario/>>. Acessado em: 25 jun. 2019.

COTERA, A; ORTIZ, H. Comércio Justo. p. 60-67. In: HESPANHA et al. (coord.), **Dicionário Internacional da Outra Economia**. Coimbra: Almedina, 2009.

CRUZ, A. C. M. **A diferença da igualdade: a dinâmica da economia solidária em quatro**

**idades do Mercosul**. 2006. Disponível em: <<http://antares.ucpel.tche.br/nesic/teseantonio-cruz.pdf>>. Acessado em: 27 maio 2019.

FAIRTRADE INTERNATIONAL. **Critério de Comércio Justo: Fairtrade para Organizações de pequenos agricultores**. 2019. Disponível em: <[https://files.fairtrade.net/standards/SPO\\_PT.pdf](https://files.fairtrade.net/standards/SPO_PT.pdf)>. Acessado em: 22 março 2020.

FAO. **Iniciativa regional da FAO aponta agricultura familiar como promotora do desenvolvimento rural sustentável e a agenda 2030**. 2017. Disponível em: <<http://www.fao.org/brasil/noticias/detail-events/pt/c/1043666/>>. Acessado em 22 março 2020.

FLOCERT. **CALCULATE YOUR ESTIMATED COST**. 2019. Disponível em: <<https://www.flocert.net/solutions/fairtrade-resources/cost-calculator/>>. Acessado em: 10 nov. 2019.

FLOCERT. **Pesquise nosso banco de dados de clientes**. 2020. Disponível em: <<https://www.flocert.net/pt/sobre-nos/clientes/>>. Acessado em: 04 maio 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. Ed: Atlas. São Paulo, 2002.

HESPANHA, Pedro. **Dicionário Internacional da Outra Economia**. São Paulo, Almedina Brasil, 2009.

IBGE. **Censo Agropecuário 2017: Resultados Definitivos**. 2017. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-agropecuario/censo-agropecuario-2017>>. Acessado em: 21 março 2020.

MIRANDA, B. V.; SAES, M. S. M. **Coordenação e Qualidade no sistema Fair trade: O exemplo do café**. Revista Eletrônica Organizações Rurais e

**Agroindustriais.** 2012. Disponível em: <<http://revista.dae.ufla.br/index.php/ora/article/view/571>>. Acessado em: 04 maio 2020.

OLIVEIRA, Ulisses Ferreira. **Como conquistar o certificado FairTrade?**. 2014. Disponível em: <<https://www.cafepoint.com.br/colunas/fairtrade-ulisses-ferreira/como-conquistar-o-certificado-fairtrade-90088n.aspx>>. Acessado em: 03 maio 2020.

ONU. **Agenda 2030.** 2015. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>>. Acesso em: 18 março 2020.

RIBEIRO, M. **ONU dá início à Década da Agricultura Familiar.** 2019. Disponível em: <<http://conexaoplaneta.com.br/blog/onu-da-inicio-a-decada-da-agricultura-familiar/>>. Acessado em: 20 fev. 2020.

SEBRAE. **Comércio justo muda realidade de pequenos negócios.** 2013. Disponível em: <<https://respostas.sebrae.com.br/comercio-justo-muda-realidade-de/>>. Acessado em: 21 maio 2019.

SEBRAE. **O que é Fair Trade (Comércio Justo).** 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-fair-trade-comerciojusto,82d8d1eb00ad2410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acessado em: 10 nov. 2019.

SILVA, Luiz Augusto Tagliacollo. **Gestão Global.** 1. ed. São Paulo: Aduaneiras, 2015. 349 p.

SCHWEICKERT, V. **O comércio justo como alternativa para melhorar as relações comerciais e como meio de desenvolvimento sustentável e solidário.** 2004. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/12456789/109856/CNM0133M.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acessado em: 09 de nov. 2019.