



Mundaréu

O QUE É O COMÉRCIO JUSTO?

(Compilação de informações sobre o comércio justo)

Responsável Lizete Prata

SÃO PAULO, NOVEMBRO DE 2008

APRESENTAÇÃO

Este trabalho é fruto do **Fundo Colaborativo Ashoka 2008**, e tem o objetivo de disponibilizar informações sobre os princípios e a prática do Comércio Justo (*fair trade*) para orientação adequada, sobre esse movimento e para a ampliação das possibilidades de atuação das organizações sociais brasileiras e outros segmentos interessados. Foi uma iniciativa das empreendedoras sociais Leila Novak, do **Instituto Papel Solidária** e Lara Dee, da **Cosmética Beleza e Cidadania**, com a participação de Lizete Prata, da **Associação Mundaréu**. São de responsabilidade desta última, a pesquisa, a elaboração do texto e a tradução *macarrônica* para o português de parte das informações.

A estratégia utilizada para a realização do trabalho foi a pesquisa e coleta de informações já consolidadas sobre o tema do comércio justo: o que é; os princípios; os requisitos para organizações apoiadoras e para os grupos de produção; critérios para inclusão na rede internacional do *IFAT-International Fair Trade Association*, agora **WFTO- World Fair Trade Organization**). Com esse material foi elaborado texto com todas as informações para ser disponibilizado, através dos sites da Ashoka e Avina e das ONGS envolvidas nessa iniciativa, para todas as organizações e pessoas interessadas.

Esperamos que este estudo possa fortalecer os empreendedores sociais da Rede Ashoka, na medida em servirá como orientação para uma atuação mais consistente. Além disso, poderá ampliar sua circulação para a Rede Avina e outras organizações sociais brasileiras que atuam na inclusão econômica, uma vez que o comércio justo é uma alternativa de geração de trabalho e renda. Esse estudo inicial poderá gerar num primeiro momento um GT sobre o tema, com vistas à discussão e ampliação do movimento do comércio justo no Brasil.

Assim sendo chegamos ao final desta etapa, com o forte desejo de colaborar com as organizações que atuam na área do desenvolvimento econômico neste país.

São Paulo, Novembro de 2008

Lara, Leila e Lizete.

**TEXTO REALIZADO ATRAVÉS DO FUNDO COLABORATIVO DA
ASHOKA**

INTRODUÇÃO

Este texto tem a finalidade de esclarecer com relação aos conceitos e à prática do *fair trade* (comércio justo), assim como orientar as organizações que tem interesse em participar do movimento internacional e se filiar ao IFAT – International Fair Trade Association. Cabe assinalar que em recente assembléia internacional do IFAT, no Sri Lanka, foi aprovada a alteração do nome da organização para WFTO- Worl Fair Trade Organization.

Gostaria de observar que essas proposições do comércio Justo dizem respeito às trocas internacionais, especialmente entre sul e norte. Essa é a proposição básica do fair trade.

Em primeiro lugar, apresento um artigo de minha autoria, onde expresso meu ponto de vista sobre as distinções entre as propostas do Comércio Justo e da Economia Solidária que tem sido tratadas, muitas vezes, como se fossem a mesma coisa. Em alguns aspectos, efetivamente elas se confundem, mas em suas origens tem filosofias diferentes. Em segundo lugar, apresento uma compilação que realizei das principais proposições, dados e resultados atualizados sobre o fair trade, a partir de pesquisa a sites e documentos produzidos no hemisfério norte.

I. ECONOMIA SOLIDÁRIA E COMÉRCIO JUSTO

As mudanças que vem ocorrendo nos últimos anos na economia, tanto no plano nacional como internacional, estão provocando uma grande reestruturação nas sociedades modernas, com efeitos generalizados. Alguns fatores como a constante e acelerada inovação tecnológica, a acumulação e concentração de capitais em escala mundial resultam em novos métodos de produção e organização do trabalho.

Observam-se alterações na estrutura do mercado de trabalho e no perfil e natureza do trabalho em si. O emprego tradicional tem sofrido profundas mudanças, tanto nos países industrializados, como nos países em desenvolvimento, como o Brasil, levando à eliminação de milhares de postos de trabalho formal. Além disso, ao lado das discussões e demandas sobre direitos trabalhistas existe um forte questionamento do setor empresarial sobre o custo direto dos empregos formais, principalmente em função da incidência de forte carga tributária.

A exclusão do mercado de trabalho tem impulsionado a criação de iniciativas econômicas associativas e informais, que na maioria das vezes representam oportunidades de trabalho e renda para comunidades populares. No Brasil,

essas ações são inspiradas na economia solidária e no comércio justo (fair trade).

As iniciativas populares de geração de renda têm sido nomeadas de formas diferentes, sendo que alguns termos "economia popular" e "comércio solidário" são genéricos por não refletirem princípios ou práticas qualificadas. Esse não é o caso do "comércio justo" e da "economia solidária". Mais recentemente temos outra conceituação que se denomina "negócios inclusivos". Nesse caso, o objetivo é caracterizar as iniciativas vindas de empresas ou de comunidades de produtores, onde a lógica dos negócios tem sinergia e se articulam para benefício de ambas as partes. Muitos também se referem a esse tipo de articulação econômica como negócios na base da pirâmide ou "BOP- bottom of the pyramid" ¹. Neste caso algumas iniciativas consideram como inclusão, a entrada da população de baixa renda no mercado de consumo.

A economia solidária tem no Professor Paul Singer, Secretário Nacional da Economia Solidária, um de seus principais teóricos. No momento atual, essa proposta implica em diversas práticas, inclusive se confunde com uma variante que tem sido usada de forma indiscriminada que é o "comércio solidário". Neste artigo, usaremos a visão de economia solidária de Paul Singer. Segundo o autor, a economia solidária se constitui num amplo movimento da sociedade que dá uma nova expressão ao cooperativismo. Isto porque, esta pode se caracterizar como "um conjunto de empreendimentos produtivos de iniciativa coletiva, com certo grau de democracia interna e que remuneram o trabalho de forma privilegiada em relação ao capital, seja no campo ou na cidade".

Singer acredita que a economia solidária baseada em empreendimentos cooperativos, com ênfase na autogestão pode dar origem à estruturação de uma sociedade de base socialista. Entende que as contradições do capitalismo criam oportunidades de desenvolvimento de organizações econômicas cuja lógica se opõe ao modo de produção capitalista. No limite, essa possibilidade poderia se reforçar se várias iniciativas da economia solidária pudessem se complementar criando um complexo econômico, onde as várias cooperativas são clientes umas das outras formando um mercado alternativo. O principal exemplo é o Complexo Cooperativo de Mondragon, na região basca, na Espanha, onde trabalham 40 mil pessoas.

O cooperativismo e a autogestão são elementos constitutivos da economia solidária. Por sua vez, esta se origina das lutas de trabalhadores da primeira metade do século passado, na Europa. Singer afirma que Marx, já no final do século XIX falava da associação de produtores livres e iguais. Marx entendia que através da autogestão os produtores promoveriam sua própria libertação do capitalismo.

¹ Ver a respeito Hart, Stuart, *Capitalism at the Crossroads: The Unlimited Business Opportunities in Solving the World's Most Difficult Problems*, Wharton School Publishing, 2005. O autor é responsável pelo SC of Sustainable Global Enterprise e professor na Johnson Graduate School of Management of Cornell University.

Para o autor, a economia solidária pode ser a semente de outro tipo de sociedade, organizada a partir de outro tipo de economia, onde não há ricos e pobres, e não há quem manda e quem obedece.

Nos meados do século passado surgiu na Europa e nos EUA a idéia de tornar o comércio uma fonte de recursos e inclusão social para comunidades empobrecidas de países em desenvolvimento. O "comércio justo" (CJ) teve sua gênese na década de 40, graças à preocupação de grupos progressistas que entenderam a possibilidade de inserção de pequenos produtores no mercado internacional, como uma alternativa para a diminuição da pobreza no hemisfério sul. Teve grande expansão, nas últimas décadas, em parte como resposta à retração crescente da oferta de empregos formais, que atinge mais diretamente os segmentos da população com baixo nível de instrução e baixo ou nenhum rendimento. Esse crescimento se deve também ao aumento da consciência do consumidor e sua preocupação em buscar alimentos e outros produtos de qualidade que também trouxessem incorporados a preocupação com o meio ambiente e a inclusão sócio econômica de populações do hemisfério Sul.

A primeira loja com base no comércio justo foi aberta em 1969, na Holanda. Nas décadas finais do século passado, o movimento se estendeu aos Países Baixos, Alemanha, Suíça, Áustria, França, Suécia e Reino Unido. Em 1990, após 10 anos de cooperação informal surgem, por iniciativa de várias ONGS e ATOS (**Alternative Trading Organizations**) que trabalhavam o CJ, a Associação Europeia de Comércio Justo - **EFTA**, a Federação Internacional de Comércio Alternativo - **IFAT** e a FLO – Federal labelling Organization, organização para certificação de produtos do CJ.

O comércio justo se propõe a:

- Buscar o equilíbrio das relações entre produtores do Sul e importadores, lojas, organizações certificadoras e consumidores do Norte.
- Contribuir para a diminuição da pobreza nos países do Sul, por meio do estabelecimento de um sistema de comércio que permita a produtores desses países acesso ao mercado do Norte.
- Trabalhar com produtores e trabalhadores marginalizados com o objetivo de ajudá-los a alcançar a estabilidade econômica.
- Humanizar a cadeia comercial, diminuindo a distância entre produtor e consumidor, com o reconhecimento da cultura, da identidade e das condições de vida dos produtores.
- Organizar o comércio por princípios igualitários. Todos os participantes da cadeia concordam e se orientam por princípios comuns e pelo espírito de cooperação.
- Buscar o apoio do consumidor responsável para a circulação de mercadorias e riquezas na cadeia da produção sustentável – comércio ético e justo – consumidor responsável.

- Apoiar os pequenos produtores. Propõe o apoio aos pequenos produtores dos países em desenvolvimento porque considera que estes enfrentam condições “injustas” no mercado, já que são o elo mais fraco da cadeia produtiva. Acrescenta-se a esse quadro, a flutuação de preços nos mercados internacionais de commodities, a falta de acesso a créditos e a apropriação do valor adicionado por intermediários.

A cadeia produtiva do comércio justo envolve:

- Grupos de produtores;
- Ongs de apoio e assessoria aos produtores;
- Organizações de importadores;
- Organizações de certificação
- Organizações de sensibilização do mercado;
- Organizações de comerciantes.

A participação na cadeia produtiva do comércio justo pressupõe os seguintes requisitos:

- Remuneração justa no contexto nacional e local;
- Ambientes de trabalho cooperativos;
- Educação do consumidor;
- Práticas ambientais sustentáveis;
- Assistência técnica e financeira aos produtores;
- Transparência na prestação de contas.

Comercio Justo e Economia Solidária: convergências e divergências

Apesar de partirem de pontos de vista diferentes, especialmente nos aspectos econômico e ideológico, a ES- Economia Solidária e o CJ- Comércio Justo tem objetivos semelhantes e podem contribuir de formas diferentes para a organização de empreendimentos econômicos populares.

Pode-se apontar como elemento divergente, a questão do mercado. Enquanto o CJ propõe apoiar produtores para inseri-los no mercado capitalista, a ES propõe a criação de mercados alternativos, como forma de consolidar uma organização da sociedade pela base. Por outro lado, dada sua ênfase no cooperativismo e na autogestão, a ES tem gerado grupos de produção, especialmente na agricultura, extremamente organizados e conscientes de seus direitos, o que facilita a sobrevivência dos empreendimentos. Muitas vezes, para evitar a perda de sua autonomia, estes grupos se recusam a vender seus produtos a grandes empresas, organizando feiras e vendas alternativas de seus produtos.

Compreendemos que, a junção das iniciativas da economia solidária com ações comerciais voltadas para o mercado pode oferecer resultados mais significativos. A Economia Solidária tem objetivos políticos que, em alguns casos, dificultam olhar o mercado como ele é. Apesar de ter se iniciado no Brasil há menos tempo, observa-se que os resultados do CJ em termos de

geração de renda são representativos, reforçando a importância desse foco no mercado.

O comércio justo no Brasil

O Brasil tem participado desse mercado, principalmente como fornecedor, com a venda de produtos agrícolas para países do Hemisfério Norte. A venda de artesanato brasileiro ainda é pouco significativa. O *Suco Justo*, do Paraná é pioneiro na exportação de suco de laranja para o mercado europeu. Mais recentemente, produtores de café e frutas desidratadas têm se inserido como fornecedores.

O mercado interno do comércio justo está apenas começando e necessita de algumas normatizações para funcionar com maior efetividade.

A *Associação Mundaréu* é uma das organizações pioneiras no estímulo ao comércio justo no mercado interno brasileiro, exclusivamente no segmento de artesanato e manufaturas. Começou a atuar em 2000, na capacitação dos grupos de produção e na comercialização de produtos.

Em 2002 inaugurou a primeira loja a funcionar nestes moldes no Brasil, com a proposta de vender produtos para a geração de renda dos produtores excluídos do mercado formal e conscientização do público consumidor. Desde então, a *Associação Mundaréu* organiza e oferece palestras e seminários, divulgando também informações sobre comércio justo e grupos de produção na Internet, mídia (rádio e TV) e materiais impressos. A *Visão Mundial* é uma organização contemporânea, que também atua na capacitação e comercialização, com maior enfoque para o mercado externo.

No mesmo segmento de artesanato e manufaturas podemos citar outras organizações que são filiadas ao IFAT e fazem parte do movimento de comércio justo: o *Artesanato Solidário* voltado para o artesanato tradicional, e mais recentemente, também visando o mercado externo no segmento de roupas, surgiu a *Onda Solidária* que comercializa seus produtos especialmente na França.

II- O QUE É O COMÉRCIO JUSTO

Breve história sobre o movimento do FAIR TRADE

O *Fair trade* hoje é um movimento global. Envolve mais de um milhão de pequenos produtores e trabalhadores organizados em cerca de 3000 organizações de base, de mais de 50 países do hemisfério Sul.

Seus produtos são vendidos em milhares de *World-shops* ou lojas de comércio justo, supermercados e vários outros pontos de venda no hemisfério Norte, e de modo crescente em pontos de venda no hemisfério Sul.

O movimento está se engajando nas instâncias de decisão política de instituições européias, com o objetivo de tornar o mercado internacional mais

justo. Desse modo, o *Fair trade* questiona o mercado predominante de forma a torná-lo mais atento com relação às suas responsabilidades sociais e ambientais. Resumidamente, o *Fair trade* está se tornando crescentemente um sucesso.

Várias histórias sobre o Fair trade²

Algumas pessoas dizem que os americanos foram os primeiros com a Ten Thousand Villages, antes "Self Help Crafts, que começou comprando bordados e crochê de Porto Rico, em 1946 e SERRV que começou comercializando com comunidades pobres do Sul, em 1940. A primeira loja de Fair trade que vendia alguns itens abriu em 1958, nos Estados Unidos

Os primeiros traços de Fair Trade na Europa datam de 1950, quando a Oxfam da Inglaterra começou a vender artesanato feito por refugiados chineses em suas lojas. Em 1954 foi criada a primeira organização de Fair Trade. Paralelamente, na Holanda, por volta de 1967, se estabelecia a organização "Fair trade Organisatie".

Durante os anos 60 a 70, Ongs e pessoas motivadas pela questão social em vários países da Ásia, África e América Latina se deram conta da necessidade de promover apoio para produtores em desvantagem. Algumas organizações de Fair trade do Sul estabeleceram com organizações do Norte parcerias baseadas no diálogo, na transparência e no respeito. O objetivo era maior equidade nas trocas internacionais.

O crescimento do Fair Trade, (ou Mercado alternativo como era inicialmente chamado) dos anos 60 para cá estava associado ao desenvolvimento do comércio. Cresceu como resposta à pobreza no Sul e estava focado no mercado de artesanato.

Os seus fundadores e agencias religiosas de países europeus envolvidos também contribuíram para o seu desenvolvimento.

No começo, o Fair Trade comercializava em grande parte produtos artesanais, principalmente por seu contato com missionários que trabalhavam nos países pobres do Sul. Essas vendas proporcionavam renda complementar às famílias e tinha importância crucial nos lares chefiados por mulheres que tinham oportunidades limitadas de acesso a emprego. A maior parte das organizações de Fair trade do Norte comprava esses produtos para vendê-los através das lojas de comércio justo. O mercado estava aberto para a venda de artesanato e as vendas cresceram muito para as lojas de comércio justo.

Nos anos 70 as cooperativas de café dos pequenos produtores da Guatemala iniciam a comercialização de café. E hoje, passados mais de 30 anos, o café do comércio justo se tornou uma referência. Centenas e milhares de

² *This version of the History of Fair Trade was prepared on behalf of IFAT by Marlike Kocken, Manager of EFTA, with the input and advice of a number of Fair Trade "pioneers" December 2003. A tradução para o português é de responsabilidade de Lizete Prata.*

produtores se beneficiaram. Na Europa, onde o giro desse produto varia entre 25 e 50% nas organizações de comércio justo, cada vez mais consumidores tomam esse café.

Depois do café, a oferta de alimentos se expandiu e agora inclui produtos como chá, chocolate, açúcar, vinho, suco de frutas, ervas, arroz, castanha e especiarias.

Acesso ao Mercado e certificação do Comércio Justo

Nos anos 80 uma nova maneira de chegar ao grande público foi desenvolvida; os selos de certificação que garantem que os produtos comprados foram produzidos dentro das condições requeridas pelo Fair Trade. Desse modo, esses produtos podem se destacar aumentando o interesse dos comerciantes em vendê-los.

Em 1988, o selo "Max Havelaar" foi estabelecido na Holanda. Essa idéia de poder atestar a origem dos produtos deu bom resultado. Em um ano o café certificado tinha uma quota de mercado de 3%. Nos anos seguintes outras organizações certificadoras foram criadas em países da Europa e nos Estados Unidos. No final dos anos 90 foi criada a FLO - Fairtrade Labeling International, uma organização internacional de certificação, responsável pela criação de padrões para certificação e monitoramento de produtos, herdeira do selo "Max Havelaar". Em paralelo, o IFAT desenvolveu um sistema de monitoramento para as organizações de fair trade, o que contribuiu para o desenvolvimento da credibilidade dessas organizações junto aos envolvidos no sistema de comércio predominante e os consumidores. Os membros aprovados pela Rede IFAT podem utilizar a sua marca, o que os identifica como organização de fair trade. Para isso passam por um monitoramento anual. O IFAT está trabalhando com a FLO caminhos para a certificação do artesanato de todos os tipos. Dada a singularidade e as dificuldades de padronização que são inerentes aos produtos artesanais, estes até hoje não tem certificação.

Quem faz parte do Comércio Justo

Produtores

Os produtores são os protagonistas. Eles fabricam e exportam seus produtos, e devem na medida do possível estar organizados e integrados em associações ou cooperativas.

Exportadores

No comércio internacional é necessária a intervenção de um agente profissional para garantir o bom funcionamento dos negócios. Sua função prática, no entanto, deve ser a de um prestador de serviços e não a de um *trader* tradicional, que compra e revende visando maximização de lucro no processo.

Importadores

Também atuam como atacadistas e distribuidores e muitas vezes diretamente no varejo. Muitos deles apóiam seus parceiros de produção e fornecimento de várias maneiras:

- Aconselham e apóiam tecnicamente no desenvolvimento de produtos.
- Oferecem treinamentos em várias áreas.
- Proporcionam apoio adicional em momentos de dificuldades econômicas e sociais.
- Antecipam pagamentos financiando a produção.

World shops

São especializadas em produtos de Comércio Justo. Além dos produtos, oferecem informações e promovem encontros e eventos educativos sobre o assunto. Também promovem campanhas locais e regionais de lobby. Elas são organizadas principalmente por associações locais de pessoas motivadas por algo que se poderia chamar de "cidadania global". Apesar de, em geral, serem geridos como negócios, as world shops se orgulham de serem organizações sem fins lucrativos. Em muitas delas, boa parte do trabalho é realizado por voluntários.

As entidades internacionais

FLO - Fair Trade Labeling Organizations International Criada em 1997 pelas 14 Iniciativas Nacionais de certificação que promovem e comercializam o selo em seus países. Responsável pela certificação de produtores, produtos, indústrias e comerciantes, está sediada em Bonn, Alemanha, e tem hoje 20 membros: os 15 países europeus; Canadá; EUA; Japão; Austrália e Nova Zelândia. A FLO regularmente inspeciona e certifica organizações de produtores em mais de 50 países – na África, Ásia, e América Latina – envolvendo aproximadamente um milhão de famílias de agricultores e trabalhadores.

Foi impressionante a evolução do sistema de monitoramento no período entre 2001 e 2005. O número de organizações de produtores cresceu 127% e o número de *traders*, 132%. O ano de 2005 foi especialmente significativo, obtendo-se a recepção de mais de 400 pedidos de certificação de novos grupos produtores.

EFTA - European Fair Trade Association

Fundada em 1990, com sede em Maastricht, Holanda, a EFTA é hoje uma das organizações-chave do movimento de Comércio Justo, num esforço de harmonizar e coordenar as atividades no contexto internacional.

A EFTA é uma associação de 11 importadoras de Comércio Justo de nove países que importam produtos de cerca de 400 grupos produtores da África, Ásia e América Latina.

Os maiores associados da EFTA comercializam produtos alimentícios e outros. São eles:

Gepa, Alemanha

EZA 3 Welt, Áustria

Magasins du Monde (Mdm), Bélgica

IDEAS- Intermon, Espanha

Solidarmonde, França

Fair Trade Organisatie (FTO), Holanda

Ctm altromercato, Itália

Traidcraft Oxfam, Inglaterra

Claro, Suíça

Para isso a EFTA facilita a rede de contato de seus membros e a troca de informações sobre o Comércio Justo em vários países, além de organizar encontros com vários segmentos especiais para trocar experiências concretas.

Além dessas atividades de apoio direto ao trabalho de seus membros, a EFTA é um dos principais atores na organização de campanhas de conscientização e de discussão de temas nos setores como arroz, café, cacau, entre outros. e de ações concretas de lobby político.

A EFTA é também responsável pela elaboração dos principais estudos sobre o Comércio Justo na Europa.

(www.eftafairtrade.org)

NEWS! Network of the European World Shops

NEWS! é a rede europeia de world shops que coordena a cooperação entre as lojas em toda a Europa ocidental. A rede é formada por 15 associações nacionais de 13 países que representam juntos, cerca de 2.500 lojas e que, por sua vez, contam com o trabalho de mais de 100.000 voluntários.

Os objetivos de NEWS! :

- Interligar as world shops e as organizações das mesmas em toda a Europa.
- Iniciar, direcionar e promover campanhas conjuntas.
- Estimular e apoiar a criação de associações de world shops na Europa.
- Cooperar com outras entidades, com ênfase nos interesses das world shops.

Com sede em Bruxelas, a NEWS! recebe para seu trabalho recursos da União Europeia e das 15 associações nacionais europeias. A organização está também ativamente engajada no desenvolvimento do CJ nos novos membros da União Europeia da Europa oriental.

(www.worldshops.org)

IFAT - International Fair Trade Association ou WFTO

IFAT é a Associação Internacional de Comércio Justo, a rede global das Organizações de Comércio Justo (FTO - Fair Trade Organizations). Sua missão é melhorar as condições de vida e bem-estar de produtores desfavorecidos, por meio da ligação e promoção de organizações de Comércio Justo e manifestando-se a favor de uma maior justiça no

comércio mundial Fundada em 1989, ela hoje tem perto de 300 FTOs, em 70 países, que formam a base de sua rede, sendo que o número de associados continua a crescer. Em torno de 65% dos associados são de países produtores do Sul, sendo o restante da América do Norte, região do Pacífico e Europa. O perfil dos associados é bastante variado, incluindo cooperativas e associações de produtores, empresas de exportação e marketing, importadores, varejistas, redes acionais e regionais de Comércio Justo e instituições financeiras, que se dedicam aos princípios do Comércio Justo. (www.wfto.com)

Fair Trade Organizations

A logomarca criada pela IFAT tem por objetivo identificar as organizações, empresas e entidades que obedecem a critérios de Comércio Justo em suas atividades. São chamadas FTO – Fair Trade Organizations. É importante não confundi-la com uma das marcas de importadores ou Iniciativas Nacionais que identificam os produtos ou com a FLO, que identifica o sistema de certificação.

A logomarca das FTO identifica organizações que atendem critérios internacionais definidos pela IFAT; verificados por meio de autocontrole, revisões mútuas e auditorias externas. Eles demonstram que as atividades comerciais de uma organização estão constantemente buscando a melhoria de serviços.

Fair Trade Federation- FTF

Foi fundada em 1994, com sede em Washington, EUA, abrangendo a região da América do Norte, Canadá, Japão, Austrália e Nova Zelândia.

A FTF não é a Iniciativa Nacional dos EUA e Canadá. É uma associação de atacadistas, varejistas e produtores, que reúne 115 membros, na qual trabalham aproximadamente 3.260 pessoas, sendo 2.580 na América do Norte e 682 nos países do Pacífico (excluindo o Japão). Ressalta-se que 68% destes trabalhadores são voluntários e 32% empregados em tempo integral ou parcial. Como todas as outras organizações, a FTF também se dedica à troca de informações e promoção de campanhas de conscientização, além de encomendar estudos sobre o setor. (www.fairtradefederation.com)

FINE

FINE é a conjunção das iniciais das quatro principais entidades do Comércio Justo, das quais é oriunda: FLO, IFAT, NEWS! e EFTA. É um grupo de trabalho informal, com características de rede, que visa harmonizar e aperfeiçoar os esforços de todos.

As Iniciativas Nacionais

As *National Initiatives* ou Iniciativas Nacionais, apelidadas de NIs, são as organizações de certificação e promoção do Comércio Justo que surgiram em vários países, começando com a Max Havelaar na Holanda, em 1988. Hoje são 20, sendo 15 na Europa mais os EUA, o Canadá, o Japão, a Austrália, a Nova Zelândia, e o México.

O México, como primeiro país produtor a ter uma Iniciativa Nacional, criou seu próprio sistema de certificação, embasado e reconhecido pela FLO, mas levando em consideração vários aspectos característicos da realidade mexicana. Desta forma ele procura promover seu próprio mercado interno. Hoje, o México é membro associado da FLO.

Os nomes das NIs, variam em função de suas histórias de fundação.

O mercado de comércio justo no mundo

Os dados apresentados são fruto de uma pesquisa realizada pelo IFAT, entre 2004 e 2005, em 25 países europeus ³

Os produtos do comércio justo são oferecidos em cerca de 79000 pontos de venda em toda a Europa. São produtos da África, Ásia e América Latina, e em sua maioria (70%), de supermercados. As lojas especializadas em fair trade estão nos seguintes países:

- Alemanha (800)
 - Itália (500)
 - Holanda (412)
 - Suíça (300)
 - Bélgica (295)
 - França (165)
 - Inglaterra (100)
 - Áustria (100)
 - Espanha (95)
 - Suécia (35)
 - Finlândia (25)
 - Portugal (9)
 - Irlanda (6)
-
- O resultado de **vendas anuais** do comércio justo no mundo, em 2005, no varejo, foi da ordem de **1,42 bilhões de Euros**. O que representa um crescimento de 20% ao ano. Foram beneficiados cerca de 1 milhão de agricultores e trabalhadores em mais de 50 países.
 - O total de vendas na **Europa** representa um pouco menos da metade do total, cerca de **660 milhões de Euros**. Os principais produtos

³ Fair Trade in Europe 2005- facts and figures on fair trade in 25 european countries. A survey prepared by Jean-Marie Kries and published by FLO, IFAT, NEWS!, and EFTA.

comercializados são **banana**, que representa 62,2% do total e o **café**, com 26,9%. Estima-se que o artesanato represente um pouco menos de 10% do total.

- Existem cerca de **2800 world shops (lojas de comércio justo** na Europa) e a maior parte das pessoas que atuam nelas formam um contingente de **100 000 voluntários**.
- Os segmentos como algodão, plantas, confecção e a cadeia têxtil são apontados como potenciais no mercado do comércio justo.
- França e Inglaterra têm aumentado seu interesse pelo segmento de moda do comércio justo.
- Alemanha e Inglaterra são os países que mais consomem produtos do comércio justo.
- Existem cerca de **79 000 pontos de venda de produtos do comércio justo** em 25 países da Europa, sendo que 72% são supermercados
- Desde fevereiro de 2001, as lojas MacDonalDs na Suíça vendem somente café do comércio justo.
- A sede do Banco Mundial serve café do comércio justo.

O artesanato no mercado externo:

Algumas organizações têm expressado sua preocupação com relação à estagnação e mesmo a diminuição das vendas de artesanato. Informações de especialistas do setor afirmam que artesanato e decoração teriam chegado ao seu limite de mercado. A produção atual se dá através de produção espontânea, sem desenvolvimento direcionado, e limitado ao público das **world shops**. Há necessidade de mudança estratégica no ramo do artesanato.

Um informativo da Iniciativa Nacional da Holanda faz sugestões nesse sentido, indicando a necessidade de maior variedade de produtos, **quantidade maior de produtos adaptados à demanda e de produtos originais**. Este é o direcionamento para todo o setor de artesanato e objetos de decoração, não somente no segmento de Fair trade. Uma pesquisa do CBI – Centre for Imports from Developing Countries, na Holanda, aponta também na mesma direção e sugere dois segmentos de mercado em que, produtores de objetos de decoração e presentes de países em desenvolvimento, poderão competir:

- Artigos de valor étnico original.
- Produtos decorativos e utilitários adaptados às exigências do mercado.

O primeiro segmento é significativamente menor, mas há um aumento na busca de objetivos únicos e com um toque emocional e pessoal, para o qual os consumidores europeus estão dispostos a pagar mais caro. No entanto, a maioria não dá importância à origem dos produtos e, por isso, muitos são copiados, sendo muito mais baratos na China, com exceção das *world shops*. Para o segmento de artesanato é importante sair dos limites das *world shops* e se posicionar no mercado convencional, por força de diferenciais como, design, caráter étnico e qualidade.

É importante observar que o consumidor é um parceiro fundamental do comércio justo. Sua consciência sobre os diferenciais dos produtos e sobre o seu poder na hora da escolha faz com que o trabalho com os consumidores tenha fundamental importância no sucesso do *fair trade*.

A seguir, indicaremos os passos necessários para a filiação ao IFAT ou WFTO-World Fair Trade Organization

PADRÕES DE COMÉRCIO JUSTO (Última Atualização em 31 julho 2008)

O IFAT prescreve 10 normas que as organizações de Comércio Justo devem seguir no seu dia-a-dia profissional e realiza um acompanhamento contínuo para garantir que esses padrões sejam observados:

1. Criação de oportunidades para produtores economicamente desfavorecidos

O Comércio Justo é uma estratégia para a diminuição da pobreza e para o desenvolvimento sustentável. Sua finalidade é criar oportunidades para os produtores que tenham sido economicamente desfavorecidos ou marginalizados pelo sistema de comércio convencional.

2. Transparência e responsabilidade

Comércio Justo envolve uma gestão transparente nas relações comerciais para tratar de forma justa e respeitosa seus parceiros comerciais.

3. A Capacitação

Comércio Justo é um meio para desenvolver a autonomia dos produtores. Proporciona um relacionamento com continuidade, durante o qual os produtores e suas organizações podem melhorar as suas competências de gestão e seu acesso a novos mercados.

4. Promoção do comércio justo

As organizações de Comércio Justo se propõem a sensibilização do público sobre o Comércio Justo e à promoção de mais justiça no comércio mundial. Elas fornecem aos seus clientes informações sobre as organizações produtoras, seus produtos, e em que condições eles são feitos. Elas usam técnicas

publicitárias e de marketing adequadas e objetivas e buscam os mais altos padrões de qualidade do produto, seu material informativo e embalagem.

5. Pagamento de um preço justo

Um preço justo no contexto regional ou local é aquele que tenha sido acordado através do diálogo e da participação. Abrange não só os custos de produção, mas permite uma produção que é socialmente justa e ambientalmente adequada. Fornece justa remuneração para os produtores e leva em consideração o princípio da equiparação salarial entre homens e mulheres. Além disso, relações comerciais justas incluem os menores prazos de pagamento a seus parceiros e quando possível adiantamento para viabilizar a produção.

6. Equidade de gênero

Comércio Justo significa que o trabalho das mulheres é devidamente valorizado e recompensado. As mulheres são pagas por sua contribuição no processo de produção e para isso recebem qualificação em suas organizações.

7. Condições de trabalho

Comércio Justo significa um ambiente de trabalho seguro e saudável para os produtores. A participação dos filhos (se houver) não pode afetar negativamente o seu bem-estar, segurança, requisitos educacionais e de necessidade de brincar e deve estar em conformidade com a Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança, bem como a legislação e normas no contexto local. Este tópico foi incluído como uma forma de respeito a contextos culturais, especialmente rurais, onde o trabalho infantil faz parte da cultura local. No entanto, indica condições especiais para que isso aconteça.

8. Trabalho infantil

As organizações de Comércio Justo respeitam a Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança, bem como as leis e a cultura local, a fim de assegurar que a participação das crianças nos processos de produção de artigos de comércio justo (se houver) não deve afetar negativamente o seu bem-estar; sua segurança, seus requisitos educacionais e sua necessidade de brincar. Organizações que trabalham diretamente com os produtores organizados informalmente não escondem o envolvimento das crianças na produção. Essa formulação tenta dar espaço para situações como as encontradas no Nordeste Brasileiro, onde a produção de artesanato tradicional faz parte da vida da família na zona rural, nos períodos de entressafra, com a contribuição das crianças. No entanto, ressalva a necessidade de garantir o bem-estar, a segurança, os requisitos educacionais e a necessidade de brincar dessas crianças.

9. O meio ambiente

O Comércio Justo incentiva ativamente as melhores práticas ambientais e a aplicação de métodos de produção responsável.

10. Relações comerciais

As organizações de fair trade tem foco no bem estar social, econômico e ambiental dos pequenos produtores marginalizados e não maximizam lucros à suas custas. Elas mantêm relacionamentos de longo prazo baseados na solidariedade, confiança e respeito mútuo que contribuam para a promoção e o crescimento do comércio equitativo. Um pré pagamento sem juros de pelo menos 50% pode ser feito se solicitado, e havendo disponibilidade do comprador.

REQUISITOS GERAIS PARA SE CANDIDATAR A MEMBRO DO IFAT

São elegíveis como membros do IFAT as organizações, sociedades, cooperativas ou outras entidades legais que trabalhem regular e ativamente em pelo menos uma das áreas listadas abaixo;

Há dois tipos de filiação:

- a) para comerciantes e
- b) para organizações de apoio

• **Organizações de Comércio Justo (OCJ) ou Fair Trade Organizations – FTO** são empresas, sociedades, cooperativas ou outras organizações legalmente constituídas pelas leis de seu país de origem, que trabalham diretamente na comercialização de produtos. Essas organizações podem ser de produtores ou de comércio justo que realizam transações comerciais entre o Norte e o Sul; entre o Sul e o Norte, ou Sul – Sul, desde que o comércio seja sua atividade principal.

• **Organizações de apoio ao Comércio Justo** que não comercializam, mas que promovem atividades de apoio ao comércio justo. Este é o caso de redes, cujos membros não fazem parte individualmente do IFAT, senão da Rede e, esta sim é membro do IFAT, como é o caso da RELACC- Rede Latino-americana de comércio justo.

Como associados

Instituições de doadores e agências internacionais que dão apoio financeiro a grupos envolvidos no comércio justo ou que trabalham ativamente para alcançar condições comerciais mais justas.

Como associados individuais

Estudantes, escritores, jornalistas ou indivíduos que desejam aprender e promover o comércio justo.

Procedimentos

1. A assembléia Geral do IFAT determina a quota anual de novos membros e associados. Essa quota é estabelecida com antecedência de 4 meses, antes do

início de cada ano. Atualmente, para vendas anuais menores do que US\$ 150 000,00 a contribuição anual é de US\$ 330,00.

2. O candidato a membro deve ter comercializado produtos, pelo menos durante 2 anos antes de apresentar sua postulação e, deve apresentar balanços auditados de sua organização

3. Para a filiação, o candidato deve apresentar:

- Descrição detalhada das atividades que a instituição realiza.
- 1 conjunto de cópias do último balanço auditado da organização
- Uma cópia dos *standares* do IFAT assinado, atestando que concordam com esses princípios.
- Três cartas de recomendação provenientes de membros ativos do IFAT, provenientes de seu país de origem. Os membros do Comitê Executivo não podem recomendar candidatos. A aprovação é feita pelo voto da maioria do Comitê Executivo.

4. Para manter a filiação ao IFAT, os membros devem apresentar periodicamente os seguintes documentos ao IFAT

- Remeter à Secretaria uma cópia dos Balanços anuais, dentro dos 10 meses subsequentes ao encerramento do ano fiscal.
- Remeter um relatório de auto-avaliação a cada 2 anos, sobre como vem aplicando os *standares* estabelecidos no Código de Ética do IFAT.

Apresentamos, anexo, o formulário mais recente para filiação ao IFAT ou WFTA- World Fair Trade Association

Fontes:

- Documento (2003) News- Network of the European World Shops (www.worldshops.org)
- Relatório de 2002 da EFTA- European Fair Trade Association (eftafairtrade.org)
- Fair Trade Pioneers 2003- EFTA- European Fair Trade Association (eftafairtrade.org)

- "Alter Eco Fair Trade study- a survey of existing and potential fair trade consumers"- October 2008, USA (www.altereco-usa.com).
- "Fair Trade in Europe 2005- facts and figures on fair trade in 25 European countries". A survey prepared by Jean-Marie Kries. Published by FLO- Fair Trade Labeling Organization (www.fairtrade.net); IFAT- International Fair Trade Association (www.wfto.com); NEWS- Network of European world shops (www.worldshops.org); EFTA- European Fair Trade Association (eftafairtrade.org)
- "Comércio Justo e solidário- Pesquisa Mundial de comércio justo- versão 2007"- Série Mercado SEBRAE-Brasil (www.sebrae.com.br).
- Fontes, João "Fair trade and textiles- a comparative analysis of marketing alternatives – the case of Coopnatural in Brazil". Centre for international Cooperatives- Amsterdam University, 2007