

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
CENTRO DE ESTUDOS E PESQUISAS EM AGRONEGÓCIOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRONEGÓCIOS**

ROSEMARY BARBOSA DE MELO

**A CERTIFICAÇÃO *FAIRTRADE* NO SETOR EXPORTADOR DE FRUTAS
FRESCAS NO BRASIL**

**PORTO ALEGRE
2015**

ROSEMARY BARBOSA DE MELO

**A CERTIFICAÇÃO *FAIRTRADE* NO SETOR EXPORTADOR DE FRUTAS
FRESCAS NO BRASIL**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Agronegócios como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Agronegócios.

Orientador: Dr. Jean Philippe Palma Révillion

Co-Orientador: Dr. Leonardo Xavier da Silva

**PORTO ALEGRE
2015**

Dados Internacionais de Catalogação da Publicação (CIP)

Melo, Rosemary Barbosa de

A certificação *Fairtrade* no setor exportador de frutas frescas no Brasil

/ Rosemary Barbosa de Melo. – 2015.

218 f.

Tese (doutorado) – Universidade Federal do Rio grande do Sul, Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios, Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, Porto Alegre, 2015.

Orientador: Prof. Dr. Jean Philippe Palma Révillon

1. Fairtrade. 2. frutas frescas. 3. Economia de Custos de Transação. 4. contratos. Révillon, Jean Philippe Palma. II. Título.

Bibliotecária Responsável – Elisângela Rodrigues CRB10/1457

ROSEMARY BARBOSA DE MELO

**A CERTIFICAÇÃO *FAIRTRADE* NO SETOR EXPORTADOR DE FRUTAS
FRESCAS NO BRASIL**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Agronegócios como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Agronegócios.

Aprovado em 25 de maio de 2015.

Banca Examinadora

Prof. Dr. Rodolfo Araújo de Moraes Filho - Universidade Federal Rural de Pernambuco

Prof. Dr. João Armando Dessimon Machado – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof^a. Dr^a. Kelly Lissandra Bruchl - Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Orientador – Prof. Dr. Jean Philippe Palma Révillion – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Dedico esta conquista a Deus, por me permitir
realizar mais um sonho.

AGRADECIMENTOS

Início com um profundo agradecimento ao Prof. Dr. Jean Philippe Palma Révillion, por me aceitar como orientanda, acreditar na proposta de trabalho e me desafiar permanentemente para o crescimento acadêmico.

Agradeço ao coorientador, Prof. Dr. Leonardo Xavier da Silva, pelo inestimável apoio e permanente incentivo para que o trabalho seguisse seu curso dentro das expectativas institucionais, bem como pela oportunidade do diálogo franco e construtivo.

Aos prestimosos colegas da turma ingressa em 2011 e a todos os professores do CEPAN/UFRGS, pelos momentos de aprendizado em sala de aula e nos artigos, bem como pelos momentos de descontração.

Ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sertão Pernambucano, pela oportunidade de retornar à pesquisa acadêmica, por meio de incentivo financeiro e liberação integral para a realização no tão sonhado e desejado Doutorado em Agronegócios na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Cabe aqui o meu agradecimento especial ao amigo de todas as horas Reney Dorow, que, consistentemente, contribuiu nas discussões acadêmicas durante todo o meu doutorado, tornando-se um grande amigo, ao ponto de unirmos as nossas famílias para a passagem do ano de 2012 para 2013, em Florianópolis/SC.

Também agradeço às pessoas que me acolheram amorosamente em seus lares, o que foi fundamental para a realização da pesquisa de campo, como a Tia Fátima Borges, Renata Cardoso, Tamires e Irene e outras que, também, contribuíram carinhosamente nessa jornada chamada por mim como "missão sul", tais como: Carol Spanhol, Gessi Spanhol, Diana Passos, Evangelista Feitosa, Adilene Barbosa, Florina Borges, Afonso Candido, Marlene Candido e Leonardo Borges.

Não posso deixar de demonstrar os meus sinceros agradecimentos a Rhuany Faturi e a Fábio Faturi "garota e garoto CEPAN" e a minha querida Débora.

Devo destacar o agradecimento às seguintes organizações: Fairtrade International, SEBRAE, Visão Mundial, Faces do Brasil, Coagrosol, Coacipar, Ecocitrus, Associação do Núcleo VI, CODEVASF, Associação de Liberato Salzano, Manga Brasil, Pritan Frut, COODAP, COCAMAR, COOAPAZ, BRFair, Fairtrade Brasil, APPCER, Cooperativa Sin Fronteras, University Colorado State e a CLAC, as quais, por meio dos seus representantes, foram peças fundamentais para a realização da presente pesquisa. Agradeço a todos os entrevistados, pois, sem eles, não seria possível desenvolver esta pesquisa.

Agradeço ao meu pai e, em especial, a minha mãe (*in memoriam*) por sempre me incentivarem a estudar e me fazerem acreditar que, por meio dos estudos, é possível alcançar os sonhos.

Ao meu tio Raimundo Gomes Barbosa pela persistência em me conduzir, desde a minha juventude, ao mundo acadêmico e ao meu eterno mestre, grande professor e amigo Luiz Andrea Favero (*in memoriam*) meus mais sinceros agradecimentos.

Agradeço aos meus amados irmãos Roseli Barbosa e Rinaldo José pelas conversas calorosas de incentivo e por acreditarem no meu potencial. Aos meus amados sobrinhos, em especial, Emmerson, pelas orientações precisas sobre o Direito Contratual.

Finalmente, manifesto o meu especial, amoroso e distinto agradecimento aos meus filhos Antônio Napoleão e Gabriela e ao meu esposo e amigo Thiago Borges, pelos atos de compreensão e de ternura nos meus momentos de ausência e de estresse acadêmico nesta longa jornada de formação como também, em um momento delicado e crítico de saúde, me deram força para seguir e acreditar que, ainda, era possível realizar o sonho iniciado.

Por fim e não menos importante, agradeço a Deus pelas vitórias conquistadas ao longo de toda a minha vida e pela oportunidade de nascer novamente e poder vivenciar momentos inesquecíveis junto a verdadeiros amigos e familiares.

Resumo

O sistema *Fairtrade* é um comércio alternativo, norteado nas relações de troca mais justas visando uma maior equidade no mercado internacional, por meio do desenvolvimento sustentável dos produtores e trabalhadores, tidos como marginalizados, especialmente, do Hemisfério Sul. Ressalta-se que a constituição dos mercados de produtos certificados não ocorre de forma instintiva, e sim, de forma negociada entre os agentes envolvidos. Conforme esses mercados são ajustados, novas estruturas de governança surgem e são reestruturados para se adequar às novas demandas e dinâmicas instituídas (LEME et al, 2013). No Brasil, a certificação *Fairtrade* é aplicada em diversos produtos; contudo, os que mais se destacam são o café, o suco de laranja e as frutas frescas. Alguns estudos acadêmicos já foram desenvolvidos para melhor compreender a referida certificação no café e suco de laranja; no entanto, no Brasil, ainda carece desses estudos voltados para as frutas frescas, em esfera nacional. Pensando nessa carência, a presente pesquisa tomou como objeto de análise a rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras. Para a realização de tal estudo, foi utilizada a Teoria dos Custos de Transação, com o intuito de identificar e analisar os contratos existentes na referida rede, bem como verificar a atuação da *Fairtrade International*. Nesta pesquisa, foram considerados dados secundários e entrevistas com os representantes das 13(treze) organizações produtoras contempladas neste estudo, assim como da *Fairtrade International*, das *traders* e, de outras organizações que compõem a rede. As análises permitiram identificar que a *Fairtrade International* é o centro estratégico da rede *Fairtrade* Frutas Frescas, o qual é responsável pela coordenação de toda a rede. Também foram identificados três tipos de contratos envolvendo as organizações produtoras (OPs), os quais ligam as OPs à rede *Fairtrade*, aos *traders*, e aos seus importadores. A relação que surge nas transações contratuais na rede é de dependência trilateral e os contratos são do tipo neoclássico. Frisa-se que, como o sistema *Fairtrade* prima pelas relações duradouras entre produtores e importadores, espera-se que os contratos evoluam de neoclássicos para relacionais, porém, a pesquisa evidenciou que a frequência dos contratos identificados é discreta. Também, ficou claro que a *Fairtrade International* vem, em suas ações, priorizando o atendimento de critérios de conformidade por parte dos produtores, em detrimento do fortalecimento das relações contratuais existentes na rede.

Palavras-chave: Fairtrade, frutas frescas, Economia de Custos de Transação, contratos.

Abstract

The Fairtrade system is an alternative market based on fairer trade relations, aiming at greater equity in the international market, through sustainable development of marginalized producers and workers, especially, from the southern hemisphere. The constitution of certified commodity markets do not occur in an instinctive form, but through negotiation among involved actors. As these markets are adjusted, new governance structures emerge and are re-structured to adapt to new instituted demands and dynamics (LEME et al. 2013). In Brazil, Fairtrade certification is employed in diverse products, however the most prominent commodities are coffee, orange juice and fresh fruits. Some academic studies have been developed to better understand the Fairtrade certification in the coffee and orange juice sectors, however there is a lack of this type of study in fresh fruits in the national level. To address this lacuna, this research analyzes the Brazilian Fairtrade certified fresh fruit network. To carry out this study, the Transaction Cost Theory was utilized to identify and analyze the existing contracts in the Fairtrade certified networks and to demonstrate the activities of Fairtrade International in Brazil. This research analyzed secondary data and interviews with representatives from 13 producer organizations, Fairtrade International, traders and key actors of the network. The research findings identified that Fairtrade International is the fresh fruit network strategic center, responsible for the coordination of the entire network. It also identified three types of contracts involving producer organizations (POs), linking the POs to the Fairtrade network, trades and their importers. The relations that emerged from the network contractual transitions are trilateral dependency and the contracts are the neoclassical type. It is important to note that Fairtrade focuses on long-lasting relations between producers and importers, thus it is expected that the contracts evolve from neoclassical to relational, however this research evinced that the frequency of contracts identified in this study are discrete. It also became clear that Fairtrade International, with their actions, is prioritizing the producer criteria conformity in detriment of the strengthening of relational contracts in the network.

Keywords: Fairtrade, fresh fruits, Transaction Cost Economy, contracts.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Pesquisa bibliográfica referente à FAIR TRADE	36
Figura 2 - Pesquisa bibliográfica referente à Teoria dos Contratos	38
Figura 3 - Ligação das normas contratuais gerais com as normas de trocas relacionais e discretas e as suas respectivas combinações.	45
Figura 4 - Esquema de três níveis analíticos.	65
Figura 5- Tipos de governança	69
Figura 6- Tipologia dos Híbridos	71
Figura 7- Selos FAIRTRADE	79
Figura 8- Principais agentes envolvidos nas redes	84
Figura 9 - Sistema <i>FairTrade</i>	88
Figura 10 - Organização de Produtores Fairtrade no mundo por região	90
Figura 11 – Distribuição dos estados brasileiros integrados à Rede <i>Fair Trade</i> de frutas frescas	116
Figura 12 - Entidades Públicas e Privadas que Contribuíram para Inserção e Manutenção da Certificação <i>Fairtrade</i> das Organizações de Produtores na Rede <i>Fairtrade</i> Frutas Frescas Brasileiras	132
Figura 13 - Ciclo de Certificação e Monitoramento da Flo-Cert das Organizações de Produtores sem ou com licença	138
Figura 14 - Contratos formais existentes na rede <i>Fairtrade</i> Frutas Frescas, envolvendo as organizações produtoras certificadas	153

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Evolução do número de organizações produtoras certificadas Fairtrade	91
Gráfico 2 - Nível de confiança na marca FAIRTRADE em 17 países (%)	93
Gráfico 3 - Frequência com que os consumidores têm visto a marca FAIRTRADE nos pontos de vendas em 17 países (%)	93
Gráfico 4 - Principais frutas produzidas no Brasil – 2013	111
Gráfico 5 - Principais frutas frescas exportadas em 2013	112

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Estimativa de vendas no varejo por país em Euro (€)	92
Tabela 2 - Principais produtos comercializados mundialmente pela rede Fairtrade (volume MT)	95
Tabela 3 - Distribuição dos recursos investidos nos projetos por região do Brasil – 2003 a 2010	100
Tabela 4 - Produtos certificados <i>Fairtrade</i> e suas respectivas quantidades de produtores e traders	101
Tabela 5 - Limitação do tamanho da terra dos produtores de trabalho contratado de frutas frescas no Brasil	105
Tabela 6 - Principais Estados Brasileiros Produtores de Frutas Frescas em 2013	110
Tabela 7 - Participação da pequena propriedade na produção de frutas frescas por espécie	113
Tabela 8 - Características das Organizações de Produtores e Empresa Agrícola de Frutas Frescas Brasileiras Certificadas pela FLO-Cert	133
Tabela 9 - Preços Mínimos <i>Fairtrade</i> praticados no Brasil, tanto para Organizações de Pequenos Produtores como para Trabalho Contratado	144
Tabela 10 - Prêmios <i>Fairtrade</i> praticados no Brasil, tanto para Organizações de Pequenos Produtores como para Trabalho Contratado	145
Tabela 11 - Exemplo de histórico da quantidade de Frutas Frescas comercializadas pela rede <i>Fairtrade</i> e os valores dos Prêmios recebidos pela organização produtora no período de 2009 a 2011	146

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Organizações e Representantes/Especialistas Entrevistados da Rede Fair Trade Frutas Frescas	30
Quadro 2 - Normas gerais e relacionais de contrato (Macneil)	42
Quadro 3 - Atributos das estruturas de governança na economia	68
Quadro 4 - Diferenças da rede não certificada Fair Trade "integrada" e a certificada " <i>Fairtrade</i> "	83
Quadro 5 - Principais organizações envolvidas no Comércio Justo e Solidário	99
Quadro 6 - Agentes envolvidos nas transações comerciais como traders ou entidades de apoio à comercialização	134
Quadro 7- Características das especificidades dos Ativos das transações da rede <i>Fairtrade</i> Frutas Frescas Brasileiras	152
Quadro 8 - Características dos contratos existentes entre as organizações produtoras e os demais agentes da rede <i>Fairtrade</i> Frutas Frescas Brasileiras	159

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AAFNs – *Alternative Agrifood Networks*
ACIPAR – Associação dos Citricultores do Paraná
ACREMIR – Associação do Conselho de Representantes do Mercado Solidário de Itápolis e Região
AFN – *African Fair Trade Network*
AGRISMA – Associação Agroindustrial de Santa Maria
APPCER – Associação dos Pequenos Produtores do Cerrado
AOD – Assistência Oficial para o Desenvolvimento
ARPROCLAN – Associação dos Produtores e Colhedores de Laranja
ARPROCLAN – Associação dos Representantes dos Produtores e Colhedores de Laranja do Noroeste do Paraná
ASFRUT – Associação dos Funcionários da Pritam Frut Exportacao Ltda
ATER – Assistência Técnica e Extensão Rural
BNB – Banco Nordeste do Brasil
BRC – *British Retail Consortium*
BRFair – Associação das Organizações de Produtores Fairtrade do Brasil
CEASAS – Centrais de Abastecimento
CEPAN – Centro de Estudo e Pesquisa em Agronegócios
CLAC – *Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Comercio Justo*
CNES – Conselho Nacional de Economia Solidária
CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
COACIPAR – Cooperativa de Agricultura Familiar e Solidária do Paraná
COAGROSOL – Cooperativa dos Agropecuaristas Solidários de Itápolis
COCAMAR – Cooperativa Agroindustrial Maringa
CODEVASF – Companhia de Desenvolvimento do Vale do São Francisco
COOAPAZ – Cooperativa dos Agricultores das Frutas da Paz
COODAP – Cooperativa de Desenvolvimento agroindustrial Potiguar
COOFRUTAF – Cooperativa dos Fruticultores da Agricultura Familiar do Estado do Rio Grande do Sul
COOPERSANTA – Cooperativa de Produtores de Frutas de Santa Maria
COPAVEM – Cooperativa agroextrativista do Marajó
DAP - Declaração de Aptidão ao Pronaf
EAS – Entidade de Apoio e Fomento
ECOCITRUS – Cooperativa de Citricultores Ecológicos do Vale do Caí LTDA
EFTA – *European Fair Trade Association*
EMATER/RS – Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Rio Grande do Sul
Fairtrade Brasil - Associação Brasileira de Comércio Justo
FAIRTRADE INTERNATIONAL – *Fairtrade Labelling Organizations International*
FAO – *Food and Agriculture Organization*
FBB – Fundação Banco do Brasil
FBES - Fórum Brasileiro de Economia Solidária
FINEP – Agência Brasileira da Inovação/Financiadora de estudos e Projetos
FTF – *North American Alternative Trade Organization*
FTO – *Fair Trade Organization*
FTSO – *Fair Trade Support Organization*
GLOBALGAP – *Global Partnership for Good Agricultural Practice*

IBD – Inspeções e Certificações Agropecuárias e Alimentícias
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBM – *International Business Machines*
IFAT – Internacional Federation for Alternative Trade
IMCA - Morro da Cotia de Agroecologia
ISAU – Indústria de Sucos do Alto Uruguai Comercio, Importação e Exportação LTDA
ISI – *Institute for Scientific Information's*
MANGA BRASIL – Associação dos Produtores Rurais do Núcleo VI,
MDA– Ministério de Desenvolvimento Agrário
MDS - *Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome*
NEWS – *Network of European World Shops*
OCDE – Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico
ONG – Organização Não Governamental
PAS – Programa de Alimento Seguro
PIF – Produção Integrada de Frutas
PLANTEQ – Plano Territorial de Qualificação
PRITAM – Pritam Frut e Exportação LTDA
SAGRI – Secretaria de estado da Agricultura
SciELO – *Scientific Electronic Library Online*
SEBRAE – Serviço de Apoio Brasileiro a Micro e Pequenas Empresas
SEDES – Secretaria Especial de Desenvolvimento Econômico Solidário
SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SENAES – Secretaria Nacional de Economia Solidária
SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural
SESC – Serviço Social do Comércio
TNC – Tesco Nature's Choice
UE – União Europeia
UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UNCTAD – Conferência das Organização das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento
UNICAFES - União Nacional de Cooperativas da Agricultura
UNISOL - União e Solidariedade das Cooperativas Empreendimentos de Economia Social do Brasil
VSF – Vale do São Francisco
WFTO – *World Fair Trade Organization*

SUMÁRIO

CAPÍTULO I.....	18
1 INTRODUÇÃO	18
1.1 PROBLEMÁTICA	23
1.2 Objetivos.....	25
1.3 Hipóteses	26
1.4 Metodologia	26
CAPÍTULO II	34
2.1 FAIR TRADE E HORIZONTES TEÓRICOS	34
2.2 TEORIA DOS CONTRATOS.....	38
2.2.1 Teoria dos contratos: evolução, conceitos e classificação de contrato.....	38
2.2.2 Teoria dos Contratos Relacionais	40
2.2.3 Teoria Econômica do Contrato.....	46
2.2.4 Contratos Incompletos	48
2.2.5 Economia de Custos de Transação (ECT).....	51
2.2.6 Instituições e Organizações	57
2.2.7 Influência da Economia dos Custos de Transação nas Mudanças Conceituais de Contratos	61
2.2.8 Escolha da Forma de Coordenação das Relações Contratuais: "Estrutura de Governança"	63
CAPITULO III - REDE FAIRTRADE.....	73
3.1 HISTÓRICO E FUNDAMENTOS	73
3.2 PRINCIPAIS AGENTES ENVOLVIDOS NA REDE FAIRTRADE.....	85
3.3 CENÁRIO MUNDIAL DO SISTEMA FAIRTRADE.....	89
3.3.1 Fair Trade no Brasil.....	96
CAPÍTULO IV - REDE FAIRTRADE DE FRUTAS FRESCAS BRASILEIRAS	104
4.1 ORGANIZAÇÕES DE PEQUENOS PRODUTORES RURAIS E EMPRESA AGRÍCOLA (PLANTAÇÕES).....	104
4.2 PANORAMA DAS FRUTAS FRESCAS BRASILEIRAS E SUA RELAÇÃO COM A AGRICULTURA FAMILIAR	110
4.3 A CERTIFICAÇÃO FAIRTRADE NAS FRUTAS FRESCAS BRASILEIRAS	114
4.4 ORGANIZAÇÕES DE PEQUENOS PRODUTORES E EMPRESA AGRÍCOLA DA REDE FAIRTRADE DE FRUTAS FRESCAS BRASILEIRAS	117
4.4.1 Empresa Agrícola Pritam Frut e Exportação LTDA	117
4.4.2 Associação de Pequenos Produtores “Manga Brasil”	118
4.4.3 Cooperativa Agroextrativista do Marajó - COPAVEM.....	120
4.4.4 Cooperativa de Desenvolvimento Agroindustrial Potiguar - COODAP	121
4.4.5 Cooperativa de Agricultores do Fruto da Paz - COOAPAZ	122
4.4.6 Associação dos Pequenos Produtores Rurais do Projeto Nilo Coelho - Núcleo VI	123
4.4.7 Cooperativa dos Agropecuaristas Solidários de Itápolis – COAGROSOL.....	124
4.4.8 Cooperativa de Agricultura Familiar e Solidária do Paraná - COACIPAR.....	125
4.4.9 Cooperativa dos Citricultores Ecológicos do Vale do Caí - ECOCITRUS.....	127
4.4.10 Cooperativa dos Produtores de Frutas do Distrito de Santa Maria COOPERSANTA.....	128
4.4.11 Associação de Citricultores de Liberato Salzano/RS.....	129
4.4.12 Cooperativa Agroindustrial - COCAMAR	129
4.4.13 Cooperativa dos Fruticultores da Agricultura Familiar do Estado do Rio Grande do Sul - COOFRUTAF.....	130

4.5 A FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATION INTERNATIONAL COMO CENTRO ESTRATÉGICO DA REDE FAIRTRADE FRUTAS FRESCAS BRASILEIRAS	135
4.5.1 Características dos arranjos híbridos na rede <i>Fairtrade</i> Frutas Frescas Brasileiras	141
4.5.2 Características das transações na rede <i>Fairtrade</i> de Frutas Frescas Brasileiras	148
CAPÍTULO V - DISCUSSÕES DE RESULTADOS	165
5.1 O MOVIMENTO FAIR TRADE NO BRASIL.....	165
5.2 CARACTERIZAÇÃO DOS AGENTES DA REDE FAIRTRADE FRUTAS FRESCAS BRASILEIRAS.....	167
5.3 ATUAÇÃO DA FAIRTRADE INTERNATIONAL NA REDE FAIRTRADE FRUTAS FRESCAS BRASILEIRAS	169
5.4 IDENTIFICAÇÃO E ANÁLISE DOS CONTRATOS EXISTENTES ENTRE AS ORGANIZAÇÕES PRODUTORAS E DEMAIS AGENTES DA REDE FAIRTRADE FRUTAS FRESCAS BRASILEIRAS.....	172
CAPÍTULO VI.....	174
6.1 CONCLUSÕES.....	174
6.2 LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS.....	175
REFERÊNCIAS	178
ANEXO - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM ORGANIZAÇÕES PRODUTORAS	205

CAPÍTULO I

Neste capítulo, são apresentados elementos centrais desta pesquisa, os quais estão estruturados da seguinte maneira: primeiro a introdução, segundo a problemática, terceiro os objetivos da pesquisa, quarto as hipóteses e quinto a metodologia.

1. Introdução

Para o agronegócio brasileiro, a fruticultura possui um lugar de destaque, pois o país é o terceiro maior produtor mundial de frutas, o que corresponde em torno de 5,3% da produção total mundial (FAO, 2012a). O país só é superado pela China e pela Índia, mas, em relação à produção de frutas tropicais, possui a liderança (FAO, 2012a).

Em 2014, os embarques de frutas frescas totalizaram 672,9 mil toneladas, um decréscimo de 5,6% em comparação as 711,8 mil toneladas em 2013, conforme dados do Instituto Brasileiro de Frutas- IBRAF (2015). Em receita, as exportações de frutas atingiram US\$ 636,402 milhões em 2014.

A União Europeia (UE) é um grande importador mundial de frutas e o maior comprador de frutas brasileiras, atualmente, responsável por aproximadamente 86% das exportações de frutas brasileiras (IBRAF, 2015).

As frutas que são exportadas para UE, além de serem comercializadas por meio do comércio convencional, também são escoadas por meio de um comércio alternativo denominado de *Fairtrade*. Essa certificação internacional segue princípios de sustentabilidade socioambiental e, na UE, o produto com esse tipo de certificação é posicionado no segmento de alta qualidade.

A definição de *Fairtrade* mais frequentemente empregada é aquela adotada pelas quatro organizações internacionais promotoras dessa certificação – *Fairtrade Labelling Organizations International* (Fairtrade International), *Internacional Federation for Alternative Trade* (IFAT), *Network of European World Shops* (NEWS) e *European Fair Trade Association* (EFTA), que corresponde a uma modalidade de comércio, que contribui para o desenvolvimento sustentável por meio de melhores condições de troca e da garantia dos direitos para produtores e trabalhadores marginalizados, principalmente do Hemisfério Sul.

As organizações de *Fairtrade* (apoiadas pelos consumidores) estão engajadas ativamente no apoio aos produtores, na conscientização, na informação e em campanhas para promover mudanças nas regras e práticas do comércio internacional convencional (FINE, 2001): uma parceria comercial que prima pelo diálogo, pela transparência e pelo respeito, que busca maior equidade no mercado internacional, que contribui para o desenvolvimento sustentável para produtores e trabalhadores marginalizados, principalmente do Hemisfério Sul.

As principais organizações de certificação *Fairtrade* presentes na UE são "Max Havelaar", "Transfair", "Fairtrade Mark" e "Rättvisemärkt" - todas essas são membros da *Fairtrade International*, que faz a coordenação da rede em todo o mundo.

A certificação *Fairtrade* é caracterizada como socioambiental que, na União Europeia, está de acordo com o artigo 208 (antigo 177) do Tratado de Funcionamento da União Europeia, o qual detalha a política comunitária na esfera da cooperação para o desenvolvimento. O objetivo principal da política da UE, neste contexto, é combater a pobreza, por meio da execução das políticas capazes de atingir os países em desenvolvimento. "A União tem em conta os objetivos da cooperação para o desenvolvimento" (UNIÃO EUROPEIA, 2012, p. 141). Assim, a União Europeia mantém uma política de comércio e investimentos voltados aos países mais necessitados (COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS, 2012).

O Comércio alternativo *Fair Trade* defende relações de troca mais justas, tendo como principal objetivo minimizar a diferença entre países desenvolvidos e países em desenvolvimento e, como consequência, promover uma melhor integração entre eles. Nesse sentido, o movimento *Fair Trade* oferece aos consumidores a oportunidade de contribuir para o desenvolvimento econômico e social sustentável dos países em desenvolvimento, por meio das suas preferências de compra (COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS, 1999).

Em particular no mercado europeu, em que a demanda por produtos que possuam um apelo socioambiental é crescente, as frutas frescas estão entre os produtos mais requisitados (SCHNEIDER, 2012) por estarem alinhadas com a tendência de consumo de alimentos saudáveis (MULLANEY, 2013). Destaca-se que a Organização Mundial de Saúde (OMS) vem desenvolvendo, desde 2004, estratégias globais com o intuito de incentivar o mundo a desenvolver hábitos alimentares saudáveis: uma das recomendações é que os países estimulem o consumo de frutas frescas.

Atualmente, a certificação de produtores de *Fairtrade* está limitada aos países em desenvolvimento. O principal foco desse sistema envolve, prioritariamente, os países do Hemisfério Sul. No entanto, para o *Fair Trade*, o termo “hemisfério sul” se refere aos países listados na *Política de Escopo Geográfico do Fair Trade*. Essa política se baseia em indicadores que sinalizam a situação econômica e social de um determinado país; são eles (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2015):

- a) A lista de beneficiários da Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico (OCDE), do Comitê de Ajuda ao Desenvolvimento (CAD) e da Assistência Oficial para o desenvolvimento (AOD). Essas listas contêm a relação dos países de baixa e média renda *per capita*, conforme publicado pelo Banco Mundial, com exceção dos membros do G8, membros da União Europeia (UE);
- b) O índice de Gini do Banco Mundial mede a disparidade econômica dentro de mais de 140 países, considerando a distribuição de renda ou despesa de consumo; e
- c) O Índice de Desenvolvimento Humano que combina indicadores de expectativa de vida, educação e renda para agrupar mais de 180 países.

Nesse contexto, a *Fairtrade Internacional* determina os países em que serão certificados os produtores quanto ao status de desenvolvimento baixo e médio, por meio dos indicadores apresentados acima. O escopo geográfico da rede *Fairtrade* abrange quase todos os países da África, América Latina e Caribe, Oceania e os países mais pobres da Ásia. Os países e territórios estão divididos em regiões com base na classificação da ONU de macrorregiões geográficas. Atualmente, 138 (cento e trinta e oito) países fazem parte desta lista (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2015).

Referente às frutas, a certificação *Fairtrade* sempre representou um diferencial competitivo no mercado internacional (SPERS, 2003) no que diz respeito à origem, garantia de qualidade e segurança dos produtos (LAZZAROTTO, 2001; CAVICCHIOLI; PUPIN; BOTEON, 2005; PEDINI, 2011). Atualmente, as principais certificações na fruticultura são: a Produção Integrada de Frutas (PIF), Boas Práticas Agrícolas (BPA), GLOBALGAP (*Global Partnership for Good Agricultural Practice*), BRC (*British Retail Consortium*) e TNC (*Tesco Nature's Choice*), Certificação de Fruta Sustentável, Certificação de Origem e *Fairtrade* (VIANA; JULIÃO, 2011).

As normas técnicas relacionadas à segurança de alimentos envolvidos no comércio internacional são definidas, na maioria das vezes, pelos agentes importadores, mas tecnicamente justificadas e em conformidade com o princípio da análise de risco estabelecido nos acordos internacionais, por exemplo, o uso de pesticidas, as normas de higiene e

rastreabilidade (BRASIL, 2012). Ainda de acordo com a mesma fonte, essas normas internacionais são projetadas, também, para reduzir os custos de transação ao definir requisitos de produto e processo claros e homogêneos para todos os ofertantes de um mercado. A exemplo pode-se citar o *GLOBALGAP*, que foi criado por grandes redes de supermercados com o objetivo de regular a gestão do setor produtivo e fazendo com que certos padrões se tornassem requisitos a fim de que os produtores vendam seus produtos para os varejistas da rede. Essa tendência de implementação de normas, resulta em um complexo sistema de normas obrigatórias e voluntárias relacionadas aos procedimentos de certificação (GRADL et al, 2012).

A certificação socioambiental representa um diferencial para produtos e produtores, de acordo com certos valores e critérios vigentes no mercado internacional. Ela surgiu com o objetivo de ser um dos mecanismos de promoção e incentivo às mudanças de qualidade na agricultura em direção à sustentabilidade (RAMOS; FERRAZ, 2013).

O segmento de consumidores mais interessado na certificação socioambiental, a exemplo do *Fairtrade*, é representado pelo consumidor crítico em relação às consequências da globalização, que apoia novas iniciativas políticas e produtivas que mitiguem a destruição do ambiente natural, tem consciência de seu poder de escolha e está disposto a pagar mais por produtos de maior valor social agregado, desde que tenha garantias de que sua contribuição chegue ao produtor, sem abrir mão de sua exigência quanto à qualidade (OLIVEIRA et al, 2008). Esse segmento do mercado internacional de alimentos com certificação socioambiental é pujante (GRADL et al, 2012), em especial na Europa (VIANA; JULIÃO, 2011).

Porém, a certificação socioambiental *Fairtrade* apresenta como pré-requisito, a organização dos pequenos produtores e trabalhadores de empresas agrícolas, em associações ou cooperativas, de maneira a viabilizar o procedimento (KUHLMANN, 2006). Esta pesquisa se interessa pelos mecanismos de cooperação e coordenação de produtores certificados por sistemas de caráter socioambiental e destes com as instituições de certificação e comercialização. O relacionamento cooperativo, em muitos casos, depende da estabilidade da relação o que é, muitas vezes, influenciado pelo tipo de coordenação do arranjo (GRASSI, 2004).

Assim, a mútua dependência torna-se estrategicamente valiosa, pois assegura o fornecimento dos recursos existentes, permite o acesso a novos recursos, ou facilita a diversificação (MÉNARD, 2011). Evidencia-se, desse modo, a relevância da cooperação interorganizacional para o entendimento do comportamento e desempenho das empresas em um ambiente de acirramento da concorrência e globalização dos mercados (GRASSI, 2003).

Uma das formas de coordenação (governança) de arranjos cooperativos é a "híbrida". Nessa, as transações nem são organizadas por hierarquias (das empresas), nem por mercados, mas sim dependem de complexas redes de unidades que compartilham direitos de decisão, embora mantendo os direitos de propriedade distintos (MÉNARD, 2006).

Um dos instrumentos que contribuem na coordenação desse tipo de arranjo organizacional são os contratos, os quais permitem que as partes envolvidas compartilhem riscos e forneçam incentivos para cooperação (COOK; KLEIN; ILIOPOULOS, 2008). De fato, a maioria dos sistemas híbridos de governança é, pelo menos parcialmente, enquadrado por contratos formais, criados de maneira intencional e objetiva pelos agentes, ou informais estruturados a partir da imersão social dos agentes em interações e caracteriza-se pela confiança e reputação (MÉNARD, 2011, WILLIAMSON, 1975; PROVAN; KENIS, 2008).

Os contratos no mercado de alimentos são interessantes, pois possuem características únicas, tais como: produção de acordo com funções biológicas das plantas e animais, sazonalidade da produção e perecibilidade dos produtos (COOK; KLEIN; ILIOPOULOS, 2008). Assim, esses contratos possuem características de incompletude; por isso, mecanismos de governança são desenvolvidos para preencher lacunas contratuais, as quais ampliam os riscos de oportunismo e, para reduzir esses riscos, é necessário criar procedimentos para arbitrar os conflitos e reduzir as tensões entre os parceiros (MÉNARD, 1996, 1997, 2011; WILLIAMSON, 1996).

Na visão de Ménard (1996, 1997, 2011), a presença de uma entidade "centro estratégico", que coordena as relações contratuais interfirmas, é um elemento que diferencia esse tipo de coordenação das demais. As ações desenvolvidas pelo centro estratégico em arranjos híbridos tendem a ser moderadas para evitar a depreciação dos ativos específicos na forma de recursos compartilhados (FIANI, 2013).

No entanto, ressalta-se que, em cada estrutura híbrida, os incentivos e os controles direcionados aos agentes envolvidos em relações de cooperação e coordenação são combinados de maneira específica, tendo em vista as particularidades dos agentes, das transações e do centro estratégico. Desse modo, surge um questionamento direto sobre como tais incentivos e controles são combinados em cada estrutura híbrida, o qual não tem sido suficientemente explorado em pesquisas científicas (FIANI, 2013).

Assim, considerando que cada estrutura híbrida possui características específicas e que o sistema *Fairtrade* possui atributos peculiares, esta tese visa analisar a coordenação exercida pelo centro estratégico na rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras, bem como os tipos de contratos existentes entre os produtores e demais agentes da rede.

Para tanto, a teoria científica mais adequada ou "a que merece prioridade" na análise de híbridos é a de contratos e, de forma mais ampla, a Teoria de Custos de Transação (TCE) (MÉNARD, 2011, p.17), iniciada por Coase, em 1937, e seguida por Williamson (1975, 1985) e mais tarde aperfeiçoada, nas formas híbridas de governança, por Ménard (1996, 1997, 2004, 2011). Desse modo, esta tese adota a abordagem da teoria dos contratos, tendo em vista que ela permite o entendimento de como os parceiros agem para resguardar seus interesses numa relação de cooperação.

O texto está dividido em 6 (seis) capítulos, incluindo esta introdução. O segundo capítulo resgata os principais pontos da teoria dos contratos, que serão utilizados na análise contratual da rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras. Pretende-se mostrar a evolução teórica dos contratos, bem como os tipos de contratos e suas relações com os tipos de governança de arranjos cooperativos, enfatizando a Teoria dos Custos de Transação. Em seguida, a terceira parte apresenta os princípios e conceitos do movimento *Fair Trade*, como também a sua importância no mercado mundial. Além disso, apresenta como o movimento Fair Trade está se desenvolvendo no Brasil. No quarto capítulo, é feita uma análise dos contratos entre as organizações produtoras e os demais agentes da rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileira, visando caracterizar a relação não apenas nas características vigentes do contrato, mas também na identificação dos tipos de contratos e sua relação com a governança da rede. No quinto capítulo, são expostos os resultados e discussões da presente pesquisa, claramente aqueles que revelam a atuação da "*Fairtrade International*" como centro estratégico da rede e os tipos de contratos existentes na rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras. E, por fim, são apresentadas as conclusões da pesquisa.

1.1 Problemática

A estrutura de governança híbrida procura estabelecer uma ordem entre as partes para perceber ganhos de participação e cooperação. A primeira manifestação dessa ordem é firmar um contrato em que as partes concordem com algumas obrigações e direitos. Como os contratos são incompletos, todas as obrigações não são especificadas ex-ante, vários mecanismos são criados para complementá-los quando necessário (RAYNAUD, 1997): (a) definição de procedimentos para preencher lacunas no contrato original, (b) adequação dos mecanismos de monitoramento para garantir a boa execução dos compromissos acordados inicialmente para alcançar os ganhos do comércio ou de cooperação, (c) criação de

procedimentos para o gerenciamento de conflitos. A maioria dessas ações, segundo Ménard (2011), é de responsabilidade dos centros estratégicos.

Centros estratégicos podem ser entendidos como uma expressão abreviada das entidades institucionais, sob a qual as transações são iniciadas, negociadas e monitoradas, adotadas e terminadas (MÉNARD, 2011).

A rede Fairtrade é formada por agentes que preservam a sua independência, e a relação entre eles não se limita apenas a controles administrativos coordenados pela *Fairtrade International*, a qual representa como o centro estratégico da rede. Isso porque as empresas envolvidas possuem ativos e direitos decisórios compartilhado nas relações, assim como o centro estratégico. Caso contrário, os agentes estariam no interior de uma mesma hierarquia e teriam sua liberdade de decisão suprimida (WILLIANSOM, 1985; FIANI, 2013).

Estudo realizado por Bouroullec, em 2010, com suco de laranja *Fairtrade*, apontou que é necessário melhor compreender o papel da certificadora do sistema *Fairtrade*; no entanto, este estudo propõe, além de entender a atuação da certificadora, a compreensão mais ampla do centro estratégico, da rede, no caso, a *Fairtrade International*, sob a ótica do agente, que é o "coração do movimento", o produtor.

Para isso, alguns questionamentos são formulados, tomando como objeto, neste estudo, a rede *Fairtrade* de Frutas Frescas Brasileiras, mais especificamente, analisando a coordenação do centro estratégico e os tipos de contratos existentes entre os produtores e demais agentes na rede.

- 1) Quais agentes atuam na rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras e qual seu papel?
- 2) Qual a atuação do centro estratégico na rede *Fairtrade* Frutas Frescas no Brasil?
- 3) Quais os contratos existentes na rede, firmados entre as organizações (associações/cooperativas/empresas agrícolas) e os demais agentes da rede?
- 4) Quais os procedimentos para preencher lacunas no contrato original (b) quais os mecanismos de monitoramento para garantir a boa execução dos compromissos acordados inicialmente para alcançar os ganhos do comércio ou de cooperação e quais os procedimentos para o gerenciamento de conflitos?

Os questionamentos relacionados acima serviram como parâmetro para atender à pergunta central desta pesquisa que é: Como é desenvolvida a coordenação do centro estratégico na rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras e quais os tipos de contratos existentes entre os produtores e demais agentes da rede?

1.2 Objetivos

Em consonância com a problemática apresentada, são postulados os seguintes objetivos:

1.2.1 Objetivo geral

Analisar a coordenação exercida pelo centro estratégico na rede Fairtrade Frutas Frescas Brasileiras, bem como os contratos existentes entre os produtores e demais agentes da rede.

1.2.2 Objetivos específicos

- 1) Compreender o funcionamento do mercado *Fairtrade* no mundo e no Brasil;
 - a) Estudar conceitos e princípios do movimento internacional e nacional.
 - b) Identificar o panorama do Fair Trade Internacional no mundo e no Brasil.

- 2) Quais agentes econômicos atuam na rede Frutas Frescas Brasileiras e quais os papéis que desempenham?
 - a) Identificar como e por que as organizações ingressaram na rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras;
 - b) Verificar a atuação dos agentes econômicos envolvidos na rede *Fairtrade* Frutas Frescas no Brasil;
 - c) Apresentar o mapeamento da rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras.

- 3) Analisar o tipo de coordenação desenvolvida pelo "centro estratégico" na rede Fairtrade Frutas Frescas Brasileiras, em especial, junto às organizações de produtores.
 - a) Identificar a estrutura organizacional do "centro estratégico", bem como as suas funções;
 - b) Analisar os incentivos e controles estabelecidos pelo "centro estratégico";

- c) Analisar o ordenamento de forças públicas e privadas na coordenação da rede de Frutas Frescas Brasileiras; e
 - d) Verificar como as informações são compartilhadas.
- 4) Identificar e analisar os contratos firmados entre as organizações (associação/cooperativas/empresa agrícola) e os demais agentes da rede Fairtrade Frutas Frescas Brasileiras;
- a) Quais os tipos de contratos existentes na rede entre os produtores e os demais agentes da rede *Fairtrade* Frutas Frescas do Brasil;
 - b) Analisar as características desses contratos.

1.3 Hipóteses

a) A *Fairtrade International* é uma entidade estratégica que coordena as relações contratuais na rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras, na qual as transações são iniciadas, negociadas, monitoradas e, até mesmo, finalizadas.

b) A relação contratual esperada na governança híbrida, de acordo com Williamson (1985) pode ser norteadada por contratos do tipo neoclássico ou relacional, no entanto, tomando como referência os princípios do movimento *Fairtrade*, os quais primam pelas relações duradouras entre os produtores e demais agentes da rede, tem-se como hipótese que os contratos existentes na rede *Fairtrade* de Frutas Frescas Brasileiras sejam recorrentes e, por isso, classificados como relacionais.

1.4 Metodologia

O método de pesquisa adotado é o de estudo de caso. Esse método se propõe a investigar um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto real, em que os limites entre os mesmos não são claramente percebidos, tornando o estudo de caso uma investigação empírica (YIN, 2005).

O estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira a permitir conhecimento amplo e detalhado do mesmo (GIL, 2008). Já

que objetiva compreender fenômenos complexos, o estudo de caso é um método de pesquisa muito mais abrangente, indo além de uma tática para coleta de dados, envolvendo desde o planejamento às abordagens específicas de análise (STOECKER, 1991; YIN, 2005).

Dessa forma, esta pesquisa tem como objeto de estudo a rede *Fairtrade* de Frutas Frescas Brasileiras. O trabalho desenvolvido terá uma abordagem qualitativa. Segundo Richardson et al (1999, p.80), a

análise qualitativa tem como objeto situações complexas ou estritamente particulares. Os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de um determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais, contribuir no processo de mudança de determinado grupo e possibilitar, em maior nível de profundidade e o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos.

A ideia do autor é que, para estudos de difícil coleta de dados e de informação, deve-se utilizar o método qualitativo.

Quanto ao caráter, a pesquisa é bibliográfica, documental e de campo. Uma pesquisa bibliográfica baseia-se no levantamento de diversos autores sobre um determinado assunto.

No que diz respeito à documental, utiliza-se um material mais específico, que pode ser coletado em órgãos públicos ou instituições privadas e, na bibliográfica, as fontes são de materiais encontrados em bibliotecas (LAKATOS; MARCONI, 1992). Já referente à pesquisa de campo, de acordo com Marconi e Lakatos (1996), é uma fase que é realizada após os estudos bibliográficos, para que o pesquisador obtenha maior conhecimento sobre o assunto.

No intuito de compreender o problema delimitado e alcançar os objetivos propostos da pesquisa foi desenvolvida a investigação descritiva.

A pesquisa descritiva é o estudo que apresenta informações, dados, inventários de elementos característicos do objeto, detalhando-o e apresentando seu lugar no tempo e espaço, permitindo classificar segundo diferenças ou similaridades (RODRIGUES, 2007). O presente estudo é descritivo, porque visa observar, canalizar os elementos fundamentais na relação contratual entre a certificadora *Fairtrade International* e os produtores de frutas frescas certificados.

A pesquisa bibliográfica foi feita por meio da busca de dados nas seguintes bases: *ISI Web of Science*, *Scientific Electronic Library Online (SciELO)*, *Scopus* e *Portal Periódico CAPES*. Referente a *Institute for Scientific Information's (ISI)* ou também chamada *ISI Web of Science*, segundo Meho e Yang (2007), utilizar essa base é ter acesso a uma rica fonte de

journals. Desse modo, por meio da revisão da literatura, o referido método foi utilizado para avaliar o estado da arte sobre o tema *Fairtrade*. Para análise do conteúdo textual exploratório, foi utilizado o *software many eyes* da *International Business Machines* (IBM), para a obtenção e visualização da nuvem de palavras, por meio de identificação da frequência das palavras dos resumos de 120 artigos selecionados de acordo com a relevância sobre o tema Fair Trade e por terem ligação direta com o conceito abordado nesta pesquisa. Esse *software* está disponível em *site* público, em que é possível fazer upload de dados, criar visualizações em grande escala interativas (VIEGAS et al, 2007). Por fim, esse é um modelo de análise de dados importante na concepção visual de tendências e relações entre palavras em destaque (VIEGAS et al, 2007). A pesquisa foi realizada em setembro e outubro de 2013, e a busca foi feita com a expressão *Fair Trade*.

Com base no enfoque teórico-metodológico acima explicitado, destaca-se a seguir os procedimentos adotados com vistas a alcançar os objetivos propostos. Esses procedimentos incluíram revisão de literatura, análise de documentos e entrevistas com agentes inseridos nas rede de *Fairtrade* de Frutas Frescas Brasileiras.

No que diz respeito à pesquisa documental, foram analisados documentos disponibilizados pelas organizações produtoras, pela *Fairtrade International* e por *traders*.

Para a realização deste estudo, foi possível entrevistar representantes de todas as organizações produtoras que compõem a Rede Fairtrade Frutas Frescas. Para tanto, utilizou-se um roteiro semiestruturado. A pesquisa contemplou as seguintes organizações produtoras:

- Cooperativa de Citricultores Ecológicos do Vale do Caí LTDA (ECOCITRUS)
- Cooperativa de Agricultura Familiar e Solidária do Paraná (COACIPAR)
- Cooperativa Agroindustrial (COCAMAR)
- Cooperativa Agroextrativista do Marajó (COPAVEM)
- Cooperativa dos Fruticultores da Agricultura Familiar do Estado do Rio Grande do Sul (COOFRUTAF)
- Cooperativa de Produtores de Frutas de Santa Maria (COOPERSANTA)
- Cooperativa de Desenvolvimento Agroindustrial Potiguar (COODAP)
- Pritam Frut e Exportação LTDA (PRITAM FRUT)
- Cooperativa dos Agropecuaristas Solidários de Itápolis (COAGROSOL)
- Associação dos Produtores Rurais do Núcleo VI
- Associação dos Pequenos Produtores do Perímetro Irrigado de Maniçoba (MANGA BRASIL)

- Cooperativa dos Agricultores das Frutas da Paz (COOAPAZ)
- Associação de Citricultores de Liberato Salzano.

Essas Organizações correspondem a 100% das organizações produtoras que possuem certificação *Fairtrade* de Frutas Frescas Brasileiras e que constam na lista da FLO-Cert, entre o período de 2010 e 2014.

No entanto, mesmo existindo distinção estipulada pela própria *Fairtrade International* entre seus associados, fazendo distinção entre “pequenos produtores” e “empresas agrícolas”, utilizou-se um único roteiro para esses dois tipos de organização.

De forma a complementar as entrevistas com representantes das organizações produtoras e as *traders*, foram realizadas entrevistas semiestruturadas junto às organizações que representam o ambiente institucional. Também, foram contempladas nesta pesquisa: *Fairtrade Labelling Organizations International* (Fairtrade International), Coordenadora Latinoamericana y del Caribe de Comercio Justo (CLAC), Associação das Organizações de Produtores Fairtrade do Brasil (BRFAIR), Faces do Brasil, Companhia de Desenvolvimento do Vale do São Francisco (CODEVASF), Associação Brasileira de Comércio Justo (FAIRTRADE Brasil), Serviço Brasileiro de apoio às Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE), Faces do Brasil e Secretaria Especial de Desenvolvimento Econômico Solidário (SEDES). Além dessas organizações, algumas que atuam como *traders* na rede Frutas Frescas, também, foram contempladas na pesquisa, tais como: BIO ECOBRAZIL e Ética Comércio Solidário. Ainda, especialistas de outras instituições, tais como a Associação dos Pequenos Produtores do Cerrado (APPCER) e Cooperativas *Sin Fronteras* contribuíram com o estudo. Todas as organizações entrevistadas estão apresentadas no Quadro 1.

As entrevistas realizadas junto aos representantes e às lideranças das organizações, mencionadas acima, são consideradas como focadas, pois, de acordo com Yin (2005), esse tipo de entrevista tem como característica o fato de que o entrevistador deve, preferencialmente, seguir as perguntas estabelecidas pelo protocolo da pesquisa, porém com certa liberdade para guiar as perguntas durante a entrevista.

Em função do sigilo, códigos de referência, em alguns momentos, foram atribuídos aos entrevistados, sendo eles: "Entrevistado mais letras do alfabeto".

Quadro 1 - Organizações e Representantes/Especialistas Entrevistados da Rede Fairtrade Frutas Frescas

Organização	Localização	Entrevistado	Cargo/função	Data
ECOCITRUS	Montenegro/RS	Ernesto Carlos Kasper	Gerente Relações internacionais	16/09/14
		Angelica H. Kusler	Técnica em Meio Ambiente	11/12/12 30/04/14
COACIPAR	Paranavaí/PR	Vanusa Gonçalves Toledo	Gerente Geral	01/09/14
COCAMAR	Maringá/PR	Nerocy M. Filho	Comunicação e Social	01/09/14 17/09/14
		Robson Luiz B. Ferreira	Coord. Técnico de Culturas	16/09/14
		Patrícia Quadros	Auditora Interna	01/09/14
COPAVERM	São Sebastião da Boa Vista/PA	José de Moraes e Silva	Presidente	29/08/14
COOFRUTAF	Montenegro/RS	Fabíula S. Alexandre	Auxiliar Administrativo	30/04/14
COOPERSANTA	Alto Paraná/PR	Cristielly Alves da Silva	Auxiliar Administrativo	11/09/14
COODAP	Mossoró/RN	Ubiratam Carvalho	Gerente de Negócios	22/08/14
PRITAM FRUT	Casa Nova/BA	João Batista C. Oliveira	Oficial Fair Trade/Técnico Agrícola	10/02/14 27/03/14 11/04/14
COAGROSOL	Itápolis/SP	Reginaldo Valentim	Gerente de negócios	16/09/14
Associação dos Produtores Rurais do Núcleo VI	Petrolina/PE	Antonio Rosa da Silva Neto	Presidente do grupo da manga	20/03/14
		Joelma Fabiana Barros da Silva	Ger. Financeira e Administrativa	10/09/14
		Eliete Ferreira Souza	Secretaria Executiva	13/02/14
MANGA BRASIL	Petrolina/PE	Josival Nascimento	Associado/Ex presidente	15/04/14
		Diana Passos	Diretora Administrativa	15/05/14 20/05/14
FAIRTRADE INTERNATIONAL	Bonn/Alemanha	João Carlos Schmolz de Mattos	Liaison Officer Brasil - Independent Consultant Producer Services & Relations	15/09/14
		Jackeline Uliana Donna		16/09/14
		José Manoel Gomez		05/09/14 17/09/14
		Catalina Jaramillo Botero	Regional Manager South America II (Brazil, Chile, Uruguay and Paraguay)	10/09/14
Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Comercio Justo – CLAC	El Salvador	Marco Coscione	Coordenador de Gestão de Recursos e Incidência	16/09/14

Organizações e Representantes/Especialistas Entrevistados da Rede Fairtrade Frutas Frescas
(continuação)

University State	Colorado	Fort Collins, Colorado/USA	Claudia Magalhães Rosty	Ph.D. student Colorado Center for Fair and Alternative Trade and Sociology Department, Colorado State University.	28/11/14
Bio EcoBrazil		Belém/Pará	Leonilda Fagundes	Representante	28/08/14
Ética Comércio Solidário		Recife/PE	Edson Marinho	Gerente de negócios (ex)	11/08/14
			Renata Cavalcanti	Coordenadora de Projetos	15/05/14
SEBRAE		Pará	Mauro Roberto de Moraes Pereira	Analista	18/08/14
		Rio Grande do Norte	Franco Marinho Ramos	Analista	05/09/14
Cooperativa Sin Fronteras		São José/Costa Rica	Adriano Martins	Coordenador Brasil	16/09/14
BRFAIR		Boa Esperança/MG	André Luiz Reis	Presidente	15/09/14
CODEVASF		Petrolina/PE	Diana Passos	Técnica	10/05/14
APPCER		Região Cerrado /MG	Carlos Walter Behrend	Presidente	16/09/14
COOAPAZ		Maxaranguape/RN	José Manoel do Nascimento	Presidente	06/11/14
Associação de Citricultores de Liberato Salzano		Liberato Salzano/RS	Leandro Rubini	Tesoureiro/Representante	12/11/14
FACES do Brasil		Rio de Janeiro /RJ	Rosemary Gomes	Coordenadora Geral	17/09/14
FAIRTRADE BRASIL		Botucatu/SP	Reinaldo Rodrigues	Diretor Executivo	15/09/14
SEDES		Rio de Janeiro /RJ	Ana Asti	Diretora de Economia Solidária e Comércio justo	08/12/14

Das organizações produtoras de frutas frescas apresentadas acima, atualmente, algumas não estão mais atuando na rede *Fairtrade*, tais como a COODAP, Associação do Núcleo IV, Manga Brasil e COOAPAZ. Destaca-se que essas organizações foram contempladas no estudo por estarem inseridas na rede em um determinado período da pesquisa, o qual compreendeu entre de 2010 e 2014. Essas organizações tiveram uma participação importante na rede e, por isso, forneceram à pesquisa, além das informações requeridas, também, conhecimentos específicos que contribuíram na identificação e caracterização dos componentes estruturais da rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras.

As entrevistas junto aos representantes das 13 (treze) organizações produtoras foram desenvolvidas com roteiros semiestruturados, as quais foram elaboradas por meio de resultados, não só da teoria, que alimenta a pesquisa, no caso, a Teoria dos Contratos, mas também de toda informação obtida sobre a temática em questão Fair Trade, por meio da pesquisa bibliográfica e por consultas a especialistas, oficiais Fairtrade da ECOCITRUS/RS e

Pritam Frut/BA. As primeiras organizações produtoras *Fairtrade* a serem entrevistadas foram a ECOCITRUS/RS, em dezembro de 2012, e Pritam Frut, em janeiro de 2014, as quais configuram a fase pré-teste da coleta de informações junto às organizações produtoras. Essas organizações foram selecionadas para o pré-teste, por representarem organizações distintas quanto à classificação na *Fairtrade International*; a primeira uma organização de pequenos produtores e a segunda uma empresa agrícola "plantação"; além disso, uma maior flexibilização de fornecimento de dados sobre a atuação das mesmas na rede. As demais organizações produtoras foram entrevistadas no decorrer do ano de 2014, conforme apresentado no Quadro 1.

Os objetivos destas entrevistas foram coletar informações e dados sobre as relações contratuais existentes entre os produtores e os demais agentes da rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras, como também identificar os motivos pelos quais essas organizações se inseriram na rede e identificar os tipos de contratos existentes na rede. Os representantes das organizações produtoras foram contactados por telefone, *skype* ou pessoalmente. Segundo Babbie (2001), a entrevista semiestruturada é o tipo em que o pesquisador estabelece uma direção geral para a conversação e persegue tópicos específicos levantados pelo respondente. A flexibilidade é a principal característica desse tipo de entrevista. As informações fornecidas pelas organizações foram fundamentais para analisar os motivos e meios para as suas inserções na rede, identificar como são compartilhadas as informações, identificar os incentivos e formas de controle, bem como compreender o papel da *Fairtrade International*, como um centro estratégico.

Também para obtenção de informações sobre os *traders*, foram realizadas entrevistas semiestruturadas, em maio e agosto de 2014, com o intuito de definir o papel dos mesmos na rede *Fairtrade*, bem como captar as vantagens e desvantagens de atuar na rede. Os contatos foram feitos pessoalmente e via *skype*. É importante ressaltar que o roteiro das entrevistas foi, também, baseado nos critérios existentes de certificação da *Fairtrade International*.

Ressalta-se que a identificação da representante da *Fairtrade International*, Catallina Jamillo, a atual coordenadora da rede no Brasil foi por meio de um dos representantes de uma *trader Fairtrade*, tendo sido possibilitado o contato com os demais por meio da própria coordenadora do Brasil.

A coleta de informações obtidas por meio dos especialistas, apresentados no quadro acima, uma parte foi por meio da entrevista semiestruturada e outra não estruturada. A parte que compete a um roteiro semiestruturado foi aplicado inicialmente aos especialistas do SEBRAE e representantes da *Fairtrade International*. Nesta fase da pesquisa, buscavam-se

informações sobre a inserção das organizações na rede e a atuação das instituições envolvidas na rede, bem como identificar os agentes econômicos envolvidos. Após a indicação da coordenadora, foram entrevistados os consultores *Fairtrade* Jose Gomez, para assuntos relacionados ao Paraguai, Uruguai e suco de laranja na região Sul e Sudeste do Brasil e João Mattos, consultor para os demais produtos brasileiros, com exceção do suco de laranja. Assim como a Catallina Jaramillo, esses consultores foram essenciais, tanto no esclarecimento do funcionamento da rede *Fairtrade* como no fornecimento de documentos específicos da *Fairtrade International*, os quais contribuíram para identificar o processo de certificação, a forma de compartilhamento das informações e os contratos formais existentes na rede.

No segundo momento, com a ampliação do conhecimento sobre a temática, obtida por meio de participação em eventos específicos da rede *Fairtrade*, tais como o 1º Encontro Brasileiro de Organizações de Produtores *Fairtrade* e do Comércio Justo e Solidário, ocorrido em setembro de 2014, na cidade de Belo Horizonte, foram realizadas entrevistas não estruturadas. Esse tipo de entrevista funciona como conversações livres sobre o tema fluindo de acordo com o interesse do entrevistador (BABBIE, 2001). A partir dessas entrevistas, foi possível ter uma visão mais ampla dos conflitos enfrentados por alguns produtores com a entrada das plantações na rede, assim como obter posicionamentos de instituições chaves, como a CLAC, sobre o caso; visualizar o cenário atual do movimento brasileiro do Comércio Justo e Solidário e como a rede *Fairtrade* vem se articulando para fazer parte dessa iniciativa nacional, como parceira e não como concorrente. Além disso, contribuiu para a compreensão do movimento *Fair Trade* no campo internacional. A maioria das entrevistas com especialistas aconteceram pessoalmente, mas havendo também contatos via *skype* e telefone.

CAPÍTULO II

O presente capítulo se inicia com a exposição de resultados de uma análise de literatura sobre o tema *Fair Trade*, a qual foi fundamental para a definição dos objetivos desta pesquisa e, também, para a identificação do referencial teórico a ser aplicado, para atender a tais objetivos.

Em seguida, são apresentados os conceitos teóricos fundamentais para o desenvolvimento da presente pesquisa sobre a Teoria dos Contratos. Para tanto, neste capítulo são abordados: o conceito, a evolução das teorias contratuais e apresentação dos tipos de contratos; Teoria dos Contratos Relacionais, apreciando as suas características e, em especial, as normas contratuais de Macneil; a Teoria Econômica dos Contratos, em que se apresentam as razões para a incompletude contratual e os custos inerentes às transações, os quais são analisados por meio da Economia dos Custos de Transação; a importância das instituições e das organizações são contempladas; a influência da Economia de Custos de Transação nas mudanças conceituais de contratos e, por fim, as Formas de Coordenação dos Contratos (estruturas de governança) são apreciadas, em evidência, a forma de Governança Híbrida.

2.1 Fair Trade e horizontes teóricos

A pesquisa de Bossle e Pedrozo (2012) destaca que o Reino Unido e os Estados Unidos lideram a produção científica relativa ao tema *Fair Trade* e que a autora com mais artigos é a pesquisadora e professora de Sociologia da Colorado State University Laura Raynolds. A Revista que mais se destacou foi o *Journal of Business Ethics*¹ – fato também evidenciado no estudo de Cantalice et al (2010).

Reconhecendo a relevância do tema *Fair Trade*, conforme resultados das pesquisas anteriormente mencionadas, uma pesquisa bibliográfica foi desenvolvida, neste estudo, com o objetivo de identificar as principais abordagens desenvolvidas na academia sobre o tema Fair Trade. Como fruto desta pesquisa, uma nuvem de palavras foi construída, por meio da utilização do *software many eyes* da IBM. Para tanto, foram analisados 120 (cento e vinte) trabalhos científicos. De acordo com os artigos selecionados, diversas são as abordagens que podem nortear um estudo sobre Fair Trade, pois parte-se do princípio de que esse corresponde

¹ É relevante citar que essa é uma revista A1 na área de Administração, Ciências Contábeis e Turismo, conforme avaliação Qualis CAPES (2014).

a um sistema que liga o produtor ao consumidor final, isso por meio de uma cadeia (ou rede) com estruturas de governança particulares. Alguns exemplos são expostos a seguir e consolidados na Figura 1:

- a) **Network** - Davies (2009), Renard (2003), Raynolds e Ngcwangu (2009), Raynolds, Murray e Taylor (2004);
- b) **Embeddedness, Governance, and Conventions** - Raynolds (2012, 2000), Taylor (2004), Mascarenhas (2007), Renard (2003), Raynolds, Murray e Heller (2007);
- c) **Empowerment, Power** - Renard (2005), Pedini (2011), De Moraes Filho, Daudin e Navaes (2009);
- d) **Social Capital** - Elder, Zerriffi e Le Billon (2012);
- e) **Economic Sociology** - Konefal; Mascarenhas; Hatanaka (2005); Mascarenhas (2007); Raynolds (2002); Taylor (2004); Wilkinson (2007);
- f) **Global Value Chain** - Reed (2009);
- g) **Ethical Trade** - Lotz, Chistandl, Fetchenhauer (2013), Smith e Barrientos (2005);
- h) **Consumers** - Virginie Diaz Pedregall e Nil Ozcaglar-Toulouse (2011), Bryant e Goodman (2004), Halepete, Littrell, e Park (2009), Koppel, Sckulze (2013);

De acordo com a presente pesquisa e estudo realizado por Koppel e Sckulze (2013), a maioria dos estudos empíricos sobre Fair Trade concentraram-se na dimensão socioeconômica, visando responder a questões relevantes, tais como: Quanto os consumidores estão dispostos a pagar a mais por um produto Fair Trade? E quais os impactos da certificação Fair Trade nas organizações de produtores da rede?

A figura a seguir representa o resultado da revisão de literatura, realizada para avaliar o estado da arte sobre o tema *Fair Trade*, o qual é apresentado em forma de nuvem de palavras, por meio de identificação da frequência das palavras dos resumos de 120 (cento e vinte) artigos selecionados de acordo com a relevância sobre o tema *Fair Trade* e por terem ligação direta com o conceito abordado nesta pesquisa.

potencial dos processos de certificação para transformar mercados convencionais (HIGGINS; DIBDEN; COCKLIN, 2008).

Cada sistema de certificação possui suas peculiaridades, contudo pode-se destacar algumas que são comuns a todos. De acordo com Mutersbaugh et al (2005): (a) padrões que definem a qualidade do produto a ser certificado; (b) processo de inspeções realizadas por auditores, que determinam se o produto está em conformidade com os padrões predeterminados; (c) selo de qualidade e (d) uma rede de instituições operando em escala nacional e internacional.

Assim como os demais sistemas de certificação, o sistema *Fairtrade* também possui características específicas que o diferenciam dos demais, por exemplo, a concessão de um prêmio adicional, que pode ser investido em projetos que promovam o desenvolvimento social, econômico e ambiental.

Segundo pesquisa realizada por Rotaris e Danielis (2011), o selo *Fairtrade* desempenha um papel importante na decisão de compra do café na Itália, além da influência da marca (aroma e sabor), preço e hábito. Desse modo, a rotulagem dos produtos *Fairtrade* se configura como um elemento-chave para o fortalecimento desse mercado, pois ele comunica uma imagem de justiça e igualdade em oposição às relações de dominação, que as trocas de mercado permeiam e, além disso, faz um apelo aos consumidores que exerçam seu poder em prol desses valores (RENARD, 2003).

No entanto, a constituição dos mercados de produtos certificados não ocorre de forma instintiva. Essa ocorre de forma negociada entre os agentes envolvidos e, conforme esses mercados são ajustados, novos arranjos institucionais surgem e são reestruturados para se adequar às novas demandas e dinâmicas instituídas (LEME; GANDIA; REZENDE, 2013). Neste estudo, os arranjos institucionais estão tratados como estruturas de governança; o termo adotado é definido por Williamson (1986, p. 105) como “(...) a matriz institucional dentro da qual as transações são negociadas e executadas”.

É nesse contexto que este estudo se propõe analisar o sistema de certificação *Fairtrade*, utilizando a teoria dos contratos, a qual contempla as variáveis a serem analisadas nesta pesquisa, conforme a apresentação dos objetivos no capítulo anterior.

entre agentes que se realiza através de contratos, sejam eles explícitos, como um contrato de trabalho, ou implícitos como parcerias informais" (ZYLBERSZTAJN, 2000 p. 24). Ainda segundo o referido autor, a crítica de Coase não descarta a tradição neoclássica, uma vez que se mantém o comportamento maximizador, mas introduz outros custos, denominados de custos de transação, além dos de produção para compreender os limites e a natureza das empresas. As contribuições de Coase permitiram que o conceito de firma se expandisse, a qual também passou a contemplar as relações contratuais entre firmas, franquias, alianças, etc.

Os contratos, ao longo da história, não correspondem a uma estrutura estática. Descrevem alguns conjuntos de práticas que se mantêm e se alteram conforme a experiência social (CESARINO, 2007). Assim, pode-se afirmar que “a sociedade é a fonte primária do contrato” (CESARINO, 2007 p.57).

A relação contratual, cuja imagem do mercado de trocas lhe serve como modelo, varia com a História, pois costuma-se dizer que a história dos contratos tem sido, falando esquematicamente, uma evolução em três estágios (GORDON, 2007, p. 197):

1. De regulação mercantilista e do costume comunitário: relações hierárquicas locais de grupos sociais primários, tais como a cidade, propriedade rural, estas norteadas por normas estabelecidas pela comunidade. O direito contratual tem como referência o direito do júri local, também há regulação de preços, salários e produção por políticas estatais mercantilistas, monopólios ou corporações de ofício.
2. No segundo estágio, os atores econômicos libertam-se das hierarquias ligadas ao *status*, dos costumes locais e do controle estatal para tornarem-se negociantes livres de terra, trabalho e capital em um mercado *laissez-faire*. Nesta fase, em qualquer transação firmada entre as partes, o direito dará suporte incondicionalmente.
3. No terceiro estágio, as relações contratuais são mais prolongadas, isso dentro de empresas, em setores comerciais cada vez mais especializados, em associações cada vez mais solidárias (associações comerciais, sindicatos, etc.). O direito dos contratos passa a considerar as características relacionais quanto às diretrizes regulatórias.

Vê-se que a dinâmica da contratação vem sofrendo mudanças, isso por ser sensível às mudanças na forma de organização da produção de riquezas e como consequência o conceito de contrato também muda ao longo do tempo. Portanto, "não existe uma 'essência' histórica do contrato; existe sim o contrato, na variedade das suas formas históricas e das suas concretas transformações" (ROPPO, 2009, p. 347).

Assim, os princípios e modelos contratuais refletem uma forma específica da produção e circulação econômica (CESARINO, 2007). No contexto atual, em uma sociedade global, o contrato requer uma relação contratual duradoura baseada na cooperação (AMARAL

JÚNIOR, 1999) e que, na formulação e execução dele, seja considerado o contexto histórico, social e o desenvolvimento das instituições (RIBEIRO, 2009). Essa união do direito e a economia correspondem a uma visão holística "em que a economia e a sociedade não poderiam ser separadas" (BACKHOUSE, 2007, p.241).

Desse modo, o contrato possui uma função social, pois esse deve atender aos objetivos dos contratantes, da melhor maneira possível, sem conflito com o interesse público (PEREIRA, 2012). É nesse contexto que a Teoria dos Contratos Relacionais ganha importância.

Segundo Laureano (2005), várias são as formas de os contratos se apresentarem, podendo ser completos e incompletos, clássico ou relacionais, de curto ou longo prazo, formais e informais, explícitos ou implícitos, dentre outros. Ela, ainda, ressalta que o tipo da transação é que definirá o seu formato. Ressalta-se que esses tipos de contratos estão detalhados no decorrer deste capítulo.

2.2.2 Teoria dos Contratos Relacionais

Os contratos relacionais representam um tipo de contrato em que pondera o contexto histórico e social nas relações. Essa teoria influenciou a literatura econômica, pois uma vez que não é possível desenhar contratos completos, as partes devem desenvolver mecanismos, para lidar com as contingências inesperadas. Essa visão econômica possui um paralelo, no campo do Direito, em particular na Teoria dos Contratos Relacionais, a qual tem Ian Macneil como um dos seus maiores representantes.

Na visão de Macneil, onde a troca ocorre existe um contrato e, portanto, um contrato está presente em todos os negócios para as trocas comerciais. O autor define contrato como "as relações entre as pessoas que trocam no presente ou no futuro" (MACNEIL, 1987 p.274). Esta ideia é compartilhada pelos estudiosos do Direito, por exemplo, Macaulay (1963) e da Sociologia, Stinchcombe (1990). Também, a Economia foi impactada pelos estudos de Macneil. Nesse campo, pode-se destacar: North (1981, 1990, 1991), Williamson (1979, 1985, 2000 e 2005), Hart (1995 e 2003),

Um dos principais pontos da Teoria dos Contratos Relacionais é o efeito da constante (re) negociação, a resolução de conflitos entre as partes e a interação entre os agentes na moderna relação contratual, em que mesmo as transações discretas estão ligadas a um ambiente geral das relações sociais. A maioria das relações modernas de troca é caracterizada

por (MACNEIL, 1974): a) estreitas relações pessoais, onde a reputação, uma espécie de moralidade e interdependência desempenha um papel crucial; b) envolvimento de muitos polos de interesse individual e coletivo; c) relações de longo prazo; d) apresentar tanto as quantidades mensuráveis e não mensuráveis; e) compartilhamento das responsabilidades, riscos e benefícios e, f) interação limitada.

Dessa forma, as relações na teoria denominada dos contratos relacionais se opõem à teoria clássica, que se concentra principalmente nos termos expressos do contrato e quase ignora todas as questões decorrentes do contexto da relação. Assim, num contexto relacional, os fatores de interação parecem ser essenciais (PERRIEN et al, 1991, 1995.; HOCUTT, 1998). Por outro lado, em um contexto transacional, fatores de interação não têm quase nenhuma influência (ROOS, 1996). Em suma, Macneil (1974, 2000) associa contratos à lei relacional, a qual substitui o sistema neoclássico de contrato. No entanto, deve-se ressaltar que, usando o termo "relacional", o autor enfatiza duas coisas diferentes: a) todo contrato pode ser relacionado a um determinado contexto social e b) alguns contratos, especialmente as relações de negócios, podem envolver uma relação complexa e permanente entre as partes, um relacionamento que influencia a função desses contratos. As relações contratuais são regidas por normas³, que desempenham um papel importante no desenho contratual. Essas normas são baseadas em um conjunto de valores sociais e econômicos que influenciam a relação entre as partes contratantes (DIATHESOPOULOS, 2010). As normas diferem em seu conteúdo e orientação de um cenário para outro (THIBAUT; KELLEY, 1959).

Buscando contribuir com as discussões sobre as normas contratuais, e com isso estabelecer uma teoria geral dos contratos, Macneil em, 1974, publicou o "*Many Futures*", no qual foram apresentadas cinco normas contratuais, as quais podem ser aplicadas em todos os tipos de contrato. Em outro artigo "*Values in Contract: internal and external*", de 1983, ele altera o nome de algumas normas e insere mais uma a *propriety of means*. Já em "*New Social Contract*", apresentado em 1986, o referido autor aumenta essas normas para treze e distingue-as em duas categorias: nove normas destinadas a todos os contratos e quatro normas referentes aos contratos relacionais. As referidas normas e suas mudanças estão apresentadas no quadro a seguir.

³ Normas são definidas na literatura como expectativas compartilhadas em relação ao comportamento (THIBAUT; KELLEY, 1959; THIBAUT, 1968; MACNEIL, 1980; GIBBS, 1981; AXELROD, 1986; BENDOR; MOOKHERJEE, 1990).

Quadro 2 - Normas gerais e relacionais de contrato (Macneil)

Artigo/Ano	Normas para todos os contratos	Contrato de normas – quatro normas relacionais iniciais	Artigo/ano
<i>Many Futures</i> (MacNeil, 1974)	1) Reciprocidade 2) Execução dos papéis 3) Liberdade limitada no exercício de escolha 4) Execução do planejamento 5) Harmonização com a matriz social	<p>Gerais</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Integridade de funções (papéis) 2. Reciprocidade 3. Implementação de planejamento 4. Execução da anuência 5. Flexibilidade 6. Solidariedade contratual 7. Normas de conexão (restituição, confiança e expectativa) 8. Criação e limitação de poder 9. Propriedade dos meios <p>Relacionais</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Integridade de funções (papéis) 2. Preservação da relação 3. Harmonização de conflitos relacionais 4. Normas supracontratuais 	<i>New Social Contract</i> MacNeil (1980)
		<p>Norma Geral (inserção)</p> <ol style="list-style-type: none"> 10. Harmonização com matriz social 	<i>“Values in Contract: internal and external”</i> , MacNeil (1983)

Fonte: Adaptado de MacNeil (1974, 1980, 1983).

A compreensão das normas supracitadas é importante para identificar o tipo de contrato e analisar as relações contratuais existentes entre as partes. As definições apresentadas a seguir correspondem às normas comuns contratuais e relacionais. Vejam-se:

a) Normas gerais contratuais

1. Integridade das funções - pressupõe que as partes de uma relação contratual procuram superar a racionalidade formal para alcançar objetivos de forma mais funcional e eficiente (MACAULEY, 1985). No entanto, para alcançá-los, eles têm que confiar na outra parte e esperar que cumpra suas obrigações de maneira adequada (GRAF; PERRIEN, 2005). Assim, pode-se dizer que a integridade descreve comportamentos complexos, a longo prazo, envolvendo diversas obrigações e relações pessoais.
2. Reciprocidade - cada parte do contrato assume que vai ganhar um benefício devido ao seu próprio comportamento na relação. Esse tipo de expectativa é fundamental para a construção da confiança e o sucesso da longevidade dos contratos.

3. Implementação de planejamento - está relacionada à ação das partes para determinar compromissos que irão cumprir no futuro. Isso será possível através de um acordo entre as partes, o qual resultará em conteúdos de um planejamento futuro do contrato. Macneil (1986) destaca que planejamento refere-se ao conteúdo do contrato e aos processos seguidos na relação contratual.
4. Execução da anuência - qualquer exercício de escolha de contratos envolve o sacrifício de outras oportunidades.
5. Flexibilidade - é uma norma que contraria de certa maneira a implementação de planejamento, pois qualquer troca futura tem que ter a capacidade de ser alterada, devido à racionalidade limitada. Ela está relacionada com incertezas sempre existentes em cada troca nas relações de longo prazo (LOBO, 2011). Essa é alcançada dentro da relação e é determinada por ações das partes, planejamento e comportamento dentro da relação (SMITKA, 1994).
6. Solidariedade contratual - esta norma tem como premissa que a base fundamental de um contrato é a sociedade. Isso porque nenhuma sociedade pode funcionar sem troca. Essas trocas devem ser ordenadas, ou seja, operar dentro de um conjunto de regras aceitas pela maioria da sociedade (MACNEIL, 1980). As partes envolvidas, geralmente, tendem a selecionar comportamentos que facilitem as relações de estabilidade e, com isso, permitem a continuidade do contrato. As parcerias comerciais, as alianças e a cooperação são formas organizacionais, que se destacam nesse contexto.
7. Normas de conexão: restituição, confiança, interesse e expectativa - Correspondem a um corpo de princípios que estão relacionados com a aceitação de uma troca. Pode ser necessário fazer ajustes por qualquer razão. A confiança é necessária no que diz respeito às promessas feitas, pois, por meio dela, a expectativa de que a promessa será cumprida é ampliada. Em circunstâncias em que ocorre uma troca discreta, a restituição, a confiança e o interesse são norteados pela adesão rigorosa do contrato. Em uma troca mais relacional, essas três questões tornam-se fatores que contribuem para determinar a natureza de qualquer alteração no contrato. Essas são necessárias em resposta às circunstâncias imprevistas (BLOIS; IVENS, 2004).
8. Criação e limitação de poder - tem relação com a criação de poder de uma das partes e limitação das suas competências próprias para benefício do outro. Um

fenômeno que ocorre em todas as relações contratuais, devido à duração da relação e interdependência das partes (MACNEIL, 1980).

9. Propriedade dos meios - Há várias maneiras de alcançar um determinado fim. Aqueles que são vistos como apropriados irão variar entre as firmas e as culturas organizacionais. Assim, resolver conflitos por meio do trabalho em conjunto, pode desenvolver entre os parceiros um relacionamento, enquanto aceitável por eles, duradouro.
10. Harmonização com a matriz social - Macneil (1983 p.344) argumenta que "a matriz social estipula o mínimo necessário para a troca ocorrer". Essa se constitui de um meio de comunicação que ambas as partes compreendem, um sistema de ordem para a realização das trocas e um mecanismo de cumprir as promessas. Quando esses fatores existem, então, a sociedade compartilha de normas comuns. Essas normas impactam nas relações contratuais, pois eles vão considerar que os contratos possuem características específicas que devem ser cumpridas. Essas normas impactam nas relações contratuais, pois eles vão considerar que os contratos possuem características específicas que devem ser cumpridas. A matriz social dentro da qual a troca é feita influencia qualquer tipo de contrato.

b) O segundo conjunto de cinco normas "relacionais" consiste em duas normas (comuns) que foram apresentadas acima e mais três relacionais:

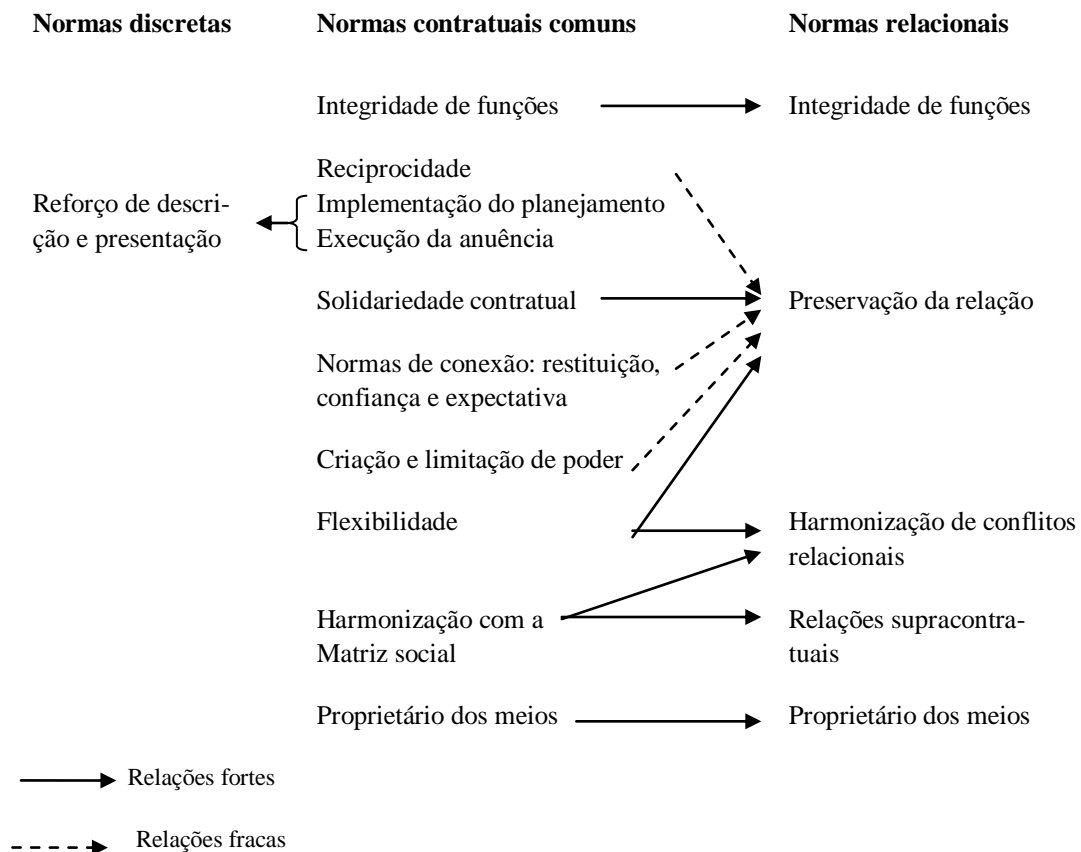
1. Preservação da relação - é uma intensificação e expansão da norma de solidariedade contratual tanto no âmbito individual (preservação dos membros da relação) e quanto coletiva (preservação do conjunto da relação) (PRIM-ALLAZ; PERRIEN, 2000).
2. Quanto à harmonização do conflito relacional, é uma norma também relacionada com a preservação da relação (MACNEIL, 1974). No entanto, o referido autor trata como uma norma distinta, devido à possibilidade de existirem nas relações modernas contratuais, conflitos internos e externos, os quais podem ser mensuráveis ou não, dentro do relacionamento. A importância da harmonização de tais conflitos é tão importante para a sobrevivência do relacionamento como para o comportamento das partes, que devem ser tratados separadamente (MACNEIL, 1986).
3. Supracontratual - são os fatores da relação que surgem e não derivam dos contratos. A troca ocorre dentro de um quadro comportamental, por exemplo,

dignidade humana e social. Essa norma está relacionada com a harmonização entre os parceiros sociais (MACNEIL, 1986). Logo, refletem a influência sobre a troca mais ampla, considerando princípios sociais como justiça, liberdade e igualdade (MACNEIL, 1980; PAULIN, 1998).

As outras normas que compõem este grupo são o papel da integridade e a propriedade dos meios, ambas já explicitadas anteriormente.

Em suma, no caso das trocas relacionais, Macneil sugere que as cinco normas relacionais, apresentadas acima, sejam consideradas, sendo essas expostas na Figura 3 com as suas respectivas combinações. Ressalta-se que essas combinações são ligações entre normas contratuais comuns e as normas associadas às trocas discretas e relacionais.

Figura 3 - Ligação das normas contratuais gerais com as normas de trocas relacionais e discretas e as suas respectivas combinações.



Fonte: Blois (2002).

A partir da inserção das normas tidas como relacionais, Macneil contribuiu para que os princípios gerais do contrato contemplassem os valores da solidariedade e da cooperação, ao

observar que "o contrato destina-se a atender a interesses sociais relevantes numa sociedade de consumo e de produção, massificada por interesses multifacetados e até antagônicos" (ALVES, 2003 p. 1). O mesmo autor destaca que o contrato deixa de ter apenas características jurídicas, com fins econômicos, para alcançar a responsabilidade social dos contratantes, "atuando com probidade, boa fé e em recepção de preceitos de ordem pública" (2003 p.1).

Ainda referente às normas relacionais supracitadas é notório que essas se afastam da definição defendida pelos clássicos de simetria e disponibilidade de informação e contratação completa, para introduzir a ideia de incompletude contratual, inerente aos contratos de longa duração, cada vez mais recorrente em um mundo globalizado. Sobre o tema, Sztjan (2009, p.1) recomenda a necessidade de "relaxamento das premissas provindas da escola de economia clássica" para introduzir a noção de contratos incompletos, por entender que esse constitui um instrumento relevante para decifrar acordos incertos, ajustados pelas empresas, em transações de longo prazo.

2.2.3 Teoria Econômica do Contrato

O desenvolvimento de uma teoria econômica do contrato só foi possível a partir da influência dos trabalhos de Ronald Coase. Esses, por sua vez, proporcionaram um novo olhar econômico do papel do mercado e das empresas. Ao explicar a natureza e os limites das empresas, essas são apontadas por ele como um mecanismo de redução dos custos decorrentes das transações realizadas através do mercado. Sobre o tema, Zylbersztajn (2010, p.9) acrescenta que:

A firma surge como uma resposta otimizada dos agentes econômicos, quando os custos da organização dos contratos pela via do mercado, excedem os custos da organização interna.

Esta visão de Coase parte de um tratamento da firma, não mais como um estereótipo da função de produção, mas sim como um conjunto de contratos entre agentes especializados, cujo gerenciamento tem um custo.

Ao enfatizar que, para serem concretizadas, as transações têm como alternativa a firma e o mercado, Coase traz à tona a discussão sobre a organização interna das firmas e dos mercados, abriu espaço para uma melhor compreensão das relações contratuais, entre as firmas, essas tanto formais como informais. A contribuição de Coase ampliou os estudos

sobre o crescimento das organizações e ajuda a compreender o dinamismo das fusões, alianças, entre outras formas de organização que retratam a realidade atual.

A partir da visão de Coase, muitos estudiosos, tais como: North (1981, 1990, 1991), Williamson (1979, 1985, 2000 e 2005) e Grossman e Hart (1986) e outros pesquisadores das organizações passaram a compreender as transações, não somente por meio dos sistemas de preços, mas também pelos contratos (ZYLBERSZTAJN; SZTAJN, 2005). Os autores mencionados ainda ressaltam que:

Se a 'firma' pode ser entendida como um nexo de contratos, então problemas de quebras contratuais, de salvaguardas, de mecanismos criados para manter os contratos e, especialmente, mecanismos que permitam resolver problemas de inadimplemento, total ou parcial, dos contratos, sejam tribunais ou mecanismos privados, passam a ter lugar de destaque na Economia. (ZYLBERSZTAJN; SZTAJN 2005, p.7).

Desse modo, incorporou-se ao conceito de firma a noção de feixe de contratos, cuja coordenação é limitada pelas circunstâncias de seu ambiente institucional e pelos objetivos estratégicos traçados pelos agentes para maximizar sua utilidade. Para Lemos (1999), o ambiente institucional se configura numa área de ligação entre o direito e a economia e, além disso, ele se configura como um dos principais problemas nos países, em especial, em países em desenvolvimento.

A execução dos acordos depende de um aparato legal previamente determinado, para que se obtenha um bom resultado das promessas (LAUREANO, 2005). Assim, o cumprimento de um contrato depende do sistema judicial de uma sociedade (PINHEIRO; SADDI, 2005). Desse modo, as instituições legais são fundamentais para dar suporte ao funcionamento da economia, pois, com a presença de um mecanismo punitivo, instituído pela sociedade, os agentes econômicos serão desestimulados à quebra contratual oportunística (ZYLBERSZTAJN, 2000).

A resiliência contratual é a mudança da posição de um dado promitente em virtude da promessa realizada. Para que essa seja ótima, a aposta é que o promitente ganhará mais em ver a promessa cumprida do que o inverso. Desse modo, um dos principais papéis do contrato é garantir que a promessa seja cumprida (PINHEIRO; SADDI, 2005).

Acentua-se que a cooperação está presente em muitos momentos das questões econômicas. Cooperação implica transigir, ponderar propostas divergentes e aceitar; pode-se resumi-la como uma forma de atingir o mesmo resultado (PEREIRA, 2012). Como as partes possuem os mesmos interesses, assim a ideia de cumprimento promove a troca e a

cooperação, em especial, aquelas promessas que fomentam as incertezas no decorrer do tempo, isso por ter como característica o adiamento do cumprimento contratual para o futuro. No entanto, a incerteza engloba o conceito de risco, mas, nesse caso, envolve a cooperação na busca de resolver *gaps* contratuais (PINHEIRO; SADDI, 2005).

Nesse contexto, em que se destaca a cooperação como meio para o cumprimento dos contratos, levando em conta a resiliência, a teoria econômica contratual se aproxima dos contratos incompletos.

2.2.4 Contratos Incompletos

É importante destacar que os contratos, onerosos ou não, são sempre incompletos, já que “é impossível pressupor todos os acontecimentos ou eventos que poderão ter lugar entre os seres humanos, em especial no futuro” (PINHEIRO; SADDI, 2005, p.117). Eles também podem sofrer modificações, na fase de execução, mediante a mudança de interesses dos agentes contratantes ou esses desconhecerem algum dado no momento de sua celebração; por isso, são considerados como imperfeitos (PINHEIRO; SADDI, 2005). Seja qual for o motivo que leve à alteração do contrato, tal situação leva ao questionamento do mesmo.

No entanto, antes de discutir as peculiaridades do contrato incompleto, faz-se necessário definir o contrato completo segundo alguns autores. Para Cateb e Gallo (2010, p.2), contratos completos "seriam aqueles capazes de especificar, em tese, todas as características físicas de uma transação, como data, localização, preço e quantidades, para cada estado da natureza futuro". De outra forma, Sztjan (2009, p.14) define os contratos completos como aqueles que “exploram todas as distinções verificáveis entre estados da natureza, quando a execução é boa, tendo em vista dificuldades das partes em distinguir todos os estados da natureza e a habilidade dos julgadores para verificar que estado ocorreu”.

Na esfera econômica, para elaboração de um contrato completo, as partes devem ter uma ampla e perfeita visão do futuro e a capacidade de acordar em senso comum no tempo presente e cumprir no futuro independente das possíveis contingências, compartilhando riscos e resultados (MILGRON; ROBERTS, 1992).

Macneil (1974) considera que as partes veem nos contratos uma completude que não existe. Assim, a possibilidade de completude contratual é afastada a partir da teoria econômica do contrato incompleto.

Portanto, partindo da premissa de que o desenho de contratos⁴ que contemplem todas as contingências possíveis é custoso, e que o contrato está sujeito a condições de incerteza, a Teoria dos Contratos Incompletos considera que os agentes deixam lacunas contratuais que poderão ser preenchidas posteriormente (PINHEIRO; SADDI, 2005; ZYLBERSZTAJN; SZTAJN, 2005).

Muitas são as razões que direcionam a incompletude dos contratos; a mais comum é estar ligada ao fato de que as condições do ambiente não podem ser antecipadas *ex-ante*. As mudanças que ocorrem no ambiente provocam alteração nas transações existentes. Daí faz-se necessário a revisão de contratos e modificações na forma organizacional, ou seja, geram custo de adaptação (SANTOS, 2010). Assim, todos os contratos estão sujeitos a adaptações futuras.

Visando reforçar os motivos da incompletude dos contratos, cinco elementos são considerados por Tirole (1992): i) o contrato pode ser vago ou ter ambiguidade em palavras; ii) algumas das partes inadvertidamente falham em algum aspecto; iii) os custos de produção e documentos superam os custos de resolução de problemas futuros; iv) presença de informação assimétrica, ou seja, uma das partes detém mais informação que a outra e v) preferência de uma das empresas em sair do relacionamento.

O aprofundamento da importância dos contratos nas transações econômicas contribuiu para o rompimento do paradigma clássico da completude contratual e da racionalidade ilimitada. A ciência econômica possui cinco teorias principais que discutem as relações contratuais: a Neoclássica, a Teoria da Agência, a Nova Economia Institucional (NEI), a Teoria da Análise Econômica do Direito, a Teoria Normativa e a Teoria dos Custos de Transação. As especificidades e as diferenças entre as teorias econômicas contratuais (ZYLBERSTAJN; SZTAJN, 2005) são:

- 1) O fundamento da Teoria Neoclássica é o paradigma de Arrow-Debreu, segundo o qual o contrato surge por meio de um agente facilitador, que atua como um leiloeiro da vontade das partes. Nesse contexto, as partes possuem todas as informações necessárias para negociar sem que haja custo, configurando, assim, um ambiente de equilíbrio.
- 2) Ao contrário da Neoclássica, a Teoria da Agência considera a assimetria informacional, o risco moral e os custos de agência. Essa teoria entende que o

⁴ O desenho ou a escolha dos termos dos contratos será função das regras legais, da capacidade de coerção das cortes da justiça e do surgimento de mecanismos privados de salvaguardas para os agentes envolvidos com o contrato (ZYLBERSZTAJN; SZTAJN, 2005; PINHEIRO; SADDI, 2005).

desenho do contrato deve ser elaborado *ex ante*, atribuindo pouca importância aos custos pós-contratuais (PINHEIRO; SADDI, 2005).

A assimetria informacional caracteriza-se quando nem todos os fatos são conhecidos por ambas as partes contratantes, situação essa em que a informação é tida como incompleta (HENDRIKSEN; VAN BREDA, 1999). Também, a citada assimetria é considerada falha de mercado ou ainda falha transacional.

Em decorrência deste caráter de incompletude informacional, a Teoria da Agência apresenta especificidade como seleção adversa, informação oculta, risco moral para referir-se a comportamentos oportunistas dos agentes, que podem ser divididos em duas partes: pré-contratual e pós-contratual. Segundo Milgrom e Roberts (1992, p. 595), o "termo seleção adversa refere-se ao problema relacionado ao oportunismo pré-contratual, que surge quando uma das partes detém alguma informação que pode afetar de forma negativa a outra parte durante a vigência do contrato". Já o risco moral diz respeito a um comportamento oportunista, que pode ocorrer pós-transação contratual. A Teoria da Agência trata da relação entre duas partes, onde uma (Principal) delega obrigações à outra (Agente), em um ambiente onde a informação é assimétrica e os interesses de cada parte são diferentes (MIRANDA, 2009). A autora frisa que a presença do risco moral e da seleção adversa aumenta a incerteza e os custos de transação, dificultando os ajustes e as renegociações contratuais.

- 3) Por sua vez, a Nova Economia Institucional (NEI) difere da Teoria da agência, uma vez que considera os custos pós-contratuais. A formulação das regras contratuais será objeto "das regras legais, da capacidade de coerção das cortes de justiça e do surgimento de mecanismos privados de salvaguardas para os agentes envolvidos com os contratos" (ZYLBERSZTAJN, 2005. p. 108). Além disso, enfatiza a racionalidade limitada, contrapondo-se com a racionalidade ilimitada da Teoria Neoclássica.
- 4) A Teoria da Análise Econômica do Direito reconhece a importância da atuação do Poder Judiciário, "ao transferir para as cortes a interpretação dos contratos com custo de transação zero" (ZYLBERSZTAJN, 2005 p.108). Essa teoria, diferentemente da Nova Economia Institucional, que privilegia os mecanismos privados para o desenho contratual, dá a operação para os tribunais de justiça.
- 5) Por fim, a Teoria dos Custos de Transação sustenta que o contrato é suscetível de se transformar em um vínculo de colaboração estável entre as partes, uma espécie de ordenamento privado, em que se aliam: a) a rigidez que sustenta a confiança e habilita as partes a cumprir o acordo; e b) flexibilidade, que abre oportunidades

para moldarem o contrato às circunstâncias supervenientes, até renegociando, o qual será melhor explicitado no item a seguir.

As distinções fundamentais entre as teorias supramencionadas dizem respeito ao processo de contratação, nos custos de contratação, na proeminência dos conflitos pós-contratuais e na atuação dos tribunais. Mesmo havendo divergências entre elas, pode-se intuir que são complementares, de tal modo que:

quaisquer que sejam as transações, as partes envolvidas não sabem ao certo se os termos acordados serão efetivados. A razão é que os indivíduos possuem **racionalidade limitada** e **comportamento oportunista**, acarretando o surgimento de custos de transação, que poderiam ser minimizados pela cooperação das partes contratantes no momento da execução do objeto contratual. Também a **assimetria informacional** se junta ao oportunismo dos agentes para restringir a elaboração de contratos completos, causando custos de transação. Tais custos associam-se a coletas de informações, à elaboração e negociação dos contratos, além dos **custos pós-contratuais**, decorrentes da inexecução das obrigações (CATEB; GALLO 2010, p.3, grifo nosso).

Nota-se que os custos de transação, segundo a Teoria Econômica, contribuem consideravelmente na incompletude contratual, em destaque o pressuposto da racionalidade limitada, o comportamento oportunista e assimetria informacional. Daí, a importância de melhor compreender a Teoria de Custos de Transação.

2.2.5 Economia de Custos de Transação (ECT)

Nas últimas décadas, os estudos sobre a incompletude dos contratos têm considerado os custos de transação nas transações comerciais. O tema ganhou importância na área acadêmica e se transformou em Economia dos Custos de Transação (ECT). Essa seara teórica contempla vários segmentos disciplinares, tais como: Direito, Economia e Organizacional.

O embasamento teórico da Teoria dos Custos de Transação, foco desta pesquisa, como já aludido, iniciou com a obra de Ronald Coase “The Nature of the Firm”, que investigou a razão da existência das firmas. Ele foi o pioneiro a ressaltar a determinação dos custos envolvidos na interação humana. Também se preocupou com a razão da existência da firma e suas condições onde ocorriam as alocações econômicas. Ainda destacou a importância das instituições econômicas no desenvolvimento e crescimento dos mercados (PINHEIRO; SADDI, 2005). Coase concluiu que a presença de custos de transação, mediante a utilização

do sistema de preços, promovia a coordenação de uma série de operações por parte das firmas e não pelo mercado, conforme defendia a Teoria microeconômica tradicional. Desse modo, certos tipos de transação, quando realizados pelo mercado, ocasionavam custos elevados, como é o caso das informações que, para obtê-las corretamente e em tempo hábil, afetam elevando os custos de transação (ROCHA JUNIOR, 2004; ROCHA JUNIOR et al, 2008).

No desenvolvimento da ECT, Williamson (1989) tem sua unidade básica de análise a transação, em que, entre os agentes, há uma interação e compromissos intertemporais em um contexto jurídico. Também é apresentado um modelo teórico, pelo qual os agentes, visando diminuir seus custos de transação, escolhem os arranjos verticais mais eficientes para um dado ambiente institucional. Além disso, ele aponta as principais dimensões das transações, as quais nortearão as relações contratuais entre as partes.

A existência de custos de transação, nesse processo, incentiva o surgimento de instituições que preservem a continuidade da relação, por meio de ajustes, caso necessário, para que não haja o rompimento de relações contratuais. Entretanto, para Zylbersztajn (2005, p. 14), a forma como as organizações estão estruturadas, onde a produção é concretizada não é apenas resultado dos custos oriundos das transações internas, mas também "um resultado da comparação entre os custos hierárquicos e burocráticos internos, e os custos de realização da mesma operação via mercado".

Para Douglas North (1981), custos de transação são custos de se mensurar aquilo que é trocado por meio da execução dos contratos.

A Teoria de Custos de transação é um conceito fundamental em Law & Economics. Pode-se entender que existem três partes componentes do custo de transação: informação, negociação e execução contratual. Todos esses componentes, quando relacionados à troca de direitos contratuais ou de propriedade entre indivíduos, significam custos (PINHEIRO;SADDI, 2005), que, na maioria das vezes, não são negligenciados (DAHLMAN, 1979).

A ECT possui um caráter microanalítico e institucional que a caracteriza. Essa, por sua vez, revela-se na análise aprofundada das transações e das múltiplas dimensões dos arranjos contratuais que as governam, considerando alguns pressupostos comportamentais dos agentes econômicos individuais.

De acordo com Batalha (1997), essa abordagem favorece a identificação dos determinantes da dinâmica dos arranjos contratuais, aplicados dentro das firmas e entre elas. Em se tratando das transações dentro da firma, são analisados mecanismos de incentivos

monitoramento e mensuração de resultados individuais e, no caso das transações entre firmas, tal abordagem trata do grau de integração adotado.

De acordo com Farina, Azevedo e Saes (1997), os custos de transação podem ser definidos em quatro níveis. O primeiro nível relaciona-se com os custos de construção e negociação dos contratos. O segundo envolve os custos para medir e monitorar os direitos de propriedade existentes no contrato; esse nível incorpora os custos de observação dos contratos, ao longo do tempo, para seu desempenho, e atende às expectativas das partes que fizeram a transação. O terceiro nível engloba os custos de manter e fazer executar os contratos internos e externos da firma. O quarto e último nível relacionam-se aos custos de adaptação que os agentes sofrem com as mudanças ambientais. Quanto mais rápida for a adaptação, menos custos de transação existirão, incorrendo em lucros maiores.

Daí, entende-se que o objetivo fundamental da Economia dos Custos de Transação (ECT) é o de analisar "o custo das transações como o indutor dos modos alternativos de organização da produção (governança), dentro de um arcabouço analítico institucional" (ZILBERSZTAJN, 1995, p. 15). O autor, ainda, ressalta que a unidade de análise essencial, nesse contexto, passa a ser a transação, na qual são negociados os direitos de propriedade e as relações entre estes e as instituições.

A ECT possui os seguintes pressupostos básicos (ZYLBERSZTAYN, 1995): (a) existem custos na utilização do sistema de preços, bem como na condução de contratos intrafirma. Portanto, para o funcionamento do sistema econômico, não apenas os contratos efetuados via mercados são importantes, mas também aqueles coordenados centralmente pelas firmas; (b) as transações ocorrem em um ambiente institucional estruturado e que as instituições não são neutras, ou seja, interferem nos custos de transação.

Referente ao ambiente institucional, este corresponde ao sistema de normas (restrições informais, regras formais e sistemas de controle) que afetam o processo de transferência dos direitos de propriedade (FURUBOTN; RICHTER, 1991), exigindo recursos reais para operarem. Também dois pressupostos comportamentais são essenciais para a compreensão da ECT: Racionalidade Limitada e Oportunismo (WILLIAMSON, 1993). A racionalidade limitada é um pressuposto que está em consonância com o comportamento otimizador, ou seja, o agente econômico deseja otimizar, entretanto não consegue satisfazer tal desejo. No dizer de Simon (1962), os atores econômicos desejam ser racionais, mas apenas conseguem sê-lo de maneira limitada.

O conceito de racionalidade limitada leva à compreensão da importância dos atributos *ex-post*, característicos das relações contratuais.

Quanto ao oportunismo, Williamson (1985, p. 30) o define como “condição da busca de autointeresse com astúcia” e resume comportamentos, como mentir, roubar, lograr, formas sutis de enganar, revelar informação de forma distorcida ou incompleta, ofuscar, confundir, etc. O autor menciona, ainda, que não são todas as pessoas que se comportam de maneira oportunista o tempo todo, mas algumas, em algumas vezes. Esse parte do princípio do jogo não cooperativo, onde a informação que um agente possa ter sobre a realidade não acessível a outro agente, pode permitir que o primeiro desfrute de algum benefício do tipo monopolístico (ZYLBERZTAJN, 1995). Além disso, o oportunismo favorece a incerteza, pois levam os agentes econômicos à incerteza de que elementos acordados entre as partes possam não ser efetivados (AZEVEDO, 1997).

A racionalidade limitada e o oportunismo contribuem para os riscos das transações, afetando o cumprimento destas de acordo com o que foi planejado (WILLIAMSON, 1991). Assim, quanto maior for o nível de oportunismo constatado no padrão comportamental dos agentes e quanto menos informações estiverem disponíveis para a tomada de decisão, mais o risco torna-se um impulsionador de custos de transação (WILLIAMSON, 1991). Esses pressupostos comportamentais geram altos níveis de incerteza e fazem com que o planejamento e a implementação dos contratos sejam difíceis (TEECE, 1996). Daí a necessidade do monitoramento ou da inclusão de salvaguardas contratuais e isso gera custo; os pressupostos comportamentais discutidos estão associados a tais custos (ZYLBERZTAJN, 1995). Esses custos poderiam ser minimizados pela cooperação das partes envolvidas na relação contratual, na execução do contrato (CATEB; GALLO, 2010). A relação de cooperação traz consigo aspectos como: tradição, confiança, relações familiares e ambientes sociais coercitivos das ações oportunísticas (ZYLBERZTAJN, 1995). Considerando a cooperação entre as empresas, existem quatro momentos em que podem ocorrer custos de transação (WILLIAMSON, 1985, p. 20):

1. Ao encaminhar a cooperação, surgem custos relacionados com a procura de informações sobre possíveis parceiros e suas condições para entrar num negócio;
2. Custos de negociação, principalmente intensidade e duração das negociações, formulação do contrato, etc;
3. Custos de controle para assegurar que as condições estipuladas no contrato sejam cumpridas (datas, quantidades, qualidades, preços, segredo, propriedade industrial, etc.);
4. Custos de adaptação que surgem a partir de novas condições, especificamente quando as cláusulas do contrato não foram preenchidas.

Verifica-se que o comportamento oportunista pode influenciar todos os custos supracitados, pois a procura de informações pode ser dificultada quando um agente não está disposto a passar informações relevantes, por ter medo de que sejam usadas para finalidades que possam prejudicar o interesse individual. Quando uma das partes assume um compromisso, que antecipadamente já sabe que não irá cumprir, no entanto, não revela essa informação à outra parte, representa um oportunismo *ex-ante* (LAUREANO, 2005). "O comportamento oportunista *ex-post* está associado aos comportamentos aéticos durante a vigência do contrato" (AZEVEDO, 1997, p. 78).

Considerando que o oportunismo pode surgir nas etapas iniciais e durante a execução de um contrato, cada versão do contrato deve ser analisado detalhadamente com o intuito de evitar que uma das partes contratantes se aproveite de um *gap* contratual e tire proveito dessa imperfeição. Desse modo, o oportunismo também aumenta os custos de controle e adaptação. Conclui-se que o comportamento oportunista eleva o custo de transação (GROVER; MALHOTRA, 2003).

À luz do que foi exposto, a racionalidade limitada pode contribuir para o oportunismo, pois a falta de informação perfeita em uma transação permite que um dos agentes envolvidos no processo venha ter um comportamento oportunista (ZYLBERSTAJN, 1995).

Assim, cabe ressaltar que, considerando os pressupostos comportamentais apresentados, a ECT mantém que "os contratos são, na sua essência, incompletos dado o problema da racionalidade limitada, o que não seria um problema se não fosse a característica comportamental esperada do oportunismo" (ZYLBERSTAJN, 1995, p.20).

Além disso, as relações contratuais caracterizam-se, em termos de transações, por três elementos: frequência, incerteza e especificidade dos ativos. Essas, por sua vez, são consideradas como dimensões pela ECT e configura uma tentativa de selecionar o melhor arranjo organizacional. Tais dimensões acarretam distintos custos de transação e formas organizacionais (AZEVEDO, 1997). De acordo com Silva (2002), a frequência pode ser ocasional (não há compromisso entre os agentes), discreta (estabelece-se contrato supervisionado até o seu final) e recorrente (transação contínua, com forte coordenação e inter-relação entre os agentes da estrutura produtiva).

A incerteza são contingências que são difíceis ou impossíveis de prever e que geram problemas de adaptação (JOHN; WEITZ, 1988). É decorrente da incapacidade em se prever integralmente as atitudes dos agentes econômicos e as mudanças no ambiente, de forma a não permitir que se calcule precisamente o impacto dos acontecimentos futuros. Observa-se que a

incerteza evidencia a instabilidade do equilíbrio do mercado (AZEVEDO, 1997). O alto custo do monitoramento de um contrato e a incerteza quanto à sua efetividade são determinantes para o surgimento do comportamento oportunista (SANTOS, 2010).

De acordo com Azevedo (1997), a frequência consiste no número de vezes ou repetições das transações realizadas. Transações frequentes representam um indicador de confiança entre as partes envolvidas na barganha. Quanto maior for a frequência, menores serão os custos fixos médios associados à coleta de informações e à elaboração de um contrato complexo que imponha restrições ao comportamento oportunista. O autor destaca que, além disso, a repetição das transações possibilita um maior conhecimento sobre o parceiro (peculiaridades), fator que reduz a incerteza, e permite a construção de uma reputação em torno de uma marca que torna um ativo mais específico, acarretando o surgimento de um compromisso confiável que sinalize para a continuidade da parceria (AZEVEDO, 1997).

Também deve-se considerar que, quanto maiores os investimentos realizados em ativos específicos para atender a uma transação, menor o risco de que os agentes que realizaram esses investimentos tenham um comportamento oportunista frente aos custos de mudança⁵ para utilizar ou explorar esses ativos em outros negócios (AZEVEDO, 1997).

As especificidades dos ativos são oriundas de distintas fontes/situações, dentre as quais Williansom (1996) destaca: i) especificidade locacional: quando as decisões de localização de ativos nas proximidades de outras de uma mesma cadeia produtiva visam minimizar despesas com estoques e transporte, significando retornos específicos a essas unidades específicas; ii) especificidade física: refere-se aos ativos envolvidos na produção do bem, como, por exemplo, máquinas/equipamentos específicos e de realocação muito custosa; iii) especificidade de capital humano: diz respeito ao conhecimento fundamentado dos recursos humanos da empresa envolvidos direta ou indiretamente na transação e de sua capacidade de aprender e executar uma função específica; iv) especificidade de ativos dedicados: refere-se aos casos em que um fornecedor precisa fazer investimentos que não são intrinsecamente específicos, mas que foram realizados para suprir a demanda de um cliente específico, sendo, portanto, a ele dedicados; v) especificidade de marca: trata-se de um ativo intangível cujo retorno se materializa, marca, nome e/ou reputação de uma empresa, num mercado em particular; vi) especificidade de ativos temporais: refere-se ao tempo para

⁵ Custos de mudança referem-se aos custos com os quais se defronta o comprador quando muda de um fornecedor para o outro. Podem incluir aquisição de novos equipamentos, custo de treinamento de empregados, custos com testes e qualificações de nova fonte, e até mesmo custos psíquicos de desfazer um relacionamento (PORTER, 1986).

efetivação de transações, em que o seu valor de retorno depende, sobretudo, do tempo em que ela se processa.

Em suma, os contratos envolvem custos devido à assimetria de informações, à racionalidade limitada, à complexidade e à incerteza do ambiente, ao oportunismo e à baixa especificidade de ativos e baixa frequência das transações. Esse conjunto de fatores torna os custos de transação significativos, tornando sua análise fundamental na tentativa de minimizá-los (ZYLIBERSZTAJN, 2000). Lembra-se que, mais especificamente, nas relações contratuais, são consideradas as características dos agentes (racionalidade limitada e oportunismo) e das transações (frequência, especificidade dos ativos e incerteza) (ZYLIBERSZTAJN, 2000).

Por conseguinte, é oportuno salientar que, na medida em que os custos de transação são apreciáveis, nas transações econômicas, as instituições passam a adquirir importância. "Um conjunto de instituições políticas e econômicas que ofereça transações de baixo custo viabiliza a existência de mercados de produtos e fatores eficientes necessários ao crescimento econômico" (NORTH, 1994, p.10).

2.2.6 Instituições e Organizações

Para North (1990), as instituições podem ser consideradas como as regras formais e informais da sociedade que, por meio de convenções, códigos de conduta, normas de comportamento, leis e contratos, regulam as interações humanas e limitam o conjunto de escolhas dos indivíduos. As instituições, nesse sentido, representam arranjos e estratégias socialmente construídos com o intuito de favorecer a obtenção de conquistas coletivas, reprimindo as racionalidades individuais que estejam baseadas em opções oportunistas e egoístas. Mais especificamente, "as instituições compreendem regras formais, limitações informais (normas de comportamento, convenções e códigos de conduta) e os mecanismos responsáveis pela eficácia desses dois tipos de normas" (NORTH, 1994, p.13). O referido autor, também, destacou em outros estudos que, ao longo da história, as instituições foram utilizadas para criar ordem e reduzir a incerteza nas relações de troca. As instituições consistem em estruturas cognitivas, normativas e regulativas (SCOTT, 1995). Veja-se:

1. Regulativo - estabelece valores, normas e objetivos que assumem a forma de imposições que limitam o comportamento social, ao mesmo tempo em que autorizam e habilitam a ação social. Conferem direitos, responsabilidades,

privilégios, deveres, licenças e mandados. Nessa perspectiva, a base de legitimação organizacional é a conformidade às exigências legais.

2. Normativo - ressalta a base moral para a configuração da legitimidade. Enfatiza as obrigações morais que podem conter ações que se distanciam das exigências legais (exemplo exigências de um departamento). Nessa concepção, os valores e as normas são incorporados ao cotidiano, tornando-se uma obrigação ou comportamentos moralmente governados devido ao seu uso cotidiano e repetitivo.
3. Cognitivo é caracterizado pelo compartilhamento da realidade, no qual se utilizam aspectos simbólicos das ações, resultantes das interpretações e consequentes representações que os indivíduos fazem do ambiente (FONSECA, 2003).

Esses três componentes são vitais no funcionamento das instituições, cuja interdependência reforça a estrutura de poder social e, também, suas atividades fornecem estabilidade e significado para o comportamento social (SANTOS, 2010). Corroborando com essa ideia, destaca Bueno (2004, p.1) que "as instituições são em essência restrições ao comportamento individual criada pelos próprios indivíduos para permitir as interações sociais".

As instituições são como "a regra do jogo e as organizações são os jogadores. As organizações compõem-se de grupos de indivíduos dedicados a alguma atividade executada com determinado fim" (NORTH, 1990, p.13). O autor ainda destaca que as instituições e suas evoluções são elementos que determinam o desempenho econômico e, quando somadas à tecnologia, determinam os custos de produção e transação.

Quanto às organizações, Zylbersztajn e Sztajn (2005) as definem como relações contratuais coordenadas (governadas) por mecanismos idealizados pelos agentes produtivos e que quanto mais eficientes forem os mecanismos de controle dessas relações (das normas institucionais), mais próximo o comportamento e a conduta (interação humana) estarão das regras formais. Elas se encontram imersas em um ambiente constituído de regras, crenças, valores e redes relacionais que são criados e consolidados por meio da interação social. Assim, a sobrevivência da organização não se volta somente ao atendimento dos princípios de eficiência e competitividade de mercado, ou maximização de preferências individuais, mas também pela conformação aos fatores normativos de apoio e a legitimidade (FONSECA, 2003).

Também pontua-se que essa nova visão sobre as instituições traz consigo a importância de uma maior integração social e cooperação, como um dos fatores importantes

para promover o desenvolvimento socioeconômico de uma sociedade. Para que ocorra desenvolvimento, é necessária uma ação coletiva capaz de gerar novas possibilidades de integração e transformação econômica e social (SANTOS, 2010). Para tanto, é preciso haver relações sociais que tornem possível a ação coletiva (OLSON, 1999; BUENO, 2004).

Porém, de acordo com os novos institucionalistas, a ação coletiva ou a cooperação voluntária, estão diretamente ligadas aos ambientes institucionais em que a ação está inserida, pois os mecanismos que promovem a cooperação entre os indivíduos não surgem involuntariamente, uma vez que são considerados que os indivíduos possuem comportamentos oportunistas e racionalidade limitada (ABROMOVAY, 2001). Na definição já clássica de Davis e North (1971, p. 6), "um ambiente institucional é constituído pelas regras políticas, sociais e legais mais básicas e gerais que estabelecem o fundamento para o funcionamento do sistema econômico".

As instituições dependem da definição de normas e do grau de interação social presente entre os agentes, para que se obtenha eficiência. Essa interação, por sua vez, está associada às relações de confiança entre os agentes, à consolidação de sistemas de supervisão mútua e de sanções e ao estabelecimento de compromissos críveis (OSTRON, 1997).

Nesse contexto, nota-se que os mercados não são pontos neutros de encontro entre indivíduos dotados de bens e serviços destinados à troca, mas refletem o ambiente institucional em que são formados (ABRAMOVAY, 2001).

Para North (1990), uma instituição pode se caracterizar pela capacidade de delimitar escolhas e desenvolver mecanismos de tomada de decisões. Com isso, elas reduzem os custos de transação, pois reduzem o grau de incerteza proveniente de comportamentos imprevisíveis e, conseqüentemente, facilitam a identificação de parceiros adequados para as transações e a elaboração de contratos. Desse modo, a diminuição desses custos supõe que as condutas comportamentais sejam estabilizadas e minimamente previsíveis, por meio do cumprimento do papel das instituições, o de reduzir a incerteza e como consequência incentivar o avanço das ações humanas coordenadas (ABROMOVAY, 2001).

Por outro lado, as instituições podem elevar seus custos de uma transação ao aumentar, por exemplo, o número de parceiros na barganha e interação. De qualquer maneira que sejam definidas, a ênfase estará nas regras que regulam comportamentos recorrentes (NORTH, 1990).

2.2.6.1 Consequências das regras formais sobre a operação e resultados de mercado

Lei e demais regulamentos são uma parte importante do contexto das transações de mercado. Isso considerando que os recursos são escassos e que os agentes econômicos buscam maximizar racionalmente o seu bem-estar, e que esses agentes respondem a incentivos, os quais podem se apresentar de diversas formas, como, por exemplo, normas jurídicas. Assim, as normas jurídicas influenciam o contexto social e econômico de uma sociedade. A Lei promove um impacto sobre o funcionamento dos mercados, sendo ela o principal "instrumento" de intervenção, regulamentação ou desregulamentação do mercado (SUPIOT, 1997).

Nesse contexto, é fundamental apreciar os arranjos institucionais (estruturas de governança) como elementos não neutros em relação à utilização dos recursos econômicos e que as decisões judiciais desdobram-se em efeitos sobre a eficiência econômica (FARINA, 2005). A definição de arranjo institucional foi estabelecida de forma pioneira por Davis e North (1971). Um arranjo institucional seria, de acordo com Davis e North (1971, p. 7), o conjunto de regras que governa a forma pela qual agentes econômicos podem cooperar e/ou competir.

Um mercado eficiente "é consequência de instituições que, em determinado momento, oferecem avaliação e execução contratuais de baixo custo" (NORTH, 1998, p.11). Em termos estritamente econômicos, eficiência se refere à relação entre os benefícios agregados à determinada situação (POLINSKY, 1989), e representa o uso racional dos recursos, maximizando seu resultado e transformando suas causas em ganhos (DIVER, 1983).

Na leitura de *Law & Economics* autores como Richard Posner, a distribuição de justiça é medida de eficiência econômica, já que o direito restabeleceria os princípios da eficiência econômica. Para ele, "um segundo significado para 'justiça', e o mais comum é simplesmente eficiência" (POSNER, 1954, p.777). Para Posner, a justiça contratual está baseada em eficiência. É salutar lembrar que só há contratos eficientes quando esses contratos são possíveis de serem cumpridos, mesmo se ocorrer problemas no decorrer dos mesmos (PINHEIRO; SADDI, 2005). Assim, a eficiência econômica depende se uma promessa pode ser cobrada e cumprida. Isso só é relevante em contratos de execução diferida⁶. Quando há execução no tempo – entrega ou pagamento no futuro, há implícita a noção de risco.

⁶ o pagamento antecipado para posterior entrega; a entrega do bem e o pagamento posterior; ou ainda a entrega do bem no futuro contra pagamento também no futuro.

Zylbersztajn (1995) aponta que existem duas vertentes teóricas que analisam as instituições e a sua eficiência; uma delas é o ambiente institucional e a outra arranjos institucionais (governança); ambas fazem parte da Nova Economia Institucional. A primeira corrente contempla o enfoque macroanalítico, analisa o papel das instituições a partir dos efeitos das mudanças que ocorrem no ambiente institucional sobre o resultado econômico ou sobre as teorias que criam as instituições. Dessa forma, destacam variáveis como a política, a legislação e as instituições que constituem e embasam os sistemas regimentais de uma sociedade com o objetivo de estudar as ‘regras do jogo’ (AZEVEDO, 1997).

Assim, a corrente das instituições de governança trabalha com temas relacionados às organizações da firma e do mercado, e com os contratos (AZEVEDO, 1997).

2.2.7 Influência da Economia dos Custos de Transação nas Mudanças Conceituais de Contratos

Na tradição jurídica do século XVIII, firmou-se que "o contrato é um acordo de vontades entre duas ou mais pessoas que transferem entre si algum direito ou que se sujeitam a alguma obrigação" (PINHEIRO, SADDI, 2005 p.3). Em se tratando de um negócio jurídico⁷ e bilateral (ambas as vontades), o contrato, em conformidade da lei, possui a finalidade de adquirir, resguardar, conservar, modificar ou extinguir direitos, com o intuito de produzir efeitos jurídicos (PEREIRA, 2012). Esses conceitos são apropriados para a época, mas insuficientes num contexto em que a informação é essencial e que as mudanças são predominantemente aceleradas, "transformando a realidade numa complexa e intrínseca teia de relações econômicas e jurídicas" (PINHEIRO; SADDI, 2005 p.3).

Após inserção dos custos de transação na análise contratual, novos conceitos de contrato surgiram, contemplando temas, como: ambiente institucional, racionalidade limitada, eficiência, informação, dentre outros.

De acordo com Masten (1998), contrato são promessas de salvaguarda validada pelo ambiente institucional, no qual é possível a aplicação de uma sanção no caso de descumprimento dos acordos. Corroborando com essa ideia, Marques (2000) destaca que contrato é uma obrigação, legalmente exigível, de entrega ou recebimento de determinada quantidade e qualidade de mercadoria a um preço ajustado.

⁷ lícito, objeto determinado ou determinável e possível.

Já para Klein e Leffer (1981), contratos são quaisquer promessas mesmo as não passíveis de salvaguarda jurídica. Destaca-se que uma das intenções dos contratos é estimular a revelação eficiente de informações dentro da relação contratual (COOTER; ULEN, 2010).

De acordo com os conceitos supracitados, pode-se concluir que o que materializa as promessas é o contrato, seja formal ou informal.

Por meio dessa evolução conceitual, surge um novo olhar para os contratos e, apreciando essas mudanças, quatro tipos de contratos foram instituídos (FIANI, 2002):

1. contratos que caracterizam no presente certo desempenho no futuro, não são flexíveis, indicados apenas para transações simples, em que incerteza e complexidade não estejam presentes;
2. contratos que especificam no presente determinado desempenho futuro, com cláusulas condicionais, (indicados quando há interesse em manter um vínculo entre vendedor e comprador) devido aos ativos possuírem alta especificidade - quanto maior a complexidade da transação, torna-se mais difícil de elaborar esse contrato, a racionalidade limitada impede a antecipação de todas as circunstâncias futuras;
3. contratos de curta duração, apenas quando há necessidade de realizar a transação: as ofertas são feitas em mercado spot (à vista), cada comprador adquire o que deseja e quando lhe convém, o objeto da transação deve ser homogêneo, não importando quem seja o vendedor ou o comprador;
4. contratos estabelecidos no presente que preveem selecionar, no futuro, uma performance específica (de um conjunto de performances estipulado anteriormente): chamado ainda de relação de autoridade - não é necessário antecipar todas as circunstâncias futuras nem recontratar sucessivamente; esse tipo de contrato refere-se, principalmente, aos contratos de trabalho de longa duração.

Os contratos apresentam custos desde a sua construção, implementação, monitoramento até a resolução de conflitos ocorridos pelo não cumprimento de suas cláusulas. Assim, as instituições e organizações são estruturadas para atuar com esses conflitos, desenvolvendo ainda tribunais informais e de justiça (ZYLBERSZTAJN; SZTAJN, 2005). Desse modo, conclui-se que o universo do contrato é exposto de muitas formas, que envolve planejamento, promessa, competição e governança (WILLIAMSON, 2012).

2.2.8 Escolha da Forma de Coordenação das Relações Contratuais: "Estrutura de Governança"

Devido à incompletude dos contratos, faz-se necessário que os agentes econômicos construam estruturas de governança. Esta, por sua vez, é definida como “(...) a matriz institucional dentro da qual as transações são negociadas e executadas” (WILLIAMSON, 1986, p. 105). O referido autor aborda o ambiente institucional como fornecendo o conjunto de parâmetros sob os quais um arranjo institucional (ou estrutura de governança) opera (WILLIAMSON, 1991).

Lembra-se que as obrigações contratuais podem ser elaboradas, concluídas e exercidas sob diversos desenhos institucionais; por isso, é necessário que se criem estruturas de governança que deem conta das necessidades de ajustes *ex post* aos termos da transação, à medida que circunstâncias imprevistas forem surgindo (FIANI, 2013). Isso afeta o comportamento dos agentes e a eficiência econômica da transação (LYON, 1996).

É oportuno evidenciar que Williamson tomou como base a Teoria dos Contratos relacionais de Macneil (1974, 1978) e desenvolveu as premissas da Economia dos Custos de Transação e, para isso, ele considerou os três tipos de contratos do Direito nas suas análises (WILLIAMSON, 1979):

1. Contrato clássico: Os ajustes ocorrem apenas via mercado, ou seja, não há planejamento de longo prazo e onde a barganha se esgota nas negociações de preços. Novas transações discretas são definidas por meio de acordos, e o desempenho dessas será obtido mediante as adaptações necessárias. Isso porque o objetivo de qualquer sistema de contrato é facilitar a transação. A principal característica do contrato clássico é que ele busca intensificar as características discretas e a presenteação (causar percepção no presente). A identificação das partes na transação é desnecessária, mas a natureza do acordo é cuidadosamente especificada no contrato e as soluções estreitamente prescritas no mesmo. As regras legais, documentos e a transação autoliquidável são elementos indispensáveis nesse tipo de contrato. Para a teoria clássica, o sistema do direito dos contratos tem como função facilitar a troca, meio pelo qual o negócio jurídico era tido como completo (LIMA, 2011 p. 31).
2. Contrato neoclássico: São os contratos de longa duração e por tempo determinado, que reconhecendo a complexidade dos negócios e o fato de os acordos serem incompletos, ao menos que ambas as partes tenham confiança em um acordo, a

tendência é que os acordos não sejam cumpridos. No entanto, a principal característica desse tipo de contrato é a manutenção do contrato original nas renegociações. Esses tipos de contratos são executados em condição de incerteza e em que as adaptações devem ser negociadas (NICOLAU, 1994).

3. Contrato relacional: A flexibilidade e a possibilidade de renegociação são características marcantes dos contratos relacionais. Outro aspecto que o define é que o contrato original pode não ser referência para ajustes contratuais decorrentes da sua longa duração e complexidade. Assim, diferentemente dos contratos neoclássicos, em que o acordo original é referência para ajustes, nos contratos relacionais, não considera em cada negociação todas as cláusulas para a reconstrução do contrato. Outra característica que o distingue do neoclássico é a troca do esforço de desenhar um contrato completo pelo esforço de manter uma negociação continuada e por tempo indeterminado.

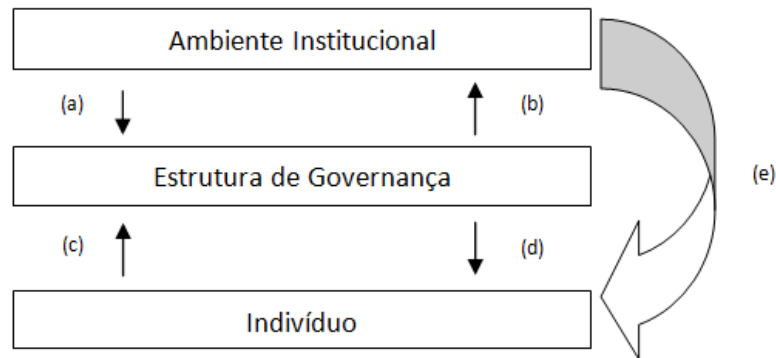
O problema do não cumprimento dos contratos, o que a literatura econômica chama de *enforcement*⁸, enfatiza a necessidade de elaborar garantias que sejam concedidas pelo sistema regulador que deve segurar o cumprimento do contrato diante das lacunas existentes (NEVES, 2002).

Assim, visando contribuir com o cumprimento dos contratos, de modo eficiente, define-se uma estrutura de governança, que melhor minimize os custos de transação a partir da melhor alocação de recursos. Essa, por sua vez, incide sobre os contratos com o intuito de facilitar as trocas de produtos ou serviços entre os agentes econômicos (SANTOS, 2010). Logo, a estrutura de governança é determinada para inibir o comportamento oportunista por uma ou mais partes envolvidas em uma transação.

Assim, a estrutura de governança se desenvolve em um meio que envolve as influências do ambiente institucional e dos pressupostos comportamentais sobre os indivíduos (AZEVEDO, 1997). Com o intuito de analisar os mecanismos internos a cada nível analítico, o modo pelo qual cada nível analítico se relaciona com o outro, foi desenvolvido por Williamson (1993, p.112) um esquema de três níveis em que ambiente institucional, estrutura de governança e indivíduos interagem, estabelecendo relações de influência mútua, o qual está apresentado a seguir.

⁸ É um dos principais elementos que definem os contratos. Como as partes desejam que seu acordo resulte em efetivo direcionamento de comportamentos, elas também acordam sobre os aspectos do contrato que tem o papel de forçar o cumprimento de seus deveres fundamentais (SZTAJN; ZILBERSZTAJN; AZEVEDO, 2005).

Figura 4 - Esquema de três níveis analíticos



Legenda: (a) parâmetros de mudança; (b) estratégia; (c) comportamento; (d) endogenia; (e) preferências.

Fonte: Williamson (1993).

O objetivo, ao apresentar o arcabouço analítico exposto acima, é destacar que o modelo privilegia no seu foco de análise, a estrutura de governança, e que ele serve como um importante ponto de referência ao estudo das inter-relações entre os diferentes níveis analíticos. O ambiente institucional provê as regras que norteiam o aparecimento e a seleção de formas organizacionais que irão compor a estrutura de governança (AZEVEDO, 1997).

A intensidade de coordenação entre os agentes localizados em diferentes estágios de uma cadeia produtiva pode ocorrer em diversos níveis, que vão desde a transação de mercados livres, passando por contratos de curto prazo a contratos de longo prazo até chegar à integração vertical de uma firma a outra. Os ajustes *ex post* anteriormente mencionados são os arranjos institucionais (estrutura de governança) alternativos ao mercado, que Williamson denominou, de forma genérica, hierarquia e híbridos (FIANI, 2013). Essa classificação tem como referência os três tipos de contratos de Macneil (1978), mencionados acima, em que Williamson (1985, 2012) os associa às características das transações, em especial à especificidade dos ativos e às estruturas de governança, nos termos seguintes:

- a) Estrutura de mercado: é a principal estrutura de governança para transações não específicas de contratação ocasional e recorrente. Os mercados são eficazes em transações recorrentes, uma vez que ambas as partes precisam apenas decidir se devem continuar na relação ou não, tomando como base as suas próprias experiências, isso com um baixo custo de transação. Assim, os mercados correspondem a um contrato clássico, pois a transação é resolvida em um ponto do tempo, não existindo compromisso com acordos futuros. Nesse caso, compradores e vendedores não estão envolvidos em uma relação de dependência, sendo o preço

estabelecido por competição de mercado. Esse tipo de governança é caracterizado pelo baixo grau de especificidade de ativos, independentemente da frequência da transação. Na governança de mercado, o comprador tem condições de escolher o seu fornecedor, selecionando aquele que apresentar os melhores atrativos. Desse modo, não existe qualquer vínculo entre comprador e vendedor (FIANI, 2013). À luz do que foi exposto, os incentivos têm uma elevada importância, pois são os ganhos e as perdas monetárias dos agentes no mercado que determinam suas decisões (FIANI, 2013). O autor, ainda, ressalta que o mercado promove o que é chamado adaptação autônoma que ocorre quando cada agente busca individualmente e de forma unilateral a melhor resposta para a mudança no ambiente de transação.

- b) Estrutura híbrida: partes das transações são autônomas, havendo, porém, certo grau de dependência bilateral, norteadas por contratos ou acordos com diversos tipos de complexidade. Portanto, apresentam atributos distintos de mercado e hierarquia, por lidarem com a dependência bilateral, em que a autonomia das partes é mantida, mas sem atingir o nível de integração vertical (WILLIAMSON, 1996a, 2012). A governança híbrida ocorre em meio à presença de ativos mistos, alguns específicos e, outros não. Tomando como base a frequência da transação, se ela for recorrente, a governança é tida como relacional bilateral, sob frequência única ou ocasional, mas, se for por tempo determinado, envolvendo as duas partes contratantes, mais uma parte responsável pelo controle e pela arbitragem, a governança é considerada trilateral (CARIO; NICOLAU, 2012). Fazendo uma comparação entre a híbrida e os demais tipos de governança, apresenta diferenças relevantes, no que tange ao aspecto de incentivos e cooperação. Pois "quando comparada com o mercado, sacrifica incentivos em benefício de uma coordenação superior entre as partes" (GRASSI, 2003, p.46). A governança híbrida combina os incentivos e controles administrativos, de forma que há elementos que se aproximam do mercado e outros da hierarquia (FIANI, 2013). O autor, ainda, ressalta que os agentes, mesmo submetidos a controles definidos previamente na estrutura institucional, a independência de cada um é preservada.
- c) Estrutura hierárquica: também conhecida como integração vertical, corresponde à incorporação da transação para dentro dos domínios da firma, ou seja, na total internalização das atividades por uma única empresa, por meio da propriedade integral dos ativos (SANTOS, 2010), limitando, assim, a possibilidade de

comportamento oportunista. Nesse tipo de estrutura, o fluxo de caixa e o controle dos materiais são direcionados para o nível mais alto do gerenciamento hierárquico. Há um gerenciamento hierárquico entre o fornecedor e o comprador (GROVER; MALHOTRA, 2003). Por fim, esse tipo de governança é adequado na presença de elevada especificidade e com frequência recorrente.

O modo de adaptação, nesse tipo de estrutura, é a coordenada, pois os agentes envolvidos são coordenados por controles administrativos, devido às mudanças no ambiente da transação, ou seja, pelos comandos exercidos por agentes com autoridade para isso definida hierarquicamente (WILLIAMSON, 1996a; FIANI, 2013).

Reduzir os custos gerados pela racionalidade limitada e o oportunismo é o principal objetivo das formas de governança (GROVER; MALHOTRA, 2003).

À luz do que foi exposto, Zylbersztajn (1995, 2010) sugere que, além das dimensões especificidade dos ativos, frequência e incerteza, essas já discutidas anteriormente, com referência às transações, sejam introduzidas mais três dimensões, estas associadas ao padrão dos contratos, adaptabilidade, incentivos e controles, conforme apresentadas a seguir (2010, p. 78):

- a) As formas de mercado são caracterizadas por elevado grau de incentivo para os agentes envolvidos na transação; entretanto, em face de um ambiente muito turbulento, o seu poder de adaptação pode ser menos eficiente do que uma estrutura verticalizada. Assim, elevados incentivos devem ser contrabalançados por reduzida adaptabilidade. Os custos de controle ou custos burocráticos são características das formas integradas, sendo reduzidos no caso dos mercados.
- b) As formas híbridas de governança buscam preservar a autonomia, garantindo os incentivos. Entretanto tais incentivos raramente serão tão eficazes como no caso da transação via mercado e os custos burocráticos são inevitáveis. Os custos administrativos podem situar-se em um nível intermediário entre o mercado e o da solução interna.
- c) As estruturas verticalizadas perdem os incentivos, pagando o preço dos controles internos mais elevados. Entretanto, ganham em face de condições de ambientes fortemente mutáveis com maior flexibilidade para executar adaptações.

O Quadro a seguir resume a combinação de incentivos, controles e tipos de adaptação em cada estrutura de governança.

Quadro 3 - Atributos das estruturas de governança na economia

Atributos	Estruturas de Governança		
	Mercado	Híbrido	Hierarquia
Incentivos	Fortes	Moderados	Ausentes
Controles administrativos	Ausentes	Moderados	Fortes
Adaptação autônoma	Forte	Moderada	Ausente
Adaptação coordenada	Ausente	Moderada	Forte

Fonte: Fiani (2011, p.101).

De acordo com Williamson (1996a), o "modo de adaptação" é crucial para qualquer tipo de governança, podendo ser considerado um problema central da economia. O mesmo autor aponta que a escolha de um "modo de adaptação" depende de: (i) se há dependência bilateral ou não; e (ii) se a distribuição de ganhos é bem determinada ou não.

O híbrido "não representa apenas um 'grau menor' de 'centralização' e 'compartilhamento de recursos' do que a hierarquia, ou um 'grau maior' das mesmas características do que o mercado" (FIANI, 2013, p.33). Uma das especificidades dos híbridos é a participação de agentes privados independentes e, em alguns casos, também públicos, na obtenção de objetivos comuns, que requer cooperação e adaptação entre os agentes (FIANI, 2013). Em suma, no mercado, prevalecem os incentivos e, na hierarquia, os controles, e a forma de combinar incentivos e controles de modo a minimizar os conflitos e induzir à cooperação é o principal desafio do híbrido.

Para Ménard (2010), as estruturas de governança constituem composições discretas que funcionam de modo distinto, na medida em que se estruturam diferentemente (Figura 5).

Figura 5 - Tipos de governança

(a) Governança de Mercado



(b) Governança Híbrida



(c) Governança Hierárquica



Fonte: Adaptado de Ménard (2010, p. 178) e Fiani (2013, p.34).

Para Ménard (2011), um fator que determina a governança híbrida é a presença de uma entidade que domina e coordena as relações contratuais interfirmas. Os centros estratégicos podem ser entendidos como uma expressão abreviada para entidades institucionais que comandam e controlam as transações, no que diz respeito a sua

inicialização, negociação, a seu monitoramento e também a sua finalização. É nesses centros que são elaboradas e coordenadas as ações coletivas e onde se monitoram os direitos de decisão conjunta. Nota-se que, na Figura 5, na estrutura de mercado, cada firma, ao se relacionar com a outra, possui e emprega seus próprios ativos e possui seus direitos decisórios e recompensas individuais; no entanto, não tem a presença do centro estratégico, para comandar as ações dos agentes envolvidos.

Já no que tange à estrutura híbrida, as firmas compartilham os ativos e os direitos decisórios; no entanto, a recompensa é individual. Já nessa estrutura, o centro estratégico se faz presente, atuando na coordenação das firmas envolvidas. Destaca Fiani (2013) que, embora as firmas possuam recompensas individuais, há recompensas conjuntas, estas alocadas entre as firmas pelo centro estratégico.

Por fim, na estrutura hierárquica, as firmas não possuem seus ativos e direitos decisórios próprios, que se encontram concentrados no centro estratégico e nem possuem recompensa individual. Ao conciliar as funções do centro estratégico com os atributos da estrutura híbrida, fica evidente que cabe ao centro estratégico manipular os incentivos e os controles administrativos, sendo que de intensidade moderada, de maneira de preservar a relação entre os agentes, evitando-se, assim, a depreciação dos ativos específicos na forma de recursos compartilhados.

Sendo assim, em cada estrutura híbrida, os incentivos e os controles são combinados de maneira específica.

Ménard (1996, 1997, 2004) desenvolveu o conceito de "autoridade" para capturar a delegação de subconjuntos de direitos de decisão de uma entidade, que é formalmente distinta, com o poder⁹ de disciplinar as partes quando se trata de ações conjuntas. O autor mencionado destaca que "Autoridade" difere de "Hierarquia" na medida em que depende de consentimento, em vez de comando.

Em híbridos, a autoridade é construída por meio de (MÉNARD, 2011):

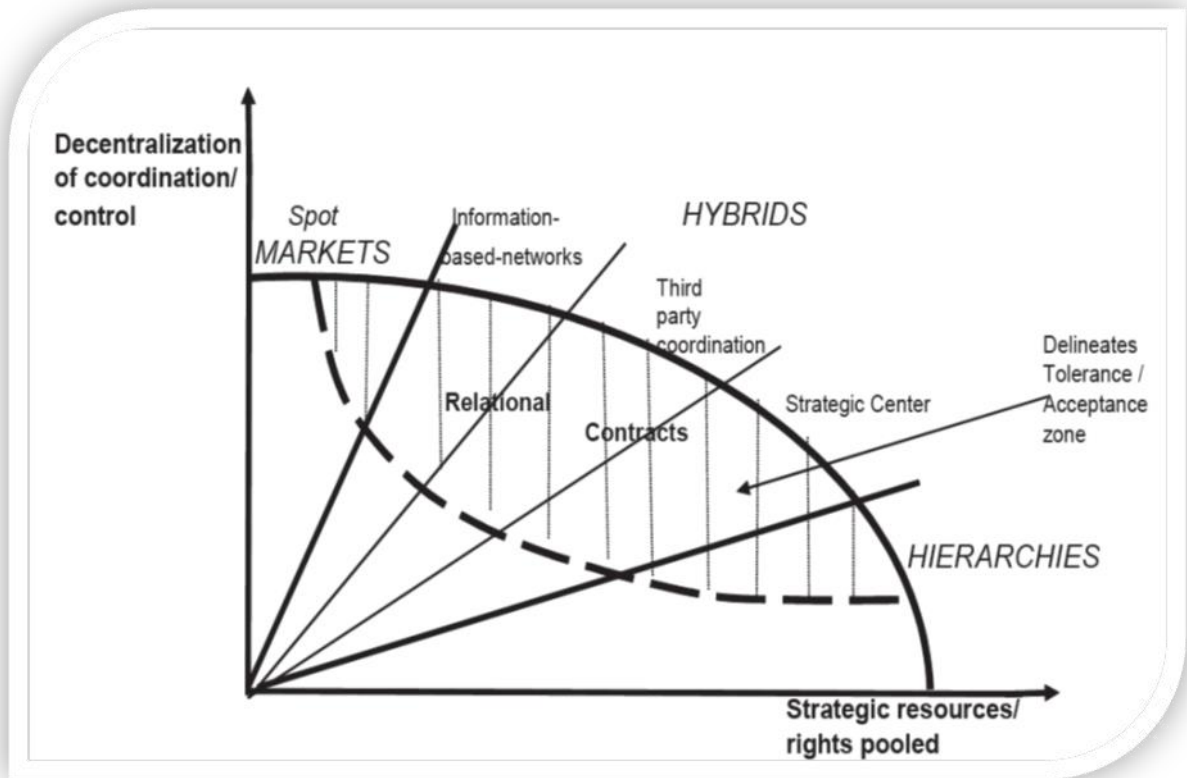
(a) o controle sobre a alocação de recursos coletivos, (b) o desenvolvimento de competências compartilhadas; (c) a prestação de especialização, (d) a criação de objetivos em comum; e (e) legitimação mediante a aceitação social.

Em 2010, Ménard afirmava que não tinha como presumir uma variação “contínua” entre os três arranjos: sua realidade institucional e organizacional é marcadamente distinta. No entanto, em 2011, Ménard voltou atrás e passou a trabalhar com uma variação contínua entre

⁹ Refere-se ao "poder", a capacidade de influenciar as decisões ou ações dos outros (THORELLI, 1986).

arranjos institucionais. Portanto, o referido autor formulou uma caracterização dos arranjos institucionais conforme gráfico simplificado na Figura 6.

Figura 6 - Tipologia dos Híbridos



Fonte: Ménard (2011).

Ménard (2011) destaca que, numa estrutura de governança híbrida, é fundamental que o monitoramento e o controle sejam mais centralizados, pois isso contribuirá para uma maior coordenação, com o objetivo de manter a estabilidade do arranjo. À esquerda da figura, perto de identificar mercados, o autor ressalta que as informações são estruturadas em rede, especialmente, em plataformas para coordenar a atividade. Na outra extremidade, os parceiros invocam a coordenação de centros estratégicos, que possuem poderes com autoridade formal e consagram cláusulas contratuais em torno de bases, muitas vezes, legais.

No centro, encontra-se arranjos em que os parceiros mantêm controle sobre o núcleo de seus ativos, isso apesar de desenvolver investimentos específicos de uma relação não negligenciáveis. Tais arranjos tendem a recorrer a terceiros para monitorar as tensões e coordenar os esforços, quer seja entidade pública, como as agências de monitoramento de

parte do sistema de "label", como no agronegócio francês, ou uma entidade de arbitragem privada, como acontece em muitas alianças estratégicas (MÉNARD, 2011).

A maioria dos híbridos está sob um dos três tipos identificados no gráfico, de acordo com o dispositivo que prevalece na governança. A linha pontilhada que separa os tipos de híbridos sugere que existe permeabilidade entre os tipos. Uma das vantagens dessa tipologia é ajudar a compreender por que e como arranjos, muitas vezes agrupados sob o mesmo guarda-chuva, por exemplo, franquias ou cooperativas, na verdade assumem muitas formas diferentes, de acordo com as atividades que coordenam ou as estratégias que pretendem atingir (MÉNARD, 2011).

Observa-se que há um limite de eficiência que compreende a máxima descentralização com o mínimo de recursos (ou direitos) compartilhados, no caso dos mercados *spot*, ao mínimo de descentralização com o máximo de recursos compartilhados, no caso das hierarquias (FIANI, 2013). E, entre os dois extremos estão os arranjos híbridos, estes podendo se situar no interior da “fronteira ótima” devido a “direitos não contratáveis” que imporiam restrições na forma dos arranjos de maneira ótima e eficiente (MÉNARD, 2011, p. 51).

Logo, o problema da governança diz respeito à adequação de meios afins em organizações nas quais a cooperação é alterada. A solução do problema consiste no desenho de uma ordem em que os meios (incentivos e controles) sejam consistentes com os fins escolhidos e, ao mesmo tempo, que sejam eficientes as formas alternativas de organização. A eficiência das estruturas de governança depende da capacidade de os agentes fazerem cumprir os contratos que os vinculam à organização (AZEVEDO, 1997).

Ressalta-se que a noção de formas híbridas diz respeito a um debate mais amplo sobre cooperação interfirmas. Cooperação tem a ver com o comportamento dos agentes e relaciona-se com os incentivos, isto é, dispositivos que podem fazer agentes com objetivos diversos, complementando um ao outro de forma eficiente. Os dois conceitos são distintos mesmo quando prevalece a cooperação, mas as questões de coordenação permanecem (MÉNARD, 2006).

CAPITULO III - REDE FAIRTRADE

Este capítulo tem o objetivo de apresentar o histórico, os princípios, as diretrizes e os agentes do movimento *Fair Trade*¹⁰, bem como os canais de comercialização dos seus produtos. Também são expostos, neste capítulo, o surgimento e a evolução da rede certificada *Fairtrade*, objeto deste estudo, sua estrutura organizacional, agentes e atuação na rede. Além disso, é apresentado o panorama mundial da rede certificada, com o intuito de apresentar a relevância do tema no âmbito do mercado internacional. Em seguida, é apresentado como, no Brasil, é desenvolvido o movimento Fair Trade.

3.1 Histórico e Fundamentos

O processo de globalização na segunda metade do século XX foi caracterizado por uma crescente exploração de pequenos proprietários rurais da Ásia, África e América Latina. O mercado global, por meio da crescente pressão dos preços sobre os produtores, resultou na queda de valor dos produtos agrícolas. Isso resultou na diminuição da renda e, como consequência, afetou as condições sociais dos produtores e trabalhadores do setor agrícola (KUHLMANN, 2006). Esse processo é considerado excludente, pois é dirigido pelo movimento do capital e nada mais (LEVI; LINTON, 2003; WITKOWSKI, 2005). Segundo Chesnais (1995) e Ianni (1995), esse cenário de desigualdade corresponde a um desenvolvimento desequilibrado. Assim, a globalização, apesar de possuir inúmeros aspectos positivos¹¹, no que tange à economia, parece “servir apenas para enriquecer mais os ricos e empobrecer mais os pobres”.

É nesse contexto de desigualdades, da repartição de riqueza entre os países do mundo e da consciência de que essas desigualdades estão ligadas aos termos de relações de troca, que surgiu o *Fair Trade*. Para alguns autores, é o surgimento de uma nova ação social que se espalhou para a esfera econômica, na forma de um novo movimento socioeconômico (YEPEZ; MORMONT, 2006; GENDRON; BISAILLON; RANCE, 2009). A imagem que transpareceu foi que, nesse período, o mercado tradicional era injusto, por isso há necessidade

¹⁰ *Fair Trade* (nos países de língua Inglesa), *comércio justo* (nos países de língua espanhola), *commercio equo e solidale* (na Itália), *commerce équitable* (na França), comércio justo e solidário (no Brasil). Neste trabalho será utilizado o termo Fair Trade.

¹¹ Tais como: a busca global por solução para problemas em áreas que antes eram consideradas de competência interna de um Estado – por exemplo, a educação, o meio ambiente, os direitos humanos - a aproximação dos povos; a facilidade de comunicação e o intercâmbio de técnicas e conhecimentos.

do desenvolvimento de um modelo de mercado alternativo/ paralelo para contê-lo (BOUROULLEC, 2010).

Assim, algumas iniciativas se desenvolveram na sociedade civil entre o fim de 1940 e a década de 1960, nos EUA e na Europa, com o objetivo de criar uma forma diferente de negócio baseada numa relação comercial mais justa¹² entre consumidores dos países industrializados e produtores do Hemisfério Sul (países em desenvolvimento). Com isso, mais oportunidades seriam dadas aos pequenos produtores¹³ agrícolas de participar de um mercado mais sustentável economicamente, minimizando a pobreza (RENARD, 2005; KUHLMANN, 2006; RAYNOLDS, 2012).

Historicamente, o conceito de *Fair Trade* foi criado por organizações da sociedade civil (ONGs) e ativistas ligados à igreja, que, a partir de 1950, tiveram a ideia de financiamentos voltados a projetos de desenvolvimento social. Esses projetos visavam a auxiliar comunidades pobres e refugiados do Hemisfério Sul, bem como populações negligenciadas do Hemisfério Norte, por meio da venda de produtos artesanais (LOW; DAVEMPORT, 2005). Esse tipo de transação foi denominado como "negócio de caridade" (TALLONTIRE, 2000, p.167) o qual antecedeu o movimento de solidariedade, após a segunda Guerra Mundial (LOW; DAVEMPORT, 2005). A maioria dessas organizações era baseada em crenças religiosas incluindo católicos, luteranos, presbiterianos, menonitas, anglicanos e quakers, os quais tiveram uma longa história de envolvimento com iniciativas de caridade tanto no Sul como no Norte (LOW; DAVENPORT, 2005). Poucos são os registros sobre essa fase inicial do *Fair Trade*, no entanto, sabe-se que elas eram informais e baseadas, sobretudo, em normas sociais, éticas e religiosas (BOUROULLEC, 2010).

A origem do *Fair Trade* também pode estar ligada ao comércio solidário que surgiu a partir dos movimentos políticos de solidariedade e que importou produtos politicamente ou economicamente marginalizados dos países do Hemisfério Sul (KOCKEN, 2003; RENARD, 2003). Esse comércio alternativo não possuía na sua essência o compromisso de religiosos

¹² A expressão "relações comerciais mais justas" se refere à criação de um ambiente comercial diferenciado. Este ambiente deve reforçar a ideia de que produtores e negociadores são parceiros comerciais. Além disso, deve também se basear em um conceito de comércio que tenha uma relação preço-desempenho adequada para as mercadorias e *commodities* produzidas pelos países em desenvolvimento. Além disso, deve garantir um nível de renda que seja no mínimo suficiente para atender às necessidades básicas dos produtores e trabalhadores. Estas condições permitem uma vida digna para produtores e trabalhadores, como é determinado pela Declaração Internacional dos Direitos Humanos e as convenções internacionais da Organização Internacional do Trabalho (OIT) (KUHLMANN, 2006).

¹³ Pequenos produtores são entendidos como aqueles que não são estruturalmente dependentes de trabalhadores externos e que estejam administrando a sua propriedade principalmente com o seu próprio trabalho e o da sua família (Fairtrade International, 2009).

missionários, mas de ativistas que se opunham ao capitalismo e ao neo-imperialismo, e que pregavam uma alternativa de modos de vida (RENARD, 2003; LOW; DAVENPORT, 2005; GENDRON et al, 2009). Antes de contribuir para melhorar a qualidade de vida dos produtores, eles queriam encontrar saídas para os produtos de países excluídos do comércio internacional (MALSERVISI; FAUBERT-MAILLOUX, 2000; RENARD, 2003; GENDRON et al, 2008). Assim, no final dos anos 1960, fundaram organizações com o intuito de auxiliar na produção e exportação de produtos oriundos de países em desenvolvimento.

Essas primeiras organizações fundaram entidades importadoras que compravam diretamente de organizações de produtores do Hemisfério Sul, com o intuito de combater as injustiças e a pobreza que o mercado convencional promovia. As primeiras organizações implantadas foram ONG'S: *Oxfam*, Reino Unido (1964); *S.O.S Wereldhandel*, nos Países Baixos (1967) e GEPA, Alemanha (1975). Essas organizações especializadas em *Fair Trade*, por sua vez, serviram de base para o surgimento das chamadas organizações do comércio alternativo (ATOs). Essas organizações de ajuda internacional vendiam seus produtos através de lojas de circuito global, catálogos e grupos de solidariedade. Desse modo, promoviam sistemas alternativos de comércio (KUHLMANN, 2006).

Este tipo de comércio é uma abordagem alternativa ao comércio convencional e é baseado em uma parceria entre produtores e consumidores que promove aos produtores uma melhoria dos termos de troca de maneira a elevar a sua qualidade de vida e o planejamento do seu futuro. Assim, os consumidores poderiam reduzir a pobreza dos pequenos produtores rurais por meio de sua decisão de compra (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2006).

As motivações dessas organizações são diversas e se concretizaram de formas diferentes. Certas organizações passaram a atuar na ordenação de cadeias comerciais e na difusão dos produtos por meio de butiques especializadas¹⁴. Outras buscaram promover o conceito de *Fair Trade*, colocando em evidência as regras do comércio internacional convencional e denunciando seus efeitos negativos sobre as populações dos países em desenvolvimento (BOUROULLEC, 2010). Essas ações são fundamentadas no respeito da dignidade humana, na luta contra a pobreza e pela autodeterminação dos povos (GENDRON, 2004) e representam a forma mais antiga deste tipo de comércio.

¹⁴ Também chamadas de butiques do terceiro mundo ou lojas do mundo (Worldshops): a primeira foi criada na Inglaterra, em 1964 e, na França, a primeira surgiu em 1974 chamada *Artisans du Monde* (BOUROULLEC, 2010).

No entanto, em termos políticos, a aparição do *Fair Trade* pode ser associada à conferência da UNCTAD (Conferência das Organizações das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento) em Nova Délhi, em 1968 (BOUROULLEC, 2010). Nesse encontro, nasceu o *slogan* “comércio e não ajuda”, o qual preconiza a necessidade de se estabelecer relações comerciais mais justas entre os hemisférios Sul e Norte, para que se obtenha desenvolvimento efetivo, não uma tradicional assistência (KUHLMANN, 2006).

Desse modo, a ajuda internacional não foi considerada um caminho para o desenvolvimento de longo prazo, pois muitos afirmavam que o sistema internacional de comércio, nessas bases, desempenhava um papel fundamental na criação e manutenção da pobreza no sul (LOW; DAVENPORT, 2005). O referido *slogan* tornou-se a ideia básica do comércio alternativo, influenciada pela noção de intercâmbio econômico desigual entre norte-sul (RENARD, 2005) e, desde então, tem sido reutilizado como *slogan* para uma série de redes de solidariedade internacionais (HABBARDE; LAGARF; VERGRIETTE, 2002).

Alguns autores sugerem que o movimento *Fair Trade* tem as suas origens no movimento cooperativista na Europa, em especial, Itália e Reino Unido, no século XIX, tendo em vista que há harmonia entre ambos os movimentos no que se refere a uma prática de melhores preços para os produtores e consumidores, por meio da redução dos custos de intermediação (MOORE, 2004; GENDRON et al, 2006) podendo, desenvolver, com bases cooperativistas, uma economia integrada a partir da produção à distribuição de produtos (MALSERVISI; FAUBERT-MAILLOUX, 2000, p.2):

Les bases conceptuelles du commerce équitable se comprennent en effet assez bien dans la mouvance du projet de société mis de l'avant par les premiers coopérateurs. Les Pionniers de Rochdale avaient d'ailleurs à l'époque déjà développé le principe d'élimination du surprofit des intermédiaires. La première vague de coopérateurs souhaitaient ainsi transformer la nature des relations commerciales de manière à ce qu'elles deviennent un moyen permettant à la société civile de s'organiser en faisant du citoyen-consommateur un acteur de changement social.

As organizações de comércio alternativo estavam de acordo com os princípios cooperativistas e se organizaram para importar produtos dos países em desenvolvimento a preços que não foram estabelecidos pelas leis de mercado, mas que permitissem a subsistência dos produtores. Atualmente, as organizações de comércio alternativo definem seu funcionamento como uma forma alternativa de fazer negócios, a qual melhora as condições de

vida dos produtores e trabalhadores desfavorecidos em países em desenvolvimento, isso por meio da prática de um comércio internacional mais justo (FINE,2001).

Algumas dificuldades enfrentadas pelos pequenos produtores em países pobres eram tidas pelas organizações envolvidas no *Fair Trade*, como sendo "injustas". Entre essas, pode-se citar (URIARTE, 2002 p. 1):

- a) a vulnerabilidade de pequenos produtores frente às flutuações dos mercados internacionais de *commodities* - sem acesso a serviços de seguro e crédito e sem reservas de capital, os efeitos das flutuações de mercado sobre pequenos produtores podem ser devastadores; b) a apropriação de boa parte do valor adicionado ao longo da cadeia produtiva por intermediários desnecessários ou sobrevalorizados e; c) a falta de oportunidades econômicas em função das dificuldades de acesso à informação, ao capital, aos mercados e compradores.

A palavra alternativa foi utilizada para designar diferença: o comércio alternativo opera sob um conjunto de valores e objetivos diferentes do comércio convencional, tendo como prioridade as pessoas e o seu bem-estar, assim como a preservação ambiental. Desse modo, coloca em segundo plano a obtenção do lucro (IFAT, 2001).

Nos primeiros anos, o *Fair Trade* representava uma alternativa de comércio, paralela aos canais convencionais de mercado. Produtos de países do hemisfério Sul, principalmente artesanato e café, foram vendidos em cidades do hemisfério Norte - em lojas especiais geridas por organizações não governamentais e por voluntários. Os produtos foram vendidos a preços superiores aos de marcas comerciais. Os consumidores que patrocinavam tais lojas estavam convencidos das desigualdades do mercado e consideravam o seu apoio como um gesto político (RENARD, 1999, 2003).

Na década de 1970, o número total de organizações importadoras que compravam diretamente de organizações produtoras no Hemisfério Sul estava em plena ascensão. Essas organizações vendiam seus produtos por vários canais, incluindo grupos de solidariedade, lojas de classe global, catálogos postais e outros (KUHLMANN, 2006).

No fim dos anos 1980 e na década de 1990, diferentes redes de agentes *Fairtrade* foram estabelecidas: a *Internacional Federation for Alternative Trade* - IFAT¹⁵ (década de 1980), a *European Fair Trade Association* - EFTA¹⁶ (1990), a rede de lojas *Fair Trade* na Europa conhecida como *Network of European World Shops* - NEWS¹⁷ (1994), a *North*

¹⁵ Atual World Fair Trade Organization - WFTO. Consiste em uma rede 100% Fair Trade

¹⁶ Associação de importadores europeus de produtos Fair Trade.

¹⁷ Rede de associação de lojas especializadas em Fair Trade.

American Alternative Trade Organization - FTF¹⁸ (1995). Essas organizações agrupam produtores, comerciantes e outros stakeholders.

As organizações de certificação, mencionadas acima, desenvolviam padrões de *Fair Trade* para determinar as regras e os requisitos a serem atingidos pelos parceiros comerciais. Além disso, elas monitoravam os produtores, as transações comerciais entre vendedores e compradores de acordo com esses padrões. Fora isso, elas ofereciam aos importadores um registro de organizações produtoras monitoradas ou cujos produtos podiam ser obtidos diretamente (KUHLMANN, 2006).

A partir da metade dos anos 1980, outra estrutura organizacional de *Fair Trade* começou a se desenvolver, na forma de uma rede certificada (COMISSÃO COMUNIDADE EUROPEIA, 1999, MASCARENHAS, 2007; BOUROULLEC, 2010). O movimento evoluiu de um modelo de negócios carregado de assistencialismo para o de desenvolvimento a longo prazo, ou seja, de um modelo de negócio de caridade para um movimento social global, com base em um modelo de negócios alternativo, que visa atingir resultados positivos tanto no campo econômico como no social (LAKE, 1998).

Com isso, já em 1988, apareceu a primeira certificadora holandesa de *Fairtrade* denominada “Max Havelaar”, que foi fundada por um padre chamado Van der Hoff, doutor em teologia e em economia. Ao viver com pequenos produtores de café no México por mais de trinta anos, auxiliou-os a se organizarem em cooperativas, privilegiando a qualidade e a produção orgânica. A partir dessa experiência, ele criou o selo e a Fundação Max Havelaar nos Países Baixos.

A Max Havelaar incentivou grandes torrefadoras da Holanda a comprarem o café *Fairtrade* e colocá-lo a disposição nos supermercados e, com isso, permitir maior acesso aos consumidores (LEVI; LINTON, 2003). Esse fato impulsionou o aparecimento dos sistemas privados de certificação e deu uma nova dimensão ao *Fair Trade* (POUCHAIN, 2011). O primeiro importador que introduziu o café de cooperativas do Hemisfério Sul nos mercados da Holanda foi a torrefadora Simon Levelt (ROOZEN; VANDERHOFF, 2002; VANDERHOFF BOERSMA, 2002). O negócio atendeu a um pedido de uma associação de produtores de café no México, e visava a aumentar o volume de vendas por meio de uma cadeia de comercialização que bonificasse os produtores com o sobrepreço (RENARD, 1999; RENARD, 2005). Esse café foi o primeiro produto a receber o selo FAIRTRADE, em particular, o café produzido pela União das Comunidades Indígenas da Região do Istmo,

¹⁸ Associação de empresas varejistas e atacadistas do Canadá e Estados Unidos.

Oaxaca, no México, UCIRI (VANDERHOFF BOERSMA, 2009). Essa certificadora deu impulso ao aparecimento de muitas outras em outros países.

Em pouco tempo, a iniciativa se expandiu para outros países da Europa e seu crescimento fez com que, em 1997, as entidades nacionais existentes de certificação se unissem para criar uma única organização que pudesse coordenar as suas atividades, a qual foi denominada de *Fairtrade Labellings Organizations Internacional* com sede na Alemanha (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2012a). Essa união melhorou a eficácia e a eficiência das iniciativas nacionais de certificação, possibilitou uma sintonia das abordagens e diminuiu os custos de controle (HERTH, 2005). No ano de 2003, o selo oficial "FAIRTRADE"¹⁹ foi adotado. Alguns selos são apresentados na Figura 7. O selo TRANSFAIR é adotado na Alemanha, Canadá, EUA, Itália, Japão e Luxemburgo. O Max Havelaar representa a Bélgica, Dinamarca, França, Holanda Noruega e Suíça.

Figura 7- Selos FAIRTRADE



Fonte: Fairtrade Internacional (2012a).

O selo FAIRTRADE²⁰ garantia aos consumidores que o café tinha sido comercializado em condições equitativas, e que a qualidade do mesmo vinha acompanhada de valores éticos como justiça, solidariedade e de oposição às relações dominantes dentro do mercado convencional (RENARD, 1999). A valorização desses aspectos resulta de um

¹⁹ O selo FAIRTRADE é utilizado para designar o esquema de certificação de produtos operados pela *Fairtrade Labelling Organizations International*.

²⁰ O símbolo gráfico dentro do FAIRTRADE Mark é de uma pessoa com um braço levantado representando o otimismo dos produtores e ligando a determinação cotidiana das pessoas nos países em desenvolvimento com a aspiração de consumidores ao redor do mundo. O céu azul do potencial está ligado ao verde de crescimento. Este símbolo é a base do Comércio Justo Marca Mark e Marca de Certificação.

processo de construção social²¹, orientada para a consciência dos consumidores que estão dispostos a pagar mais.

As origens do *Fairtrade* têm relação direta com o consumo ético²² (NICHOLLS, 2002; LEVI; LINTON, 2003; BRINKMANN; PEATTIE, 2008). Nesse caso, as motivações humanitárias prevalecem sobre as motivações políticas, influenciando na decisão de comprar produtos "justos". Para tanto, é fundamental que constem informações sobre os produtores, no rótulo desses produtos, de maneira a estabelecer uma relação simbólica entre os consumidores do Hemisfério Norte e os produtores do Hemisfério Sul (WHATMORE; THORNE, 1997; RAYNOLDS, 2002). Os parâmetros comerciais estabelecidos no sistema *Fairtrade* são projetados para corrigir o desequilíbrio de poder nas relações comerciais, mercados instáveis e as injustiças do comércio convencional (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2012a).

A *Fairtrade International*, IFAT, NEWS e EFTA, com o intuito de promover um fórum de discussões globais sobre o *Fair Trade*, institucionalizaram, em 2001, um grupo de trabalho informal, a FINE.

Segundo a WFTO e a *Fairtrade Internacional* (2009 p. 6), a primeira definição para o Movimento *Fair Trade*, foi apresentada pela FINE, em 2001, na Conferência Anual da *International Federation for Alternative Trade* - o *Fair Trade* que consiste:

Em uma parceria comercial baseada em diálogo, transparência e de respeito, que busca maior igualdade no comércio internacional. Ele contribui para o desenvolvimento sustentável ao oferecer melhores condições comerciais e assegurar os direitos de produtores e trabalhadores marginalizados – especialmente no Hemisfério Sul.

Corroborando com o conceito apresentado, a *World Fair Trade Organization* (WFTO) (2011) destaca que o *Fair Trade* é mais do que apenas troca: ele é a prova de que uma maior justiça no comércio mundial é possível. Ele destaca a necessidade de mudanças nas regras e práticas do comércio convencional e mostra como um negócio de sucesso também pode colocar as pessoas em primeiro lugar.

²¹ Um constructo social ou construção social é qualquer entidade institucionalizada ou artefato num sistema social "inventado" ou "construído" por participantes numa cultura ou sociedade particular, e que existe porque as pessoas concordam em agir como se ela existisse de fato ou seguem determinadas normas e um movimento social orientado para o mercado, ao invés de por atores desenvolvimentistas que prescrevem políticas operacionais (FISHER, 2009).

²² Trata-se de um ato de compra (ou não compra) no qual estão implícitas as preocupações do processo de consumir com os impactos que isso possa causar ao ambiente econômico, social ou cultural. Ou seja, ele está circunscrito ao fato de que o consumidor pensa e se preocupa com os efeitos que uma escolha de compra gera aos outros e ao mundo externo (HARRISSON; NEWHOLM; SHAW, 2005).

Em 2008, a IFAT, que é uma rede global de atores integralmente pertencentes ao *Fair Trade* e que possui atividades ligadas ao desenvolvimento do mercado *Fair Trade*, o monitoramento e a construção de uma rede dos agentes associados, passou a se chamar *World Fair Trade Organization* (WFTO, 2009).

Em 2009, a Fairtrade International, juntamente com a Organização Mundial do *Fair Trade*, a qual é considerada a herdeira do IFAT, desde a sua constituição em 2009, aprovou a Carta de Princípios do *Fair Trade*, os quais devem ser seguidos a fim de beneficiar os produtores que participam da rede. São eles (FAIRTRADE INTERNATIONAL; WFTO, 2013):

- Criar oportunidades para produtores economicamente desfavorecidos;
- Gestão transparente e relações comerciais que tratam de forma justa e respeitosa os parceiros comerciais;
- Lealdade nas práticas comerciais (preocupação com social, econômico e ambiental);
- Não permitir o trabalho infantil e o trabalho forçado;
- Compromisso com a não discriminação, igualdade de gênero e liberdade de associação;
- Garantir boas condições de trabalho;
- Fornecer apoio e capacitação;
- Fornecer um prêmio adicional que possa ser investido em projetos que promovam o desenvolvimento social, econômico e ambiental;
- Disponibilizar pré-financiamento para os produtores que precisem dele;
- Estabelecer critérios claros de que todos os produtos com certificado *Fair Trade* sejam socialmente, economicamente e ambientalmente sustentáveis.

À luz dos princípios supracitados, o *Fair Trade* busca reduzir algumas disparidades comerciais que surgiram durante décadas entre países industrializados e países em desenvolvimento, como resultado da relativa baixa dos preços dos produtos básicos, em especial os agrícolas (COMISSÃO COMUNIDADE EUROPEIA, 1999). Além do comprometimento com os princípios, os membros da WFTO podem ser certificados por meio de *Sustainable Fair Trade Management System*. Esse sistema foi criado para contemplar o artesanato, visto que a *Fairtrade Internacional* não possui padrões de certificação para esse tipo de produto, devido a sua complexidade.

A WFTO representa uma rede 100% Fair Trade, em que os agentes envolvidos desde a produção a comercialização dos produtos atendem aos critérios aos princípios do Movimento Fair Trade.

Os princípios *Fairtrade* também são seguidos pela rede certificada, a qual é representada pela *Fairtrade Internacional*. Esta, por sua vez, é considerada um guarda-chuva organizacional, contempla 19 iniciativas nacionais de certificação, em países do Hemisfério Norte (como no Reino Unido *Fair Trade Foundation*), e atende, atualmente, a um total de 991 grupos de produtores (América Latina - 538, África - 299 e Ásia - 154) (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2011). Em, 2011, a afiliada dos Estados Unidos (TRANSFAIR) decidiu se desvincular da Fairtrade Internacional (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2011a).

Em suma, o *Fair Trade* passou por um processo de transformação, pois começou ligado à caridade e, atualmente, visa às parcerias comerciais. Todos os produtos do movimento *Fair Trade* são originários de produtores e trabalhadores rurais comprometidos com os princípios do comércio. No entanto, na cadeia de distribuição, esses produtos são negociados e comercializados por meio de duas redes distintas, mas complementares. Em ambas as redes, os produtos *Fair Trade* são bens e serviços produzidos, comercializados e vendidos, também, de acordo com os princípios do movimento e, sempre que possível, verificados pelos sistemas credíveis de garantia, como os operados pela *Fairtrade internacional* (Fairtrade - Certificado) e WFTO (*Sustainable Management System Fair Trade*).

Assim, os produtos Fair Trade são negociados e comercializados por meio de dois sistemas de distribuição distintos: rede *Fair Trade* integrada (incluindo as organizações alternativas de comércio) e a rede certificada *Fairtrade* (iniciativas de rotulagem). Ambos os percursos se fazem por iniciativas privadas (COMISSÃO COMUNIDADE EUROPEIA, 1999; WFTO; FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2009; BOUROULLEC, 2010).

A respeito dos produtos da rede integrada, a comercialização é realizada por meio do varejo, em lojas denominadas *Worlds Shops*, de outras ONGs, grupos religiosos, vendas por correspondência, etc. A maioria deles é comercializada sem rótulo e, quando há, levam o nome das organizações alternativas. As transações comerciais, muitas vezes, são informais e por isso são baseadas na confiança (COMISSÃO COMUNIDADE EUROPEIA, 1999).

A segunda via de rede, a certificada, visa atender às normas internacionais desde o processo de produção até a venda ao consumidor final. Os principais agentes envolvidos nessa rede estão são descritos detalhadamente no próximo tópico.

O processo de certificação do movimento *Fairtrade* é financiado pelas taxas de licenças pagas pelos importadores e os comerciantes dos produtos da rede, as quais são definidas de acordo com o volume da produção e o volume de vendas.

O objetivo das agências de certificação é o autofinanciamento por meio das taxas de licença, mas isso só se verifica depois de acumulado um volume comercial suficiente, uma vez que as taxas de registro e de licença devem ser fixadas em níveis que tornem a certificação viável tanto para os importadores como para os comerciantes (COMISSÃO COMUNIDADE EUROPEIA, 1999).

O quadro a seguir apresenta as principais diferenças da rede não certificada *Fair Trade* e a certificada *Fairtrade* e suas respectivas características.

Quadro 4 - Diferenças da rede não certificada *Fair Trade* "integrada" e a certificada "*Fairtrade*"

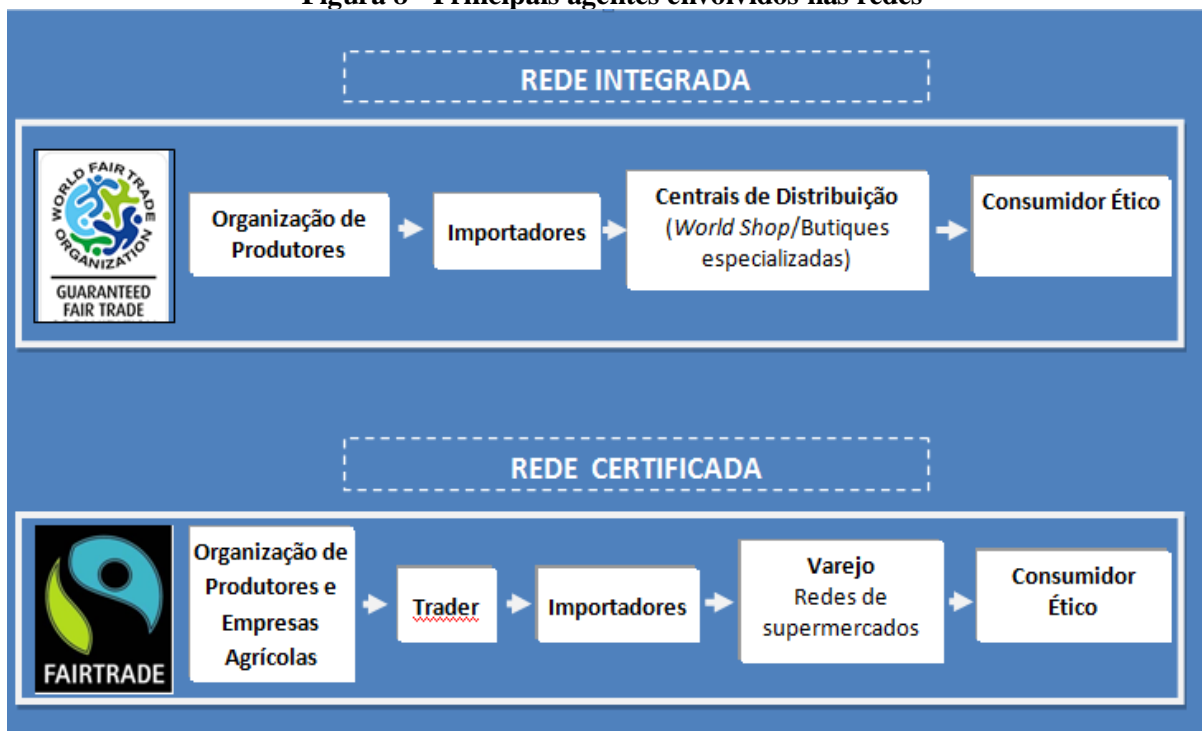
Rede Integrada	Características	Rede Certificada
<i>World Fair Trade Organization - WFTO</i>	Coordenação	<u><i>Fairtrade Labelling Organization International - FLO</i></u>
Estabelecimento de normas para organizações do <i>Fair Trade</i> ; monitoramento e registro das organizações <i>Fair Trade</i> ; apoio ao desenvolvimento do mercado <i>Fair Trade</i>	Principais Áreas de Atuação	Estabelecimento de normas internacionais; Cadastro, Inspeção e certificação; apoio aos produtores certificados por meio de assistência técnica e financiamento
100% especializados em <i>Fair Trade</i>	Características dos agentes	Não atuam necessariamente apenas com a rede <i>Fairtrade</i>
Informais	Contratos	Formais
Segue princípios genéricos do movimento <i>Fair Trade</i>	Incentivos	Preço mínimo; prêmio social; contrato de longo prazo; pré-financiamento para produtores
Não está restrito a um grupo de produtos específicos	Produtos	Restrito a produtos que possuam padrões e preços mínimos estabelecidos pela rede <i>Fairtrade</i>
Sistema WFTO - mecanismo de garantia de <i>Fair Trade</i>	Sistema	Sistema <i>Fairtrade</i> - processo de certificação do produto
Relatórios de auto avaliação ou verificação externa sob demanda	Mecanismos de controle	FLO-CERT inspeciona e certifica
Símbolo de Garantia 	Identificação	Selo de Certificação 

Fonte: Adaptado de WFTO (2011); CREMONA; DURAN (2013).

De acordo com as informações apresentadas acima, a rede integrada é constituída por agentes que se dedicam exclusivamente às ações do *Fair Trade*, diferente da rede certificada que apresenta no seu canal de distribuição agentes que trabalham tanto com produtos do mercado convencional como da rede *Fairtrade*; a exemplo tem-se as grandes redes de supermercados. Outra diferença importante é que, na rede certificada, é muito forte a presença dos contratos formais. Esses, por sua vez, devem estar de acordo com os padrões de conformidade, normas internacionais e os critérios específicos do movimento estabelecido pela Fairtrade International. O selo FAIRTRADE indica que eles foram produzidos, negociados, processados e embalados de acordo com as necessidades específicas dos padrões internacionais e dos princípios do movimento *Fair Trade*.

Além das características apresentadas na Figura 8, listam-se os principais agentes envolvidos nas referidas redes:

Figura 8 - Principais agentes envolvidos nas redes



Fonte: Adaptado de Comissão Comunidade Européia (1999); Mascarenha (2007); Bouroullec (2010).

Na rede integrada, as relações de trocas entre produtores e os consumidores são coordenadas pelas centrais de importação e distribuição. Estas têm o poder de sinalizar a demanda potencial para os produtos *Fair Trade* e determinam como os grupos de produtores devem ser selecionados (BOUROULLEC, 2010).

Apesar do pioneirismo, as redes integradas, mundialmente, não apresentam um volume significativo de vendas, ao contrário da rede certificada (MACHADO; PAULILLO; LAMBERT, 2006; MASCARENHAS, 2007; BOUROULLEC, 2010). A exemplo disso, na França, mais de 85% dos produtos *Fair Trade* comercializados são certificados (LECOMTE, 2006). É tomando como base o crescimento da rede certificada "*Fairtrade*" no mundo que iniciativas nacionais vêm buscando promover essa tendência no Brasil.

As características apresentadas acima podem servir, também, de parâmetros para identificar em qual tipo de rede *Fair Trade* o produto de um determinado país está sendo comercializado. Neste estudo, será analisada a rede *Fairtrade* certificada, tendo em vista que as frutas brasileiras são exportadas por meio desse tipo de rede. Um melhor detalhamento da rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras será apresentado no Capítulo IV, o qual detalhará a Rede *Fairtrade* de Frutas Frescas Brasileiras.

3.2 Principais Agentes envolvidos na rede Fairtrade

O sistema de certificação *Fairtrade* foi construído sobre a fixação de um selo privado, que é atribuído aos produtos, que, na sua maioria, apresentam origem agroalimentar (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2013a). Esse sistema é composto pelos seguintes agentes (KUHLMANN, 2006).

a) Produtores

São considerados o "coração do movimento", pois o movimento *Fair Trade* foi criado para gerar benefícios para eles.

Para serem certificados, os produtores devem (1) estar organizados em associações ou cooperativas, (2) defender convenções da Organização Internacional do Trabalho, e (3) promover práticas ecologicamente sustentáveis. Além disso, os produtores precisam ter capacidade de exportar, o que significa que a qualidade do produto deve estar de acordo com padrões de exportação/importação (KUHLMANN, 2006).

O sistema *Fairtrade internacional*, segundo os Critérios Gerais de *Fairtrade* (2006), contempla tanto os pequenos produtores familiares como trabalhadores assalariados (empregados em empresas socialmente responsáveis) organizados e que estão em situação desfavorecida. Atende às propriedades rurais que possuam trabalhadores contratados, desde

que essas propriedades obedecem à Legislação Trabalhista de seu país ou, na inexistência de uma legislação, os princípios da Organização Internacional de Trabalho (SCHNEIDER, 2012).

A certificação de produtores *Fair Trade* está limitada aos países em desenvolvimento. O principal foco desse sistema são os países do Hemisfério Sul. No entanto, vale ressaltar que, para o movimento, o termo "Hemisfério Sul" se refere aos países listados na Política de Escopo Geográfico do *Fair Trade*²³.

b) Traders ou exportadores

Esses agentes são solicitados quando as organizações de produtores, por falta de experiência, estrutura burocrática ou de aspectos logísticos de exportação dos seus produtos, buscam parceiros comerciais que os auxiliem no processo de exportação. Sendo assim, em alguns casos, eles mesmos criam uma empresa para isso, em conjunto com outras entidades de apoio ou não. A função dos traders deve ser de um agente apoiador e orientador, como um prestador de serviço, em vez de um trader tradicional que compra e revende, visando no processo apenas à maximização do lucro (SCHNEIDER, 2012).

As empresas, para atuarem nessa função na rede Fair Trade, devem ser certificadas pela Fairtrade Internacional, sendo cadastrados como traders no país produtor.

c) Importadores

Importadores licenciados devem: (1) comprar de produtores certificados, utilizando contratos de longo prazo, (2) oferecer crédito para uma parcela das compras, e (3) pagar preço justo (apesar da instabilidade do mercado internacional) e um prêmio social (RAYNALDS, 2012).

Há importadores que são também atacadistas e distribuidores e, às vezes, atuam também diretamente, como varejistas.

d) Iniciativas Nacionais de Certificação

As Iniciativas Nacionais - INs são as organizações de certificação e promoção do *Fairtrade* que surgiram em diversos países, como já citado anteriormente, na Holanda com Max Havelaar, em 1988. Essas são normalmente associações, sem fins lucrativos, formadas

²³ O *Fair Trade* Internacional define os países em que certifica os produtores quanto ao status de desenvolvimento baixo e médio dos países. A definição baseia-se na lista do Comitê de Ajuda ao Desenvolvimento (CAD) dos países beneficiários da Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico (OCDE). A lista inclui países de baixa e média renda per capita, tal como definido pelo Banco Mundial. O escopo geográfico da FLO abrange quase todos os países da África, América Latina e Caribe, Oceania e os países mais pobres da Ásia. Os países e territórios estão divididos em regiões com base na classificação da ONU de macro regiões geográficas.

em sua maioria, por entidades religiosas, ou de desenvolvimento, cooperativas e entidades de proteção do consumidor, de educação e proteção ao meio ambiente e outras instituições de cunho social (SCHNEIDER, 2012). Elas são afiliadas à *Fairtrade Internacional* devido à atuação em um território geográfico definido e cuja finalidade é obter licença para o uso de um selo de *Fairtrade*. Elas não têm fins comerciais. Entre essas entidades associadas, chamadas de Iniciativas Nacionais de Certificação, estão a Fairtrade Foundation (Reino Unido); a Max Havelaar, na Holanda e França; a Fair Trade Austria e a Transfair Alemanha (KUHLMANN, 2006).

As Funções das INs são as seguintes (SCHNEIDER, 2012):

1. Prospecção, certificação e fiscalização de empresas licenciadas (“licensees”) como empresas de comércio, empacotamento e/ ou beneficiamento que comercializam produtos com o selo FAIRTRADE.
2. Apoio e orientação para o Marketing dos licenciados e do varejo, além de oferecer sua rede de contatos.
3. Ações de informação e educação com entidades e pessoas que apoiam o movimento.
4. Ações de informação e conscientização do consumidor final e da população em geral.
5. Subsidiar para a definição das diretrizes para a definição dos critérios técnicos a serem usados pela *Fairtrade Internacional* para a certificação de produtos e processos.

e) **Licenciados**

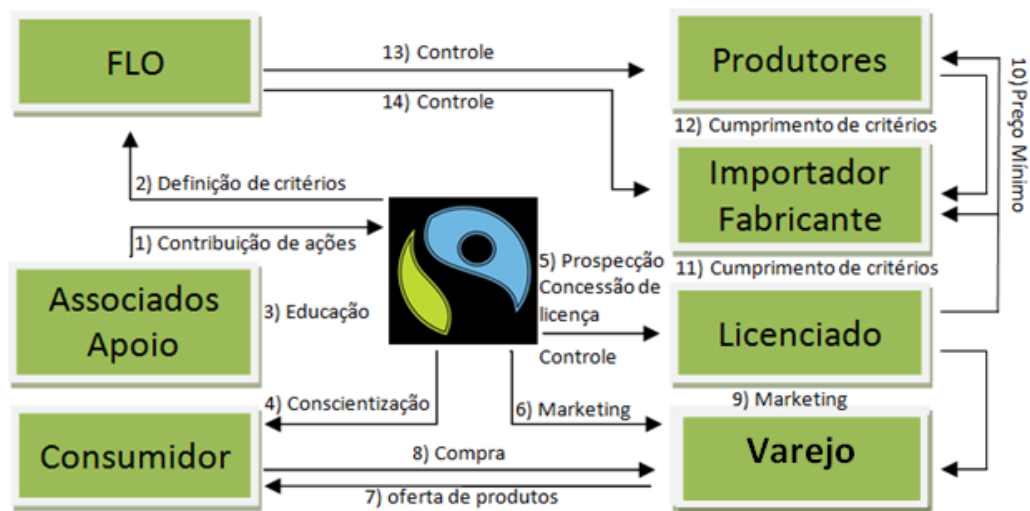
Refere-se às empresas que recebem da Iniciativa Nacional a licença para o beneficiamento e/ou comercialização de um produto *Fair Trade*. Para poder receber o selo, terão de obedecer a todos os critérios gerais e específicos do produto, ainda pagar uma taxa anual de licença pelo uso do selo à Iniciativa Nacional de Certificação (SCHNEIDER, 2012).

f) **Varejo**

Os produtos *Fair Trade* que, no início, eram comercializados apenas em “world shops”, atualmente, também são comercializados por lojas especializadas e por supermercados. Há mais de 120 mil pontos de venda no mundo (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2011). Apesar do poder de barganha das grandes redes de supermercados, as vendas das pequenas lojas especializadas em Fair Trade não têm sido prejudicadas (SCHNEIDER, 2012).

Basicamente, a rede Fairtrade é composta por quatro grupos de agentes (MOORE, 2004): a) os pequenos produtores, que representam o segmento produtivo; b) consumidores de produtos de qualidade social; c) a *Fairtrade Labelling Organization Internacional (Fairtrade International)* e o d) supermercados ou demais redes de varejo, conforme representado na Figura 9.

Figura 9 - Sistema Fairtrade



Fonte: Schneider (2012).

Nessa figura, as Iniciativas Nacionais estão no centro de todo o sistema e assumem grande parte da responsabilidade de coordenar e fiscalizar as empresas certificadas. Os fluxos de atividades sinalizadas, das INs, por números na Figura 9 envolvem (MOORE, 2004):

- 1) As INs recebem recursos e apoio dos seus associados;
- 2) Ajudam a definir os critérios internacionais de certificação de produtos e produtores;
- 3) Realizam ações e campanhas de educação de seus associados;
- 4) Realizam ações e campanhas de conscientização do público consumidor, além do *lobby* junto a órgãos não governamentais;
- 5) Sondam licenciados para a fabricação de produtos, para os quais são concedidas as licenças de uso do selo *Fairtrade* sob controle regular;
- 6) Oferecem apoio e orientação para o marketing das lojas;
- 7) O lojista oferece uma gama de produtos para consumidor;
- 8) O consumidor busca os produtos no varejo;
- 9) O licenciado oferece apoio de marketing às lojas;

- 10) O licenciado paga ao importador, que, por sua vez, paga ao produtor (que tem garantia de um preço mínimo);
- 11) O importador cumpre critérios *Fairtrade*;
- 12) O produtor cumpre critérios *Fairtrade*;
- 13 e 14 - a *Fairtrade Internacional*, depois de ter definidos os critérios, certifica e controla os produtores e importadores.

As INs realizam a certificação e o monitoramento das empresas de beneficiamento e comercialização licenciadas; já a FLO-Cert certifica os produtores e importadores. Na maioria dos casos, as regras são internacionais (únicas), mas a IN pode criar suas regras desde que sejam aprovadas pela *Fairtrade Internacional*, como é o caso do café no México, que possui regras de certificação diferenciadas, as quais contemplam as características da realidade mexicana.

Uma característica específica da *Fairtrade Internacional* é que seus padrões de certificação internacionais são monitorados externamente pela FLO-Cert, por meio de pontos de controle verificáveis, e isso a diferencia de outras entidades internacionais da rede.

g) As entidades internacionais

As principais entidades, já mencionadas no histórico do movimento Fair trade, são: Fairtrade Labelling Organisations International, European Fair trade Association, World Fair Trade Organization, Fair Trade Federation e outras organizações ligadas ao Fair Trade, podendo essas ser ligadas as organizações de Fair Trade ou não.

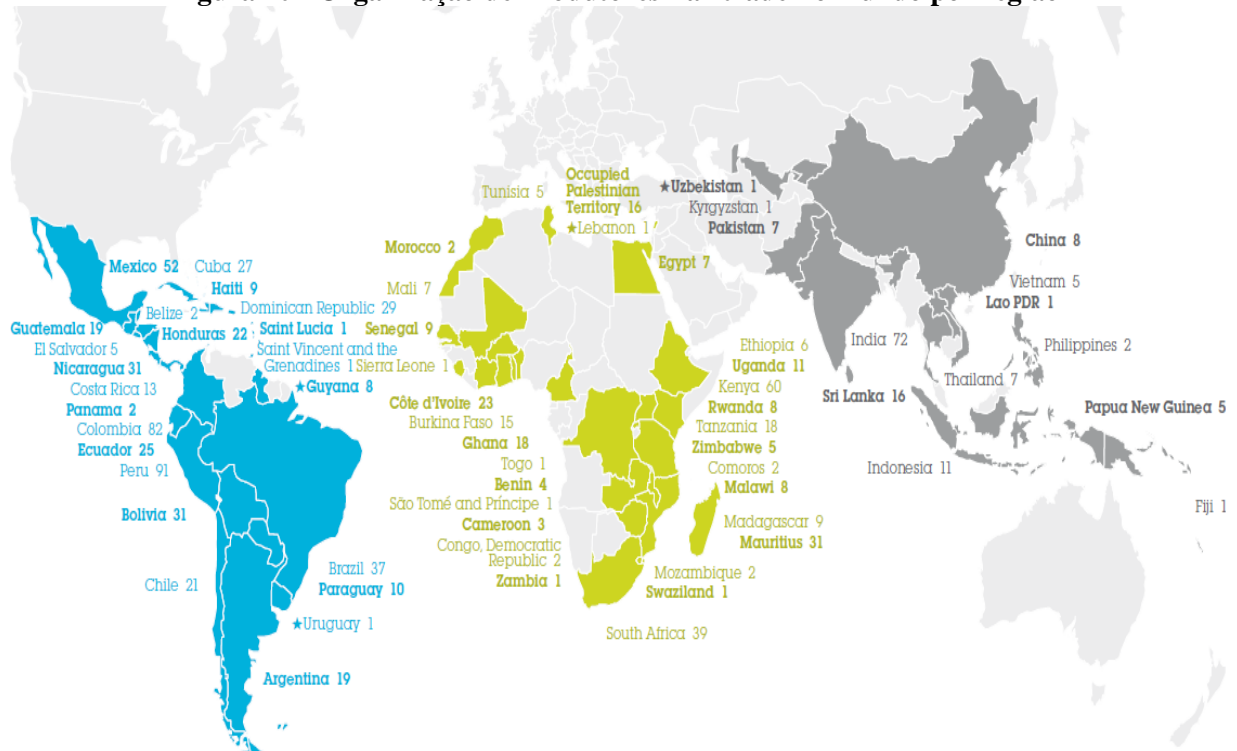
3.3 Cenário Mundial do Sistema Fairtrade

Há mais de 1,3 milhão de produtores e trabalhadores, organizados em 1.149 organizações, que atendem ao sistema *Fairtrade* em 70 países do mundo (*Fairtrade Internacional*, 2013b). Existem três redes de produtores nos continentes da África, Ásia e América Latina e do Caribe. Atualmente, essas possuem respectivamente 393, 161 e 595 organizações de produtores *Fairtrade*. As redes regionais são:

- A Coordenação Latino-Americana e do Caribe dos Pequenos produtores de *Fair Trade* (*CLAC- Coodinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequenõs Productores de Comercio Justo*);
- A Rede Africana de *Fair Trade* (AFN - *African Fair Trade Network*);
- A Rede de Produtores Asiáticos (NAP - *Network of Asian Producers*).

Nas redes supramencionadas, atualmente, mais de 30 mil produtos *Fairtrade* são vendidos em mais de 125 países do mundo. A Figura 9 apresenta a distribuição geográfica da rede *Fairtrade*.

Figura 10 - Organização de Produtores Fairtrade no mundo por região



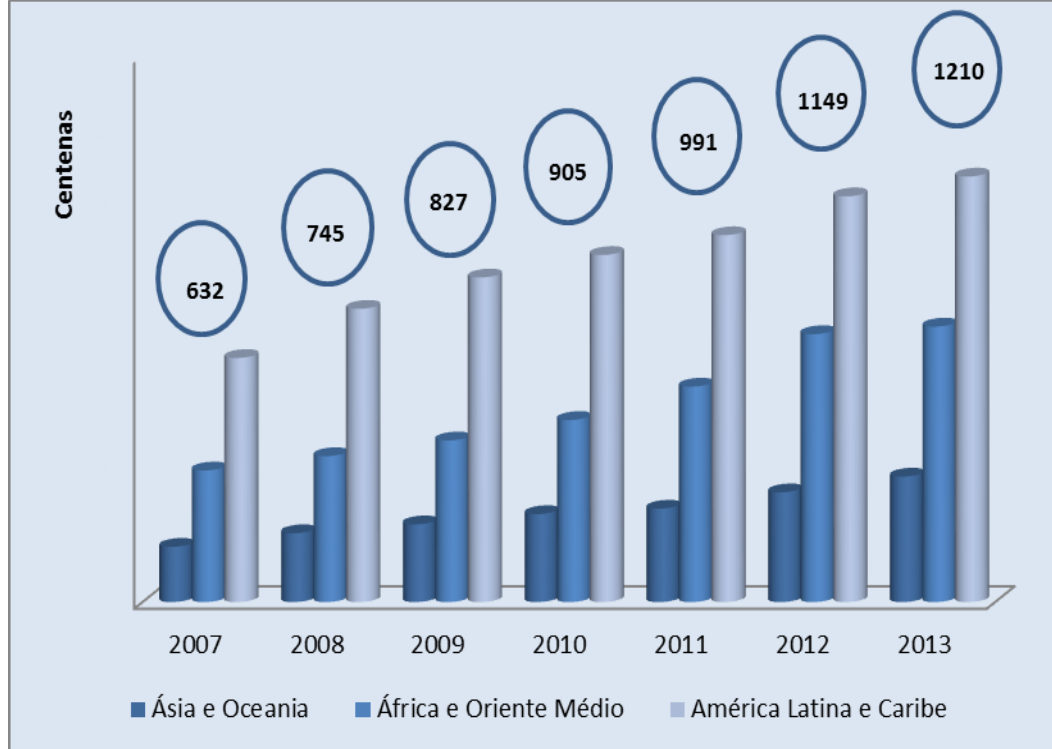
Fonte: Fairtrade International (2011b).

Nota: * Novos países produtores *Fairtrade*

Nas redes de produtores apresentadas na Figura 10, os dez países que se destacam em quantidade de produtores certificados são: o Peru (91), a Colômbia (82), a Índia (72), o Kenya (60), o México (52), a África do Sul (39), o Brasil (37), a Bolívia (31), a Ilhas Maurício (31) e a Nicaragu (31). A América Latina e o Caribe concentram mais da metade (54%) das organizações de produtores certificadas mundialmente, a África e Médio Oeste 32% e a Ásia e Oceania 14%. Já referente ao número mundial de produtores e trabalhadores com certificação *Fairtrade*, destaca-se a rede africana, com 732.200, seguida pela América Latina e Caribe com 296.900 e, por último, a Ásia com 210.000 (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2011b).

Desde 2007, o número de organizações de produtores certificadas, nas três redes, vem crescendo, conforme apresentado no Gráfico 1. Nessas redes, incluem-se as organizações de pequenos produtores, contrato por produção e organizações de trabalhadores contratados.

Gráfico 1 - Evolução do número de organizações produtoras certificadas Fairtrade



Fonte: Adaptado de Report FLO 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012a, 2013a e 2013b

Com o aumento do número de organização produtoras, conforme apresentado na figura acima, o prêmio *Fairtrade*, também, tem aumentado. Em 2012, estima-se que os produtores receberam 85 milhões de euros em Prêmio de *Fair Trade*, 23% a mais que em 2011. As organizações estão cada vez mais aplicando o prêmio nas áreas da saúde e educação (Fairtrade International, 2013b). Esses produtores estão igualmente investindo cada vez mais no desenvolvimento de seus negócios, isso por meio do aumento da produtividade e melhoria de qualidade por meio de investimentos em instalações de processamento (RAYNOLDS, 2012).

Estima-se um volume de vendas globais no varejo de produtos *Fairtrade* na ordem de € 4,8 bilhões em 2012. Apesar da recente crise econômica, houve um aumento de 21% em relação ao ano de 2011, mesmo excluindo-se os EUA, conforme se verifica na Tabela 1 (FAITRADE INTERNATIONAL, 2013b, 2013c).

Tabela 1 - Estimativa de vendas no varejo por país em Euro (€)

País	2008	2009	2010	2011	2012	Incremento 2011 a 2012 (%)
Austrália/NZ	18.567.280	28.733.986	125.940.187	150.276.220	188.045.618	25
Áustria	65.200.000	72.000.000	87.000.000	100.000.000	107.000.000	7
Bélgica	45.780.141	56.431.496	72.000.000	77.000.000	85.837.221	21
Canadá	123.797.132	201.978.074	194.935.883	199.768.996	197.277.194	-1
Rep. Checa	-	556.540	2.704.370	2.859.432	2.744.524	**
Dinamarca	51.220.106	54.436.609	62.535.857	74.908.637	71.836.714	- 4
Estônia	-	295.045	606.247	496.640	1.061.938	114
Finlândia	54.445.645	86.865.284	93.001.210	102.673.112	152.263.629	48
França	255.570.000	287.742.792	303.314.314	315.416.709	345.829.378	10
Alemanha	212.798.451	267.473.584	340.000.000	400.544.747	533.062.796	33
Irlanda	94.429.586	118.574.416	138.000.000	158.864.349	174.954.927	10
Itália	41.284.198	43.382.860	49.400.006	57.542.552	65.435.059	14
Japão	9.567.132	11.283.451	14.434.289	19.386.202	71.419.147	17
Latvia	-	153.500	425.936	492.031	938.975	91
Lituânia	-	315.380	751.776	624.091	846.027	36
Luxemburgo	4.249.301	5.327.122	6.200.000	7.491.910	10.320.006	38
Holanda	60.913.968	85.818.400	119.000.000	147.300.000	186.100.623	26
Noruega	30.961.160	34.689.522	43.756.694	53.617.544	64.413.576	20
África do Sul	-	458.075	1.898.889	7.273.254	22.263.619	220*
Cor. do Sul	-	-	-	17.106.828	1.989.631	-
Espanha	5.483.106	8.030.724	14.363.009	20.026.046	22.274.635	11
Suécia	72.830.302	82.662.331	108.477.630	134.335.702	178.951.375	28*
Suíça	168.766.526	180.160.263	219.918.679	264.754.487	311.590.237	15*
Reino Unido	880.620.304	897.315.061	1.343.956.837	1.498.207.592	1.904.891.092	16*
Hong Kong	-	-	-	-	422.803	-
EUA***	757.753.382	851.403.509	936.973.359	1.030.670.695	-	-
Demais países	130.722	18.099.255	39.443.874	74.741.866	47.487.290	**
Sub total s/EUA				3.953.373.166	4.802.374.746	21%
TOTAL	2.954.368.443	3.394.187.360	4.319.039.047	4.916.379.643	4.802.374.746	- 4%

Fonte: Adaptado de Fairtrade internacional 2008, 2009, 2010, 2011a, 2012a, 2013b

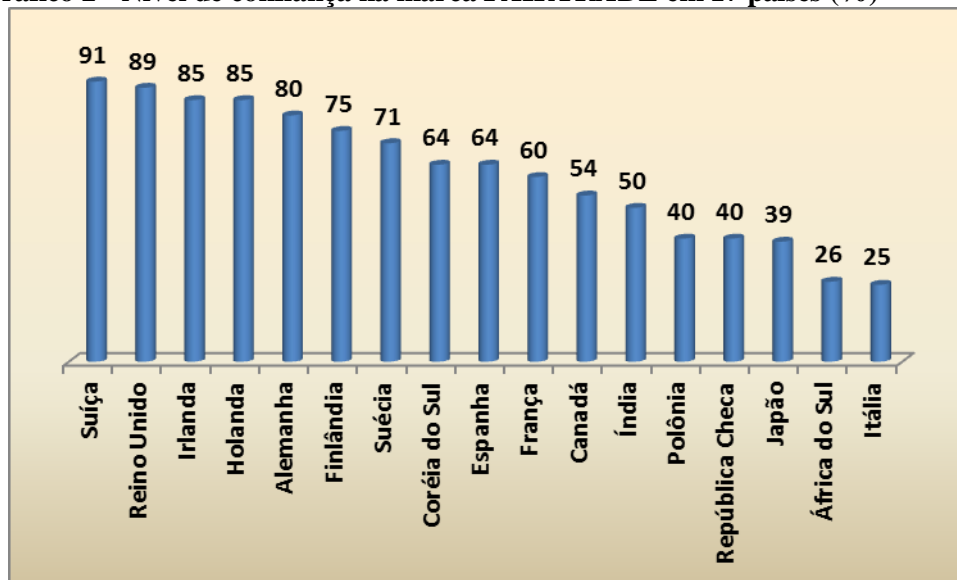
Nota: ***o *Fair Trade* EUA não é mais membro da FLO, desde a sua retirada em dezembro de 2011. ** não foi possível gerar uma taxa de crescimento precisa, pois não foram contabilizados os dados de vendas em domicílio. * A taxa de crescimento baseia-se no aumento percentual com base na moeda local, e não o valor convertido em euros.

Na Tabela 1, também pode-se destacar que a maioria dos países tiveram crescimento de vendas, no período de 2011 a 2012, em destaque, a Alemanha que ultrapassou a marca de meio milhão de Euros (€) comercializados, apresentando um crescimento de 33%, a Holanda (+26%), Suécia (+28%), Suíça (+15%) e Reino Unido (+16%). Em países como a Alemanha e Holanda, a população prefere alimentos que consideram mais saudáveis e naturais e que, além disso, sejam eticamente corretos. (ORGANICSNET, 2011). A Alemanha possui cerca de 180 revendedores de produtos Fair Trade, que revendem a 30.000 supermercados, lojas de alimentos naturais, assim como em cerca de 18.000 restaurantes (ORGANICSNET, 2011).

De acordo com a pesquisa realizada em 2012/13, pela Fundação GLOBESCAN com mais de 10 mil consumidores em 17 países, aproximadamente 6 em cada 10 consumidores confiam na marca FAIRTRADE (FAIRTRADE INTERNATIONAL; GLOBESCAN, 2013;

FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2013b, 2013c). O nível de confiança nessa marca, nos principais mercados desses produtos, é bastante elevado, conforme apresentado no Gráfico 2.

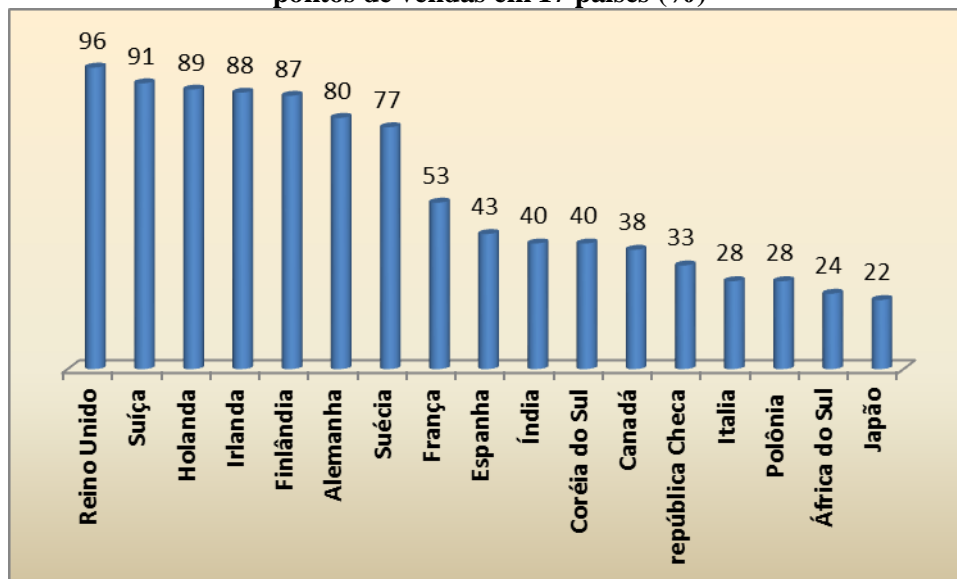
Gráfico 2 - Nível de confiança na marca FAIRTRADE em 17 países (%)



Fonte: Fairtrade International (2013c); GlobeScan (2013).

Nota: Valor do Índice 100

Gráfico 3 - Frequência com que os consumidores têm visto a marca FAIRTRADE nos pontos de vendas em 17 países (%)



Fonte: Fairtrade International (2013c); GlobeScan (2013)

Nota: Valor do Índice 100

Referente à frequência com que os consumidores têm visto a marca FAIRTRADE, a pesquisa supracitada revelou que o destaque é para o Reino Unido, seguido da Suíça, Holanda

e Irlanda, o que reforça os números apresentados anteriormente no Gráfico 3, na qual o Reino Unido, Suíça, Holanda e Irlanda estão entre os países que lideram na quantidade de vendas no varejo. A França, apesar de ocupar o terceiro lugar no ranking de vendas no varejo, apresentou nesta pesquisa 53%, ocupando, assim, a oitava posição. Situação semelhante ocorre com o Canadá, apesar do quinto lugar nas vendas em varejo, ocupou o décimo segundo lugar (38%) na pesquisa de frequência.

Em 2011, campanhas de sensibilização voltadas para o apelo ético dos produtos, as quais foram desenvolvidas com o intuito de mobilizar simpatizantes e justificar a causa do movimento para os consumidores (CLARKE et al, 2007) contribuíram para um aumento de até 80% na comercialização em alguns países (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2011a). Essa forma de marketing gera uma atitude promotora do consumo ético, reforçando a ideia de que o ato de comprar se transformou num meio de conferir objetivamente “certos valores” (MILLER, 2002, p.79) e que o poder de consumo é como uma de forma de ação política coletiva.

Nesse sentido, pesquisas realizadas em 24 países junto a 17 mil consumidores, pela Fairtrade International e a Fundação GLOBESCAN, em 2011, comprovaram que mais da metade dos consumidores europeus e norte-americanos concordam que "escolhas de compras podem fazer a diferença positiva para os trabalhadores e agricultores em países pobres" (FAIRTRADE INTERNATIONAL; GLOBESCAN, 2011. p. 1).

A rede *Fairtrade* comercializa produtos orgânicos e convencionais; no entanto, os mais comercializados são os convencionais, como, por exemplo: flores e plantas (100%), vegetais frescos (98%), suco de fruta (96%), açúcar (93%), cacau e frutas frescas (89%). Já na linha dos orgânicos, o destaque é para quinoa, ervas e temperos, frutas secas e processadas e café, correspondendo respectivamente a 77%, 58%, 48% e 44% das vendas com certificação orgânica (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2013b).

Quanto aos produtos totais, a Tabela 2 apresenta os mais comercializados com o selo FAIRTRADE, tendo destaque as flores e plantas, as bananas, o açúcar e o café.

Tabela 2 - Principais produtos comercializados mundialmente pela rede Fairtrade (volume MT)

Produto	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Flores e Plantas*	157.282	237.405	311.685	335.893	327.053	362.067	536.632
Bananas (frescas)	153.763	233.791	299.205	311.465	294.447	320.923	331.980
Açúcar	7.159	15.074	56.990	89.628	127.149	138.308	158.986
Café	52.064	62.209	65.808	73.781	87.780	98.073	77.429
Cacau	7.913	7.306	10.299	13.898	35.198	40.198	49.559
Sucos de frutas**	6.309	24.919	28.219	45.582	25.468	38.775	37.165
Vinho**	3.197	5.740	8.982	11.908	13.155	11.786	16.427
Frutas frescas	-	-	26.424	20.091	18.398	16.165	12.259
Chá	3.883	5.421	11.467	11.524	12.370	13.398	11.869
Algodão	1.551	14.184	27.573	23.346	-	8.223	8.963
Arroz	2.985	4.208	4.865	5.052	5.048	5.718	5.623
Mel	1.552	1.683	2.055	2.065	2.072	2.070	1.319
Sementes e frutos oleaginosos	-	-	-	859	854	1.219	-
Frutas secas e processadas	-	-	-	541	673	955	1.542
Quinoa	-	-	-	556	1.288	691	590
Vegetais frescos	-	-	-	-	-	474	364
Madeira ****	-	-	-	-	-	324	-
Ervas e Especiarias	-	-	-	578	408	255	417
Bolas esportivas ***	152	138	141	118	160	286	152

Fonte: adaptado de Fairtrade International (2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011a, 2012a e 2013b).

Nota: * Mil hastes ** Mil Litros *** Metros cúbicos **** Mil itens

Os produtos *Fairtrade* possuem uma participação pequena no mercado de alimentos, sendo inferior a 0,1% das vendas globais de produtos alimentícios (BRASIL, 2012). Contudo, alguns produtos podem ter uma participação maior em determinados países, por exemplo, a banana *Fairtrade* tem participação significativa nos mercados do Reino Unido e da Suíça, representando, respectivamente, 25 e 45% do total consumido nesses mercados (BRASIL, 2012).

Referente ao varejo, dos principais produtos *Fairtrade* vendidos, conforme listados acima, o que mais se destacou em acréscimo de vendas, em relação ao ano de 2006 e 2012, foi o açúcar com (+2.120,79%). O maior período de crescimento de vendas desse produto foi de 2007 a 2008, atingindo (+278,07%) e o menor foi entre 2010 e 2011 com (+8,78%).

Ainda referente à relação entre 2006 e 2012, pode-se evidenciar o cacau (+526,30%), sucos de frutas (+489,08%), o algodão (+477,89%) e o vinho (+413,83%). Quanto aos produtos que começaram a ser comercializados na rede varejista posterior a 2006, o destaque é para as frutas secas e processadas, representando (+185%), em relação ao ano de 2009 e 2012.

No entanto, considerando o período de 2011 a 2012, a maioria das categorias de produtos importantes continuou a crescer, sendo elas: as ervas e especiarias que alavancaram (+63,53%), frutas secas e processadas (+61,47%) as flores e plantas (+48,21%) e o vinho que teve uma recuperação referente a 2011 de (+39,38%).

A queda de vendas do café, mel e frutas frescas, em 2012, foi devido à saída dos EUA da rede *Fair Trade* (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2012a).

Em se tratando da saída dos EUA da rede *Fairtrade*, de acordo com Claudia Rosty²⁴, doutoranda do Center for Fair and Alternative Trade and Sociology da Colorado State University, as organizações que representam o *Fairtrade*, no país, tinham o desejo de certificar não apenas pequenos produtores, com determinados produtos e sim, também certificar propriedades independentemente do tipo de *commodities*. Em 2012, a Fair Trade EUA começou a certificar fazendas de café e planeja expandir a certificação para outros setores agrícolas. Por isso, decidiu sair da rede *Fairtrade*, pois esta possui limitações para a entrada de grandes empresas e, também, a entrada de determinados produtos.

3.3.1 Fair Trade no Brasil

O *Fair Trade* no país é praticado tanto no âmbito internacional como no nacional. No que tange ao internacional, segundo Mascarenhas (2007), não há muita clareza quando se iniciou a prática no Brasil, mas existem documentos de ONG Visão Mundial que descrevem a atuação de ONGs internacionais em parceria com a igreja católica para a exportação do artesanato brasileiro na Europa durante a década de 1970.

No que diz respeito à esfera nacional, o movimento é denominado de Comércio Justo e Solidário, desde maio de 2006. No entanto, esse movimento teve início no país em 2000, por meio de discussões para definir qual o conceito que o país adotaria do até então chamado economia e comércio alternativo. Participaram desses debates representantes de Organizações Não Governamentais (ONG's) internacionais, de governo e de empresas privadas. Como resultado desses encontros, surgiu, em 2001, a plataforma de Articulação do Comércio Ético e Solidário – FACES do Brasil, com o objetivo de desenhar uma proposta de comércio justo que estivesse adaptada à realidade brasileira e construída pelos seus agentes. O grupo Faces do Brasil definiu seu entendimento por comércio justo e solidário como:

²⁴ Entrevistada em 11/01/15

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 (BRASIL, 2010a, p. 2).

Como fruto da articulação em torno do comércio justo, um Sistema Público para o Comércio Justo foi criado. O comércio justo, no Brasil, é reconhecido pelo Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SNCJS)²⁵, por meio do decreto nº 7.358, de 17 de novembro de 2010. Este, por sua vez, está vinculado ao Ministério do Trabalho e Emprego e foi instituído "para coordenar as ações do Governo Federal voltadas ao reconhecimento de práticas de Comércio Justo e Solidário e sua promoção" (BRASIL, 2010a, p. 1).

O Comércio Justo e Solidário apresenta as seguintes características (BRASIL, 2010a p. 1):

- a) Existência de relações comerciais mais justas, solidárias, duradouras e transparentes;
- b) Corresponsabilidade nas relações comerciais entre os diversos participantes da produção, comercialização e consumo;
- c) Valorização, nas relações comerciais, da diversidade étnica e cultural e do conhecimento das comunidades tradicionais;
- d) Transparência nas relações comerciais, na composição dos preços praticados e na elaboração dos produtos, garantindo acesso à informação acerca dos produtos, processos e organizações que participam do Comércio Justo e Solidário.

Quanto aos objetivos do Comércio Justo e Solidário, podem-se destacar (BRASIL, 2013):

- a) Promover o desenvolvimento sustentável, a justiça social, a soberania e a segurança alimentar e nutricional;
- b) Garantir os direitos dos produtores, comerciantes e consumidores nas relações comerciais;
- c) Promover a cooperação entre produtores, comerciantes e consumidores e suas respectivas organizações para aumentar a viabilidade destas, reduzindo riscos e dependência econômica;

²⁵ Mais informações ver: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/decree/d7358.htm

- d) Promover o exercício de práticas de autogestão nos processos de trabalho e nas definições estratégicas e cotidianas dos empreendimentos, bem como a transparência e democracia nas instâncias, direção e coordenação das atividades produtivas e gerenciais;
- e) Estimular relações de solidariedade a partir do comprometimento permanente com a justa distribuição dos resultados e com a melhoria das condições de vida dos participantes;
- f) Garantir a remuneração justa do trabalho;
- g) Valorizar as práticas de preservação e de recuperação do meio-ambiente, com ênfase na produção de produtos de base agroecológica e nas atividades de extrativismo sustentável.

Segundo Rosemary Gomes²⁶, coordenadora geral da FACES do Brasil, o movimento brasileiro de Comércio Justo e Solidário tem, na sua essência, as diretrizes da Economia Solidária, que tem como base produtiva os Empreendimentos de Economia Solidária - EES. O principal foco de atuação do Comércio Justo e Solidário é o mercado interno e o seu principal diferencial é a inserção do Estado Brasileiro, apoiando e institucionalizando o movimento, atualmente, o reconhecimento deste como política pública está em andamento.

De acordo com Chaim (2011, p. 114), o movimento brasileiro se apresenta com dois enfoques, "o que trata das questões de regulamentação de um sistema nacional para que seja reconhecido como política social e regulamentado pelo poder público, e o outro que enfoca as questões comerciais e busca aproximar e inserir o setor produtivo na cadeia nacional e internacional de comercialização", tendo em vista que atividades comerciais se desenvolveram, por meio da criação da Articulação das Organizações de Produtores Familiares no Comércio Justo e Solidário” (OPFCJS), em 2004, atualmente denominada Associação Brasileira de Empreendimentos da Economia Solidária e Agricultura Familiar CJS“ (Ecojus Brasil), enquanto os termos regulatórios eram definidos.

De acordo com Ana Asti²⁷, diretora de Economia Solidária e Comércio Justo da Secretaria Especial de Desenvolvimento Econômico Solidário (SEDES), atualmente, no Brasil, no que se refere à Economia Solidária, o Conselho Nacional de Economia Solidária (CNES) possui um papel significativo no Sistema de Comércio Justo Solidário (SCJS), pois, de acordo com o DECRETO nº 7358, as definições de critérios, credenciamento e escolha das entidades representativas da sociedade civil que irão compor a Comissão Gestora Nacional

²⁶ Entrevista realizada em 15/09/14.

²⁷ Entrevista realizada em 08/12/14.

são de competência do CNES. Ainda, a entrevistada destaca que o CNES, por sua vez, é norteado pelos seguintes segmentos: Empreendimentos Econômicos Solidários, Entidade de Apoio e Fomento (EAS) e Redes de Economia Solidária, os quais têm a participação no Conselho respectivamente com 50%, 25% e 25%. Ela também aponta que o Comércio Justo e Solidário possui alguns *gaps* que terão de ser preenchidos, tais como a definição de quem irá financiar a certificação e qual será a estratégia de comunicação com o mercado, em especial, voltados para sensibilização do consumidor final para esse produto diferenciado. Esses *gaps*, atualmente, são tidos como "gargalos para o CJS" segundo a entrevistada. Ela reforça que o foco do CJS é certificar o produtor, diferente da *Fairtrade International*, que certifica toda cadeia produtiva. Ressaltou a entrevistada que o CJS certifica os empreendimentos de economia solidária e não empresas, "o sistema é democrático, pois todos que tiverem interesse e que se adequarem ao CJS poderão participar, é um sistema público e não privado".

No, Quadro 5 estão apresentadas as instituições e as suas respectivas funções.

Quadro 5 - Principais organizações envolvidas no Comércio Justo e Solidário

Principais Organizações do Comércio Justo e Solidário		Objetivos
Membros do Governo	Secretaria Nacional de Economia Solidária e Ministério do Trabalho e Emprego	Propor, organizar e implementar políticas de apoio à economia solidária.
	Ministério do Desenvolvimento Agrário	Promover a política de desenvolvimento do Brasil rural, a democratização do acesso à terra, a gestão territorial da estrutura fundiária, a inclusão produtiva, a ampliação de renda da agricultura familiar e a paz no campo, contribuindo com a soberania alimentar, o desenvolvimento econômico, social e ambiental do país.
	<i>Ministério do Desenvolvimento Social e Combate a Fome -</i>	Elaborar e acompanhar as políticas nacionais de desenvolvimento social, de segurança alimentar e nutricional, de assistência social e de renda de cidadania no país.
Membros da Sociedade Civil	Segmento rede da economia solidária	
	FACES do Brasil	Fomentar a construção do Comércio Justo e Solidário, como instrumento de uma economia inclusiva, solidária e sustentável.
	Fórum Brasileiro de Economia Solidária	Contribuir tanto na formulação como na execução de políticas públicas. Devido a essas ações se tornou o principal parceiro da SENAES.
	Segmento de empreendimento econômico e solidário	

Principais organizações envolvidas no Comércio Justo e Solidário

(continuação)

	União Nacional de Cooperativas da Agricultura Familiar e Economia Solidária	Tornar o cooperativismo um instrumento de desenvolvimento local sustentável dos agricultores e das agricultoras familiares, promovendo a inclusão social articulando iniciativas econômicas que ampliem as oportunidades de trabalho, de distribuição de renda, de produção de alimentos, das melhorias de qualidade de vida, da manutenção da biodiversidade e da diminuição das desigualdades. O seu quadro social atua diretamente com a agricultura familiar e economia solidária.
	União e Solidariedade das Cooperativas Empreendimentos de Economia Social do Brasil	representar e articular, de forma ampla e transparente, as cooperativas, associações e outros empreendimentos autogestionários da economia solidária, resgatando e promovendo a intercooperação, a igualdade social e econômica, a dignidade humana e o desenvolvimento sustentável.
	Segmento de suporte e fomento	
	SEBRAE	Desenvolver metodologia e ferramentas que possam subsidiar o processo de acesso dos pequenos produtores. Isso por meio do Projeto Comércio Justo lançado em 2005.
	Morro da Cotia de Agroecologia (IMCA)	Promove desenvolvimento rural sustentável, por meio da agroecologia.

Fonte: Rosty e Melo (2015).

A Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES), para a execução de projetos no campo da Economia Solidária, conta com a parceria de entidades governamentais, tais como: Agência Brasileira de Inovação/Financiadora de estudos e Projetos (FINEP), Banco Nordeste do Brasil (BNB) e Fundação Banco do Brasil (FBB) (BRASIL, 2012a). A participação dos Estados brasileiros na obtenção de recursos financeiros para a implantação e execução de projetos com o alicerce na Economia Solidária estão apresentados a seguir na Tabela 3.

Tabela 3 – Distribuição dos recursos investidos nos projetos no campo da Economia Solidária por região do Brasil – 2003 a 2010

Abrangência	Projetos	Aprovados (%)	R\$	Recursos investidos (%)
NORDESTE	135	31	38.242.988,60	19
SUDESTE	99	23	40.847.739,60	20
SUL	73	17	23.624.286,70	11
NORTE	35	8	22.383.075,20	11
CENTRO OESTE	26	6	10.898.380,70	5
NACIONAL	67	15	70.281.870,61	34
TOTAL	435	100%	206.278.341,41	100

Fonte: Brasil (2012a).

O movimento nacional de comércio justo prima pela participação ativa dos empreendimentos de economia solidária. Esse princípio difere do movimento internacional, o qual tem como público alvo os produtores e trabalhadores marginalizados dos países do Hemisfério Sul. Explica Chaim (2011, p. 125) que, diferente da visão da *Fairtrade International*, que enxerga o pequeno produtor do Hemisfério Sul como marginalizado e desfavorecido economicamente, os representantes das organizações brasileiras, os veem como "protagonistas e não meros beneficiários".

Ainda, destaca o autor que os movimentos mencionados diferenciam em termos conceituais, pois um visa melhorar a situação econômica dos produtores e trabalhadores marginalizados, e o outro tem um caráter mais político e promotor de mudanças sociais.

Das ONGs brasileiras cinco são membros da WFTO, portanto vinculadas à rede integrada *Fair Trade*, e quatro delas estão associadas à *Fair Trade Organization* (FTO) (*Solidarium* Comércio Justo, Onda Solidária, Associação Mundareu e Gebana Brasil) e Apenas a Visão Mundial está associada ao *Fair Trade Support Organization* (FTSO) (WFTO, 2011)

Quanto à rede certificada, objeto deste estudo, segundo a FLO-Cert (2010) referente à América Latina, o Brasil ocupa o quarto lugar quanto ao número de operadores na rede *Fairtrade*, representando um total de 62 (43 produtores e 19 *traders*), ficando atrás apenas do Peru (116), Colômbia (101) e México (69).

No Brasil, os produtos alimentícios que possuem a certificação, segundo a FLO-Cert (2014d), são o café, sucos de laranja, uva, mel, polpa de manga e goiaba, soja, amendoim, castanha de caju, algodão e frutas frescas (laranja, limão, abacaxi, manga e maracujá). A Tabela 4 apresenta os produtos e as quantidades de operadores agrícolas no Brasil.

Tabela 4 - Produtos certificados *Fairtrade* e suas respectivas quantidades de produtores e *traders*

Produto	Número de Produtores	Número de <i>Traders</i>
Café	26	17
Frutas Frescas	9	3
Sucos de Frutas	5	4
Mel	4	-
Castanha de Caju	2	-
Cana de açúcar	1	-
Amendoim	1	-
Soja	1	1
Uvas para vinho	1	1
Algodão em caroço	1	1
Polpa		
Goiaba		
Manga	1	-

Fonte: FLO-Cert (2014d).

Os produtores da rede *Fairtrade* da América Latina são representados pela *Coodinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo* (CLAC), a qual, cada vez mais, vem aumentando a sua importância na rede *Fairtrade*, isso devido a uma nova estruturação da *Fairtrade International*, que, em 2013, ampliou a participação dos pequenos produtores no seu Conselho de Administração, dando poderes de voto de 50%, na Assembleia Geral, para tomada de decisões (*Fairtrade International*, 2014). A partir dessa mudança, a CLAC tem intensificado o incentivo para que outras redes regionais e nacionais sejam implementadas com o intuito de defender os interesses dos pequenos produtores e como consequência fortalecê-los. Uma dessas iniciativas desenvolvidas no Brasil é a Associação das Organizações de Produtores *Fairtrade* do Brasil (BRFair), a qual é uma associação sem fins lucrativos, que foi criada em 2011 e firmou parceria com a CLAC em 2014. O seu principal objetivo é juntamente com a CLAC favorecer o empoderamento dos pequenos produtores do Brasil e contribuir para que seus direitos frente aos princípios e valores do comércio justo sejam respeitados. Segundo o presidente da BRFair, atualmente, das organizações de pequenos produtores brasileiros certificados, 24 são associados. No entanto, ele ainda ressalta que a BRFair é fruto da iniciativa de um grupo de organizações de pequenos produtores de café, localizadas em Minas Gerais, São Paulo e Espírito Santo com o intuito de fomentar as relações comerciais entre os produtores associados e seus compradores. Porém, a BRFair tem ampliado suas ações estratégicas para atingir todos os pequenos produtores certificados no Brasil não somente o de café. Com isso, expandiu seu público alvo.

Outra iniciativa brasileira é a *Fairtrade* Brasil, que surgiu com o intuito de promover a marca *Fairtrade* no mercado interno, tendo em vista que a imagem da mesma está mais atrelada ao negócio internacional. De acordo com Diretor Executivo da referida associação, o objetivo que a norteia é proporcionar relações sociocomerciais benéficas aos pequenos produtores, por meio do reconhecimento em todo país da relevância desse mercado alternativo. De acordo o entrevistado, o Brasil é um mercado promissor para os produtos *Fairtrade*; no entanto, é necessário que haja uma maior divulgação desses, tal como ocorre em demais países que investem em promoção da marca e dos valores que estão por trás dela. Além de promover, no mercado doméstico, os produtos *Fairtrade* nacionais, a organização pretende, também, divulgar os produzidos em outros países. Os seus principais parceiros são

as organizações licenciadas pela *Fairtrade International*, e essa parceria é regida por contratos formais.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) é uma entidade privada sem fins lucrativos, que atua em todo território brasileiro com diversos projetos voltados para o pequeno e microempresário. Um deles é o Projeto Comércio Justo e Solidário. Esse Projeto visa à inclusão dos pequenos produtores no universo dos negócios, da informação, capacitação e com abertura a mercados nacionais e internacionais, por meio de consultorias desenvolvidas para cada tipo de negócio (SEBRAE, 2014). A referida organização tem como referência os dois movimentos o da *Fairtrade International* e o do Comércio Justo e Solidário. A ação do SEBRAE, no movimento Fair Trade, ocorre desde 2004, pois considera esse tipo de mercado uma alternativa salutar para os pequenos produtores da agricultura (SCHNEIDER, 2012).

O SEBRAE foi uma das organizações pioneiras a incentivar a criação da *Fair Trade Town* no Brasil e foi uma das principais a atuar no desenvolvimento e implantação do projeto em Minas Gerais na cidade de Poços de Caldas. Essa é considerada a primeira cidade da América Latina a auferir o título de *Fair Trade Town*, em 2012. De acordo com o representante da CLAC, para que o projeto tenha um bom resultado nos países do Hemisfério Sul, é preciso que os critérios internacionais de reconhecimento da cidade como *Fair Trade Town* sejam adaptados para a realidade local.

Os parágrafos anteriores destacam a presença de organizações brasileiras que visam fortalecer o movimento *Fair Trade* dentro do Brasil; no entanto, observa-se que, paralelamente às ações de fortalecimento da rede *Fairtrade*, no país, outras ações vêm sendo desenvolvidas, as quais caminham para uma nova realidade, em que o Estado, por meio da institucionalização do movimento, é um forte parceiro do Comércio Justo e Solidário. Isso diferencia o movimento brasileiro dos demais existentes, pois esse se configura como o único que envolve o Estado, efetivamente, na estruturação do movimento *Fair Trade*.

CAPÍTULO IV - REDE FAIRTRADE DE FRUTAS FRESCAS BRASILEIRAS

Este capítulo tem como objetivo apresentar o panorama da fruticultura brasileira e inseri-lo no contexto da rede *Fair Trade*. A definição de pequeno produtor também é considerada e os critérios para que esse possa ser inserido nesse mercado. Postos os esclarecimentos iniciais, as organizações de pequenos produtores e a empresa agrícola que fazem parte do estudo são apresentadas com o intuito de conhecê-las quanto a sua inserção na rede *Fairtrade*.

4.1 Organizações de Pequenos Produtores Rurais e Empresa agrícola (plantações)

O *Fairtrade*, como já mencionado anteriormente, visa à inserção de pequenos produtores e trabalhadores, ambos com dificuldades socioeconômicas, em uma rede que desenvolve e pratica um mercado transparente e justo. Destaca-se que 80% dos produtores da rede *Fairtrade* são formados por pequenos produtores (Fairtrade International, 2014).

Segundo Catalina Jaramillo Botero²⁸, Coordenadora *Fairtrade* no Brasil, a *Fairtrade International* estabelece as normas da certificação da rede *Fairtrade* e como qualquer outra certificação, ela respeita e segue a legislação de cada país onde se localizam os produtores certificados. Durante as auditorias, é seguido o critério que for mais próximo da legislação do país e a norma *Fairtrade*. Ainda, a entrevistada destaca que:

A norma da certificação *Fairtrade* é anterior aos programas desenvolvidos no Brasil para apoiar produtores familiares e foi usada como referência, para o estabelecimento dos critérios que definem o produtor familiar. Isto não significa que os critérios sejam iguais, mas eles são similares. Existe um fluxo contínuo de informação entre a unidade de normas da *Fairtrade* e os grupos de produtores de cada país, através das consultas sobre a norma. Este mecanismo permite que os produtores proponham modificações à norma, que acaba sendo influenciada pelas normas ou programas desenvolvidos nos países onde temos produtores certificados. Os indicadores de pequeno produtor apresentam variações dependendo da cultura certificada e do país. A definição de pequeno produtor é global.

²⁸ Entrevista em 01/12/2014

No Brasil, o indicador de tamanho de área usado pela FLO-CERT para delimitar o pequeno produtor é de quatro módulos fiscais, que é o mesmo usado pelo Ministério de Desenvolvimento Agrário (MDA) na definição de agricultura familiar. Outros critérios comuns são o número limite de dois empregados permanentes e que o produtor deve ter a maior parte da sua receita proveniente da produção rural.

A classificação adotada pela *Fairtrade Internacional*, para definir o tamanho da propriedade como pequena, leva em conta a metodologia do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA) que trabalha com módulos fiscais ²⁹. Essa classificação é aplicada para identificar a área total para enquadramento do produtor de trabalho contratado. A Tabela 5 apresenta o enquadramento do tamanho da propriedade para produtor de frutas frescas de trabalho contratado no Brasil.

Tabela 5- Limitação do tamanho da terra dos produtores de trabalho contratado de frutas frescas no Brasil

Estado	Módulo mais comum (ha)	4 Módulos (ha) = limite do acesso
Norte		
Rondônia	60	240
Acre	100	400
Amazonas	100	400
Roraima	80	320
Pará	70	280
Amapá	70	280
Tocantins	80	320
Sul		
Rio Grande do Sul	20	80
Santa Catarina	20	80
Paraná	18	72
Nordeste		
Maranhão	75	300
Piauí	70	280
Ceará	55	220
Rio Grande do Norte	35	140
Paraíba	55	220
Pernambuco	14	56
Alagoas	16	64
Sergipe	70	280
Bahia	65	260
Sudeste		
Minas Gerais	30	120

²⁹ é uma unidade de medida agrária usada no Brasil, instituída pela Lei nº 6.746, de 10 de dezembro de 1979. É expressa em hectares e é variável, sendo fixada para cada município, levando-se em conta: a) tipo de exploração predominante no município; b) a renda obtida com a exploração predominante; c) outras explorações existentes no município que, embora não predominantes, sejam expressivas em função da renda ou da área utilizada e d) conceito de propriedade familiar.

Limitação do tamanho da terra dos produtores de trabalho contratado de frutas frescas no Brasil

		(continuação)
Espírito Santo	20	80
Rio de Janeiro	10	40
São Paulo	16	64
Centro-Oeste		
Mato Grosso do Sul	45	180
Mato Grosso	80	320
Goiás	30	120
Distrito Federal	5	20

Fonte: Fairtrade International (2012d).

Assim, o pequeno produtor do *Fairtrade* é considerado, no Brasil, na maioria dos casos como agricultor familiar de produção de pequena escala. Esses agentes, por sua vez, segundo a FAO (2014a), estão vinculados à segurança alimentar mundial; a preservação dos alimentos tradicionais; alimentação balanceada; proteção da agrobiodiversidade e para o uso sustentável dos recursos naturais; por isso, a agricultura familiar é considerada "uma poderosa ferramenta para garantir a segurança alimentar da população mundial e das futuras gerações" (MUTEIA, 2009, p. 01)

Estima-se que há mais de 500 milhões de unidades agrícolas de base familiar no mundo, incluindo agricultores de pequena e média escala, camponeses, povos indígenas, pescadores e criadores de gado (FAO, 2013). No Brasil, a agricultura familiar representa 84% das explorações agrícolas do país, ocupando uma área total de 80 milhões hectares, o que representa 24% da área total para a agricultura no país. Além disso, esse setor contribui com 38% do valor bruto da produção (VBP) agrícola total (54 milhões de reais em 2006) (FAO, 2012a).

Pelo exposto, a rede *Fairtrade* prima em criar oportunidades para produtores da agricultura familiar. A *Fairtrade Internacional* (2009, p. 3) define os pequenos produtores como "aqueles que não são estruturalmente dependentes de trabalho permanente e que estejam administrando a sua propriedade principalmente com o seu próprio trabalho e o da sua família".

Mais precisamente, a FLO-Cert classifica os produtores em duas categorias (2014b, p.3):

1. Pequenos produtores que não são (altamente) dependentes de mão de obra - São entendidos como aqueles que não dependem estruturalmente de mão de obra contratada permanente e que administram suas propriedades principalmente com sua própria mão de obra ou de sua família.

2. Pequenos produtores que são (altamente) dependentes de mão de obra e que devem atender a todos os seguintes critérios:

- O número de trabalhadores contratado permanentes não excede um fator específico de pessoas contratadas/ha de acordo com o cultivo, conforme definido pela *Fairtrade Internacional* em seus critérios de conformidade.
- A maior parte de seu tempo útil é gasto na execução do trabalho agrícola em sua própria lavoura.
- As rendas de suas atividades agrícolas constituem a maior parte de sua receita total.
- A área de plantio em produção está abaixo ou no nível da faixa média de tamanho das propriedades do distrito ou região.

Quanto à organização desses agentes, a *Fairtrade Internacional* a reconhece quando a maioria dos membros seja pequenos produtores e essa seja legalmente constituída e capaz de contribuir com o desenvolvimento socioeconômico de seus sócios e suas comunidades (FLO-CERT, 2014b).

De acordo com a Flo-Cert, órgão de certificação, que desenvolve critérios técnicos de cumprimento a serem usados durante as auditorias e para tomar decisões de certificação, as organizações de produtores podem ser classificadas³⁰ como sendo de 1º, 2º e 3º grau, (FLO-CERT, 2014b, p.3):

- 1º grau - é uma organização de pequenos produtores legalmente constituída, que é capaz de contribuir ao desenvolvimento socioeconômico de seus sócios e suas comunidades e que é controlada democraticamente pelos seus sócios diretos. A maioria dos membros da organização é de pequenos produtores. São as cooperativas locais e regionais.
- 2º grau - deve ser composta de duas organizações membros de 1º grau, sob o controle de uma estrutura central. São as cooperativas centrais e federações de cooperativas
- 3º grau - deve ser constituída de no mínimo duas organizações membros de 2º grau, sob um controle de uma estrutura central. Ela deve ser legalmente formada por organizações de 2º e/ou 1º grau como entidades legais. São as confederações de cooperativas.

As organizações de 2º e 3º graus, por exigência da Flo-Cert, devem ser administradas pelos seus membros diretos, e que sejam legalmente constituídas e afiliadas. Observa-se que a classificação exposta está de acordo com DECRETO Nº 60.597, de 19 de abril de 1967 sobre características das sociedades cooperativas.

Muitas são as dificuldades enfrentadas pelos pequenos produtores, mas eles com as suas propriedades rurais representam grande parte dos agricultores do Brasil. Eles, geralmente, produzem diversas culturas com mão de obra e tecnologia escassas. Também, na

³⁰ com exceção de organizações de produtores de camarão, madeira e ouro.

maioria das vezes, são limitados os acessos a conhecimentos agrônômicos. Diante disso, sua produção pecuária e agrícola apresenta baixa produtividade (FREITAS, 2014). Muitos desses pequenos agricultores já apresentam dificuldades em diversas etapas do processo de produção, que permeiam desde a má qualidade da terra até a insegurança da propriedade da terra. Esses são agravados pelos crescentes impactos das alterações climáticas e falta de acesso aos mercados locais, serviços de extensão rural e difícil acesso ao crédito e pouco poder de barganha (MAFUD; CASTRO; NEVES, 2009). Em decorrência disso, verifica-se um baixo nível de tecnologia nesse tipo de propriedade. Segundo a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), atualmente, apenas 11% dos agricultores familiares têm acesso regular a insumos tecnológicos (DAHER, 2014). Também enfrentam problemas na etapa da comercialização de seus produtos, devido à precária logística e pouca informação de mercado.

Nesse contexto, os principais desafios estruturais da agricultura familiar são (GRADL et al, 2012): a) a falta de informação sobre os mercados, tais como: preços de venda adequados para seus produtos e potenciais parceiros de negócio para além do mercado local; b) acesso limitado às novas práticas agrícolas; c) insegurança nas relações contratuais pela falta de um meio formal para cobrar o seu cumprimento, o que dificulta firmar acordos de longo prazo; d) recursos insuficientes - carência de ativos produtivos e de crédito agrícola; e) falhas de infraestrutura - deficiência dos transporte e estradas para escoamento dos produtos, falta de saneamento básico, abastecimento de água precário, dentre outros. Ainda que apresentem todas essas dificuldades, os pequenos produtores são responsáveis por grande parte dos alimentos ofertados no mercado interno.

Os problemas estruturais dos pequenos produtores rurais, supracitados, podem ser amenizados, por meio de cinco soluções básicas (GRADL et al, 2012): realizar pesquisas e desenvolvimento voltadas para inovações tecnológicas adaptadas; atualizar fatores de produção dos pequenos agricultores; reforçar os relacionamentos dentro da cadeia de valor e firmar contratos que possam ser cumpridos.

Amenizar os problemas dos pequenos produtores e dos trabalhadores é o principal objetivo da rede *Fair Trade*; mas, para isso, é preciso que os mesmos se integrem nos princípios do movimento e da certificação *Fairtrade*.

Cabe destacar que ser um pequeno produtor, como já visto, é um pré-requisito básico para a inserção e permanência na rede; no entanto, nem todos os produtores, reconhecidos no Brasil como "agricultores familiares" podem fazer parte da rede *Fairtrade*. Para isso, faz-se

necessário que esses atendam a critérios de certificação gerais e específicos para os produtores e, também, para os seus produtos.

Mesmo sendo os pequenos produtores o cerne do movimento *Fair Trade*, em 1994, a certificação *Fairtrade* foi estendida para as empresas agrícolas³¹. Essas empresas são frequentemente mencionadas pelos estudiosos da área e pelos agentes da *Fairtrade International*, como “plantações”; por isso, mesmo tendo uma conotação diferente no Brasil, neste trabalho, foi utilizado, também, o termo *plantação*.

A *Fairtrade International* (2006) entende que os benefícios do *Fairtrade* deve se estender aos trabalhadores³² empregados, para que eles melhorem suas condições de vida e de trabalho, bem como trazer melhorias para sua comunidade. Assim, por meio dos seus trabalhadores, os quais, muitas vezes, mais pobres do que alguns pequenos agricultores, as empresas agrícolas ingressaram na rede *Fair Trade* (EFTA, 1998).

A participação dessas empresas na rede *Fairtrade* teve início com a introdução do chá, oriundo da Ásia (LAFORGA, 2005). Ainda de acordo com o autor, a representatividade dessas empresas em volume de vendas é mínima e atende a produtos, em que a pequena produção, ainda, não atingiu os critérios de qualidade demandado pela rede.

A partir disso, os critérios genéricos de mão de obra contratada e procedimentos do *Fairtrade* estão sendo desenvolvidos de forma que têm facilitado a incorporação de empresas de grande porte na rede (RAYNOLDS, 2014). Ainda ressalta a autora que, nos últimos anos, tem crescido rapidamente a participação dessas empresas e dos seus trabalhadores na rede mesmo que sua inserção se concentre nas cadeias produtivas de chá, flores e plantas, frutas frescas e vegetais. Em 2011, o total de plantações certificadas foi de 227, envolvendo 168.200 trabalhadores (FAIRTRADE INTERNACIONAL, 2012a).

No entanto, ressalta-se que as organizações que dependem de trabalho contratado devem apoiar o desenvolvimento dos trabalhadores e compartilhar com estes o prêmio extra que o *Fair Trade* poderá trazer (FAIRTRADE INTERNACIONAL, 2006b). Além disso, a

³¹ São empresas que dependem estruturalmente de trabalho contratado e estão preparadas para promover o desenvolvimento dos trabalhadores, que possuem único cultivo e único local de produção. Elas são classificadas de Multi-plantações, quando possuem mais de um cultivo e mais de um local de produção (FLO-Cert, 2014b). Assim como existem regras a serem seguidas pelas organizações de pequenos produtores, para a obtenção da certificação *Fairtrade*, também há para as organizações de trabalho contratado. São elas (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2012d): limitação do tamanho da terra a 4 (quatro) módulos fiscais; o proprietário e/ou membros da família está/estão diretamente envolvido (s) na gestão da unidade requerente e o proprietário residir na unidade requerente ou próximo dela.

³² O termo “trabalhadores” refere-se a todos os trabalhadores incluindo trabalhadores migrantes, temporários, sazonais, subcontratados e permanentes. O termo “trabalhadores” não é limitado a trabalhadores no campo, mas inclui todos os outros tipos de trabalhadores contratados, ex., empregados que trabalhem na administração da empresa. O termo é limitado a pessoal sindicalizável e, normalmente, exclui a média e alta gerência (Fairtrade International, 2006b. p. 2).

empresa contratante terá que seguir os “Critérios Gerais para o Trabalho Contratado”³³ da *Fairtrade International*. Esses trabalhadores precisam estar organizados, normalmente, em sindicatos rurais ou associações.

4.2 Panorama das Frutas Frescas Brasileiras e sua relação com a agricultura familiar

O Brasil é um importante produtor de frutas, pois é capaz de produzir grande diversidade de frutas, sejam elas de regiões temperadas, subtropicais e tropicais. Isso devido à extensão territorial, posição geográfica, condições climáticas e de solo de um país continental (BRAZILIAN FRUIT, 2014). No ranking mundial de produção, referente ao ano de 2011, o Brasil fica em terceiro lugar com 39,3 milhões de toneladas, atrás apenas da China (122,2 milhões de toneladas) e da Índia (84,8 milhões de toneladas), os quais representam 46,6% do total mundial produzido (FAO, 2012b).

A área colhida de frutas, em 2013, foi em torno de 2, 1 milhões de hectares, produção de 41,7 milhões de toneladas e valor bruto da produção -VBP de R\$ 23,1 milhões (IBRAF, 2015). Os principais estados produtores de frutas frescas, em 2013, estão apresentados na Tabela 6.

Tabela 6 - Principais Estados Brasileiros Produtores de Frutas Frescas em 2013

Estado	Valor (Mil R\$)	Volume (Ton)	Área (ha)
São Paulo	5.315.694	16.368.436	579.282
Bahia	2.874.966	4.815.133	306.832
Minas Gerais	2.247.470	2.980.305	122.756
Rio Grande do Sul	1.943.130	2.818.019	162.364
Pará	1.036.871	1.770.174	97.694
Paraná	1.050.954	1.769.621	68.681
Santa Catarina	960.932	1.421.887	62.144

³³ Os critérios neste documento aplicam-se a todas as empresas que trabalhem com trabalho contratado (fazendas, plantações, fábricas, indústrias manufatureiras, etc.) uma vez que há critério específico de *Fair Trade* para cada produto que exista na empresa (Fairtrade International, 2006.p. 2).

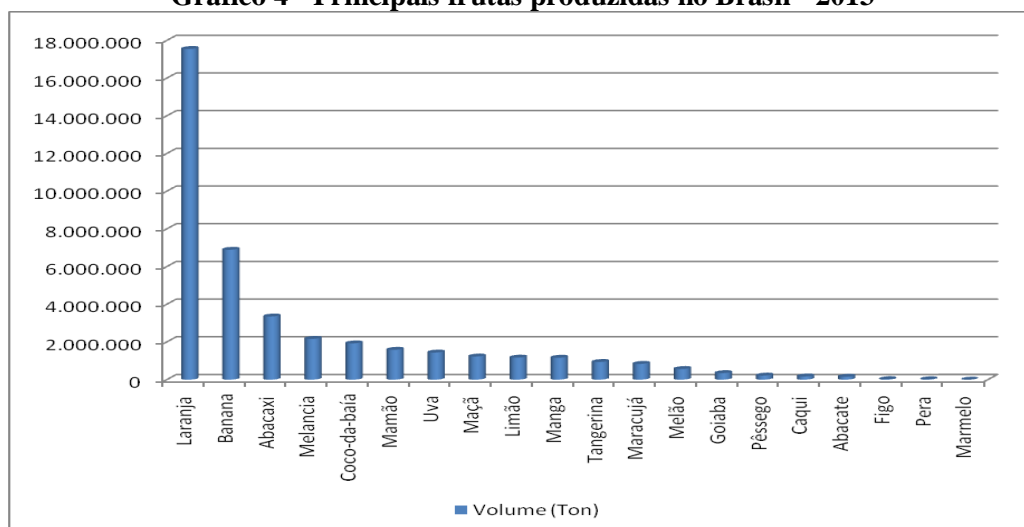
Principais Estados Brasileiros Produtores de Frutas Frescas em 2013
(continuação)

Ceará	1.037.947	1.303.688	125.998
Pernambuco	1.546.117	1.185.851	71.059
Espírito Santo	745.626	1.086.471	47.693
Outros	4.300.862	6.242.489	407.154
Brasil (Total)	23.060.569	41.762.071	2.051.657

Fonte: IBRAF (2015).

Verifica-se que a produção de frutas frescas está presente em todos os estados brasileiros, a maioria no interior do País, apresentando uma elevada diversidade de espécies cultivadas. Só no estado de São Paulo se concentra 39,19%, na Bahia 11,53% e em Minas 7,14% da produção nacional. O setor frutícola se destaca como um dos que mais geram empregos e renda no agronegócio nacional (IBRAF, 2015). O setor é responsável pela geração de 2,5 milhões de empregos – sendo que parte dessa assimilação se concentra na colheita (ANUÁRIO BRASILEIRO DE FRUTICULTURA, 2013). No Gráfico 4 apresentam-se as principais frutas e sua distribuição relativa à área produzida por estados.

Gráfico 4 - Principais frutas produzidas no Brasil - 2013



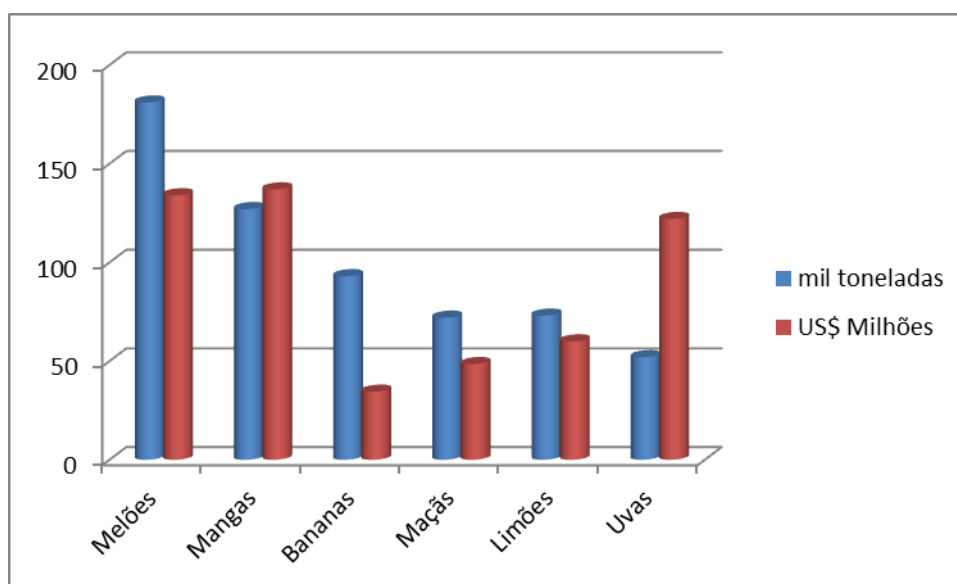
Fonte: IBRAF (2015).

A produção das frutas brasileiras possui dois modos comerciais: 47% dessas são comercializadas in natura, como ingredientes e doces, sorvetes, sucos e outras guloseimas, e ainda como receitas gastronômicas, das mais simples às mais sofisticadas e 53% destinam-se ao processamento agroindustrial (BRAZILIAN FRUIT, 2014). O destaque é para os sucos e as polpas, que podem ser consumidos diretamente ou utilizados como ingredientes de produtos diversos. Outras formas de oferta são as minimamente processadas e as desidratadas

(ANUÁRIO FRUTICULTURA, 2014). Do total da produção, apenas em torno de 3%, do que se colhe é exportado, apesar de ocupar o terceiro lugar no ranking mundial de produção (IBRAF, 2015).

Segundo o IBRAF (2015), os principais países importadores das frutas frescas brasileiras, em 2013, foram a Holanda com 275 mil toneladas, correspondendo a US\$ 275 milhões; Reino Unido com 126 mil toneladas, correspondendo a US\$ 131 milhões e a Espanha com 92,5 mil, correspondendo a US\$ 71 milhões. As principais frutas exportadas estão apresentadas no Gráfico 5 a seguir.

Gráfico 5 - Principais frutas frescas exportadas pelo Brasil em 2013



Fonte: IBRAF (2015).

Os resultados apresentados acima refletem a liderança do Estado do Ceará na exportação de melão, representando 147,5 mil toneladas, enquanto a Bahia se sobressai na exportação de manga, em que arrecadou no mercado internacional US\$ 130,3 milhões.

A região brasileira, que mais se destacou em 2013, em valores (US\$ bi) de exportação, foi o Sudeste (2,4), em sequência, o Nordeste (0,8), Sul (0,26) e Norte (0,05). O Centro-Oeste não apresentou exportação de frutas neste período (BARROS; ADAMI; ZANDONÁ, 2013).

A fruticultura brasileira é um setor no qual predomina a pequena escala de produção (Tabela 7) e, especialmente, depende de mão de obra do plantio até o beneficiamento do produto (SOARES; BORGATO, 2012). De acordo com os autores, os pequenos produtores de

frutas enfrentam alguns obstáculos, tais como: a dificuldade de acesso a crédito, a mercados e as tecnologias de produção mais modernas que poderiam elevar a qualidade e a produtividade de suas safras. Ainda, os referidos autores destacam que, também, há vantagens na agricultura familiar, em especial, no que diz respeito à mão de obra familiar, quanto ao comprometimento, à disponibilidade e flexibilidade para se adaptar melhor às condições de manejo e sazonalidade da produção do que a mão de obra contratada.

Referentes aos números de estabelecimentos dedicados à agricultura familiar, no Brasil, existem 4.367.902, e o país possui 13.048.855 pessoas ocupadas em estabelecimentos familiares (BRASIL, 2006).

Tabela 7 – Participação da pequena propriedade na produção de frutas frescas por espécie

Região	Frutas	Tamanho da propriedade	% do total de estabelecimentos	% do total produzido
Sudeste (até 50 ha)	Laranja	Pequena	99%	62%
	Manga, uva, banana e mamão	Pequena	100%	100%
Sul (até 50 ha)	banana, laranja e uva	Pequena	100%	100%
	Maçã	Pequena	98%	64%
Nordeste (até 200 ha)	Manga, uva, banana e mamão	Pequena	100%	100%

Fonte: Soares e Borgato (2012)

No Sudeste, mesmo o percentual de estabelecimento de propriedades de pequeno porte sendo significativo, as médias e grandes empresas representam 38% do total produzido. De acordo com os autores, apenas 1% do total de unidades de produção, está direcionado para atender à indústria paulista de sucos.

Já, referente à Região Sul, os mesmos autores sinalizam que um dos fatores determinantes dessa estrutura é a organização dos produtores em associações e cooperativas, o que favorece a compra de insumos mais baratos e a venda em maior escala e a obtenção de melhores preços. A maçã é outra fruta de destaque na região, especialmente em Santa Catarina e Rio Grande do Sul. O Estado de Santa Catarina é o maior produtor de maçã. Nesse, destacam-se os municípios de Fraiburgo e São Joaquim; ambos possuem escala de produção diferenciada. Em Fraiburgo, prevalecem as grandes empresas produtoras e, em São Joaquim, sobressaem-se as pequenas propriedades familiares.

Outro polo de fruticultura importante no Brasil se encontra no Nordeste, o denominado Vale do São Francisco (VSF). Nesse, desenvolve-se a produção baseada em alta

tecnologia para a obtenção de frutas de elevada qualidade, direcionadas ao mercado externo, mais especificamente, à Europa e aos Estados Unidos. As frutas em destaque são a uva de mesa e a manga. A Bahia é um dos estados integrantes do VSF que apresenta posição relevante na produção mundial de frutas. O Estado é o 1º produtor nacional de coco, manga, guaraná, cacau, mamão, maracujá, pinha e graviola; o 2º produtor nacional de laranja, banana e melancia; o 3º produtor nacional de limão e melão; o 4º produtor nacional de abacaxi, caju, marmelo e goiaba e o 6º produtor nacional de uva e maçã.

Na pesquisa realizada por Soares e Borgato (2012), não há referência à Região Norte e Centro-oeste, em se tratando de frutas. No entanto, cabe ressaltar que, de acordo com a Secretaria de Estado da Agricultura - SAGRI (PARÁ, 2010), dos estados da região Norte, o Pará é o que mais se destaca na produção de frutas tropicais (regionais e exóticas), sobressaindo, dentre as regionais, o açaí e o cupuaçu e, entre as exóticas, o abacaxi, o maracujá e a laranja. Em 2010, a área cultivada da fruticultura atingiu aproximadamente 251 mil hectares.

Referente ao Centro-oeste, uma das suas principais características do agronegócio é possuir uma caráter patronal, baseado na grande propriedade e na produção voltada para exportação, em especial de grãos (GUILHOTO et al, 2007). Quanto às frutas, a região é caracterizada pela produção de frutas nativas, tais como: o abacaxi do cerrado, amora preta, araçá, babaçu, buriti, dentre outros (VIEIRA et al, 2006).

4.3 A Certificação Fairtrade nas Frutas Frescas Brasileiras

Segundo a *Fairtrade Internacional* (2012c), frutas frescas são todas as variedades de frutas *in natura*, para as quais preços de *Fairtrade* existam.

Atualmente, a categoria de frutas frescas, transacionada por meio do *Fairtrade*, compreende os seguintes produtos:

- Citrus: laranjas, limões, limas e tangerinas;
- Frutos tropicais: abacate, manga, abacaxi e melão;
- Frutas de espécies temperadas ou caducifólias: maçã, uva, pera e ameixa.

Eles dividem, mais especificamente, o universo das frutas no seguinte modo:

- 1) Citrus
 - a) *soft citrus* são considerados todas aqueles citrus com casca não aderente e podem ser descascadas com a mão, onde entram: satsumas (Citrus

unshiu Marcow), clementinas (*Citrus clementina* Hort. ex Tan.), mandarinas comuns (*Citrus deliciosa* Ten.) e tangerinas (*Citrus tangerine* Hort. ex Tan.), bem como suas híbridas;

- b) laranjas para suco: todas aquelas voltadas para produção de suco dentre as quais as variedades pera e seleta, da terra, valência.
- 2) Frutos decíduos, que vêm de plantas caducifólias - perdem as folhas no outono/inverno: maçãs e peras são consideradas pomóideas, enquanto os damascos, pêssegos, cerejas, ameixas e nectarinas são frutos de caroço.
- 3) Uvas

A banana é um dos produtos mais comercializados na rede *Fairtrade*; no entanto, apesar de ser classificada como um fruto, não está presente na categoria frutas frescas da *Fairtrade International*. Isso porque, segundo Jose Gomez³⁴, oficial de campo *Fairtrade* e Marco Coscione³⁵, Coordenador de Gestão de Recursos e Incidência da CLAC, é um produto de *market share amplo* na rede *Fairtrade*, possuindo características específicas na comercialização. Ainda, destaca Gomez que "a banana é uma fruta estrela na rede *Fairtrade*", juntamente com o café e o cacau, representam quase 80% dos produtos comercializados na rede.

Tratando-se da categoria frutas frescas, para satisfazer as exigências do mercado e da perecibilidade dos produtos nesse setor, a *Fairtrade International* reconheceu a necessidade de se estabelecer normas para as organizações de agricultores e para as empresas agrícolas.

O critério específico desses produtos aplica-se para todos os produtores e países, para os quais um preço e/ou prêmio de *Fairtrade* é definido. Entretanto, o âmbito é limitado a determinados tipos de organizações em situação de trabalho contratado.

Dos estados brasileiros, atualmente, apenas Pernambuco, Bahia, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, São Paulo, Paraná e Amazônia, são integrantes da rede *Fairtrade* de Frutas Frescas brasileiras certificadas. Esses produzem e exportam os seguintes produtos: manga, abacaxi, limão e laranja para suco (FLO-CERT, 2015). A Figura 10 a seguir apresenta a distribuição no Brasil desses produtos.

O Estado do Rio Grande do Norte já possuiu a maior diversidade de produtos com o selo *FAIRTRADE*. A certificação atingiu os seguintes produtos: melão, abacaxi, coco, limão, castanha de caju e mel. O produto pioneiro é o melão, o qual foi certificado em setembro de

³⁴ Entrevistado em 05 e 17/09/14.

³⁵ Entrevistado em 16/09/14.

2009; hoje, porém, o Estado certifica apenas o abacaxi. No Estado de Pernambuco, o destaque é para a manga. No estado do Rio Grande do Sul, no Paraná e em Santa Catarina, o destaque é para a Laranja. No Pará, a pioneira e mais recente obtenção de certificação é o Açaí.

Figura 11 – Distribuição dos estados brasileiros integrados à Rede *Fairtrade* de Frutas Frescas



Fonte: Adaptado de FLO Cert (2010, 2012, 2013 e 2014a).

Esta pesquisa contempla todas as organizações produtores que constam na lista FLO-Cert na categoria frutas frescas, entre o período de 2010 e 2014. No entanto, destaca-se que as organizações: ECOCITRUS, ACIPAR, COAGROSOL, COCAMAR e COOPERSANTA não exportam laranja *in natura* na rede *Fairtrade* e sim o suco; porém, elas são registradas em duas categorias; a de frutas frescas e sucos. Isso porque, segundo Jackeline Uliana Donna³⁶, Oficial de campo *Fairtrade*, no ato da solicitação do registro *Fairtrade*, as referidas organizações solicitaram tanto certificação para a laranja produzida como para o suco da fruta. Desse modo, as organizações estão aptas a exportar pela rede tanto a laranja *in natura* bem como o seu suco. Ela ainda pontuou que, para comercializar os dois produtos na rede, as

³⁶ Entrevistado em 16/09/14

organizações pagam uma taxa adicional. O mesmo acontece com o açaí da COPAVEM, que tem sinalização de venda, na rede, para polpa do fruto e não *in natura*; no entanto, a cooperativa está registrada na *Fairtrade Internacional* para a venda tanto *in natura* como para polpa.

4.4 Organizações de Pequenos Produtores e Empresa Agrícola da Rede Fairtrade de Frutas Frescas Brasileiras

Nesse item, serão apresentadas as organizações associações /cooperativas /empresa agrícola) certificadas, ou que já tiveram a certificação pela rede *Fairtrade* de Frutas Frescas no Brasil, no período entre 2010 e 2014, com exceção da Associação dos Produtores Rurais do Núcleo VI, que não está na lista FLO-Cert, no referido período, mas, devido a sua importância, como pioneira, no Vale do São Francisco, decidiu-se inseri-la no estudo. O universo das organizações de produtores, pesquisadas, corresponde a 100% das que contém o registro da *Fairtrade Internacional* e que constam na lista de operadores da FLO-Cert, no período proposto. Na pesquisa, são contempladas uma empresa agrícola, nove cooperativas e três associações de pequenos produtores.

Para Ménard (2011), um dos fatores que determina a sobrevivência e a estabilidade da governança híbrida é a sua capacidade de mobilizar os parceiros certos, para reduzir os riscos de oportunismo, ampliar a capacidade de arbitrar os conflitos e, com isso, minimizar as tensões entre as partes. Por isso, faz-se necessário analisar como as organizações produtoras da rede Frutas Frescas Brasileiras ingressaram na rede, bem como os seus objetivos iniciais.

4.4.1 Empresa Agrícola Pritam Frut e Exportação LTDA

A Pritam Frut e Exportação LTDA é uma empresa localizada na cidade de Casa Nova – BA. Foi fundada em 2009, com o objetivo de produzir e comercializar frutas frescas. Ela possui *packing house* com câmara fria. Atualmente, a empresa tem como atividade a produção de manga (65 ha) das variedades: Tommy Atkins, Haden, Kent, e Keitt e lima ácida "limão" (49 ha), da variedade Tahiti. Esses produtos são destinados principalmente ao mercado externo (em torno dos 95%).

A quantidade de trabalhadores contratados pela empresa oscila ao longo do ano, isso de acordo com a safra ou período sazonal, atingindo de 80 a 120 empregados. No momento da

pesquisa, estavam contratados apenas 46 trabalhadores, pois correspondia ao período de entressafra.

Em 2006, a empresa Pritam Frut fundou a Associação dos Funcionários da Pritam Frut Exportacao Ltda - ASFRUT, uma associação dos trabalhadores rurais, com o intuito inserir-se na rede Fairtrade, pois este por sua vez, como já mencionado, é o primeiro requisito do *Fairtrade* "que os produtores ou trabalhadores rurais estejam organizados em cooperativas ou associações". O interesse em ingressar nessa rede ocorreu a partir de indicações dos clientes internacionais e de análises de mercado feitas pelos seus *traders*, os quais sinalizaram que produtos com o selo FAIRTRADE configuravam um cenário promissor no mercado europeu, tendo em vista a crescente demanda de consumidores mais conscientes por produtos que adotem medidas socioambientais no seu processo de produção e distribuição. Para tanto, a empresa teria que se adequar aos Protocolos da União Europeia, os quais desde 1999 vêm normatizando e ampliando a cooperação internacional entre os países em desenvolvimento e a União Europeia. Um dos exemplos de desenvolvimento mediante relações de troca e oportunidades comerciais melhoradas, com o intuito de minimizar as diferenças entre países desenvolvidos e em desenvolvimento é o Comércio Equitativo (*Fair Trade*).

4.4.2 Associação de Pequenos Produtores “Manga Brasil”

A Associação de Pequenos Produtores “Manga Brasil” encontra-se instalada no Perímetro Público Irrigado de Maniçoba, a 35 quilômetros do centro de Juazeiro/Bahia. O Perímetro foi implantado em 1981 pela Companhia de Desenvolvimento do Vale do São Francisco e Parnaíba – CODEVASF, e localiza-se no trópico Semiárido do Nordeste, município de Juazeiro/Bahia, com coordenadas geográficas 9°16” de latitude e 40°16’ de longitude, à margem direita do rio São Francisco, em uma altitude de 360 metros acima do nível do mar.

A Associação foi criada em 2004, com 121 associados. Atualmente, a associação possui 68 associados e produzem em uma área irrigável de 440 hectares, sendo 330 de manga e 110 hectares distribuídos com produção de coco, maracujá e limão. Ela possui um *packing house* de 660 metros quadrados de área construída.

A organização dos produtores em associação e a infraestrutura foram obtidas por meio da iniciativa dos produtores associados, de envolver as organizações: CODEVASF, SEBRAE-BA e Plano Territorial de Qualificação (PLANTEQ), no processo de formação da

associação e de comercialização, esta última tida, pelo pequeno grupo de produtores, como um gargalo para o desenvolvimento da mesma. Inicialmente, o objetivo de formar a associação foi estabelecer um contato direto entre o produtor e o comprador, saindo da dependência de atravessadores e das instabilidades do mercado.

O apoio e a parceria das organizações, mencionadas anteriormente, trouxeram uma nova dinâmica para os produtores do perímetro de maniçoba, pois, além da organização em associação, promoveu doações físicas, tais como: contentores, ampliação e reforma da sede, *packing house* e câmara fria; também, foram cedidos à associação, recursos humanos para gerir a mudança estrutural e operacional da empresa, em destaque, a disponibilização de assistência técnica com exclusividade.

Após a parceria, os canais de comercialização se ampliaram; a princípio, a expansão foi no mercado interno, atingindo os mercados locais e Centrais de Abastecimento (CEASAS) de outros estados: Brasília, Belo Horizonte, São Paulo, Curitiba, Vitória do Espírito Santo, Minas Gerais e Rio Grande do Sul. A primeira venda para outros estados foi em 2005, por meio da Bolsa de Mercadoria de Pernambuco. Já, em 2007, a projeção comercial da associação foi no mercado externo, mais especificamente para Holanda, por meio da rede *Fairtrade*.

De acordo com a técnica da Manga Brasil, a associação teve como sua primeira empresa importadora a AGROFAIR, que é empresa importadora e distribuidora de produtos do *Fairtrade*. Ela foi fundada, em 1996 nos países baixos, com o objetivo de inserir o conceito de Fairtrade no mercado europeu, a princípio por meio de um único produto, a banana (AGROFAIR, 2014). Atualmente, atua na comercialização de diversas frutas frescas e sucos, tendo como cerne das transações comerciais os princípios *Fairtrade*. Sua sede é na Holanda, mas está presente em diversos países: EUA, Reino Unido e Luxemburgo. Ela é licenciada pela Associação Max Havelaar da França (BOUROLLEC, 2010).

Contudo, por meio da rede *Fairtrade*, as organizações Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e Parnaíba - CODEVASF, que fornece apoio na área comercial, organizacional, produtiva e estrutural, por meio da Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER) e Serviço Brasileiro de apoio às Micros e Pequenas Empresas - SEBRAE/PE, atuando nas capacitações dos produtores, na promoção da Manga Brasil em feiras de negócios e promoveu a participação da mesma em rodadas de negócios, para que as empresas negociem os seus produtos. Posteriormente, em 2007, a ONG Visão Mundial, por meio da Ética Comércio Solidário, entrou no processo como *trader*, realizando as transações comerciais entre a referida associação e importadores e orientando os produtores quanto aos

critérios de conformidade da FLO-Cert e apoiando nas exportações de 2007 e 2008, na organização das rotinas administrativas da pauta exportação de frutas frescas. Em suma, essas organizações SEBRAE/PE, CODEVASF e Visão Mundial atuaram juntas na inserção e adequação da Associação Manga Brasil na rede.

4.4.3 Cooperativa Agroextrativista do Marajó - COPAVEM

A Cooperativa agroextrativista do Marajó - COPAVEM foi impulsionada a participar da rede *Fairtrade*, por meio do SEBRAE/PA, tendo em vista que os produtores da Cooperativa já estavam capacitados e estruturados para fornecer o açaí orgânico, pois a mesma é integrante do projeto do SEBRAE/PA, “Desenvolvimento da Cadeia Produtiva do Açaí nas Regiões de Belém e Marajó e do Programa de Alimento Seguro - PAS Açaí”. Esse Programa é uma iniciativa do SEBRAE e outras entidades do Sistema S (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI, Serviço Nacional de Aprendizagem Rural - SENAR, Serviço Nacional de aprendizagem Comercial - SENAC e Serviço Social do Comércio - SESC).

A primeira certificação da COPAVEM de açaí orgânico pela Inspeções e Certificações Agropecuárias e Alimentícias - IBD foi em 2013, conforme apresentado anteriormente.

. Essa certificação estimulou os produtores e os gestores institucionais a buscarem a certificação *FAIRTRADE*, que ocorreu em março de 2014. Ressalta-se que a COPAVEM é a primeira cooperativa de pequenos produtores, no mundo, a obter o selo *FAIRTRADE* na produção de frutos açaizais nativos. Segundo Mauro Pereira³⁷, analista do SEBRAE/PA e gestor do projeto Cadeia Produtiva do Açaí na Região Metropolitana e Marajó, isso ocorreu com o objetivo de ampliar as oportunidades, atingindo novos mercados.

A COPAVEM não possui agroindústria para beneficiamento do açaí. Assim, essa função é exercida pela empresa BioEcoBrazil, que beneficia o açaí, produzindo a polpa e o fruto em pó liofilizado. A referida empresa foi certificada como *trader* pela FLO-CERT, também em 2014.

Ainda, o entrevistado destacou que, por enquanto, nenhuma transação comercial foi realizada, porque a safra do açaí no Estado do Pará começará no final de agosto. Desse modo, só a partir desse momento, é que existirão negociações, com o apoio do SEBRAE/PA, entre a COPAVEM e a BIOECOBRAZIL e entre a agroindústria e os prováveis importadores

³⁷ Entrevistado em 18/08/14.

internacionais da rede *Fair Trade*. Também ele mencionou que, antes de a COPAVEM ser certificada, o Japão, países da Europa e Estados Unidos já sinalizavam interesse no açaí brasileiro.

4.4.4 Cooperativa de Desenvolvimento Agroindustrial Potiguar - COODAP

A Cooperativa de Desenvolvimento Agroindustrial Potiguar - COODAP, localizada em Pau Branco no Estado do Rio Grande do Norte, onde vivem três mil famílias, depende exclusivamente da agricultura familiar e teve sua inserção na rede *Fair Trade*, impulsionada pelo SEBRAE/RN em 2009.

A ideia da certificação do melão nasceu em 2005 durante visita à Fruit Logística, maior feira mundial de negócios da fruticultura em Berlim (Alemanha). A partir dali, verificou-se a possibilidade de trabalho com comunidades rurais com o foco no *Fair Trade*, experiência em crescimento na Europa (ARAÚJO, 2009). Essa ação foi fundamental, pois ela sinalizou o potencial dos produtores e a qualidade do melão da Região de Pau Branco/ RN, e os capacitou para o mercado externo, desde a organização dos produtores, em cooperativa, no início com um total de 20, até as primeiras vendas internacionais. Isso por meio de cursos de capacitação de boas práticas agrícolas e técnicas de negociação para a obtenção da certificação *Fairtrade*.

De acordo com Araújo (2009), o investimento do SEBRAE/RN para a certificação do melão de Pau Branco foi de R\$ 40 mil, acrescidos de outros R\$ 30 mil que vieram do SEBRAE Nacional e a Prefeitura de Mossoró aportou R\$ 7 mil no projeto. Os recursos serviram para ações, como capacitações, missões e consultorias.

Segundo o gerente de negócios da COODAP, Ubiratam Carvalho³⁸:

O selo atestou oficialmente a qualidade do nosso melão, a sustentabilidade de nossas lavouras e o respeito aos direitos das crianças e trabalhadores, após três anos de cursos e adequações em suas propriedades, já eram cumpridos. O empenho fez da COODAP o primeiro caso em todo o mundo de um grupo produtor de melão com a certificação.

³⁸ Entrevistado em 22/08/14.

4.4.5 Cooperativa de Agricultores do Fruto da Paz - COOAPAZ

A Cooperativa de Agricultores do Fruto da Paz - COOAPAZ do Rio Grande do Norte possui o selo *FAIRTRADE* para comercializar os seus produtos (abacaxi, coco e limão), sendo pioneiro na certificação dessas três frutas no estado. Assim como na COODAP, o SEBRAE/RN teve um papel importante na inserção da COOAPAZ na rede *Fairtrade*, por meio das mesmas ações. De acordo com Franco Marinho Ramos³⁹, consultor SEBRAE/RN, a referida instituição atuou junto aos produtores desde a sua organização em cooperativa, até adequá-la as conformidades de produção e comercialização exigidas pela FLO-Cert. No que compete à organização dos produtores em cooperativa, instituições públicas foram essenciais, tais como: O Ministério de Desenvolvimento Agrário (MDA) e a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA).

A cooperativa foi criada em 2008. De acordo com o presidente José Manoel do Nascimento⁴⁰, o intuito inicial era organizar produtores para minimizar problemas na comercialização dos seus produtos. A COOAPAZ é formada por famílias dos assentamentos Fazenda Paz (Maxaranguape) e Nova Dimensão (Rio do Fogo). No total, os dois assentamentos somam 120 hectares de cultivo, dos quais 100 são dedicados ao plantio de frutas. Na área restante, a produção é voltada para a subsistência das famílias assentadas, com o cultivo de feijão, hortaliças, jerimum, macaxeira e batata doce. Atualmente são 80 cooperados.

Segundo Franco Marinho, a COOAPAZ, apesar de todas as adequações para atender às exigências da rede *Fairtrade*, ainda, não fez nenhuma venda pela rede e nem tem previsão,

isso por dois motivos, primeiro, porque o preço do mercado interno está mais atrativo do que o internacional e segundo, a cooperativa está passando por um processo de estruturação interna.

Ele reforça que esses fatores dificultariam a sua permanência na rede. Corroborando com essa ideia, o presidente entrevistado aponta que

hoje não teríamos condições de entrar na rede *Fair Trade*, pois a falta de uma compreensão, por parte dos cooperados, do que é o

³⁹ Entrevista realizada em 05/09/14.

⁴⁰ Entrevista realizada em 06/11/14.

associativismo e cooperativismo tem prejudicado a expansão comercial da COOAPAZ.

4.4.6 Associação dos Pequenos Produtores Rurais do Projeto Nilo Coelho - Núcleo VI

A Associação dos Pequenos Produtores Rurais do Projeto Nilo Coelho - Núcleo VI, está situada em Petrolina, num dos perímetros irrigados do Vale do São Francisco (VSF), mais especificamente no Perímetro Irrigado Senador Nilo Coelho. A criação da associação do Núcleo VI é fruto de uma ação governamental que incentivava a organização dos produtores (colonos) em associações ou cooperativas com o apoio da CODEVASF - que disponibilizava treinamento e equipamentos para o início do funcionamento dessas organizações (RIBEIRO; NASCIMENTO; SILVA, 2013).

Todos os perímetros irrigados do VSF vivenciaram a experiência de constituição de associação/cooperativas agrícolas para a comercialização da produção de frutas e verduras, com o apoio direto da CODEVASF e do Banco do Nordeste (BNB) (RIGO; ALMEIDA, 2009). Também destaca-se a atuação de um grupo de mulheres, esposas de agricultores do Núcleo VI, que visavam organizar a produção e a comercialização dos seus produtos e buscaram apoio de órgãos públicos para criar a Associação. Assim, com o apoio da CODEVASF, SEBRAE/PE, e o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAE) e prefeitura da Cidade de Petrolina, a Associação do Núcleo VI foi fundada em 1999.

No início, eram apenas 40 associados que visavam, por meio da associação, obter serviços que pudessem contribuir para o fomento e racionalização das atividades econômicas, sociais, educacionais e culturais. Além desses objetivos, atualmente, ressaltou Joelma Fabiana Barros da Silva⁴¹, Gerente Financeira e Administrativa, os associados visam

agregar valor ao nosso produto de forma percebida para que possamos ser eficientes não apenas no início da cadeia produtiva, mas ao longo de todo o processo.

A associação possui um *packing house* e uma câmara fria para realizar o beneficiamento da manga *in natura*, os quais foram obtidos, em 2006, por meio do Ministério da Ciência e Tecnologia, em parceria com o SEBRAE/PE e o Instituto Xingó.

⁴¹ Entrevistada em 10/09/14.

Referente à sua inserção na rede *Fairtrade*, segundo Eliete Ferreira Souza⁴², secretária executiva, o primeiro contato foi numa Rodada de Negócios, realizada na Feira Nacional da Agricultura Irrigada, em 1997, por meio de um consultor do SEBRAE e empresário da Pillar Consultoria. Após o primeiro contato, o SEBRAE/PE capacitou quatorze associados para a exportação da manga e também financiou 75% da certificação *Fairtrade* dos produtores. O restante dos produtores obteve financiamento da empresa Pillar Consultoria para acessar a certificação. Ela destacou que,

sem a ajuda do SEBRAE e a da PILLAR, não seria possível a nossa entrada na rede Fair Trade.

No primeiro ano de certificação, foi realizada a primeira venda de um contêiner, correspondendo setenta toneladas de manga, nos outros dois anos foram enviados quatro contêineres. Todo trabalho de beneficiamento do produto foi manual, e isso configurava um grande desafio, pois ao chegar no mercado externo, nas gôndolas dos supermercados, a nossa manga concorria com outras mangas que não possuíam o selo *FAIRTRADE*, mas que foram beneficiadas em *packing house*. A nossa manga por possuir o selo, era mais cara do que a convencional, no entanto, tinha que se apresentar vistosa, para se tornar atrativa ao consumidor.

4.4.7 Cooperativa dos Agropecuaristas Solidários de Itápolis – COAGROSOL

Essa cooperativa está localizada na cidade de Itápolis/SP. Segundo Reginaldo Valentim⁴³, gerente de negócios, ela tem a sua origem em uma crise do preço da laranja na região, em 1999, devido ao excesso de produção, momento em que a indústria pagava muito pouco por essa laranja. Nesse contexto, os produtores fizeram um protesto, no Vale do Anhangabaú, levando para lá 400 toneladas de laranja para distribuir gratuitamente para a população. Esse ato teve uma repercussão internacional, ao ponto de despertar nas lideranças do *Fairtrade* o interesse de inserir os produtores de laranja da região de Itápolis/SP na exportação de suco de laranja certificada.

Segundo o *Business Sustainability Development - BSD* (2014), a história da Coagrosol está diretamente ligada à origem do suco de laranja na rede *Fairtrade*, quando um grupo de ONGs alemãs cooperou com um grupo de trabalhadores rurais do Sindicato dos trabalhadores Itápolis, em uma campanha para eliminar o trabalho infantil das plantações no Brasil. Junto com os esforços da União dos Trabalhadores, produtores se uniram e criaram, em 1996, a

⁴² Entrevistada em 13/02/14.

⁴³ Entrevistado em 16/09/14.

Associação Brasileira dos Citricultores (ABRACITRUS), com o objetivo de obter mais independência em relação ao mercado, que é dominado pelas grandes indústrias, essas representadas pela Associação Brasileira dos Exportadores de Cítricos (ABECITRUS).

Como alternativa de escoar a produção de 1999/2000, por meio da ABRACITRUS, os produtores de laranja se organizaram e formaram a COAGROSOL, essa com capacidade jurídica de comercializar os seus produtos (PIGOSSI; SOUZA, 2005). Em 2000, foram efetivadas as primeiras vendas na rede *Fairtrade*, com a Max Havelaar da Suíça (BSD, 2014)

No início, eram apenas 35 cooperados. Atualmente, a COAGROSOL possui 120 cooperados, destes 59 são certificados pela rede *Fairtrade*. O processamento da laranja, para a produção do suco, é terceirizado; a indústria que processa é a Citrosuco. Suco de laranja exportado com o certificado *Fairtrade* representa 46% da receita total de Coagrosol. O gerente de negócios destaca ainda:

A COAGROSOL exporta o suco, sem intermediários no processo. Com isso cada caixa com quase 41 quilos da fruta é vendida a US\$ 6, até 71% a mais do que o valor médio de mercado, que vai de US\$ 3,50 a US\$ 4,50. “Passamos a acreditar novamente na atividade e a vislumbrar a possibilidade de diversificar”. Hoje, produzimos também manga, goiaba e limão, além de legumes. Todos com a certificação *Fairtrade*.

Ressalta-se que a referida cooperativa se enquadra em organizações que fazem uso de mão de obra assalariada e, por isso, foi criada a Associação do Conselho de Representantes do Mercado Solidário de Itápolis e Região (ACREMIR) para atender às exigências da *Fairtrade Internacional*, quanto ao recebimento e à gestão do prêmio *Fairtrade*.

4.4.8 Cooperativa de Agricultura Familiar e Solidária do Paraná - COACIPAR

É uma cooperativa de produtores de laranja, localizada em Paranavaí na região noroeste do estado do Paraná, que congrega produtores e agricultores dedicados ao plantio e colheita da laranja. Ela desenvolve e apoia os processos de produção agroecológicos, como também, as formas de comercialização do Fair Trade. Ela foi criada em 2011; no entanto, tem a sua origem na Associação dos Citricultores do Paraná, fundada em 1995, a qual, no início, representava grandes produtores de laranja que buscavam unificar os citricultores da região de Paranavaí no estado do Paraná.

Essa associação foi a primeira de citricultores a entrar na rede *Fairtrade*, por meio de um projeto piloto de suco de laranja do *Fair Trade* desenvolvido pela Max Havelaar Suíça; a priori, o objetivo era ajudar os colhedores de laranja da região, os quais trabalhavam nas lavouras, em péssimas condições. Assim, a ACIPAR, por meio do Projeto Fair Juice⁴⁴ "Suco Justo", iniciado em 1999, passou a fornecer suco de laranja na rede *Fairtrade*.

De acordo com Vanusa Gonçalves Toledo⁴⁵, gerente geral da COACIPAR, em 2000, a Fairtrade Internacional solicitou a criação de uma organização que representasse os colhedores de laranjas, com o intuito de repassar o prêmio do *Fairtrade*, este, até então, era administrado pela Prefeitura Municipal de Paranavaí. Desse modo, foi criada, no mesmo ano, a Associação dos Representantes dos Produtores e Colhedores de Laranja do Noroeste do Paraná (ARPROCLAN).

A entrevistada, ainda, destaca que, durante os anos de 1999 a 2008, as laranjas processadas e exportadas pela empresa Paraná Citrus S.A, vinculada à Cocamar Cooperativa Agroindustrial e, atualmente, essas funções são executadas pela Citri Agroindustrial S.A, criada por alguns dos associados da ACIPAR.

Como a ACIPAR representava, como já mencionado, grandes produtores, um grupo de importadores, em um determinado momento, recusou-se a comprar o produto da associação, com a justificativa de que o *Fairtrade* tem por princípio favorecer os pequenos produtores e não a grandes empresários. Também outras cooperativas da região começaram a alegar a desvantagem competitiva frente à ACIPAR. Vanusa frisou que, dado o interesse da ACIPAR em continuar fazendo parte da rede *Fairtrade*, em 2007, a associação decidiu representar apenas os citricultores de pequeno e médio porte, abrangendo apenas aqueles com área inferior a 72 hectares. Desse modo, os grandes deixaram de ser associados, restando apenas os de pequeno e médio porte. A certificação da *Fairtrade International* passou de organização dependente de mão de obra assalariada para uma organização de pequenos produtores.

Visando comercializar os seus produtos, a ACIPAR passou a ser uma cooperativa, denominada de COACIPAR. Atualmente, a cooperativa tem 59 cooperados e, segundo

⁴⁴ Projeto piloto da FLO - Fairtrade Labelling Organization – que envolve produtores de laranja residentes em Paranavaí/PR. O projeto viabiliza a comercialização na Alemanha, na Suíça e na Áustria, do suco de laranja produzido pela Paraná Citrus S/A, sendo gerenciado pelo Conselho Municipal dos Direitos das Crianças e do Adolescente junto com a Prefeitura Local e monitorado pela B&SD, que faz a "ponte" entre os produtores e o mercado consumidor. Além de fornecer um produto de excelente qualidade (numa pesquisa recente de uma ONG suíça de direitos do consumidor, o suco de Paranavaí foi um dos melhores classificados entre os concorrentes), possibilitou melhorias sociais e a regularização do trabalho dos produtores como um dos requisitos obrigatórios para a obtenção do Selo.

⁴⁵ Entrevistada em 01/09/14.

Vanusa Toledo, com uma lista de 70 produtores querendo ser cooperados; no entanto, "estamos segurando a entrada deles, pois não temos mercado suficiente para todos".

4.4.9 Cooperativa dos Citricultores Ecológicos do Vale do Caí - ECOCITRUS

A Cooperativa dos Citricultores Ecológicos do Vale do Caí - ECOCITRUS está localizada no município de Montenegro situado a, aproximadamente, 70 km de Porto Alegre, com população de 59.415 habitantes. A citricultura é importante para o município, pois essa atividade contribui com uma parcela considerável para o desenvolvimento econômico, refletindo diretamente também sobre os aspectos sociais e ambientais de suas comunidades. Uma referência desse município é a bergamota, descoberta em 1940 e cultivada até os dias atuais.

No município de Montenegro, existem 1300 citricultores, com uma produção estimada de 17.000 kg/ha, 11 produtores de mudas cítricas, conforme informações colhidas junto ao Departamento de Produção Vegetal da Secretaria da Agricultura e Abastecimento no Rio Grande do Sul. Além disso, no segmento do comércio: transportadores de frutas, seis *packing house* e três agroindústrias que geram renda e vários empregos (RIO GRANDE DO SUL, 2012).

A ECOCITRUS, atualmente, possui 101 associados, área total de 840 hectares, área produtiva de 380 hectares, em torno de 350 em citrus. Possui 78 propriedades certificadas pelo *Fair Trade* e orgânico. A produção fica em torno de mil toneladas de mandarina verde e três mil toneladas de frutas cítricas maduras (laranja, mandarina, tangerina, limão) e produz aproximadamente 30 mil litros de sucos por ano (ECOCITRUS, 2014). Os seus produtos são processadas em agroindústria própria, adquirida em 1998, com área de 1,5 mil m² e possui duas câmeras frias. A comercialização dos produtos da cooperativa é feita pela própria, como também esta é responsável pelo beneficiamento das frutas *in natura* e de industrializar os sucos concentrados (ECOCITRUS, 2014).

Ela foi fundada por 20 pequenos produtores de laranjas, que buscavam produzir, atendendo aos critérios da sustentabilidade. Assim, o principal objetivo era produzir e comercializar produtos orgânicos. A entrada na rede *Fair Trade* foi com o "intuito de ampliar os horizontes comerciais da Cooperativa," diz a técnica ambiental, Angélica Kussler⁴⁶. Segundo o gerente comercial internacional, Ernesto Kasper⁴⁷, a ECOCITRUS já

⁴⁶ Entrevistada em 30/04/14.

atuava com a produção agroecológica (100% orgânico), e isso facilitou e motivou a sua inserção na rede *Fairtrade*.

4.4.10 Cooperativa dos Produtores de Frutas do Distrito de Santa Maria COOPERSANTA

A Cooperativa dos Produtores de Frutas do Distrito de Santa Maria - COOPERSANTA - está localizada no município de Alto Paraná/PR e foi fundada em 2007. Segundo Cristielly Alves da Silva⁴⁸, auxiliar administrativo, a cooperativa foi criada por um grupo de colhedores de laranja que, na sua maioria, trabalhava em propriedades dos grandes produtores da ACIPAR. Como já mencionado anteriormente, a ACIPAR, por exigência da *Fairtrade International*, criou a Associação dos Produtores e Colhedores de Laranja, a ARPROCLAN. Essa, durante muitos anos, contratou assistentes sociais que ajudaram os colhedores em suas carências de organização. Essa ação foi fundamental para que os colhedores de laranja comprassem posteriormente as suas terras.

A fundação da COOPERSANTA foi precedida pela associação, composta por vinte e um trabalhadores, chamada Associação Agroindustrial de Santa Maria (AGRISMA). Assim, por meio dessa organização, os colhedores de laranja puderam participar do Projeto Suco Justo (Fair Juice). No entanto, por volta de 2006, a *Fairtrade internacional* determinou que apenas produtores seriam beneficiados no referido projeto, mas que os trabalhadores rurais teriam todo apoio para a obtenção da documentação necessária para conseguir um empréstimo do governo brasileiro, o Banco da Terra, para a compra de uma antiga fazenda de laranja no Distrito de Santa Maria. Sendo assim, visando permanecer na rede Fair Trade, a Associação, em 2007, passou a ser Cooperativa.

O volume total de produção de laranja em 2012 foi de 5.702 toneladas, em que 99% dessa produção foi destinada ao mercado Fairtrade e 1% foi vendida como fruta fresca por meio de programas governamentais. O processamento da laranja é feita pela indústria Citri Agroindustrial S.A, em Paranavaí (BSD, 2014).

⁴⁷ Entrevistado em 16/09/14.

⁴⁸ Entrevistada em 11/09/14.

4.4.11 Associação de Citricultores de Liberato Salzano/RS

A Associação de Citricultores de Liberato Salzano/RS está localizada no município de Liberato Salzano e teve a sua origem na implantação da Indústria de Sucos do Alto Uruguai Comércio, Importação e Exportação LTDA (ISAU) no município; no entanto, segundo Leandro Rubini⁴⁹, tesoureiro e representante, a Associação passou um tempo desativada e em 2011, com o intuito de entrar na rede *Fairtrade*, ela voltou ao seu dinamismo. O entrevistado ressaltou que foi por meio da ISAU que os produtores de laranja tomaram conhecimento da rede *Fairtrade*, e, a partir desse momento, os associados buscaram o *Fairtrade Internacional* para se cadastrarem e obterem informações e treinamentos pela rede. A Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Rio Grande do Sul (EMATER/RS) contribuiu tecnicamente na adequação dos critérios de conformidade na produção exigidos pela rede *Fairtrade*, na fase inicial da relação comercial e continua apoiando os associados na permanência nesse tipo de mercado.

O processamento da laranja é feita pela empresa ISAU; porém, toda negociação na rede é feita pela Associação, desde a busca de importadores ao fechamento de contratos. Atualmente, a Associação possui 86 associados, totalizando uma área de pomar de 400ha.

A referida associação exportou o seu primeiro carregamento de suco concentrado de laranja para a Suíça em novembro de 2012, totalizando 27 toneladas. A negociação foi feita por meio da rede *Fairtrade*, em que o produtor recebeu R\$ 0,26 pelo quilo da fruta. Esse valor representa um acréscimo de 100% em relação aos demais citricultores que irão comercializar a safra no comércio local, visto que estão vendendo a aproximadamente R\$ 0,12 o quilo (MORAES, 2012).

4.4.12 Cooperativa Agroindustrial - COCAMAR

A COCAMAR foi fundada em 27 de março de 1963 com a denominação de Cooperativa de Cafeicultores de Maringá Ltda. reunindo, inicialmente, um grupo de 46 fundadores, todos eles produtores de café. O objetivo era organizar a produção regional, receber e beneficiar o produto. Com o tempo, a cooperativa diversificou os seus negócios, cresceu e hoje está entre as maiores organizações cooperativistas do País, sendo destaque

⁴⁹ Entrevistado em 12/11/2014.

como um grande parque industrial do cooperativismo brasileiro. A sua sede é em Maringá no Estado do Paraná e compreende 54 municípios do norte e noroeste do Estado, contando com 11,8 mil associados que atuam com a produção de soja, milho, trigo, café e laranja. A cooperativa teve um faturamento, em 2012, de R\$ 2,360 bilhões, o dobro em relação a 2010. Referente a laranja, o número de produtores é em torno de 390. Segundo Nerocy M. Filho⁵⁰, responsável pelo setor de comunicação e social, a laranja produzida é 100% designada para produção de suco destinado ao mercado externo.

A COCAMAR definiu em seu planejamento estratégico, entre os anos de 2011 e 2015, que investimentos acentuados são necessários, para tornar o segmento de laranja mais competitivo. No documento, está explícito que, por mais que se invista na área de produção e industrialização, a Cooperativa, ainda, teria problemas na logística, no que tange ao transporte do suco concentrado de laranja. Assim, em 2011, formou-se uma comissão de produtores de laranja, autorizada pelo Conselho de Administração da Cooperativa, para analisar propostas de investidores na atividade de citricultura ou até sua alienação, com poderes para decidir o melhor negócio. Portanto, foi consolidada a alienação da Indústria de Suco Concentrado de Paranavaí, a Paranácitrus S.A, para a empresa *Louis Dreyfus Commodities* (LDC). Desse modo, a COCAMAR vende a laranja produzida para a Louis Dreyfus, e a mesma processa e vende o suco tanto para a rede *Fair Trade* como para outros mercados convencionais.

A COCAMAR ingressou na rede *Fair Trade* em 2012, por meio da iniciativa da *Fairtrade International* de procurá-los e apresentar o que esse mercado diferenciado representava.

De acordo com o coordenador técnico de culturas, Robson Luiz⁵¹, dos 390 produtores de laranja da COCAMAR, 160 se enquadram nos padrões *Fair Trade*: a capacidade de produção anual desses produtores é de 700 a 800 mil caixas de laranja, e quase toda produção é destinada a rede *Fairtrade*.

4.4.13 Cooperativa dos Fruticultores da Agricultura Familiar do Estado do Rio Grande do Sul - COOFRUTAF

A COOFRUTAF é formada por 280 associados, agrupados em 21 grupos de base - grupos organizados, associações e cooperativas, distribuídos em 17 municípios da região do Vale do rio Caí sendo, basicamente, produtores enquadrados como citricultores familiares.

⁵⁰ Entrevistado em 01/09/14.

⁵¹ Entrevistado em 16/09/14.

Ela se caracteriza por ser uma cooperativa, que funciona como instituição “guarda-chuva”, onde as decisões e demandas são tomadas a partir desses grupos de base para depois serem discutidas, avaliadas e implantadas para a totalidade dos demais sócios. Entre os principais objetivos, está o beneficiamento e a venda conjunta da produção de seus associados, agregando mais renda final aos seus sócios. Essa Cooperativa conta, desde julho de 2012, com a certificação de Mercado Justo, a qual agrega a produção dos associados um diferencial de venda de seus produtos e a nível mundial.

Em 2009, com o trabalho de articulação da Ecocitrus, na busca da sustentabilidade da agricultura familiar, em que se mostrou a importância da união para a criação de uma entidade representativa dos produtores de citrus, a Ecocitrus ofereceu prestar serviço na extração de óleo essencial da bergamota verde - esse foi o principal argumento, para que quatro empreendimentos pioneiros - Cooperfrutas, Hortencitrus, Companheiros da Natureza e Associação da Montenegrina de Fruticultores demonstrassem interesse no beneficiamento de óleo essencial cítrico.

Em seguida, no ano de 2010, houve um maior volume de produtores e frutos, e verificou-se novamente um acréscimo dos ganhos obtidos após a venda, em conjunto. Com a difusão desses valores recebidos em comparação aos praticados pelas indústrias da região, surgiu um trabalho de conscientização de uma parcela expressiva de citricultores desta tradicional região produtora, e que, após vários encontros, culminou na criação da cooperativa COOFRUTAF, no dia 5 de setembro de 2011. Ainda sob orientação da ECOCITRUS a COOFRUTAF, em 2012, conseguiu a certificação *FAIRTRADE* da FLO-Cert.

As organizações mencionadas acima apresentaram motivos semelhantes ao ingressarem na rede *Fair Trade*, pois essas buscavam, a *priori*, escoar as suas produções, atingir mercado externo, relacionamento de longo prazo com os compradores e preços atrativos. No entanto, diferem na forma como ingressaram na rede *Fairtrade* e nos apoios que tiveram de agentes externos a rede para se adequarem aos critérios adotados pela *Fairtrade International*.

Uma das características da governança híbrida é que, para enfrentar dificuldades, as organizações podem recorrer a entidades exógenas para facilitar a coordenação e disciplina entre os parceiros (MÉNARD, 2011). Isso se aplica na rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras, por meio da Flo-Cert, a sua atuação está explicitada no item a seguir.

No entanto, é importante destacar que, além das organizações próprias do sistema *Fairtrade*, há outras identificadas na rede *Fairtrade* de Frutas Frescas Brasileiras que, por meio de orientações, treinamentos técnicos e consultorias, foram essenciais para inserção dos

os diferentes níveis de segurança dos alimentos e padrões de qualidade ou de exigências de mercado. A pesquisa concluiu que, na base da pirâmide, a qual era composta por padrões mais gerais, correspondiam às regulamentações públicas; o meio dela está composto por padrões compulsórios privados, como o GLOBALGAP e BRC, entre outros; e no topo, configurando o maior nível de exigências, estão os sistemas dedicados privados, como exemplo, a certificação *Fairtrade*.

A Tabela 8 abaixo apresenta algumas características das organizações produtoras e empresa agrícola certificadas pela FLO Cert, no período entre 2010 e 2014. Lembra-se de que a Associação Núcleo VI não estava incluída na rede nesse período; no entanto, fez parte da pesquisa por ser a pioneira no Vale do São Francisco.

Tabela 8 - Características das Organizações de Produtores e Empresa Agrícola de Frutas Frescas Brasileiras Certificadas pela FLO-Cert

Organizações Produtoras	Ano de fundação	Ano de certificação <i>Fairtrade</i>	Nº de associados / empregados	Produto certificado	Atuação
Associação dos Pequenos Produtores do Núcleo VI	1999	2005	99	Manga	Produtor
COODAP	2009	2009	32 associados	Melão	Produtor
ECOCITRUS	1994	2006	101 cooperados	Laranja e Tangerina	Produtor/ Trader
PRITAM FRUT	2009	2006	80 a 120 empregados (a depender da safra).	Manga e Limão	Produtor
MANGA BRASIL	2004	2007	62	Manga	Produtor
COOFRUTAF	2011	2012	280 cooperados	Laranja e Tangerina	Produtor
COACIPAR	2011	2007	59 cooperados	Laranja/suco	Produtor
COCAMAR	1963	2012	390 cooperados	Laranja	Produtor
COOPERSANTA	2007	2009	58 cooperados	Laranja	Produtor
COAGROSOL	1999	2000	120 cooperados	Laranja/suco	Produtor
COOPAVEM	2005	2014	51 cooperados	Açaí	Produtor
COOAPAZ	2008	2011	90 cooperados	Abacaxi, coco e limão	Produtor
Associação de Citricultores de Liberato Salzano	2011	2012	86 associados	Laranja	Produtor

Fonte: Elaborado pela autora com base na FLO CERT (2010, 2012, 2013 e 2014) e nas pesquisas de campo.

Observa-se que, na rede Fairtrade de Frutas Frescas, quase todas organizações de produção possuem um agente que as auxilia na transação comercial, mais especificamente, no processo logístico de vendas e exportação dos seus produtos. Esse agente é denominado na rede como *trader*. Segundo a lista de operadores da FLO-Cert (2014c), a única organização de produtores que atua também como *trader* é a ECOCITRUS. Conforme apresentado no Quadro 6, fica claro que as demais organizações produtoras dependem de outras organizações, que, formalmente, ou, até mesmo, de modo informal desempenham o papel de *traders*.

Quadro 6 - Agentes envolvidos nas transações comerciais como traders ou entidades de apoio à comercialização

Organizações Produtoras Cooperativas/Associações / Empresa Agrícola	Agentes envolvidos nas transações comerciais	Atividade Desenvolvida
ASSOCIAÇÃO DOS PEQUENOS PRODUTORES DO NÚCLEO VI	PILLAR S.A (<i>Trader</i>)	Empresa responsável pelo intermédio das negociações comerciais
COODAP	SEBRAE/RN (Entidade de apoio)	Intermedeia as negociações. Age como uma incubadora agrícola
ECOCITRUS	ECOCITRUS (<i>Trader</i>)	Indústria de processamento e intermedeia as negociações comerciais.
MANGA BRASIL	ÉTICA/VISÃO MUNDIAL (Entidade de Apoio)	Intermedeia as negociações. Age como uma incubadora agrícola
COOFRUTAF	ECOCITRUS	Indústria de processamento e realiza as negociações comerciais.
COACIPAR	CITRI Agroindustrial S.A	Indústria de processamento e intermedeia as negociações comerciais.
COCAMAR	LDC- Louis Drayfus Commodities	Indústria de processamento e intermedeia as negociações comerciais.
COOPERSANTA	CITRI Agroindustrial S.A	Indústria de processamento e intermedeia as negociações comerciais.
COAGROSOL	Citrosuco	Indústria de processamento e intermedeia as negociações comerciais.
COPAVEM	BioecoBrasil	Indústria de processamento e realiza as negociações comerciais.
COOAPAZ	SEBRAE/RN (Entidade de apoio)	Intermedeia as negociações. Age como uma incubadora agrícola
ASSOCIAÇÃO DOS LIBERATO SALZANO	ISAU	Indústria de processamento e intermedeia as negociações comerciais.
Plantação		
PRITAM FRUT	BRASFRUIT (<i>Trader</i>)	Empresa de Exportação responsável pelo intermédio das negociações e exportações entre os importadores e a Pritam Frut.

Fonte: Elaborado pela autora com base em pesquisa de campo.

A presença dos *traders* e das entidades de apoio é importante para auxiliar os produtores, em especial, os de pequeno porte, a atender às exigências para a exportação das frutas. A atuação do *trader* na rede *Fairtrade* é diferente de um agente que opera no mercado tradicional, que compra e revende, visando unicamente à maximização do lucro.

Referente às organizações produtoras que exportam o suco de laranja, a presença das *traders*, apresentadas no quadro acima, são as indústrias que processam e negociam com os importadores. Vale ressaltar que essas organizações nunca exportaram a laranja *in natura* na rede *Fairtrade* como produto final. O mesmo acontece com os produtores do açaí, que comercializam na rede *Fairtrade* a polpa e não o fruto.

No item a seguir, é apresentada a cadeia da rede de Frutas Frescas Brasileiras juntamente com as características dos seus respectivos contratos formais existentes na rede. Além disso, está mais bem detalhada a atuação da *Fairtrade International* como o centro estratégico da rede certificada *Fairtrade*.

4.5 A Fairtrade Labelling Organization International como Centro Estratégico da rede Fairtrade Frutas Frescas Brasileiras

A rede Fairtrade Frutas Frescas Brasileiras é monitorada por uma organização líder ou uma entidade de governo específico, como já mencionado anteriormente, denominada *Fairtrade Labelling Organizations International (Fairtrade International)*.

Para Ménard (2011), numa estrutura híbrida, as organizações envolvidas na rede compartilham seus ativos e os direitos decisórios; no entanto, a recompensa é individual e, além disso, se faz presente um centro estratégico. A *Fairtrade Internacional* representa o centro estratégico no sistema *Fairtrade* de certificação que, ainda, segundo o mesmo autor, atua na coordenação das firmas envolvidas com autoridade de alocar, entre as firmas, as recompensas conjuntas com o poder de disciplinar as partes quando se trata de ações conjuntas. Para que a *Fairtrade International* desempenhe suas funções de centro estratégico, é preciso que as firmas envolvidas deem os seus consentimentos assim que ingressarem na rede.

A estrutura da *Fairtrade Internacional* é constituída por duas organizações, uma delas é a *Fairtrade Labelling Organizations Internacional e V.* ou *FLO e. V.*⁵². Esta corresponde a uma associação beneficente, cuja afiliação é aberta a organizações com território geográfico

⁵² é uma organização sem fins lucrativos registrada em Bonn (Alemanha) como associação beneficente (KUHLMANN, 2006).

definido e que pretendam obter licença para o uso do selo FAIRTRADE - essas organizações são chamadas de Iniciativas Nacionais de Certificação, com direito à afiliação se atenderem aos seguintes critérios (KUHLMANN, 2006):

- Puderem demonstrar que são autorizadas a atuar pela sociedade civil nos países em que operam ou por ONGs que visem ao desenvolvimento dos mesmos;
- Estiverem registradas legalmente como organizações e propriamente estabelecidas sob uma lei nacional relevante;
- Realizarem suas operações em um escritório operacionalmente ativo;
- Fizerem um contrato de licenciamento para, pelo menos, um produto, no mínimo seis meses depois de terem se associado;
- Mantiverem processos e estruturas de governança orientados à participação coletiva dos agentes que atuam na rede.

A FLO e.V. também prevê a "afiliação colaborador" para organizações produtoras com a certificação *Fairtrade* e negociantes (exportadores, importadores) de produtos da rede que forem registrados (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2013a).

As três unidades que norteiam as ações da FLO e.V. são (KUHLMANN, 2006):

- a) Unidade de Critérios - responsável em elaborar e desenvolver critérios gerais e específicos dos produtos, além da definição dos preços e prêmios da rede *Fairtrade*.
- b) Unidade de Negócios do Produtor - desenvolve trabalhos junto aos produtores, visando inseri-los nos mercados potenciais. Seu principal objetivo é unir o potencial de fornecimento dos pequenos produtores a uma demanda de mercado.
- c) Unidade de Serviços Centrais e Finanças - seu papel é garantir a capacidade operacional e financeira da entidade.

A outra organização que compõe a *Fairtrade Internacional* é a *FLO Certification of Economic and Social Development GmbH ou FLO- Cert. Ltda.*, uma entidade juridicamente independente e que executa os trabalhos de certificação *Fairtrade*. Ela foi criada com o intuito de auferir credibilidade ao processo de certificação da *Fairtrade International*, isso por meio da adoção de um sistema de credenciamento reconhecido mundialmente a ISO⁵³, mais especificamente a ISO 65. Essa, por sua vez, é de grande representatividade no mercado internacional de certificação de produtos agropecuários.

⁵³ ISO (International Organization for Standardization) é a maior organização mundial voltada ao desenvolvimento de Normas Internacionais. Normas estas que dão o estado da arte das especificações de produtos, serviços e boas práticas, ajudando a tornar a indústria mais eficiente e eficaz. Desenvolvido através de consenso global, que ajudam a quebrar as barreiras ao comércio internacional.

A Flo-Cert atua na certificação de produtores e no registro de negociantes (certificação comercial); no entanto, o selo *Fairtrade* não é de sua propriedade: ele é controlado pela FLO e. V.. A *FLO-Cert.* é credenciada para atender às Normas Genéricas *Fairtrade* para organizações de pequenos produtores, para as situações de trabalho contratado, critérios gerais de comércio e todas as normas específicas dos produtos (exceto ouro, madeira, algodão e fibra) (FLO-CERT, 2014a).

Assim, o sistema de certificação *Fairtrade* foi constituído mediante a fixação de um selo privado, que é atribuído aos produtos, que, na sua maioria, consiste em origem agroalimentar (Fairtrade international, 2013a).

À luz do que foi exposto, a *Fairtrade International* estabelece as normas e a Flo-Cert, por meio de mecanismos de controle, verifica se essas normas estão sendo seguidas pelos produtores e negociantes para, a partir daí, analisar a viabilidade de concessão da certificação *Fairtrade* ao requerente. Como esta pesquisa tem como foco as organizações produtoras de frutas frescas brasileiras certificadas pela *Fairtrade International*, a análise, neste capítulo, se detém na atuação do centro estratégico frente esses agentes.

Para Ménard (2011), é nos centros estratégicos que as transações entre os agentes são iniciadas, negociadas, monitoradas, adotadas, aplicadas e finalizadas. Seguindo essa conceituação, pode-se verificar que as transações são iniciadas na rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras, por meio de um preenchimento de formulário enviado pela FLO-Cert, após o candidato ter solicitado a sua intenção de obter a certificação *Fairtrade*. Além do formulário, é enviado ao candidato, todas as regras e os requisitos para a certificação. Após essa etapa, a Flo-Cert avalia o pedido e coordena o trabalho de inspeção com uma equipe de inspetores locais (FLO-CERT, 2014a). Essas ações são realizadas por um comitê de certificação, o qual faz parte da estrutura organizacional da Flo-Cert (KUHLMANN, 2006). A Figura 13 apresenta as etapas de certificação realizadas pela FLO-Cert.

Figura 13 - Ciclo de Certificação e Monitoramento da Flo-Cert das Organizações de Produtores sem ou com licença



Legenda:

- ◆ Avaliação de Candidatura
- ◆ Auditoria inicial e de renovação
- ◆ Supervisão

Requisitos relevantes:

- 1 1º Ciclo de Certificação: Todos os critérios de conformidade do Ano 0
- 2 2º Ciclo de Certificação: Todos os critérios de conformidade do Ano 0 e 3
- 3 3º Ciclo de Certificação: Todos os critérios de conformidade do Ano 0, 3 e 6

Fonte: adaptado da FLO-Cert (2014a) e pesquisa de campo.

Os critérios de conformidade são estabelecidos pela Flo-Cert, em pontos de controle verificáveis, avaliados durante o processo de certificação para determinar a conformidade com os critérios *Fairtrade*. Os critérios são classificados como básicos e de desenvolvimento. O primeiro é constituído pelos princípios do *Fairtrade*, em que os produtores devem cumprir em todas as etapas de certificação. O segundo refere-se às melhorias contínuas que as organizações de pequenos produtores (OPP) certificadas devem demonstrar.

Os critérios do Ano 0 (zero) ou auditoria inicial são considerados critérios de entrada (FLO-CERT, 2014a). De acordo com os representantes de organizações produtoras, entrevistados durante a pesquisa, no Ano 0, é observado se os produtores membros das organizações atendem aos critérios de pequenos produtores do *Fairtrade*, estes apresentados no item anterior, e se atendem aos requisitos básicos no campo social, econômico e ambiental, tais como (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2011d): manter uma área central de armazenagem para pesticidas e outros produtos químicos perigosos; não devem utilizar, intencionalmente, sementes ou plantas geneticamente modificadas em culturas voltadas ao *Fairtrade*; não deve haver nenhum tipo de discriminação por parte dos membros da organização; não deve ter trabalho forçado, nem infantil e a gestão da organização tem que ser democrática e transparente, dentre outros. Esses exemplos são requisitos que fazem parte da Gestão de Práticas de Produção (GPP) da Flo-Cert, que descreve as práticas de produção éticas e sustentáveis que seguem uma abordagem gradual de acordo com o cronograma de certificação. O GPP tem como principal objetivo ajudar as organizações de produtores a

monitorar o desempenho dos seus membros em relação aos requisitos do *Fairtrade* (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2009b).

Referente aos custos de certificação, já no ato de candidatura, a OPP deve desembolsar € 535 e, além dessa taxa, ela deve, antes da auditoria inicial, pagar uma taxa adicional, cujo valor dependerá do número de membros, produtos, instalações de processamento, caso possua, e entidades adicionais vistoriadas. Essa taxa adicional varia de € 1.430 a € 3.470. De forma complementar, para cada produto adicional, deverá ser pago € 180 e, se a OPP opera uma instalação de processamento, também será cobrada uma taxa adicional, que é definida pelo número de trabalhadores na unidade de processamento - esta varia de € 210 a € 620 (FLO-CERT, 2014b).

Existem diferenças nos valores das taxas a serem pagas pelas OPPs: isso dependerá da classificação das mesmas se 1º, 2º ou 3º. Os valores apresentados acima são referentes às organizações de 1º, tendo em vista que as OPPs estudadas possuem tal classificação.

Segundo os entrevistados de organizações de pequenos produtores, o custo para certificar é muito elevado, tanto no que se refere à primeira certificação como as renovações e, para algumas delas, seria impossível ingressar na rede se não fosse a coparticipação de instituições de fomento: em algumas das OPPs estudadas, o SEBRAE contribui com 75% e o *trader* com 25% dos custos de certificação.

Após a certificação inicial, o operador (produtor certificado) começa o primeiro ciclo de certificação de três anos e, no caso das organizações detentoras de licença⁵⁴, o ciclo consiste em seis anos (conforme apresentado na Figura 13).

Observa-se adicionalmente que quanto maior o período de certificação (histórico) da OPP, mais critérios de conformidade são exigidos e mais complexos eles se tornam, abrangendo todas as esferas contempladas no sistema *Fairtrade*, como exemplo, pode-se citar (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2011d): a) econômica: fortalecimento econômico da organização, dos seus membros, apresentar os resultados do Plano de Desenvolvimento *Fairtrade* e a aplicabilidade do Prêmio *Fairtrade*. ; b) social: os salários dos trabalhadores devem ser aumentados, gradualmente, acima da média regional e o salário mínimo oficial; apresentar contrato de trabalho jurídico para todos os trabalhadores permanentes e; c) ambiental: rotulagem correta de pesticidas e produtos químicos perigosos, manuseio adequado de pesticidas e armazenagem segura de recipientes vazios.

⁵⁴ O licenciado é uma organização que, por meio de um contrato de licença acordado com um Associado Nacional da *Fairtrade International*, utiliza o selo *Fairtrade* em um mercado nacional específico.

A certificação é renovada anualmente; no entanto, auditorias e supervisões *in loco* são realizadas para verificar se os produtores estão atendendo aos critérios de conformidade exigidos pela FLO-Cert. No caso dos Detentores de Licença, no terceiro ano, é feita uma revisão a distância baseada em relatórios de gestão e patrimônio, que consiste num relatório de fluxo de bens (que indica as compras, vendas, estoques, rendimentos e receitas *Fairtrade*). Sendo aprovada a avaliação, o detentor terá a certificação ampliada por mais três anos, sendo que, no sexto ano, a organização sofrerá uma auditoria física para a análise, por parte a FLO-Cert, definindo se continuará ou não com a certificação.

Para a realização das avaliações de conformidades, anualmente, também, há taxas que devem ser pagas pelas OPPs que variam de € 1.170 a € 2.770, pelos mesmos motivos apresentados anteriormente, para a taxa inicial (FLO-CERT, 2014b). Essas taxas anuais devem ser pagas independentemente da organização ter sofrido auditoria ou não no ano específico, já que a certificação continua vigente.

Caso os produtores desejem monitoramento de auditores da FLO-Cert para acompanhamento de conformidades, uma taxa adicional de € 350 por dia mais os custos de viagem do auditor são necessários.

É importante destacar que, caso os candidatos à inserção na rede ou renovação da certificação não concordem com a avaliação feita pela Flo-Cert, esses têm o direito de entrar com um recurso ou pedir revisão da avaliação.

Assim como há critérios de conformidade para as organizações de pequenos produtores, também, há para as empresas agrícolas, como é o caso estudado Pritam Frut (BA). A estrutura dos critérios é composta por exigências sobre as quais as empresas são inspecionadas, assim como, nas organizações de produtores, os critérios são classificados como básicos e de desenvolvimento. Ambos os critérios devem atender a requisitos de desenvolvimento social, econômico e ambiental. Pode-se citar como exemplos: a) campo social: liberdade de trabalho, condições justas de trabalho, saúde e segurança ocupacional e liberdade de associação; b) econômico: todos os trabalhadores devem ser contemplados com o Prêmio *Fairtrade*, bem como decidir sobre o que será feito do Prêmio *Fairtrade* e c) ambiental: os trabalhadores devem seguir os critérios nacionais e internacionais para a manipulação de produtos químicos.

Esses critérios são importantes, pois se espera que os trabalhadores se desenvolvam, obtendo empoderamento e benefícios que incluem: melhores salários, melhores condições de trabalho e acesso a serviços comunitários (FLO-CERT, 2014b). Além de atender aos critérios observáveis na produção, semelhante às OPP, referente às organizações de trabalho

contratado, a Flo-cert possui uma atenção especial àqueles voltados para a qualidade de trabalho dos empregados e a aplicabilidade do Prêmio *Fairtrade*. De acordo com o representante *Fairtrade* da Pritam Frut, "*atender aos critérios de conformidade da produção não é o mais complicado e sim, o que compete as questões sociais dos trabalhadores, pois são muitas as exigências*". A empresa atende a outras certificações internacionais, tais como: GLOBALGAP e TESCO; por isso, muitos critérios da Gestão da Prática de Produção *Fairtrade* não representam dificuldades para a Pritam Frut.

As tarifas *Fairtrade* para candidatura, valor por produto adicionado e de instalação de processamento para Trabalho Contratado são semelhante à das OPPs; no entanto, o valor das taxas da auditoria inicial e anual depende (FLO-CERT 2014c): a) tipo da organização (empresa agrícola única ou multiplantação); b) número de trabalhadores ou plantações e d) número de produtos a serem vendidos pela rede *Fairtrade*. A taxa inicial para plantações varia de € 1,430.00 a € 3,880.00 e a anual correspondente € 1,170.00 a € 3,130.00, a depender dos critérios mencionados.

À luz do que foi exposto, aponta-se que os custos para certificação são muito elevados e isso se configura num problema de contratação que compromete a participação de pequenos produtores na rede *Fairtrade*, pois, segundo entrevistados das OPPs, aumentam as exigências a cada ciclo de certificação, mas não crescem os ganhos com ela.

4.5.1 Características dos arranjos híbridos na rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras

Os arranjos híbridos se destacam pela forma de combinação particular dos incentivos e controles que adotam (FIANI, 2013). Os sistemas de incentivos são mecanismos que podem substituir, total ou parcialmente, os mecanismos de monitoração e repressão, ao estimularem os agentes a respeitarem as suas promessas. Nesse caso, os agentes recebem algum tipo de recompensa por adotarem o melhor comportamento possível (BROUSSEAU, 1993, p.41).

O sistema *Fairtrade* possui como incentivos das relações contratuais o preço mínimo, o prêmio, o pré-financiamento e relações comerciais estáveis de longo prazo. Os incentivos e a forma de controle são definidos pela FLO e.V. pela Unidade de Critérios.

4.5.1.1 O papel da definição dos preços mínimos pagos pelos produtores certificados.

O preço mínimo é definido pela *Fairtrade International* e possui como maior objetivo cobrir os custos de produção e garantir oportunidades iguais para os produtores certificados. Ele deve ser pago ao produtor pelo comprador; no entanto, se o preço de mercado for maior que o mínimo *Fairtrade*, deve-se praticar o de mercado (Fairtrade International, 2009b, 2007b). Esse preço é estabelecido a partir do custo de produção apresentado pelas organizações produtoras à *Fairtrade International*. Esta, por sua vez, avalia e define qual o preço será praticado pelo mercado *Fairtrade*. Pode-se citar, como exemplo, o preço mínimo da manga, pela condição de preço FOB, o qual deve cobrir os seguintes custos: custos de instalação da infraestrutura, custos de preparo da área de plantio, custos das atividades no campo, custos de colheita, custos de embalagem do produto e custos organizacionais.

O preço mínimo é definido por meio de pesquisas feitas junto às organizações, de todos os países, que trabalham com produto em questão, isso para que sejam analisados os relatórios enviados por elas com os seus respectivos custos de produção (Entrevistado O). Ainda, de acordo com o entrevistado, após a análise, representantes de cada segmento da rede são convidados a participar de um encontro para que, juntos, com representantes da *Fairtrade Internacional*, decidam o preço mínimo que será praticado no mercado *Fairtrade*.

Muitos são os depoimentos apresentados pelos representantes de organizações produtoras entrevistados sobre o preço mínimo *Fairtrade*. Alguns deles apresentam aspectos positivos e outros negativos. Vejam-se alguns:

(...) o preço mínimo nos dá garantia que vamos receber o suficiente para cobrir nossos custos de produção (Entrevistado I).

(...) o fato do preço ser definido com parâmetros de custos de produção de outros países, muitas vezes, não condiz com a realidade do nosso país, e isso nos prejudica, pois os custos lá de fora muitas vezes é bem menor que o nosso. Daí o preço mínimo estipulado pela *Fairtrade*, pra nossa organização é inviável (Entrevistado F).

Segundo o Coordenador de Gestão de Recursos e Incidência da Coordenadora Latinoamericana y del Caribe de Comercio Justo (CLAC)⁵⁵,

o preço mínimo foi criado dentro do movimento *Fair Trade*, realmente, para cobrir os custos de produção e, com isso, dar uma vida

⁵⁵ Entrevistado em 16/09/14.

digna e manter a produção; no entanto, a realidade é diferente, pois é preciso considerar o lado da demanda.

Ainda, o entrevistado ressalta que

nem sempre o preço mínimo, estabelecido pela *Fairtrade International*, cobre os custos de produção dos produtores.

A consulta aos produtores, citados acima, ainda, de acordo com o entrevistado, na prática, não é sempre que acontece e, quando ocorre, os produtores possuem pouco poder de decisão no preço mínimo a ser praticado.

Outro problema, que envolve o preço mínimo, é a entrada de empresas agrícolas ("plantações") na rede *Fairtrade*, pois os pequenos produtores têm que concorrer com essas organizações no item preço. Veja-se o depoimento de um dos entrevistados:

(...) a entrada das empresas agrícolas no *Fairtrade* tem dificultado a permanência das organizações de pequenos produtores na rede, pois elas não conseguem competir com igualdade em relação ao preço. Isso porque muitas vezes não é possível a organização de produtores atender ao preço mínimo estabelecido pela *Fairtrade international*, mas as empresas conseguem. Com isso compradores fecham contratos com elas. Nesse momento, os verdadeiros objetivos *Fairtrade* são esquecidos (Entrevistado B).

Mesmo reconhecendo que as Organizações de Pequenos Produtores (OPPs) de frutas frescas necessitam de mais tempo do que as plantações para alcançar os critérios de qualidade exigidos pela rede *Fairtrade*, e que possuem alguns limites em fornecer os volumes demandados pela rede, a *Fairtrade International* entende que as plantações são fundamentais para preencher essas lacunas. Assim, as plantações são consideradas como complemento das OPPs, tendo em vista que essas não suprem a demanda do mercado *Fairtrade* de Frutas Frescas Brasileiras. Todos os quatro representantes da *Fairtrade International*, entrevistados no decorrer desta pesquisa, ressaltaram que a prioridade da rede *Fairtrade* é o pequeno produtor. No caso do Melão e do Açaí, não existe um preço mínimo estabelecido pela *Fairtrade International*, no entanto, é certificado pelo sistema *Fairtrade*. O preço, nesse caso, é negociado entre o vendedor e o comprador. Destaca-se que é exigido pelo centro estratégico que o preço a ser negociado cubra os Custos de Produção Sustentável (COSP). O melão para a rede *Fairtrade* é um produto considerado como novo. Pode-se verificar isso na COODAP, pois como frisou um dos cooperados da cooperativa que:

(...) em 2009 foram enviados 8 contêineres para a Inglaterra e no final de janeiro de 2010, a COODAP finalizou a remessa de 10 contêineres. Os cooperados comemoraram a conquista de paga justa, de 20 a 30% a mais que o mercado convencional, suficiente para sonharmos com melhores dias para nossas famílias e com progresso da nossa comunidade (Entrevistado I).

A Tabela 9 a seguir detalha alguns exemplos de preços mínimos estabelecidos na rede Fair Trade para frutas no Brasil.

Tabela 9 - Preços Mínimos *Fairtrade* praticados no Brasil, tanto para Organizações de Pequenos Produtores como para Trabalho Contratado

Produto	Variedade	Moeda / Quantidadexunidade	Condição do Preço	Preço mínimo
Manga	Convencional	USD/ 1kg	FOB*	0,80
	Convencional	USD/ 1kg	EXW**	0,70
Açaí (polpa)	Convencional/ Orgânico	0/0	EXW	Preço comercial
Limão				
Abacaxi	Convencional	USD/ 1kg	EXW	0,45
	Convencional	USD/ 1kg	FOB	0,55
Melão (<i>cucumis melo</i>)	Convencional	USD/ 1kg	FOB	Easy
	Convencional	USD/ 1kg	EXW	Easy

Fonte: Adaptado de Fairtrade International (2014b).

Nota: * **Free on Board** - significa que o vendedor entrega as mercadorias quando elas transpõem a amurada do navio no porto de embarque nomeado. Desse ponto em diante, o comprador tem que arcar com todos os custos e riscos de perda ou dano às mercadorias. Sob os termos FOB, o vendedor é obrigado a desembaraçar as mercadorias para exportação.

** **Ex Works** - o comprador assume todos os custos e riscos envolvidos no transportes da mercadoria do local de origem até o de destino.

4.5.1.2 A importância do pagamento de prêmios pelos produtores certificados.

O prêmio representa um pagamento adicional dentro do sistema de Certificação *Fairtrade* que busca ser uma ferramenta para o desenvolvimento socioeconômico e empoderamento do pequeno produtor ou do trabalhador empregado em empresas. A *Fairtrade International* não determina como os produtores devem aplicar o prêmio; contudo, recomenda que haja um projeto aprovado, em Assembleia Geral, pelos membros da organização - OPP ou, no caso das Organizações de trabalho contratado, pelos seus trabalhadores e que o recurso seja administrado por processos transparentes, participativos e democráticos. Os valores dos pagamentos do Prêmio são estabelecidos pela *Fairtrade*

International, entre 5 e 30% do preço mínimo de mercado, e não é negociável, pois ele não deve ser incluído nas negociações de vendas ou de preços *Fairtrade*. Também destaca-se que o prêmio em uma negociação via *Fairtrade* sempre será pago.

Os valores do Prêmio, que a organização de produtores ou empresa agrícola recebe, dependem da quantidade de produto que tenha sido vendida e eles são revisados regularmente a partir de consultas aos produtores ou trabalhadores. Essa relação de valores está apresentada na tabela 10, em que o prêmio atual de alguns produtos *Fairtrade* estudados nesta pesquisa está listado.

Tabela 10 - Prêmios *Fairtrade* praticados no Brasil, tanto para Organizações de Pequenos Produtores como para Trabalho Contratado

Produto	Variedade	Moeda / Quantidadexunidade	Prêmio
Manga	Convencional	USD/ 1kg	0,14
	Convencional	USD/ 1kg	0,14
Açaí (polpa)	Convencional/Orgânico	0/0	15% do preço comercial
Limão			
Abacaxi	Convencional	USD/ 1kg	0,05
	Convencional	USD/ 1kg	0,05
Melão (<i>cucumis melo</i>)	Convencional	USD/ 1kg	0,10
	Convencional	USD/ 1kg	0,10

Fonte: Adaptado de *Fairtrade International* (2014b)

Nota: * **Free on Board** - significa que o vendedor entrega as mercadorias quando elas transpõem a amurada do navio no porto de embarque nomeado. Deste ponto em diante, o comprador tem que arcar com todos os custos e riscos de perda ou dano às mercadorias. Sob os termos FOB, o vendedor é obrigado a desembaraçar as mercadorias para exportação. ** **Ex Works** - o comprador assume todos os custos e riscos envolvidos no transportes da mercadoria do local de origem até o de destino.

Ressalta-se que o Prêmio é pago pelos importadores da rede à organização produtora ou, no caso de organizações de trabalho contratado, ao Órgão Conjunto de trabalhadores, o qual, nesta pesquisa, foi identificado como associações de trabalhadores.

As organizações pesquisadas, que já comercializaram pela rede *Fairtrade*, e obtiveram o Prêmio, desenvolvem projetos que abrangem áreas sugeridas pela *Fairtrade International*: a capacitação e o treinamento, desenvolvimento do negócio e projetos comunitários. Citam-se como exemplos: tratamento odontológico para os trabalhadores, implantação de centro de inclusão digital, creche comunitária, melhoria na infraestrutura de *packing house*, viabilização de documentos pessoais para os trabalhadores e seus dependentes (carteira de trabalho, RG, CPF, etc.), laboratório de música, melhorias das condições físicas e de trabalho da cooperativa, dentre outros.

Na Tabela 11, é representado um exemplo de quantidade de produtos comercializados na rede *Fairtrade* e os seus respectivos pagamentos de Prêmio obtidos pelas vendas.

Tabela 11 - Exemplo de histórico da quantidade de Frutas Frescas comercializadas pela rede *Fairtrade* e os valores dos Prêmios recebidos pela organização produtora no período de 2009 a 2011

Ano	2009		2010		2011	
	Peso total (Kg)	Valor total do prêmio em R\$	Peso total (Kg)	Valor total do prêmio em R\$	Peso total (Kg)	Valor total do prêmio em R\$
A	75,834 kg	Ne	0,00	-	248.114	7.958,69
B	100.404kg	Ne	240,720	59.690,27	120.000	27.009,90
Total Prêmio	-	50.739,90	-	59.690,27	-	34.968.59

*nota: ne (não especificado)

Fonte: Elaborado pela autora com base na pesquisa de campo.

4.5.1.3 A possibilidade de pré-financiamento da produção certificada *Fairtrade*.

Os critérios de *Fairtrade*, normalmente, definem que os produtores podem requisitar o pagamento prévio de até 60% do valor do contrato ou carta de intenção. Requisitos específicos para os mecanismos de pré-financiamento variam de produto para produto. No entanto, os termos e as condições de pré-financiamento são negociados entre o produtor e o importador da rede *Fairtrade* e são incluídos no contrato acordado, formalmente, entre as partes, no qual se incluem as taxas de juros preestabelecidas entre os agentes envolvidos na transação.

Dentre as organizações de produtores de frutas no Brasil certificadas *Fairtrade*, somente uma, em 2004, usufruiu do pré-financiamento para pagar taxas de certificação. As outras organizações produtoras não solicitaram, ou por falta de informação, duas delas, ou não acharam interessante o pré-financiamento, seis delas, devido às taxas de juros estarem próximas às praticadas no mercado ou por não terem realizado, até o momento da pesquisa, nenhuma venda *Fairtrade*.

Torna-se evidente, portanto, que esse mecanismo é de menor importância como instrumento de incentivo às organizações de produtores de frutas frescas no Brasil. Diferente, por exemplo, da Nicarágua em que, para superar uma crise do café no período de 2000 a 2004, as cooperativas de cafeicultores puderam contar com o pré-financiamento da *Fairtrade International*, isso em um cenário, em que muitos bancos na Nicarágua já não assumiam o risco de financiar a produção de café de produtores de pequena escala (VALKILA; NYGREN, 2008). Ainda, as autoras destacam que, em 2005, empresas exportadoras de café

passaram a financiar a produção dos pequenos cafeicultores de Nicarágua, a uma taxa anual de 11%, enquanto que a *Fairtrade International* praticava uma taxa de 18 a 22%.

4.5.1.4 O estabelecimento de relações comerciais de longo prazo na rede Fairtrade.

Um dos princípios que norteiam o *Fairtrade* é que os contratos entre produtor e importador devem ter longa duração. Além disso, essas relações de longo prazo, tanto com os importadores como com a *Fairtrade International*, trazem benefícios aos pequenos produtores menos estruturados, da seguinte maneira:

a) Estimula a organização dos produtores em associação ou cooperativas que podem adquirir os insumos e outros fatores de produção em condições mais favoráveis e desenvolver uma estratégia de comercialização mais eficiente. Como já mencionado anteriormente, para se ingressar na rede *Fairtrade*, faz-se necessário que os produtores estejam organizados. Essa exigência não é apenas para atender a uma questão normativa da rede mas visa proporcionar aos produtores participantes uma forma de acesso aos benefícios a todos os agentes envolvidos por meio da cooperação. Como observado nos estudos de caso, esse esforço permite melhorar a capacidade produtiva e também a qualidade de vida dos produtores.

b) Os pequenos agricultores, na maioria dos casos analisados, não estavam suficientemente treinados e capacitados para administrar suas propriedades de forma eficiente e sustentável. Com o acesso à rede *Fairtrade*, eles tiveram que se adequar às normas estabelecidas para que, com isso, pudessem obter a certificação. Segundo um dos entrevistados:

(...) é muito bom estar no *Fairtrade*, pois a gente aprende muito, como produzir, como respeitar o meio ambiente, respeitar, também, o próximo. E, saber que o nosso produto vai para o exterior, é melhor ainda (Entrevistado K).

Segundo consultor do SEBRAE⁵⁶, muitos dos problemas enfrentados pelos produtores na fase da produção não ocorrem necessariamente pela carência de recursos, mas sim, pela falta de conhecimento para que melhor utilizem os fatores de produção disponíveis. Ao receberem capacitação adequada, muitos dos problemas produtivos são sanados.

c) No mercado abrangido pela rede *Fairtrade*, o importador emite uma “Carta de Intenção de demanda” para o produtor (fornecedor), explicitando o volume desejado de

⁵⁶ Entrevistado em 05/09/2014

produto e suas especificações de qualidade (limites de calibre das frutas, embalagem de 4kg, variedades pré-selecionadas, nº de *pallets*, modelo de caixa para transporte, dentre outros). Desse modo, o produtor planeja sua produção de acordo com uma previsão de venda. Posteriormente, os acordos são firmados entre produtor e importador, sempre sob a coordenação da *Fairtrade International*. Esse processo dá mais segurança ao produtor, pois este produz já com venda garantida, diferente de outros mercados em que o comprador é quem fixa o preço e as condições de pagamento, avalia e define a qualidade do produto. Assim, busca-se construir uma relação mais próxima entre os agentes envolvidos nas transações de troca, podendo até o importador fazer visitas ao produtor para conhecer o seu local de produção.

Para as organizações formadas antes da inserção na rede e que são mais estruturadas, o benefício maior é aprimorar o conhecimento a respeito de uma produção sustentável, a possibilidade de atingir novos mercados internacionais e, para algumas, ampliar a reputação da empresa por meio da promoção de uma empresa justa e sustentável.

Como ressaltou um dos entrevistados:

a organização que atender aos critérios Fairtrade está pronta para atender a qualquer outra certificação internacional. (Entrevistado E)

De fato,

ser uma organização certificada Fairtrade é abrir portas para outros mercados internacionais, pois há clientes que consideram o selo um diferencial relevante e por isso fecham contratos conosco (Representante A).

É consenso entre os representantes das 13 (treze) organizações de produtores contempladas neste estudo que o preço mínimo e o prêmio são incentivos relevantes para a entrada na rede *Fairtrade*, mas que a possibilidade de firmar relações comerciais duradouras, pelos motivos supracitados, é o principal incentivo para a permanência na mesma.

4.5.2 Características das transações na rede *Fairtrade* de Frutas Frescas Brasileiras

Em se tratando de contratos, Williamson (2012) chama a atenção para a necessidade de identificar os atributos definidores das transações além dos incentivos das transações e atributos adaptativos. O autor cita que as principais dimensões, nas quais as transações são diferenciadas, são a especificidade dos ativos, incerteza e frequência. Dada a importância

dessas dimensões na análise de qualquer transação, no decorrer deste item, essas são identificadas na rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras e discutidas a partir da abordagem da Economia dos Custos de Transação.

Ao analisar as etapas e o custo monetário para a obtenção da certificação, percebe-se que uma das **especificidades dos ativos é a marca *Fairtrade***, que representa um dos mais importantes ativos identificados na pesquisa, visto que problemas referentes à sua utilização poderão afetar negativamente toda a rede. Caso haja uma descontinuidade dos contratos entre produtores de frutas frescas brasileiras e os importadores da rede, as perdas de valor seriam inevitáveis para os produtores, pois estes teriam dificuldade, e por que não dizer, a impossibilidade de escoar seu produto em outros mercados com a referida marca. Esse tipo de especificidade do ativo decorre das transações diretamente ligadas à *Fairtrade international*, por meio da coordenação da rede, que mais do que representar uma marca socioambiental visa transpor para o consumidor um movimento que preza por princípios e critérios de sustentabilidade.

Assim, se a marca não for reconhecida e valorizada pelos consumidores finais, todos os agentes envolvidos serão prejudicados com a perda de credibilidade e prestígio do sistema *Fairtrade*.

No entanto, esse não é o único ativo específico de valor nas transações da rede *Fairtrade*: as características de perecibilidade das frutas faz com que elas tenham uma “vida de prateleira” curta e conseqüente perda de valor desses produtos quando fora dos limites ótimos de madurez e sanidade. Nesse contexto, os supermercadistas adotam estratégias para não perder o valor do produto no mercado. Segundo um dos entrevistados ,

se a fruta não for vendida em tempo hábil, antes de comprometer a sua qualidade, a rotulagem com a marca *Fairtrade* é retirada, e a mesma será vendida como um produto oriundo de um mercado convencional, ou seja, o preço será menor (Entrevistado A).

Essa situação aumenta a incerteza dos produtores, no que tange ao retorno financeiro das transações, tendo em vista que os preços praticados nos pontos de venda dependerão da eficiência das cadeias de suprimento envolvidas nas exportações e comercialização dos frutos brasileiros. Isso remete à **especificidade temporal**, em que o valor de uma transação depende sobretudo do tempo em que ela se processa (FARINA; AZEVEDO; SAES, 1997), podendo cair drasticamente o valor, caso não seja comercializado em tempo predeterminado (WILLIAMSON, 1991).

Essa caracterização de especificidade de ativo enfatiza a perecibilidade dos produtos, mais comum nos produtos agrícolas (ZYLBERSZTAJN, 2005). Os produtos perecíveis, como, por exemplo, as frutas frescas, merecem atenção especial nas negociações, pois a variável tempo é fundamental para determinar a qualidade na etapa de produção e mantê-la no processo de comercialização até chegar ao consumidor final.

Em suma, o fato de as frutas frescas se deteriorarem rapidamente requer uma agilidade nas transações, como já mencionado, para minimizar efeitos indesejáveis que promovam perda de valor e isso configura uma alta especificidade temporal. Segundo Zylbersztajn (2005), uma elevada especificidade de ativos faz com que uma ou ambas as partes envolvidas na transação sofram perdas caso não encontrem um meio alternativo que permita a manutenção do valor do ativo já desenvolvido.

Além disso, nos critérios *Fairtrade* para frutas frescas, é explicitado que pode haver reclamações de qualidade por parte dos compradores (importadores) caso o produto não atenda aos requisitos de qualidade estabelecidos previamente pelas partes. Com isso, uma parte da fruta pode ser recusada após a análise de operadores contratados pelo importador, já no momento de embarque e, também, na chegada do produto ao porto de destino. Após a aquisição da fruta pelo importador, o produtor não deve mais ser responsabilizado por custos adicionais de transporte ou manejo de cargas com problemas de qualidade, as quais poderiam ser detectadas no porto de embarque ou desembarque no porto do país importador (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2012d).

Caso haja discordância entre o vendedor e o comprador, referente à qualidade do produto, o vendedor poderá solicitar, no prazo de 48 horas após o recebimento de reclamação de qualidade, um investigador da rede *Fairtrade* para uma inspeção de contraprova. Mas, se o vendedor não reagir ao relatório de qualidade dentro do período especificado, o comprador entenderá que a recusa foi aceita. Destaca-se que os relatórios emitidos pelos investigadores *Fairtrade* configuram elementos essenciais na resolução de conflitos entre os produtores e importadores no que tange à variável qualidade da fruta, pois eles são resultados de uma arbitragem coordenada e embasada nos critérios definidos pela *Fairtrade International*. Essa é uma forma de inibir os riscos de oportunismo por parte do comprador, pois, como algumas organizações produtoras não acompanham a logística do produto até o porto de desembarque, devido às restrições financeiras, elas ficam à mercê da avaliação do seu comprador.

As ações apresentadas no parágrafo anterior corroboram com as ideias de Ménard (1996, 1997, 2011), quando ele frisa que, numa governança híbrida, o centro estratégico, além de coordenar as relações contratuais interfirmas, perpassando pela negociação e

monitoramento, deve primar pelo seu equilíbrio. De acordo com Fiani (2013), essas ações devem ser desenvolvidas de forma moderada, com o intuito de preservar a relação entre os agentes, evitando, assim, a depreciação dos ativos específicos na forma de recursos compartilhados. No entanto, nem sempre é possível usufruir dessa intervenção, pois, segundo alguns entrevistados das OPP's, o pagamento pelos serviços de arbitragem é de responsabilidade do produtor, favorecendo, assim, a apreciação do importador sobre a qualidade dos produtos.

De fato, este estudo evidenciou que, para as organizações produtoras pesquisadas, a incerteza de como a fruta, em termos de qualidade, será avaliada pelo comprador no país importador, representa um gargalo semelhante ao que acontece no mercado convencional. Nesse contexto, ressalta um dos entrevistados das organizações produtoras:

se é para correr os mesmos riscos de um mercado convencional, é preferível escoar o produto no mercado comum, pelo menos os nossos compradores falam português e já conhecemos as regras de comercialização (Entrevistado F).

No entanto, considerando que há dificuldades em prever antecipadamente os problemas que podem ocorrer com a qualidade da fruta desde o seu embarque até seu desembarque, a *Fairtrade International* permite que as partes, se desejarem, negociem o direcionamento dos produtos que não atenderam aos critérios de qualidade *Fairtrade* para outros mercados convencionais. Considerando que as partes desejam prolongar a relação para além deste momento, a renegociação é permitida para preencher lacunas contratuais devido à incompletude contratual.

Os contratos envolvendo alimentos, em relações de longa duração, requerem uma atenção especial, para a possibilidade de renegociação entre as partes, já que o setor possui características específicas, as quais devem ser consideradas nas transações; uma delas, como já mencionada, é a perecibilidade dos produtos (COOK; KLEIN; ILIOPOULOS, 2008). Assim, pode-se concluir que o mercado de alimentos, em especial, frutas frescas é caracterizado como de grande complexidade e de elevada incerteza.

Nessa situação, emergem mecanismos para implementar procedimentos para arbitrar os potenciais conflitos que possam surgir e, com isso, reduzir as tensões entre os parceiros (WILLIAMSON, 1996; MÉNARD, 1996, 1997, 2011; GRASSI, 2004). Esse é o caso da *Fairtrade International*, que atua como centro estratégico da rede *Fairtrade* Frutas Frescas

Brasileiras; ela desenvolve mecanismos para preencher possíveis lacunas contratuais na rede, por meio da sua autoridade.

Outra especificidade identificada na pesquisa foi a de **ativos humanos**, pois há investimentos para desenvolver uma mão de obra capaz de realizar os controles necessários para se obter a certificação *Fairtrade*, não só nos aspectos produtivos, como também na gestão de negócios. Cita-se que uma delas é designação, como exigência da *Fairtrade International*, de um trabalhador da organização produtora, para acompanhar e responder pelo processo de certificação e ser um elo entre o centro estratégico e a organização produtora.

Como muitas das organizações produtoras analisadas têm dificuldade financeira de capacitar esse agente, elas buscam apoio em entidades públicas e privadas, para capacitá-los de acordo com os requisitos *Fairtrade*. Ressalta-se que os ativos específicos são aqueles que podem ser reempregáveis; no entanto, com perda de valor, se o contrato que rege a transação é interrompido (WILLIANSOM, 1985; AZEVEDO, 1997). Assim, a continuidade da relação contratual tem valor.

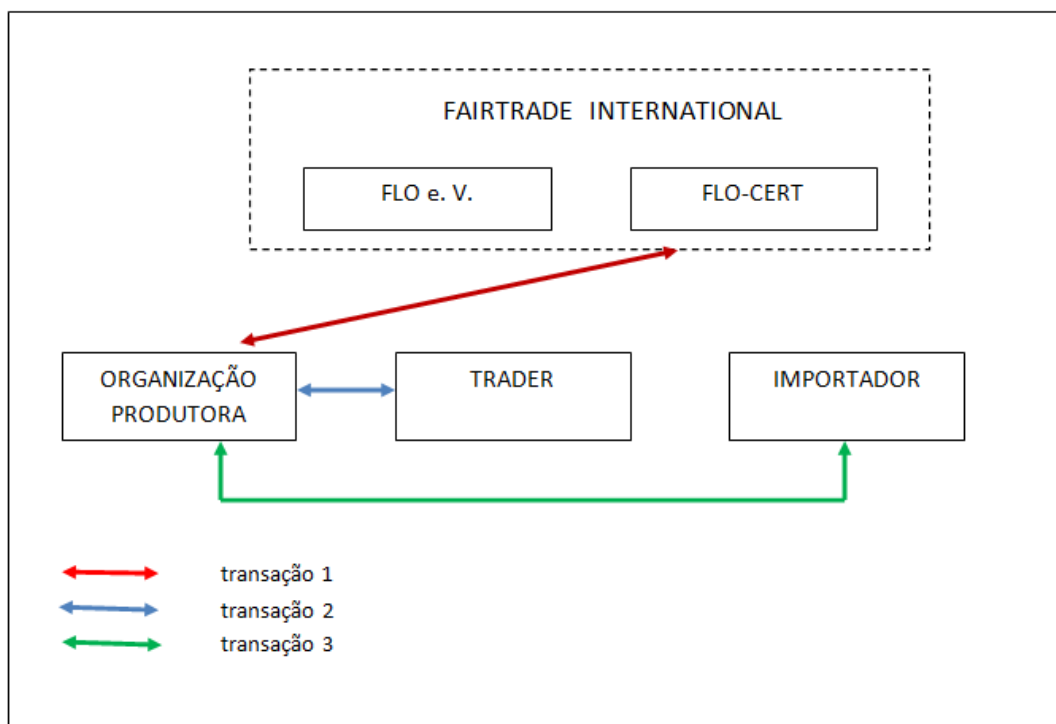
Quadro 7 - Características das especificidades dos Ativos das transações da rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras

Atributo das Transações	Tipos	Grau	Características relevantes
Especificidade dos Ativos	de Marca	Alto	Utilizada apenas na rede <i>Fairtrade</i> e por possuir determinados atributos que são de difícil observação associados aos produtos de marca <i>Fairtrade</i> .
	Temporal	Alto	Perecibilidade das frutas.
	Ativos humanos	Médio	Capacitados para atuar em outras certificações internacionais.
	Físicos	Médio	Propriedades de produção adaptadas para atender a mercado interno e outros mercados internacionais.
	Dedicados	Médio	As organizações produtoras podem solicitar ou não o pré-financiamento.

A certificação *Fairtrade* tem dois objetivos básicos; um deles refere-se à oferta e outro, à demanda; no que compete ao primeiro, corresponde a um instrumento que oferece normas e padrões básicos, os quais permitem que as organizações envolvidas gerenciem o nível de qualidade dos seus produtos e garantam o atendimento dos atributos sociais, econômicos e ambientais. No que tange à demanda, a referida certificação gera benefícios aos consumidores, informando-os de que os produtos certificados atendem aos princípios e critérios da rede *Fairtrade*.

Desse modo, a certificação serve como mecanismo de redução de assimetrias informacionais, aumentando a eficiência dos mercados (NASSAR, 1999). Com isso, reduzem-se os custos de transação (WILLIAMSON, 1985). Além desses objetivos, existem outros relevantes que norteiam a rede *Fairtrade*, o de empoderamento dos produtores e a redução dos intermediários entre a produção e os consumidores finais. A seguir, será apresentada a rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras com seus agentes envolvidos, como também os contratos formais existentes, conforme identificados na pesquisa.

Figura 14 - Contratos formais existentes na rede *Fairtrade* Frutas Frescas, envolvendo as organizações produtoras certificadas.



Fonte: Elaborado pela autora

Além das funções desempenhadas pelo centro estratégico, supracitadas, o centro estratégico possui legalmente o nome da marca, delegando seu uso para os operadores certificados de acordo com os critérios estabelecidos pela *Fairtrade International*, por meio dos critérios de conformidade da Flo-Cert.

A pesquisa evidenciou que, na rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras, a coordenação do centro estratégico é emoldurada por contratos do tipo formal, os quais se referem aos contratos de certificação firmados entre o produtor e a Flo-Cert, o produtor e o importador e, quando existir entre o produtor e o *trader*.

No que tange aos produtores, identificaram-se ou três tipos de contratos: os que ligam os produtores à rede, que são contratos específicos de certificação, firmados junto à Flo-Cert e os contratos de compra e venda entre os produtores e os compradores (importadores). Para as organizações produtoras que comercializam o seu produto, por meio de *traders*, mais um tipo de contrato é adicionado na transação, o qual é firmado entre a OP e a *trader*. É importante notar que todos os agentes (produtores, *traders*, importadores) da rede devem ser certificados pela Flo-Cert, ou seja, todos firmam contratos de certificação junto à certificadora Flo-Cert.

Em se tratando do contrato de certificação, o qual envolve as organizações produtoras e a Flo-Cert, conforme apresentado na Figura 14, corresponde a um acordo para a provisão de serviços de certificação pela Flo-Cert ao operador e para o pagamento de uma taxa de Certificação pelo cliente à FLO-Cert. (FLO-CERT, 2006; 2013a). O propósito desse contrato é permitir que a FLO-Cert certifique o operador à luz dos Critérios *Fairtrade*, esses estabelecidos pela *Fairtrade International* e aos de Conformidade da FLO-Cert.

Esse tipo de contrato para Frutas Frescas *Fairtrade* possui elevada especificidade, uma vez que é exclusivo para a rede, pois garante que, em todo processo de certificação, sejam respeitados os critérios *Fairtrade* estabelecidos pela *Fairtrade International* e as Políticas da Flo-Cert.

Um dos pontos expostos no contrato de certificação é que, para assegurar a eficiência da certificação, o produtor deve declarar que compreende os Critérios de Certificação *Fairtrade* e as políticas de procedimentos da Flo-Cert e, se esses forem violados, o produtor sofrerá sanções estabelecidas pela Flo-Cert. A certificadora pode instituir as seguintes sanções aos operadores (FLO-CERT, 2006, p. 10):

a) **Certificação Inicial**

1. Pré-condicionada: o operador deve retificar certas não conformidades antes que o Certificado *Fairtrade* seja emitido. O cumprimento da pré-condição é avaliado por meio de controle de documentos ou uma auditoria adicional.
2. Certificado com Condições: o operador está Certificado, no entanto, tem algumas condições que necessitam ser cumpridas antes que a inspeção seguinte ocorra, ou dentro de um período de tempo específico no qual a confirmação do evento é feita por meio de documentos ou por uma inspeção.
3. Não Certificado: significa que o Operador não está Certificado.

b) **Certificação de Renovação**

1. **Certificado com Condições:** o operador está certificado e recebe determinadas condições que necessitam ser cumpridas antes que a inspeção seguinte ocorra, ou dentro de um período de tempo específico no qual a confirmação do evento é feita por meio de documentos.
2. **Decisão de Ação Corretiva:** o operador tem um prazo específico, dentro do qual deve corrigir os não cumprimentos listados como pontos de ação corretiva. Há três diferentes tipos de decisão de ação corretiva, por meio de revisão de documentos, de inspeção e de suspensão.

Ressalta-se que a suspensão é revogada no momento em que o produtor tenha cumprido com os pontos de ação corretiva. Durante o período de suspensão, o operador não pode estabelecer novos contratos na rede, mas pode concretizar os celebrados antes da data de suspensão.
3. **Redução do Ciclo de Certificação:** o status de risco do operador muda, necessitando de um aumento na frequência das inspeções.
4. **Cancelamento de Certificação:** operador não está mais certificado. Nessa fase todas as referências ao operador nas listas de produtores da Flo-Cert são removidas.
- 5) **Sanção Financeira:** A Flo-Cert pode também impor uma sanção financeira a um operador, quando houver um descumprimento grave dos Critérios ou Políticas que norteiam a rede *Fairtrade*. Este tipo de sanção é proporcional às circunstâncias e em qualquer situação não pode ultrapassar 10.000 euros.

As sanções supracitadas podem ser modificadas, por direito, pela Flo-Cert; portanto, as modificações devem ser tornadas públicas a todos os operadores. Na pesquisa, não foi identificado nenhum caso de sanção financeira e redução de ciclo de certificação; porém, é mais comum ocorrer a certificação com condição e decisão de ações corretivas.

As organizações produtoras que saíram da rede (OP F, OPP G, OP I e OP J), segundo os seus representantes entrevistados, foi por decisão dos próprios cooperados, não por cancelamento feito pela *Fairtrade International*.

Quanto ao prazo, o contrato de certificação que liga as OP à rede *Fairtrade* é formal e pode ser renovado após um ano, desde que haja interesse das partes de manter a parceria e, também, desde que as partes cumpram as cláusulas contratuais estabelecidas previamente. A data inicial do acordo é a partir da celebração entre a Flo-Cert e o operador, no caso, a organização produtora. O contrato pode ser interrompido por uma das partes, desde que seja enviada à outra parte uma notificação com pelo menos três meses de antecedência.

Outra característica do contrato de certificação é que, assim como todos os contratos, em especial os de longo prazo, são documentos incompletos e imperfeitos. Desse modo, faz-se necessário os ajustamentos e as adaptações contratuais quando os mesmos são afetados por falhas, erros, omissões e alterações inesperadas (WILLIAMSON, 2012). Partindo dessas

premissas, consideram-se os artigos 9º e 3º, respectivamente, que aparecem no referido contrato celebrado entre o produtor e a Flo-Cert:

Para a resolução de disputas, as partes podem optar por submetê-las a um árbitro nomeado em acordo. Qualquer decisão do árbitro será obrigatória às partes, e os custos da nomeação do árbitro serão pagos pelas partes em proporção tal como definida pelo árbitro (FLO-CERT, 2006, p 7).

A Flo-Cert possui políticas e procedimentos para o recebimento de alegações, resolução de reclamações, apelações e disputas recebidas de operadores ou outras partes sobre o manejo da Certificação ou quaisquer outros assuntos relacionados (FLO-CERT, 2006, p 5).

Assim, mediante o que foi exposto acima, reconhece-se que há esforços a serem utilizados para resolver, caso haja os conflitos entre as partes, por meio da arbitragem em vez de recorrer imediatamente aos tribunais. Esses árbitros devem ser eficientes, preparados e especializados, habilitados a contribuir com as partes contratantes em transformar os conflitos em soluções cooperativas (SADDI; PINHEIRO, 2005). Nesse contexto, os agentes da transação poderão valer-se da arbitragem para dirimir os litígios; contudo, admite-se a incompletude contratual.

Caso não seja possível a conciliação entre as partes, a Flo-Cert tem o direito de instituir medidas judiciais legais no local onde o produtor estiver instalado. Ressalta-se que as leis que regem esse acordo e todos os procedimentos que deles surjam são de competência da República Federativa da Alemanha. Isso configura uma falha contratual, mediante depoimento de um dos representantes das OPPs entrevistadas, em que ele destaca:

as leis da Alemanha diferem, muitas vezes, das brasileiras e se já é difícil buscar a justiça no Brasil, imagine em outro país e com outro idioma (Entrevistado F).

Outro tipo de contrato identificado, na pesquisa, que envolve as organizações produtoras na rede são os firmados com os *traders*, o qual é apresentado na Figura 14 como transação 2. Como já mencionado, anteriormente, a presença dos *traders* é muito forte na rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras, pois, segundo os representantes das organizações produtoras, a atuação deles facilita as transações comerciais junto aos importadores. Eles são considerados na rede *Fairtrade* como intermediadores, pois recebem o preço ou prêmio *Fairtrade* do importador e o transfere para a organização produtora certificada (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2011a).

Nesse tipo de relação contratual, o *trader* não pode ser comparado a um intermediador convencional, pois eles não compram o produto para revender e, assim, obter o lucro, e sim, sua remuneração é mediante um percentual acordado entre o produtor e o próprio *trader* por contratos firmados entre produtores e compradores. Em um dos contratos analisados, na pesquisa, entre uma organização produtora (contratante) e um *trader* (contratado), acordou-se que 5% do valor das vendas ficaria como margem para o contratado, pelos seus serviços de comercialização.

Antes de se especificar as características de mais um dos contratos identificados na rede estudada, que envolve as organizações produtoras e os compradores (importadores), faz-se necessário especificar quais as organizações produtoras que já firmaram esse tipo de contrato.

Das 13 (treze) organizações produtoras pesquisadas, 6 (seis) são organizações de pequenos produtores que fornecem laranja para a produção do suco da fruta, dentro do Brasil, e comercializam no mercado internacional, por meio da rede *Fairtrade*, o suco de laranja como produto final. Isso caracteriza as organizações como atuantes na rede de suco de frutas, mesmo fornecendo a laranja como matéria prima, tanto que, segundo a representante da *Fairtrade International*, o pagamento aos produtores de laranja para suco pelas processadoras ocorre mediante a quantidade de suco que suas laranjas fornecem, dependendo do que é vendido ao importador, ou seja, o processador (exportador), que compra laranja para suco de um produtor certificado, deve pagar o percentual de preço mínimo estabelecido na rede *Fairtrade* ou de mercado de suco de laranja (o que for maior) para o produtor.

Assim, toda a remuneração da cadeia, inclusive o pagamento do prêmio *Fairtrade*, é feita mediante a venda do suco de laranja; por isso, nesse caso, a organização produtora (produtor) é classificado na categoria de suco de laranja pela Flo-Cert. Assim, por hora, não existem contratos firmados entre essas OPPs e compradores a serem analisados, referentes à venda de frutas frescas na rede *Fairtrade*.

No caso dos produtores de Açaí, também inexistem contratos entre produtores e compradores internacionais a serem analisados, tendo em vista que a entrada da COOPAVEM na rede *Fairtrade* é recente e, segundo o presidente da cooperativa e a representante da BioecoBrasil, no momento da pesquisa, era aguardado o período de safra para fechar possíveis vendas na rede.

Outra cooperativa, que atingiu os critérios de conformidade para a certificação inicial da Flo-Cert, de acordo com consultor SEBRAE/RN e o presidente da cooperativa, mas nunca vendeu seus produtos na rede *Fairtrade* foi a COOAPAZ, mediante dois argumentos

essenciais: primeiro, o preço no mercado interno está mais atrativo aos pequenos produtores de melão do que o preço *Fairtrade* e, segundo, falta uma compreensão maior por parte dos cooperados o que venha a ser o Cooperativismo.

Assim, as organizações produtoras, que já celebraram contratos junto aos importadores na rede *Fairtrade*, são: a COODAP, Pritam Frut, Associação Manga Brasil e Associação dos Pequenos Produtores do Núcleo 06.

Os contratos celebrados entre as organizações produtoras e os compradores, apresentado na Figura 14 como transação 3, devem conter, no mínimo, os elementos de comum acordo entre as partes. São eles: volume, qualidade, preço, condições de pagamento e condições de entrega do produto, sendo que tais termos devem estar explícitos em um contrato escrito. Também podem ser incluídos no contrato acordado critérios de qualidade do produto específicos da rede *Fairtrade*.

A responsabilidade de elaborar o contrato formal deve ser mutuamente acordada, mas, quando não é definido entre as partes, o comprador é o responsável – em todo o caso, o contrato deve ser redigido em idioma acordado entre as partes. Os contratos são geralmente propostos pelo comprador e modificados pelo produtor até que se chegue a um acordo. De acordo com o Entrevistado N:

em relações de longo prazo isto não acontece porque são utilizados sempre os mesmos termos contratuais.

Em relação ao pagamento realizado na rede *Fairtrade*, cabe ao comprador apresentá-lo à Flo-Cert, como uma prestação de contas para que o processo de pagamento seja transparente e rastreável.

A *Fairtrade International* recomenda que um mecanismo de arbitragem seja escrito em contratos entre produtores e compradores da rede *Fairtrade*. Desse modo, verifica-se que a formação desse tipo de contrato é paritário, pois os interessados são colocados em pé de igualdade e debatem as cláusulas e condições contratuais, modificando-as e eliminando os pontos divergentes mediante transigência mútua, até chegar a um consenso (ESCOBAR JR, 2012), bem como é especificado nos Critérios de Comércio *Fairtrade* (2011, p.12) : "é importante que as obrigações contratuais sejam mutuamente acordadas, bem documentadas e claramente compreendidas pelas partes contratantes".

De acordo com as considerações acima apresentadas, em que a *Fairtrade International* é uma instituição de governança na rede *Fairtrade*, pois opera no monitoramento e controle das transações existentes na referida rede, conclui-se que a relação que surge nas transações

contratuais na rede é considerada de dependência trilateral. Ressalta-se que, de acordo com Williamson (2012), uma forma institucional intermediária se torna evidentemente necessária, dados os limites do direito contratual clássico para sustentar tais transações e o custo proibitivo da governança (bilateral) da transação específica.

Desse modo, a combinação entre uma especificidade mista e uma de alta especificidade faz com que seja incentivada a estrutura de governança trilateral com duas formas de contratos, o neoclássico e o relacional. O tipo de contrato dependerá da frequência com que são feitas as transações (ROCHA JÚNIOR, 2001).

Conforme Silva (2002), a frequência pode ser ocasional (não há compromisso entre os agentes), discreta (estabelece-se contrato supervisionado até o seu final) e recorrente (transação contínua, com forte coordenação e inter-relação entre os agentes da estrutura produtiva). Mediante o que foi exposto, o *quadro* a seguir apresenta as características identificadas nos contratos da rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras.

Quadro 8 - Características dos contratos existentes entre as organizações produtoras e os demais agentes da rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras

Contratos	Quanto à formação	Frequência	Tipo do contrato
Certificação	Adesão	Discreta	Trilateral Neoclássico
<i>Trader</i>	Paritário	Discreta	Trilateral Neoclássico
Comprador	Paritário	Discreta	Trilateral Neoclássico

Fonte: Elaborado pela autora

Lembra-se que a adesão ao sistema *Fairtrade* é voluntária; contudo, a organização produtora que aderir ao sistema terá que atender às normas específicas: ao optar pelo sistema, o produtor é auditado periodicamente pela Flo-Cert, uma certificadora terceirizada acreditada pela *Fairtrade international*. Caso inexistam inconformidades, o agricultor poderá comercializar sua produção pela rede *Fairtrade*. No ato da adesão, é firmado um contrato de certificação, conforme mencionado anteriormente, o qual quanto a sua tipicidade contratual é classificado como atípicos, pois a negociabilidade dos entes privados está limitada apenas por normas gerais e específicas estabelecidas pela *Fairtrade International*, que prescrevem certos elementos como legalmente necessários, a contratação é livre, em que as partes pactuam obrigações entre si, criando acordos que não foram imaginados ou previstos por autoridades estatais, ou seja, não há uma regência legal específica (MAMEDE, 2010).

Aponta-se, também, que é um contrato padronizado para todos os operadores (qualquer entidade certificada *Fairtrade*), ou seja, não há um desenho contratual, específico para cada transação. Assim, cabe apenas ao contratante, neste caso, ao produtor, aderir aos termos pré-ajustados do contrato, no ato da celebração junto à FLO-Cert. Assim, as condições contratuais do contrato de certificação, apresentadas aos produtores de frutas são pré-formuladas, uniformes e unilaterais, ou seja, não foram redigidas pela coletividade negocial.

Nesse contexto, resta ao produtor decidir se ele adere ou recusa os termos contratuais impostos pelo centro estratégico, por meio da certificadora da rede.

Mesmo considerando que há, na redação do contrato de certificação, um esforço de ser um contrato paritário, quando, a priori, propõe um comum acordo entre as partes, em caso de mudanças contratuais, nota-se uma rigidez por parte da Flo-Cert em manter as suas modificações, dando a opção ao produtor de sair da rede, caso não concorde com as mudanças propostas, isso em um prazo de trinta dias, considerando o que o sistema certificado expõe em um dos princípios Fairtrade: relações contratuais contínuas e de longa duração. Essa atuação não condiz com o esforço de manter a relação entre as partes. Vejam-se as seguintes cláusulas (FLO-CERT, 2013 p.6):

8.1 Qualquer modificação feita a este contrato deverá ser feita de comum acordo e, de forma geral, deverá ser levada a cabo por escrito.

8.2 Para efeitos práticos, a FLO-CERT poderá decidir modificar este contrato por meio de uma notificação escrita, três meses antes de a alteração pretendida entrar em vigor.

8.3 Na eventualidade de o operador não concordar com a mudança pretendida, o Cliente poderá cessar este contrato por escrito:

(a) dentro de 30 dias após a recepção da notificação escrita pela FLO-Cert e (b) entrando a cessação em vigor na data da alteração (FLO-CERT, 2013 p.6).

Diferentemente da formação contratual de certificação, os contratos estabelecidos entre os operadores (produtor, comprador ou *trader*) são caracterizados como paritários, por ser expressiva a participação das partes, em igualdade, nas decisões contratuais, conforme melhor explicitado anteriormente.

Quanto à frequência, os três contratos formais apresentados são classificados como de frequência discreta, pois esses são supervisionados até a sua efetivação pela *Fairtrade International*. Além desse fato, o tempo de duração das transações não é longo o suficiente para ser classificado como recorrentes, pois a duração dos contratos das OPs na rede varia entre dois e oito anos. A tendência das relações entre as OPs que, ainda, atuam na rede

Fairtrade é de ser recorrente e de, talvez, apresentar características dos contratos relacionais, ou seja, evoluir de um contrato neoclássico para um contrato relacional.

Face ao exposto, os contratos identificados na pesquisa são do tipo neoclássicos, pois as transações tendem a ser de longo prazo e a variável incerteza é relevante. Outra característica marcante é a presença de uma terceira parte para resolver disputas e avaliar o desempenho estipulado pelo contrato, no momento posterior à firmação contratual. Além disso, os contratos mencionados apresentam quatro características que, segundo Ménard (1996, p. 158), devem ser observadas em contratos neoclássicos, as quais identificadas nos contratos *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras :

1. Os contratos *Fairtrade* apresentam na sua redação "mecanismos de adaptação" para ajustar distúrbios não antecipados.
2. Os contratos também fornecem uma "zona de tolerância" dentro da qual desalinhamentos podem ser ajustados, tomando como objetivo a preservação da relação.
3. Há um esforço na "divulgação da informação" , caso seja proposto algum tipo de adaptação.
4. Existem provisões de "arbitragem", em vez de litígios por meio de tribunais.

Tomando-se como base os princípios que regem a rede certificada *Fairtrade*, os contratos tendem a ser relacionais, por se pretender que estes se inclinem às relações contínuas e duradouras, em que vínculos pessoais de solidariedade, confiança e cooperação são determinantes. No entanto, a presente pesquisa mostrou que as relações contratuais, na maioria das organizações produtoras na rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras não são duradouras com os compradores, ao ponto de se tornarem uma transação relacional ou, até mesmo, em alguns casos, ainda, nem aconteceram. Apenas uma delas apresentou maior frequência nas transações com seus compradores; porém, verificou-se que um dos principais motivos de ela se manter na rede é o benefício que a marca *Fairtrade* traz para a reputação da empresa, por meio da utilização de um selo socioambiental extremamente rigoroso e reconhecido mundialmente.

Ressalta-se que a troca de informações na rede é controlada pela *Fairtrade International*, desde os princípios e objetivos *Fairtrade* definição de incentivos e mecanismos de controle até o compartilhamento de informações sobre a demanda de produtos no exterior. Uma das queixas dos representantes das OPPs é que as informações necessárias para se operar na rede, a exemplo, dos critérios gerais e específicos de produtos, bem como as políticas e

procedimentos de certificação da Flo-Cert, são disponibilizados pelo *Fairtrade International* e da Flo-Cert, por via *internet*, e isso dificulta o acesso às informações, pois não são todos os produtores que dominam essa ferramenta de comunicação.

Outro aspecto restritivo apontado pelos entrevistados das OPPs é que, para repassarem as informações exigidas pela Flo-Cert e para obterem informações sobre a demanda referente às normas de conformidade exigidas, utiliza-se um banco de dados interativo o *Ecercert*⁵⁷, que para alguns deles "não é de fácil entendimento" (Entrevistados D, J e K) - ficando as OPPs, muitas vezes, dependentes das entidades de apoio e dos *traders*, para a execução das ações impostas pela certificadora.

O conceito de adoção de um sistema de *internet* para o compartilhamento de informações na rede, se bem implementado, pode reduzir os riscos contratuais, mas também pode restringir as transferências de informações (HEIMAN; NICKERSON, 2002). Pode-se citar como exemplo o baixo domínio da utilização da ferramenta *-Internet* - por boa parte dos pequenos produtores das OPPs estudadas. No entanto, é preciso verificar como essa ferramenta de gestão está adaptada para a realidade da agricultura familiar brasileira, pois a falta de habilidade no manuseio da *Internet* foi identificada em 50% das organizações produtoras contempladas nesta pesquisa.

Corroborando com esse problema, ressalta Batalha, Buainain e Filho (2005) que, durante muito tempo, os pequenos produtores rurais não receberam, especialmente por parte do poder público, a atenção que mereciam. Ainda, os autores destacam que se deve esperar que esses agricultores encontrem dificuldades para se adaptar às modernas ferramentas gerenciais e à sua inserção nos empreendimentos da agricultura familiar, por um período de médio a longo prazo.

Acentua-se que, para atuar na rede *Fairtrade*, é necessário o desenvolvimento de competências tecnológicas produtivas e de gestão, além de apoio financeiro, que, segundo Viegas (2012), ainda é inacessível à maioria dos pequenos produtores brasileiros – o que restringe a exploração das oportunidades decorrentes da adesão à rede *Fairtrade* pelas OPPs mais desenvolvidas.

Por outro lado, é importante reconhecer que a exigência de um mínimo de controle gerencial nas propriedades agrícolas integradas na rede *Fairtrade* - que tendem a ficar,

⁵⁷ Este é o portal de FLO-CERT web para o banco de dados interativo *Ecercert*, onde todos os clientes, auditores e Organizações Nacionais de *Fairtrade* pode visualizar, inserir ou baixar informações relevantes - quer se trate de verificar o progresso de certificação, fornecendo evidências de medidas corretivas, atualizando os dados de contato ou à procura de clientes *Fairtrade* .

gradativamente, mais complexas, levando os pequenos produtores a um maior esforço para se habituarem a gerir as suas propriedades de modo mais eficiente – são estimulantes ao desenvolvimento desse setor.

Contudo, esse esforço mobiliza competências aos produtores das OPPs que apresentam experiência, quase exclusiva, com as atividades de produção agropecuária. Torna-se um desafio ao produtor, portanto, desenvolver capacidades relacionadas a obter e processar as informações para assegurar seu espaço em mercados mais modernos, como o da rede *Fairtrade*. Assim, é fundamental que sejam criados mecanismos acessíveis de compartilhamento de informações nas redes de estruturas de governança híbrida, para que se diminuam os riscos de oportunismos e promova-se o controle mútuo, reduzindo os custos de transação (MÉNARD, 2011).

Além das questões supracitadas, destaca-se que uma parte considerável dos representantes das OPs entrevistados não está satisfeita com a não transparência quanto ao preço praticado pelos demais agentes na rede e quanto aos critérios de inserção de empresas agrícolas (plantações) na rede.

Nesse contexto, um grupo de representantes de OPs brasileiras de frutas frescas, apresentou uma demanda formal de esclarecimentos à *Fairtrade International* sobre os critérios de aceitação das “plantações” a rede. Nesse documento, esses produtores questionavam a lealdade da entrada das mesmas no sistema - no entanto, conforme alguns integrantes do referido grupo, o centro estratégico não se pronunciou sobre o caso, levando alguns deles a questionar "a tal transparência pregada pela rede *Fairtrade*" (Entrevistados D, E, F, L e M).

Considerando que a racionalidade dos agentes econômicos é limitada, mas que os mesmos empreendem esforços no sentido de ampliar a "racionalidade buscada" (WILLIAMSON, 1985, p.55), à luz do que foi exposto, no parágrafo anterior, percebe-se que há um esforço por parte dos representantes das OPs de avaliar sobre a sua permanência na rede *Fairtrade*, considerando a entrada das plantações na rede e os preços praticados, nesse sistema, para seus produtos. Essa situação exemplifica a impossibilidade de os agentes econômicos dominarem a totalidade das informações necessárias para a tomada de decisão mais adequada na maioria das decisões negociais.

Outro aspecto preocupante da entrada das “plantações” na rede *Fairtrade* diz respeito ao distanciamento de um dos principais objetivos da certificação, o de minimizar a assimetria informacional junto aos consumidores, pois, segundo entrevistados do referido grupo reclamante, a informação de que os produtos expostos no mercado com a marca *Fairtrade* não

são oriundos, exclusivamente, de organizações de pequenos produtores, mas também de plantações, não é transparente para os consumidores.

Assim, os consumidores não são suficientemente informados sobre a origem do produto que estão comprando, pois acreditam que estão adquirindo produtos, de preços mais elevados, da rede *Fairtrade* – valorizados pelo seu forte apelo socioambiental, além da sua qualidade. Essas características acentuam as assimetrias informacionais, que induzem aos conflitos na rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras. Como observa Ménard (1996), o papel limitado dos mecanismos de preços torna essencial o compartilhamento da informação para a existência e estabilidade das formas híbridas de governança por causa da incongruência de objetivos e/ou ambiguidades de *performance* inerentes a esse sistema de coordenação.

Assim, a informação assimétrica é uma importante fonte de oportunismo em híbridos, pois bens e direitos existentes são, em parte, compartilhados, e, além disso, a autonomia dos parceiros impede soluções hierárquicas. Enquanto bens e direitos que se sobrepõem precisam de mais informações do que os preços de mercado oferecem (MÉNARD, 2011). Informações relevantes podem ser recolhidas por meio de operações repetidas (GULATI, 1995), ou por meio de sistemas adequados de informação, por exemplo, os procedimentos de compra e venda, em que sejam fornecidos os dados sobre os agentes envolvidos (MÉNARD, 1996, 2003).

CAPÍTULO V - DISCUSSÕES DE RESULTADOS

Neste capítulo, será apresentada a discussão dos resultados com base nos dados analisados na pesquisa.

5.1 O Movimento Fair Trade no Brasil

Antes de abordar, especificamente, o objetivo central deste estudo, o qual corresponde à análise da certificação *Fairtrade* de Frutas Frescas no Brasil, com relação ao tipo de coordenação exercida pela *Fairtrade International*, bem como os contratos existentes entre as organizações produtoras e os demais agentes da rede, faz-se necessário compreender como os produtos oriundos do movimento *Fair Trade* são escoados e como no Brasil este movimento tem se manifestado.

Atendendo ao primeiro ponto, a pesquisa evidenciou que há dois sistemas de distribuição distintos: uma rede *Fair Trade* integrada (incluindo as organizações alternativas de comércio), em que os pontos de venda concentram-se no varejo, especialmente, em lojas denominadas *Worlds Shops*. A maioria deles é comercializada sem rótulo e, quando estes existem, levam o nome das organizações alternativas. As transações comerciais, muitas vezes, são informais e por isso são baseadas na confiança (COMISSÃO COMUNIDADE EUROPEIA, 1999).

Já o segundo tipo via de rede, a certificada, visa atender às normas internacionais desde o processo de produção até a venda ao consumidor final, apresentando nos seus produtos uma rotulagem. Ambos os percursos se fazem por iniciativas privadas (COMISSÃO COMUNIDADE EUROPEIA, 1999; WFTO; FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2009; BOUROULLEC, 2010).

Quanto ao desenvolvimento do movimento Fair Trade, no Brasil, por meio desta pesquisa, pode-se identificar que há a atuação de dois sistemas, um denominado de Sistema *Fairtrade*, objeto deste estudo, e o outro Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário. Ambos buscam um mercado mais justo, que defende e aplica os princípios do movimento *Fair Trade*, o qual teve seu início em meados do século XX, como uma resposta às consequências negativas provocadas pela globalização, tais como: vulnerabilidade dos pequenos produtores a flutuações de preços nos mercados internacionais de commodities, aumento dos ganhos por parte dos intermediários na cadeia produtiva e falta de oportunidade econômica aos primeiros.

O Sistema *Fairtrade* é consolidado mundialmente. Atualmente, consiste em 19 iniciativas nacionais, perfazendo um total de 24 países (Fairtrade Labelling Austrália e Nova Zelândia, Fairtrade Áustria, Bélgica Max Havelaar, Fairtrade Canadá-EUA, Fairtrade Mærket Danmark Estónia Fairtrade, Fairtrade Finlândia, Max Havelaar França, Alemanha TransFair, Fairtrade Mark Irlanda, Itália Fairtrade, Selo de Fairtrade do Japão, Fairtrade Letónia, Lituânia Fairtrade, Fairtrade Lëtzebuerg, Stichting Max Havelaar Holanda, Max Havelaar Fairtrade Noruega, Associação Selo Fairtrade Espanha, da África do Sul, Suécia, Max Havelaar Stiftung Schweiz, a Fairtrade Foundation UK), possuindo três organizações de marketing, que atuam na venda e promoção dos produtos *Fairtrade*: na Coreia (Europa-Korea Foundation), Hong Kong (Hong Fairtrade Fundação Kong) e República Checa (The Czech Fair Trade Association), e um membro associado (Fairtrade México).

A rede *Fairtrade* é composta por mais de 1,3 milhão de produtores e trabalhadores, organizados em 1.149 organizações, isso em 70 países do mundo (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2013b). Destaca-se que 80% dos produtores da rede *Fairtrade* são formados por pequenos produtores e os 20% restantes representam os trabalhadores de empresas agrícolas chamadas "plantações" (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2014).

Quanto ao Comércio Justo e Solidário, o mesmo encontra-se em fase de regulamentação por parte do Estado Brasileiro, com o intuito de reconhecê-lo como uma política social, o que contribuirá para a inserção do setor produtivo na cadeia nacional e, posteriormente, internacional de comercialização de produtos do Comércio Justo e Solidário. O Sistema de Comércio Justo e Solidário (SCJS), no Brasil, tem sua origem na Economia Solidária, a qual possui como base produtiva os Empreendimentos de Economia Solidária (EES), os quais, por sua vez, estão sendo adequados, atualmente, aos princípios e critérios do Sistema de Comércio Justo e Solidário, por meio do Projeto Nacional de Comercialização Solidária. Tudo isso com o objetivo de fomentar as relações de produção, comercialização e consumo entre os empreendimentos e entre os consumidores do mercado interno.

Apesar da importância de tais movimentos, no Brasil, quanto à abrangência, o lugar de destaque é da rede certificada *Fairtrade*, pois, segundo a FLO-Cert (2010), referente à América Latina, o Brasil ocupa o quarto lugar quanto ao número de operadores na rede *Fairtrade*, representando um total de 62, ficando atrás apenas do Peru (116), Colômbia (101) e México (69). Diversos são os produtos comercializados com o selo *Fairtrade*, no Brasil, os quais são: o café, suco de laranja, uva de vinho, mel, polpa de manga e goiaba, soja, amendoim, castanha de caju, algodão e frutas frescas (laranja, limão, abacaxi, manga e maracujá). O café, o suco de laranja e as frutas frescas são os produtos mais comercializados

na rede. Destaca-se que estudos acadêmicos sobre o café e o suco de laranja com certificação *Fairtrade*, no Brasil, já foram desenvolvidos; no entanto, sobre as frutas frescas no âmbito nacional, carece de uma maior atenção e, é exatamente isso a que este estudo se propôs.

5.2 Caracterização dos agentes da rede Fairtrade Frescas Brasileiras

Esta pesquisa contempla todas as organizações produtores que constam na lista FLO-Cert na categoria frutas frescas, no período de 2010 a 2014.

A rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileira possui os seguintes agentes envolvidos organizações produtoras (organizações de pequenos produtores e empresas agrícolas "plantações"), *traders*, importadores (compradores). No que tange às organizações de produtores, a pesquisa contemplou 13 (treze) organizações, são elas: COACIPAR/PR, COCAMAR/PR, COPAVEM/PA, COAGROSOL/SP, COOPERSANTA/PR, MANGA BRASIL/BA, ASSOCIAÇÃO DO NÚCLEO VI/PE, PRITAM FRUT/ BA, COODAP/RN, COOAPAZ/RN, ASSOCIAÇÃO DOS CITRICULTORES DE LIBERATO SALZANO/RS, ECOCITRUS/RS E COOFRUTAF/RS.

As frutas frescas com a certificação *Fairtrade*, no Brasil, são: açaí, abacaxi, laranja, manga, limão e melão. A quantidade de frutas comercializadas na rede não é muito significativa em comparação às exportações brasileiras de frutas pelo mercado convencional; no entanto, devem-se valorizar as iniciativas de certificações socioambientais, tendo em vista que há uma demanda crescente no mercado internacional, em especial, no europeu, que é o principal comprador das frutas brasileiras.

Destaca-se que as organizações: ECOCITRUS, COACIPAR, COAGROSOL, COCAMAR, COOPERSANTA, Associação de Citricultores de Liberato Salzano e COOFRUTAF não exportam laranja *in natura* na rede *Fairtrade* e sim o suco; porém, elas são registradas em duas categorias a de frutas frescas e sucos. Mas, como elas estão aptas a comercializar frutas frescas pela rede *Fairtrade*, também, foram contempladas nesta pesquisa. Caso semelhante acontece com a COPAVEM, que está cadastrada para comercializar, na rede *Fairtrade*, o açaí *in natura* e em polpa, mas há previsão de demanda, apenas, para a polpa.

Ressalta-se que, das (13) treze organizações produtoras apresentadas acima, apenas uma é classificada na rede *Fairtrade* como empresa agrícola, chamada pelo sistema de "plantação", a PRITAM FRUT.

Quanto ao ingresso das 13 (treze) organizações produtoras de frutas frescas na rede *Fairtrade*, pode-se observar que há diferenças quanto aos incentivos e apoios organizacionais para a entrada. A maioria delas teve como incentivo de inserção o já envolvimento em programas de qualidade na produção, liderados por organizações governamentais e privadas, que sinalizaram à rede *Fairtrade* uma alternativa para o escoamento dos seus produtos. Assim, a rede *Fairtrade* se tornou um meio de ampliar os programas brasileiros de qualidade na produção, buscando inserir um meio de comercialização que desse continuidade aos princípios socioambientais dos programas. Esse quadro se configura mais nas organizações produtoras do Norte e Nordeste. Outros motivos que levaram algumas OPs a ingressarem na rede foi a possibilidade de ampliar seus negócios internacionais, por meio de obtenção de informações sobre a tendência e existências de novos mercados, de maneira mais precisa e de adequar a OP para o atendimento de padrões, que irão identificá-la como uma empresa com um selo socioambiental. Evidencia-se essa situação mais nas organizações produtoras do Sul, Sudeste e plantação. Frisa-se que, ainda, todas as OPs, por meio dos seus representantes, apresentaram a preocupação de desenvolver suas atividades produtivas dentro dos padrões socioambientais, independente da sua permanência na rede *Fairtrade*.

Outro aspecto a ser considerado, nesta pesquisa, é a contribuição do sistema *Fairtrade* na organização dos pequenos produtores, mesmo que para atender às exigências do sistema, mas que trouxe benefícios para os produtores que passaram a se organizar em associações ou cooperativas, como foi o caso da COODAP, COOAPAZ e a COAGROSOL. As demais organizações produtoras já estavam estruturadas, mas, mesmo assim, ao inserissem na rede *Fairtrade* puderam melhor organizar suas atividades produtivas por meio dos registros e acompanhamento de suas ações administrativas.

No que diz respeito à gestão das organizações produtoras, a pesquisa revelou que há certa fragilidade na capacidade de gerir o processo de certificação *Fairtrade* numa perspectiva de longo prazo na maioria delas, em destaque, o atendimento aos critérios de conformidade monitorados e controlados pela Flo-Cert. Esses critérios vão evoluindo a cada ano de certificação; por isso, muitas organizações produtoras acabam desistindo da certificação *Fairtrade*, por acharem muito complexas as exigências da empresa certificadora. Além disso, apresentaram dificuldades em elaborar e apresentar os relatórios exigidos pela Flo-Cert, para controle das atividades desenvolvidas pelas organizações produtoras na rede. Até organizações produtoras mais estruturadas apresentaram dificuldade em atender às demandas burocráticas da rede.

Ressalta-se que um processo de certificação requer que as organizações produtoras se familiarizem com as técnicas de controle da produção, isso desde o acompanhamento diário dos custos de produção ao registro dos seus trabalhadores. O primeiro é necessário, pois contribui para a definição do preço mínimo a ser praticado, o qual nem sempre é considerado satisfatório pelo produtor, pois há situações em que o preço mínimo estabelecido pela *Fairtrade International* é inferior ao apresentado pelo produtor; no entanto, prevalece o estabelecido pelo sistema na hora de firmar contrato com o importador.

Quanto ao registro dos trabalhadores, essa ação é exigida com o intuito de reduzir a informalidade das relações trabalhistas. Uma das preocupações apontadas pelos representantes das OPs é tentativa de alguns trabalhadores rurais em continuar na informalidade, pois temem perder os seus benefícios sociais, tal como o Bolsa Família. Um dos problemas detectados, nesta pesquisa, envolvendo os trabalhadores, é mensurar a efetiva melhora de vida que o prêmio pode trazer para os mesmos, pois a maioria dos trabalhadores que atuam no campo são temporários, o que é característico na fruticultura. Desse modo, segundo representante de OPs, fica difícil detectar o impacto do prêmio, a longo prazo, na vida desses trabalhadores.

Existem organizações estratégicas que fazem parte da rede Frutas Frescas Brasileiras a *Coodinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo* (CLAC), a qual atua representando os pequenos produtores da rede *Fairtrade* de toda a América Latina. A sua ação tem proporcionado a constituição de outras organizações que visam ao fortalecimento do sistema *Fairtrade* no Brasil, como a Associação das Organizações de Produtores (BRFair) e *Fairtrade* do Brasil. Também, deve-se considerar a presença de outras organizações tidas, neste estudo, como essenciais na inserção e, em alguns casos, na permanência delas na rede, mesmo não fazendo parte, efetivamente, da estrutura organizacional da rede *Fairtrade*. Assim, pode-se destacar: o SEBRAE, CODEVASF, EMATER, SENAE, MDA, EMBRAPA e Prefeituras.

5.3 Atuação da Fairtrade International na rede Fairtrade Frutas Frescas Brasileiras

Além dessas organizações mencionadas acima, destaca-se a *Fairtrade International*, a qual, neste estudo, é considerada o centro estratégico da rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras, isso porque ela coordena as transações realizadas na rede *Fairtrade*. O termo centro estratégico foi criado por Ménard (2011) para identificar uma entidade de governo

específico, que desempenha o papel de coordenadora das ações conjuntas das firmas envolvidas, de alocar as recompensas conjuntas e, além disso, tem autoridade para discipliná-las, isso em uma situação de governança híbrida, assim como foi identificado ser o tipo de coordenação exercida na rede estudada. Outro fator evidenciado, na rede pesquisada, e que reforça a sua caracterização como híbrida, é referente a sua constituição, a qual é composta por organizações que compartilham seus ativos e os direitos decisórios; no entanto, a recompensa é individual (FIANI, 2013).

O principal ativo compartilhado entre os agentes da rede *Fairtrade* é o de marca, pois existem investimentos de grau alto, por parte da OP e, também, pelo importador, assim, há uma complementaridade entre eles, o que configura uma dependência mútua.

Os direitos de decisão são alocados em comum acordo entre as organizações produtoras e a *Fairtrade International*; pode-se citar, como exemplo, o fato em que as OPs permanecem totalmente responsáveis por seus próprios recursos e suas estratégias e o centro estratégico atua nas decisões relativas à evolução da marca (novos critérios de certificação, novos produtos contemplados, padrões de qualidade e estratégias de marketing) e da estrutura de governança (os contratos com as OPs e a aceitação de novos operadores ou a exclusão de operadores que já atuam na rede). Frisa-se, também, que a *Fairtrade International* detém os direitos de propriedade sobre a marca e delega o seu uso pelos agentes da rede. Quanto à recompensa obtida, individualmente, pela OPs, mediante a venda via *Fairtrade*, é oportuno destacar o Prêmio *Fairtrade*, que é destinado ao desenvolvimento social e econômico das comunidades produtoras.

A estrutura organizacional da *Fairtrade Internacional* é constituída por duas organizações, uma delas é a *Fairtrade Labelling Organizations Internacional e V. ou FLO e V.*⁵⁸ e a outra é a FLO-Cert. A primeira corresponde a uma associação beneficente cuja afiliação é aberta a organizações com território geográfico definido e que pretendam obter licença para o uso do selo FAIRTRADE - essas organizações são chamadas de Iniciativas Nacionais de Certificação.

O sistema *Fairtrade* possui como incentivos das relações contratuais o preço mínimo, o prêmio, o pré-financiamento e relações comerciais estáveis de longo prazo, os quais são definidos pela *FLO e V.*

Por meio da presente pesquisa, foi identificada a possibilidade de estabelecimento de relações comerciais duradouras, incentivo esse que mais atrai os produtores para a rede

⁵⁸ é uma organização sem fins lucrativos registrada em Bonn (Alemanha) como associação beneficente (KUHLMANN, 2006).

Fairtrade, isso porque estimula a organização dos pequenos produtores em cooperativas ou associações e proporciona um aprendizado contínuo sobre processos de gestão da produção sustentável e gestão de comercialização. Para as organizações de maior porte, o estímulo maior é aprimorar o conhecimento a respeito de uma produção sustentável, a possibilidade de atingir novos mercados internacionais e, para algumas, ampliar a reputação da empresa por meio da promoção de uma empresa como justa e sustentável.

A segunda faz parte da estrutura da *Fairtrade International* é a *FLO Certification of Economic and Social Development GmbH ou FLO- Cert. Ltda.*, uma entidade juridicamente independente e que executa os trabalhos de certificação *Fairtrade*. Essa situação é ressaltada por Ménard (2011), quando ele afirma que uma das características da governança híbrida é que, para enfrentar dificuldades, as organizações podem recorrer a entidades exógenas para facilitar a coordenação e disciplina entre os parceiros. Esse papel é desempenhado pela Flo-Cert na rede Fairtrade Frutas Frescas Brasileiras.

Desse modo, a FLO e. V. determina os critérios da rede e a Flo-Cert, por sua vez, monitora e controla os critérios de conformidade junto às organizações produtoras, tendo como referências as Normas Genéricas *Fairtrade* para Organizações de Pequenos Produtores, e os Critérios Gerais de Comércio e todas as normas específicas das frutas frescas para as situações de trabalho contratado (FLO-CERT, 2014a). Também são utilizados pela Flo-Cert a ISO 65, a qual consiste em um sistema de credenciamento de representatividade no mercado mundial de certificação de produtos agropecuários. Vale ressaltar que o selo FAIRTRADE é emitido pela entidade certificadora, a Flo-Cert, mas a detentora da propriedade de tal selo é a da FLO e.V..

No que diz respeito às informações que estão no *site* da *Fairtrade International* e Flo-Cert, de acordo com a pesquisa, pode-se afirmar que a troca delas é controlada, essencialmente, pela *Fairtrade International*, desde a apresentação dos objetivos e princípios da rede à demanda de produtos no exterior. A maioria das informações sobre os critérios a serem adotados na produção das frutas *Fairtrade* são compartilhadas via *Internet*, a exemplo, dos critérios gerais e específicos de produtos, bem como as políticas e procedimentos de certificação da Flo-Cert. Tal meio de informação tem sido alvo de queixas por parte da maioria dos representantes das OPs, pois, segundo os entrevistados, isso dificulta o acesso às informações, pois não são todos os produtores que dominam essa ferramenta de comunicação.

Outro aspecto que tem sido debatido entre os agentes e estudiosos sobre o movimento *Fair Trade*, é referente ao público alvo do sistema *Fairtrade*, pois, além de contemplar as organizações produtoras formadas por pequenos produtores, também, atende a empresas

agrícolas tidas pelo sistema como "plantações". A inclusão das plantações foi em 1994, com o intuito de beneficiar trabalhadores que, assim como os pequenos produtores, precisam de apoio para melhorar suas condições de vida e de trabalho, bem como trazer melhorias para sua comunidade. Outro motivo para a inserção das plantações, de acordo com os entrevistados da *Fairtrade International*, é que os produtores não têm condições de atender à crescente demanda do mercado *Fairtrade* e que a entrada de grandes empresas privadas podem abrir novos mercados, os quais poderiam favorecer os pequenos produtores.

Tal inclusão foi apresentada por seis representantes de organizações produtoras, como uma errônea decisão da *Fairtrade International*, pois a entrada das empresas agrícolas tem provocado impacto negativo na reputação do sistema *Fairtrade* e se contradiz com a verdadeira identidade do movimento.

Segundo coordenador da Gestão e Incidência da *Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Comercio Justo (CLAC)* :

A CLAC não apoia a certificação de grandes empresas, ao ponto de, em 2006, criar um selo denominado de "Símbolo de Pequenos Produtores" para sinalizar ao consumidor a origem (OPP ou Plantações) dos produtos *Fairtrade*. Essa iniciativa, por sua vez, se configura numa tentativa de inibir a atuação da *Fairtrade International* em certificar as plantações, o que para a CLAC prejudica os pequenos produtores.

Além disso, 05 (cinco) dos representantes de OPs entrevistados declararam não estar satisfeitos com a entrada de grandes cooperativas na rede, mesmo que essa sejam formadas por pequenos produtores. Por isso, um grupo de produtores de frutas frescas tem questionado a transparência nas ações e decisões tomada pela *Fairtrade International*.

Enfim, à luz do que foi apresentado no decorrer deste estudo, é possível afirmar que todas as transações são iniciadas, negociadas, monitoradas e, até mesmo, terminadas sob a coordenação da *Fairtrade International*.

5.4 Identificação e análise dos contratos existentes entre as organizações produtoras e demais agentes da rede Fairtrade Frutas Frescas Brasileiras

A coordenação do centro estratégico é emoldurada por contratos do tipo formal, os quais se referem aos contratos de certificação firmados entre o produtor e os demais operadores certificados da rede *Fairtrade* e a Flo-Cert. Esses são determinados de maneira intencional e objetiva pela *Fairtrade International*.

Também foi possível identificar a importância dos mecanismos formais estabelecidos pela rede *Fairtrade*, os quais são os contratos neoclássicos existentes na rede, em que os termos das trocas são claros e não tão abertos como os termos dos contratos relacionais.

Quanto ao caráter do contrato, a pesquisa apontou que os contratos firmados entre a certificadora e as organizações produtoras são de adesão, tidos pelo Direito como de massa, com cláusulas preestabelecidas pela *Fairtrade International*. Segundo os entrevistados das OPs, não há espaço para discutir as cláusulas contratuais quaisquer que sejam, salvo questões de data de vencimento ou algumas cláusulas específicas que não alteram a substância do negócio, tais como as exigências específicas voltadas para o produto a ser comercializado.

Desse modo, há uma aparente "imposição de vontade", cabendo às organizações apenas aderir ou não ao sistema *Fairtrade*. Isso provoca a despersonalização das relações contratuais, pois são dirigidos a todos indistintamente, visando simplificar e otimizar as relações comerciais e econômicas (SCHMITT, 2006; GALLO, 2009).

Quanto aos contratos firmados entre as organizações produtoras e os compradores são paritários; as partes, a princípio, negociam um com o outro e, principalmente, conhecem o contrato por inteiro ao ponto de discutir suas cláusulas. Na rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras, esse papel, na maioria dos casos, é desempenhado pelo *trader* ou entidade de apoio.

As organizações produtoras, que já celebraram contratos junto aos importadores na rede *Fairtrade* são: a COODAP, Pritam Frut, Associação Manga Brasil e Associação dos Pequenos Produtores do Núcleo 06. Dessas organizações, atualmente, apenas a Pritam Frut, continua comercializando seus produtos na rede e as demais saíram pelos seguintes motivos: preços do mercado interno mais atrativos; falta uma compreensão maior por parte dos cooperados, o que venha a ser, na prática o Cooperativismo e, principalmente, a ausência de demanda por parte dos importadores. É unânime a declaração dos entrevistados das organizações produtoras que a crise econômica, desde 2008, na Europa, afetou as relações comerciais na rede. Em alguns casos, a ausência do *trader*, no campo das negociações, provocou o desligamento de OPs da rede.

Desse modo, faz-se necessário destacar que outro tipo de contrato identificado na pesquisa, que envolve as organizações produtoras na rede é o firmado com os traders. Como já mencionado, anteriormente, a presença dos *traders* é muito forte na rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras, pois, segundo os representantes das organizações produtoras, a atuação deles facilita as transações comerciais junto aos importadores. Esse tipo de contrato é o que

mais se aproxima dos relacionais, pois os produtores buscam confiar nos *traders*, pois eles são um elo importante entre as organizações produtoras e os importadores.

Os três contratos identificados na pesquisa, e explicitados acima, são do tipo neoclássicos, pois as transações tendem a ser de longo prazo, e a variável incerteza é relevante. Outra característica marcante é a presença de uma terceira parte para resolver disputas e avaliar o desempenho estipulado pelo contrato, no momento posterior à firmação contratual. Além disso, os contratos mencionados apresentam quatro características que, segundo Menárd (1996, p. 158), devem ser observadas em contratos neoclássicos, as quais identificadas nos contratos *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras: apresentam mecanismos de adaptação; fornecem zona de tolerância dentro da qual desequilíbrios podem ser ajustados; há um esforço no compartilhamento das informações e, principalmente, há a arbitragem em lugar dos litígios. Todos esses mecanismos contratuais são estruturados e coordenados pela *Fairtrade International*, por meio de uma autoridade delegada pelos agentes envolvidos na rede.

CAPÍTULO VI

Neste capítulo, são apresentadas as conclusões do trabalho com base nos dados analisados na pesquisa. O capítulo está desenvolvido em dois tópicos: conclusões, limitações e sugestões para trabalhos futuros.

6.1 Conclusões

A pesquisa evidenciou que o tipo de governança da rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras é de natureza híbrida e que a relação, que emerge nas transações via *sistema Fairtrade*, é identificada como um tipo de contrato neoclássico, com dependência trilateral, das partes envolvidas e da intermediação do processo.

Como já mencionado acima, os contratos identificados na rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras são neoclássicos e trilaterais, pois, para que os contratos na rede estudada pudessem ser considerados relacionais, seria necessário terem apresentado uma progressão quanto a sua duração e complexidade e isso, segundo Williamson (2012), provocaria um

deslocamento de ajustes neoclássicos para um processo de transação mais profunda, em que as adaptações poderiam não ter mais como referência o acordo original.

Além disso, conclui-se que o desempenho esperado decorrente da aplicação dos princípios fundamentais do *Fairtrade* depende fundamentalmente da continuidade dos contratos, pois o sistema, em seus objetivos, prima pelas relações duradouras, em especial, entre produtores e compradores, para que, dessa forma, se obtenham os bons resultados esperados pelo sistema.

No entanto, as evidências explicitadas nesta pesquisa indicam que, na prática, pelo menos no que foi configurado na rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras, a Fairtrade Internacional, por meio de suas ações, tem priorizado o atendimento de critérios de conformidade por parte dos produtores, em detrimento do fortalecimento das relações contratuais destes na rede, ao ponto de a maioria dos representantes das OPs entrevistados, apenas relatar os contatos com a FLO-Cert. Essa situação vem afetando a confiança, a reputação e, em especial, a continuidade dos contratos.

6.2 Limitações e recomendações para trabalhos futuros

Muitas foram as dificuldades encontradas durante a realização desta pesquisa em especial, o acesso às informações internas das organizações pesquisadas foi um dos principais desafios.

No que diz respeito às organizações produtoras, aquelas formadas por associações ou cooperativas com origem em regiões distantes, como no interior das Regiões Norte e Nordeste, carecem de uma melhor estrutura de gestão documental. Isso resultou na ausência de registros contratuais e a organização documental das transações realizadas junto à *Fairtrade International*, o que corresponde à maioria das organizações de produtores, o que dificultou o acesso e a análise de contratos firmados na rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras. Além disso, algumas das organizações produtoras, até o momento da pesquisa, ainda, não tinham realizado nenhuma venda de suas frutas na rede *Fairtrade*, impossibilitando a análise contratual entre produtores e compradores. De novo, isso limitou a análise dos contratos formais entre produtores e compradores na rede.

Outra dificuldade encontrada foi a rotatividade de empregados, que atuam diretamente com o processo de certificação *Fairtrade* dentro da maioria das organizações produtoras, limitando, assim, a captação de informações mais antigas. Além disso, alguns dos

representantes das organizações produtoras tinham o receio de prestar informações, por imaginarem que havia a intenção de se querer acessar informações sigilosas.

Em relação à coleta de dados junto aos demais agentes da rede, a pesquisadora encontrou limitações para o fornecimento de dados referentes à comercialização dos produtos, tais como o preço praticado e o volume comercializado na rede. Registra-se, igualmente, dificuldade no acesso aos relatórios de conformidade da FLO-Cert.

Pode-se dizer que a maior dificuldade para a realização desta pesquisa foi identificar e contatar os agentes que representam a *Fairtrade International* tanto no Brasil como em outros países, como também os das organizações produtoras (OPs), isso devido à dispersão geográfica dos agentes mencionados, no que tange às OPs, elas estão distribuídas do Pará ao Rio Grande do Sul. No que se refere aos especialistas *Fairtrade*, esses estão distribuídos em escala mundial. No entanto, esse problema específico foi minimizado por meio de comunicação via *skype* e telefone, mas, mesmo assim, inibiu a ampliação do número de agentes entrevistados.

Também deve-se destacar que, enquanto não havia sido possível o acesso à representantes da *Fairtrade International*, o estudo não tinha um olhar tão crítico sobre as diretrizes operacionais do sistema, nem sobre as potencialidades e dificuldades enfrentadas pelo próprio sistema na esfera mundial. Por isso, em um determinado momento, a presente pesquisa ampliou os seus horizontes de análise e, especialmente, ganhou uma exponencial contribuição de outros especialistas que atuam na rede.

Outro aspecto a ser considerado foi a necessidade de imersão no Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário para melhor compreender o movimento *Fair Trade* como um todo no Brasil.

Pela diversidade do acervo bibliográfico gerado nos mais diferentes países, a limitação do idioma, também, destacou-se no processo de pesquisa. Isso pelo fato de algumas entrevistas e leituras de documentos *Fairtrade* serem não somente no idioma inglês e espanhol, mas também em francês e alemão.

Quanto às sugestões de pesquisas futuras, recomenda-se a realização de outros estudos a partir de uma amostra mais abrangente, que incluam entrevistas com mais representantes da *Fairtrade International*, da Flo-Cert, distribuidores e compradores internacionais, com o intuito de compreender as relações contratuais em toda a rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras. Outra sugestão é que seja realizada uma pesquisa do impacto da certificação *Fairtrade* na vida dos produtores certificados e complementada por outra sobre a percepção dos produtores de frutas certificadas *Fairtrade* sobre esse tipo de certificação.

Também sugere-se que as motivações dos consumidores de Frutas Frescas *Fairtrade* Brasileiras sejam analisados, identificando-se os fatores críticos observados por eles na decisão de compra de frutas *in natura Fairtrade*. Essa abordagem poderia ter uma contribuição importante, visto que o consumidor *Fairtrade* é diferenciado por ser considerado um consumidor consciente das desigualdades sociais e da necessidade da preservação do meio ambiente. Em particular, seria pertinente avaliar como esses consumidores reagem às mudanças no campo do público alvo do sistema de certificação *Fairtrade*, mas especificamente, como ele se comporta frente à entrada das empresas agrícolas "plantações" na rede.

Por fim, compreender a organização e a forma como ocorrem as relações contratuais na rede *Fairtrade* Frutas Frescas Brasileiras permitiu identificar oportunidades valiosas de estudos acadêmicos no âmbito do agronegócio da agricultura familiar.

REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, R. Desenvolvimento e instituições: a importância da explicação histórica. In: ARBIX, Glauco; ZILBOVICIUS, Mauro; ABRAMOVAY, Ricardo. **Razões e ficções do desenvolvimento**. São Paulo: UNESP/EDUSP, 2001.
- AGENCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS. Disponível em: <<http://www.apexbrasil.com.br/portal/>>. Acesso em: 26 abr. 2012.
- _____. **Do novo protecionismo ao protecionismo privado: a atuação da sociedade civil na regulação do comércio internacional**. Disponível em: <http://www2.apexbrasil.com.br/media/estudo/PadroesPrivados_20130718162620.pdf>. Acesso em: 26 ago. 2012.
- AGROFAIR. **Right from the Producer**. 2014. Disponível em: <<http://www.agrofair.nl/site/>>. Acesso em: 05 mar. 2014.
- AGROSTAT. **Banco de dados sobre comércio exterior**. Brasília: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 2013. Disponível em: <www.agricultura.gov.br/internacional>. Acesso em: 02 mar. 2013.
- ALENCAR, E.; MOURA FILHO, J. A. Unidade de produção e administração rural. **Informe Agropecuário**, Belo Horizonte, v. 14, n. 157, p. 25-29, 1988.
- ALVES, J.F. A nova teoria do direito contratual com o atual Código Civil, **Consultor Jurídico**, 17 jan. 2003. Disponível em: <http://www.conjur.com.br/2003-jan-17/teoria_direito_contratual_brasil>. Acesso em: 19 nov. 2013.
- AMARAL JÚNIOR, A. Contratos relacionais e Defesa do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. I, n. 32, resenha n.6, p. 265-271, 1999.
- ANDERLINI, L.; FELLI, L. Bounded rationality and incomplete contracts. **Research in Economics**, London, n. 58, p. 3-30, 2004.
- ANUÁRIO brasileiro de fruticultura 2008. Santa Cruz do Sul: Gazeta, 2008. 136 p.
- ANUÁRIO brasileiro de fruticultura 2013. Santa Cruz do Sul: Gazeta, 2013. 140p.
- ANUÁRIO brasileiro de fruticultura 2014. Santa Cruz do Sul: Gazeta, 2014. 140p.
- ARAÚJO. M. Rio Grande do Norte é o Primeiro a Certificar Melão no Mundo: certificada em comércio justo, produção de melão no interior do Estado terá novos mercados, **Agência Sebrae de Notícias**, Distrito Federal, 24 dez. 2009. Disponível em: <<http://www.df.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/DF/Rio-Grande-do-Norte-%C3%A9-o-primeiro-a-certificar-mel%C3%A3o-no-mundo>>. Acesso: 12 dez. 2013.
- AXELROD, R. An Evolutionary Approach to Norms. **American Political Science Review**, Washington, n. 80, p. 1095-111, 1986.

AZEVEDO, P.F. Níveis Analíticos. In: **COMPETITIVIDADE**, Mercado, Estado e Organizações. São Paulo: Singular, 1997. p. 53-70

BABBIE, Earl. **Métodos de Pesquisas de Survey**. Belo Horizonte: UFMG, 2001.

BACKHOUSE, R. **História da economia mundial**. São Paulo: Estação Liberdade, 2007.

BAKKER, F. G. A.; GROENEWEGEN, P. ; HOND, F. A research note on the use of bibliometrics to review the corporate social responsibility and corporate social performance literature, **Business Society**, Thousand Oaks, n. 45, p. 7-19, 2006.

BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. São Paulo: Saraiva, 2004.

BARROS, G. S. C.; ADAMI, A.C.O; ZANDONÁ, N.F. **Faturamento e volume exportado do agronegócio brasileiro são recordes em 2013**. Piracicaba: CEPEA/ESALQ, 2014.

BARZEL, Y. Measurement cost and the organization of markets. **Journal of Law and Economics**, Chicago, v.25, n. 1, p. 27-48, 1982.

_____. Capture of wealth by monopolists and the protection of property rights. **International Review of Law and Economics**, New York, v. 14, n. 4, p. 393-409, 1994.

_____. **Economic analysis of property rights**. New York: Cambridge University, 1997.

_____. The role of contract in quality assurance. **Agriculture, Food & Resource Issues**, Saint Joseph, v. 1, n. 1, p. 1-10, 2000.

_____. Standards and the form of agreement. **Economic Inquiry**, Long Beach, v. 42, n. 1, p. 1-13, 2004.

BATALHA, M. O. **Gestão agroindustrial**. São Paulo: Atlas, 1997.

BATALHA, M.O.; BUAINAIN, A.M.; SOUZA FILHO, H.M. Tecnologia de gestão e agricultura familiar. In: **GESTÃO integrada da agricultura familiar**. São Carlos: EduFSCar, 2005.

BENDOR, J.; DILIP M. Norms, Third-Party Sanctions, and Cooperation. **Journal of Law, Economics & Organization**, New Haven, v. 6, p. 33-63, 1990.

BLAU, P. **Exchange and Power in Social Life**. London: John Wiley, 1967.

BLOIS, K.; IVENS, B. Relational Exchange Norms in Marketing: A Critical Review of Macneil's Contribution. **Marketing Theory**, London, v. 4, n. 3, p. 239-263, 2004.

BLOIS, K.; IVENS, B. Measuring Relational Norms: Some Methodological Issues. **European Journal of Marketing**, Bradford, v. 40, p. 352 – 365, 2006.

BLOIS, K.J. Business to Business Exchanges: A Rich Descriptive Apparatus Derived from Macneil's and Menger's Analyses. **Journal of Management Studies**, Oxford, v. 39, n. 4, p.523-552, 2002.

BORYS, B.; JEMISON, D. B. Hybrid arrangements as strategic alliances: theoretical issues in organization combinations. **Academy of management review**, Mississippi, v. 14, n. 2, p. 234-249, 1989.

BOSSLE, M. B.; PEDROZO, E. A. Comércio Justo: em que estágio estamos? **Revista de Gestão Social e Ambiental**, Salvador, v. 6, p. 33-44, 2012.

BOUROULLEC, M. D. M. **Governanças Híbridas no Comércio Justo Citrícola entre o Brasil e a Europa**: arranjos institucionais complementares aos contratos. 2010. 219 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2010.

BRASIL. Decreto-lei nº 7.358, de 17 de novembro de 2010. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, 18 de nov., 2010a. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/decreto/d7358.htm>. Acesso em: 2 maio 2012.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Projeções do Agronegócio: Brasil 2012/2013 a 2022/2023**. Brasília: Mapa/ACS, 2013.

BRASIL. Ministério de Desenvolvimento Agrário. **Plano Safra da Agricultura Familiar 2014/15**: alimentos para o Brasil. 2014. Disponível em: <http://www.mda.gov.br/portalmda/sites/default/files/user_arquivos_278/cartilha_0.pdf>. Acesso em: 13 nov. 2014.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Avanços e Desafios para Políticas Públicas de Economia Solidária no Governo Federal 2003/2010**. Brasília, 2012.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Economia Solidária**. Disponível em: <<http://portal.mte.gov.br/ecosolidaria/o-que-e-economia-solidaria.htm>>. Acesso em: 12 nov. 2013.

BRAZILIAN FRUIT. **Exportação Frutas Frescas**. Disponível em: <<http://www.brazilianfruit.org.br/Pbr/Inteligencia/Estatisticas/Exportacao.asp>>. Acesso em: 31 dez. 2014.

BRINKMANN, J. Looking at consumer behavior in a moral perspective. **Journal of Business Ethics**, Leiden, v. 51, n. 2, p. 129-141, 2004.

_____. Responsibility sharing (elements of a framework for understanding insurance business ethics). **Research in Ethical Issues in Organizations**, Amsterdam, v.7, p. 85-113, 2007.

BRINKMANN, J.; LENTZ, P. Understanding insurance customer dishonesty: Outline of a moral-sociological approach. **Journal of Business Ethics**, Leiden, v. 66, p. 177-195, 2006.

BRINKMANN, J.; PEATTIE, K. Consumer Ethics Research: Reframing the Debate about Consumption for Good. **Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies**, Finland, v. 13, n. 1, 2008.

BROWN, M.B. **Fair trade**: Reform and realities in the international trading system. London: Zed Books, 1993.

BRYANT, R.L.; GOODMAN, M.K. Consuming Narratives: The Political Ecology of “Alternative” Consumption. **Transactions of the Institute of British Geographers**, Oxford, v. 29, n. 3, p. 344-366, 2004.

BSD. **Assessing the Benefits of Fairtrade Orange Juice for Brazilian Small Farmers**. [S.l.]: BSD Consulting, 2014.

BUENO, N.P. Lógica da Ação Coletiva, Instituições e Crescimento Econômico: Uma Resenha Temática sobre a Nova Economia Institucional. **Economia**, Brasília, v. 5, n. 2, p. 361-420, 2004.

CANAL RURAL. **FAO Lança Ano Internacional da Agricultura Familiar**. Disponível em: <<http://agricultura.ruralbr.com.br/noticia/2013/11/fao-lanca-ano-internacional-da-agricultura-familiar-2014-4344498.html>>. Acesso em: 21 mar. 2014.

CANTALICE, F.L.B.M et al. Fair Trade Como Tópico Quente Internacional: análise bibliométrica e reflexão sobre possíveis abordagens do tema. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 44., 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ENANPAD, 2010.

CARIO, S. A. F.; NICOLAU, J. A. Estrutura e padrão de governança em arranjos produtivos locais no Brasil: um estudo empírico. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 33, n. 1, p. 177-206, maio 2012.

CATEB, A. B.; GALLO, J. A. A. **Breves considerações sobre a teoria dos contratos incompletos**. 2010. Disponível em: <<http://escholarship.org/uc/item/1bw6c8s9>>. Acesso em: 17 jun. 2013.

CAVICCHIOLI B.; PUPIN, F; BOTEON, M. Certificação: passaporte para os mercados mais exigentes. **HortiFruti Brasil**, São Paulo, n.39, ano 4, p. 8-15, set/ 2005.

CESARINO, P.O. **Contratos Relacionais**. 2007. Dissertação (Mestrado em Direito) - Faculdade de Direito Milton Campos, Nova Lima, 2007.

CHAIM, N. Movimento nacional and international de comércio justo: Entre a cooperação e a concorrência. **Revista Pensamento & Realidade**, São Paulo, v. 26, n. 1, p. 101-132, 2011.

CHESNAIS, F. A globalização e o curso do capitalismo de fim de século. **Economia e Sociedade**, Campinas, n. 5, 1995.

CLARKE, N. et al. Globalising the consumer: doing politics in an ethical register. **Political Geography**, Oxford, v. 26, p. 231-249, 2007.

COASE, R. H. **The firm, the market, and the law**. Chicago: University of Chicago Press, 1990.

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS. **Comunicação da comissão ao parlamento europeu, ao conselho e ao comité económico e social europeu: comércio, crescimento e desenvolvimento**: Adaptar a política de comércio e investimento aos países mais necessitados. Bruxelas: COM, 2012.

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS. **Comunicação do Conselho da Comunidade Europeia sobre "Comércio Equitativo"**. Bruxelas: COM, 1999.

CONROY, M. E. **Can Advocacy-Led Certification Systems Transform Global Corporate Practices? Evidence, and Some Theory**. Amherst: University of Massachusetts, 2001.

COOK, M.L; KLEIN, P.G.; ILIOPOULOS, C. **Contracting and organization in food and agriculture**. In: **NEW Institutional Economics: a guidebook**. New York: Cambridge University Press, 2008.

COOTER, R.; ULEN, T. **Law and Economics**. 4th ed. New York: Pearson Education. 2003.

_____. **Direito e economia**. 5.ed. São Paulo: Bookman, 2010.

CREMONA, M.; DÚRAN, G.M. **The International Fair trade Movement; actors and regulatory approaches**. In: **THE PROCESSES and practices of Fair trade: trust, ethics and governance**. New York: Routledge, 2013.

DAHER, E. **Agricultura Familiar: espaço para crescer**. **Agroanalysis**, Rio de Janeiro, v. 44, n. 4. 2014.

DAHLMAN , C. J. **The Problem of Externality**. **Journal of Law and Economics**, Chicago, v. 22, n. 1, p. 141-162, 1979.

DAVIES, I. A. **Alliances and networks: Creating success in the uk fair trade market**. **Journal of Business Ethics**, Leiden, v. 86, n. 1, p. 109-126, 2009.

DAVIS, L. E.; NORTH, D. C. **Institutional change and American economic growth**. Cambridge: Cambridge University Press, 1971.

DE MORAES FILHO, R.J; DAUDIN, L.; NAVAES, A.M. **Comercio Justo como estratégia de internacionalização de pequenos negócios: empoderamento para as rendeiras da arte renascença no semi-árido pernambucano**. **Cahiers de Recherches Médiévales et Humanistes**, Paris, n. 20, 2009.

DEUECH, D. **The demarcation between the “old” and the “new” institutional economics: recent complications**. **Journal of Economic Issues**, Austin, v. 36, p.565 - 572, 2002.

DIATHESOPOULOS, M. **Relational contract theory and management contracts: A paradigm for the application of the Theory of the Norms**. Disponível em: <<http://mpr.ub.uni-muenchen.de/24028/>>. Acesso em: 17 nov. 2013.

DIVER, C.S. The optimal precision of administrative rules. **The Yale Law Journal**, New Haven, v. 93, n. 1, 1983.

EFTA. **Fair trade yearbook**: Towards 2000. Belgium: Druk in de weer, 1998.

EISENHARDT, K. M. Building theories from case study research. **Academy of Management Review**, Mississipi, v. 14, n. 4, p. 532-550, 1989.

ELDER, S. D.; ZERRIFFI, H.; LE BILLON, P. Effects of fair trade certification on social capital: The case of rwandan coffee producers. **World Development**, London, v. 40, n. 11, p. 2355-2367, 2012.

EUROSTAT. **Há mais espaço para as frutas brasileiras na Europa?** 2012. Disponível em: <http://www.agrolink.com.br/noticias/h--225--mais-espaa--231-o-para-as-frutas-brasileiras-na-europa-_158199.html>. Acesso em: 14 jun. 2013.

FACES DO BRASIL. **Por um comércio justo e solidário**. 2013. Disponível em: <http://www.facesdobrasil.org.br/midiатеca/cat_view/914-comercio-justo-no-mundo/942-artigos-documentos-e-relatorios.html>. Acesso em 20 nov. 2013.

FAIRTRADE INTERNATIONAL. **A Charter of Fair Trade Principles**. 2009. Disponível em: <http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/about_us/documents/Fair_Trade_Charter.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2010.

_____. **An Inspiration for Chance**. 2008. Disponível em: <http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/FLO_AR2007_low_res.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2010.

_____. **Critério do Fair Trade para as Organizações de Pequenos Produtores**. Disponível em: <http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2012-07-11_PT_SPO.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2013.

_____. **For producers, with producers**. Annual report 2011-12. Disponível em: <http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2011-12_AnnualReport_web_version_small_FairtradeInternational.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2012.

_____. **Documento para el Foro FLO 2001**. Disponível em: <<http://www.fairtrade.net>>. Acesso em: 28 abr. 2012.

_____. **Shaping global partnerships Annual report 2006-2007**. Disponível em: <http://www.fairtrade.net/uploads/media/Final_FLO_AR_2007_01.pdf>. Acesso em: 18 maio 2012.

_____. **Annual report 2006-2010: shaping global partnerships**. 2007a. Disponível em: <http://www.fairtrade.net/uploads/media/Final_FLO_AR_2007_01.pdf>. Acesso em: 18 maio 2012.

_____. **Crisis and Fairtrade: Small farmers, big solutions?** Annual report 2009. Disponível em: <http://www.fairtrade.org.uk/includes/documents/cm_docs/2009/f/ft_executive_summary.pdf>. Acesso em: 19 dez. 2012.

_____. **Fair trade Leading the Way.** Annual report 2008-2009. Disponível em: <http://www.fairtrade.org.uk/includes/documents/cm_docs/2009/f/fairtrade_ar_09.pdf>. Acesso em: 28 dez. 2012.

_____. **Growing Stronger Together.** Annual report 2006-2010. Disponível em: <http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/FLO_Annual-Report-2009_komplett_double_web.pdf>. Acesso em: 28 dez. 2012.

_____. **Monitoring the scope and benefits of Fair trade fourth edition.** Annual report 2012. Disponível em: <http://www.fairtrade.org.uk/includes/documents/cm_docs/2012/M/Monitoring%20the%20scope%20and%20benefits%20of%20Fairtrade%202011%20PUBLIC%20FLO%20Dec11.pdf>. Acesso em: 28 dez. 2012.

_____. **Powering up Smallholder Farmers to make food fair: a five point agenda.** Annual report 2011. Disponível em: <http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/201112_AnnualReport_web_version_small_FairtradeInternational.pdf>. Acesso em: 27 jun. 2013.

_____. Consumers Favour Fairtrade as Ethical Label of Choice. **Fairtrade International releases 2012-13 annual report on “Unlocking the Power”** Bonn, Germany, September, 2013c.

_____. **Powering up Smallholder Farmers to make food fair: a five point agenda.** Annual report 2013. 2013a. Disponível em: <http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/news/2013-05-Fairtrade_Smallholder_Report_FairtradeInternational.pdf>. Acesso em: 27 jun. 2013.

_____. **Unlocking the Power.** Annual report 2012-2013. 2013b. Disponível em: <http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2012-13_AnnualReport_FairtradeIntl_web.pdf>. Acesso em: 01 nov. 2013.

_____. **Critério genérico de Fairtrade para organizações de pequenos produtores,** Versão 2011d. Disponível em: <http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2011-09-05_PT_SPO.pdf>. Acesso em: 09 nov. 2013.

_____. **A charter of fair trade principles.** 2009. Disponível em: <<https://www.google.com.br/#q=A+CHARTER+OF+FAIR+TRADE+PRINCIPLES2009+>>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

_____. **Building trust.** Report 2006. Disponível em: <http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/FLO_Annual_Report_01.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2013.

_____. **Why Fairtrade is Unique.** 2010. Disponível em: <http://www.fairtrade.net/why_fairtrade_is_unique.html>. Acesso em: 20 nov. 2013.

_____. **Crítérios do Fair Trade para Frutas Frescas de Organizações de pequenos Produtores.** Disponível em: <http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2013-06-13_PT_SPO_FreshFruit_v1.2.pdf>. Acesso em: 03 fev. 2014.

_____. **Minimum Price and Premium Information**. 2014b. Disponível em: <<http://www.fairtrade.net/price-and-premium-info.html>>. Acesso em: 13 set. 2014.

_____. **Strong Producers, Strong Future**. Annual report 2013-2014. 2014a. Disponível em: <http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2013-14_AnnualReport_FairtradeIntl_web.pdf>. Acesso em: 28 dez. 2014.

_____. **Política de Escopo Geográfico de Certificação de Produtor para o Comércio Justo Fairtrade**. 2015. Disponível em: <http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2015-01-19_Geographical_Scope_Policy_PT.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2015.

FAIRTRADE INTERNATIONAL AND GLOBESCAN. **Consumers Favour Fairtrade as Ethical Label of Choice**. 2013. Disponível em: <http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/news/releases_statements/2013-09_03_ConsumersFavourFairtrade_Media_release_FairtradeIntl.pdf>. Acesso em 07 nov. 2013.

_____. **Shopping Choices Can Make a Positive Difference to Farmers and Workers in Developing Countries: Global Poll**. 2011. Disponível em: <http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/news/releases_statements/2011_Consumer_Media_Release_Fairtrade_Consumer_Survey__2_.pdf>. Acesso em 07 nov. 2013.

FAO. **Boletín de agricultura familiar de América Latina y el Caribe**. 2012a. Disponível em: <<http://www.fao.org/docrep/019/as191s/as191s.pdf>>. Acesso em: 24 mar. 2014.

_____. **FAO Statistical Yearbook: World Food and Agriculture**. 2012b. Disponível em: <www.fao.org/docrep/018/i3107e/i3107e.PDF>. Acesso em: 12 dez 2014.

_____. **FAO Statistical Yearbook: World Food and Agriculture**. 2013. Disponível em: <www.fao.org/docrep/018/i3107e/i3107e.PDF>. Acesso em: 12 dez. 2014.

_____. **Ano internacional da Agricultura familiar**. 2014a. Disponível em: <<http://www.fao.org/family-farming-2014/pt/>>. Acesso em: 21 mar. 2014.

_____. **Apresentação da Plataforma de Conhecimento sobre Agricultura Familiar no Diálogo Global**. 2014b. Disponível em: <<http://www.fao.org/family-farming-2014/news/news/details-press-room/pt/c/263152/>>. Acesso em: 30 dez. 2014.

FAO; IICA; CEPAL. **Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas: una mirada hacia América Latina y el Caribe**. 2013. Disponível em: <<http://www.fao.org/docrep/019/i3702s/i3702s.pdf>>. Acesso em: 24 mar. 2014.

FARINA, E. M. M. Q. Competitividade e coordenação de sistemas agroindustriais: um ensaio conceitual. **Gestão & Produção**, São Carlos, v. 6, n. 3, p.147-161, 1999.

_____. Organização Industrial no Agribusiness. In: **ECONOMIA e gestão dos Negócios Agroalimentares**. São Paulo: Pioneira, 2000. Cap. 3

FARINA, E. M. M. Q.; AZEVEDO, P.F de; SAES, M.S.M. **Competitividade: Mercado, Estado e Organizações**. São Paulo: Singular, 1997.

FERREIRA, V. O sistema de certificação internacional de comércio justo: a experiência da Fairtrade Labelling Organizations. In: **COMÉRCIO ético e solidário no Brasil**. São Paulo: Fundação Friedrich Ebert / ILDES, 2003.

FIANI, R. A teoria dos custos de transação. In: **ECONOMIA industrial**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

_____. **Cooperação e Conflitos: instituições e desenvolvimento**. São Paulo: Campus, 2011.

_____. **Arranjos institucionais e desenvolvimento: o papel da coordenação em estruturas híbridas**. Brasília: IPEA, 2013.

FINE. **Fair trade definition and principles: as agreed by FINE in december 2001**. Disponível em: <<http://www.eftafairtrade.org/pdf/Fair-TDAP.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2012.

FISHER, E. Policy Arena Introduction: the policy trajectory of Fair Trade. **Journal of International Development**, Chichester, v. 21, p. 985-1003, 2009.

FLO-CERT. **Sistema de Tarifas de Trabalho Contratado**. 2014c. Disponível em: <<http://www.flocert.net/wp-content/uploads/2014/03/PC-FeeSysHL-ED-26-pt.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

_____. **Sistema de Tarifas para Organização de Pequenos Produtores**. 2014b. Disponível em: <<http://www.flocert.net/wp-content/uploads/2014/03/PC-FeeSysSPO-ED-25-pt.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

_____. **Contrato de Certificação**. 2006. Disponível em: <http://www.flocert.net/wp-content/uploads/2014/03/CERT_CertificationContract_FO_45_pt.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2013.

_____. **Contrato de Certificação**. 2013a. Disponível em: <http://www.flocert.net/wp-content/uploads/2014/03/CERT_CertificationContract_FO_45_pt.pdf> Acesso em : 12.04.13.

_____. **Certificação: procedimento operacional padrão**. 2014a. Disponível em: <<http://www.flocert.net/wp-content/uploads/2014/02/CERT-Certification-SOP-29-pt.pdf>>. Acesso em: 05 jun. 2013.

_____. **Find products and organizations with Fairtrade certification or permission to trade**. 2014d. Disponível em : <<http://www.flocert.net/fairtrade-services/fairtrade-certification/fairtrade-customer-search/?language=en&product=&function=&location=>> Acesso em: 04 dez. 2014.

_____. **Find products and organizations with Fairtrade certification or permission to trade**. 2015. Disponível em : <<http://www.flocert.net/fairtrade-services/fairtrade-certification/fairtrade-customer-search/>> 2015 Acesso: 31.03.15

FONSECA, V. S. A abordagem institucional nos estudos organizacionais: bases conceituais e desenvolvimentos contemporâneos. In: ORGANIZAÇÕES, instituições e poder no Brasil. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

FREITAS, R.C. de. **A Prática do Fair Trade em Grupos de Agricultores Familiares: reflexões críticas sobre inovações sociais.** 2014. 157 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2014.

FURUBOTN, E.; RICHTER, R. The New Institutional Economics: an assessment. In: _____. **The New Institutional Economics.** Texas: A&M Press, 1994.

GALLO, J. A. A. **Abordagem Teórica sobre a Eficácia dos Contratos de Longo Prazo.** 2009. Disponível em: <<http://www.revistadir.mcampos.br/PRODUCAOCIENTIFICA/artigos/josealbertoalbenygalloartigocontratosdelongoprazo.pdf>>. Acesso em: 08 jun. 2012.

_____. **Contratos incompletos.** Disponível em: <www.mcampos.br/POSGRADUACAO/MESTRADO%20DIREITO/dissertacoes/josealbertoalbenygallocontratosincompletos.pdf>. Acesso em: 08 jun. 2013.

GENDRON, C. Émergence de nouveaux mouvements sociaux économiques. **Revue Pour**, Paris, n. 172, p. 175-181, 2001.

_____. **Les cahiers de la Chaire** – collection recherche, n. 2, 2004. Disponível em: <http://www.crsdd.uqam.ca/pages/docs/pdfCahiersRecherche/02-2004.pdf>> Acesso em: 29 dez. 2010.

_____. Mouvements sociaux. In: Dictionnaire de l'autre e'conomie. Paris: Desclée de Brouwer, 2005.

GENDRON, C.; BISAILLON, V. RANCE, A. I. O. The institutionalization of Fair Trade: more than a degraded form of social action. **Journal of Business Ethics**, Leiden, 2009.

GIBBS, J.P. **Norms, Deviance, and Social Control: Conceptual Matters.** New York: Elsevier, 1981.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 2008

_____. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GORDON, R.W. Macaulay, Macneil e a descoberta da solidariedade e do poder no direito contratual. **Revista Direito GV**, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 187–202, jan.-jun. 2007.

GOULD, N.J. Fair Trade and the consumer interest: a personal account. **International Journal of Consumer Studies**, Oxford, v. 27, n. 4, p. 341-345, 2003.

GRADL, C. et al. **Growing Business with smallholders: a guide to inclusive agribusiness.** 2012. Disponível em: <http://www.agribusiness-with-smallholders.net/fileadmin/user_upload/publications/Guide-Growing_Business_with_Smallholders_large.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2012.

GRAF, R.; PERRIEN, J. The Role of Trust and Satisfaction in a Relationship: The Case of High Tech Firms and Banks. In: CONFERENCE OF THE EUROPEAN MARKETING ACADEMY, 2005, Munich. **Anais...** Munich: EMAC, 2005.

GRASSI, R. A. Cooperação interfirmas, “refêns” e “sombra do futuro”: Em busca de uma integração teórica a partir de Williamson. **Economia Aplicada**, São Paulo, v. 8, n.1, 2004.

_____. Williamson e formas híbridas: uma proposta de redefinição do debate. **Economia e Sociedade**, Campinas, v. 12, n. 1, jan./jun., 2003.

GROSSMAN, G.; HELPMAN, E. Separation of powers and budget process. **Harvard University**, Department of Economics, 2006.

GROSSMAN, S. J.; OLIVER, D. H. The costs and benefits of ownership: A theory of vertical and lateral integration. **Journal of Political Economy**, Chicago, v. 94, n. 4, p. 691-719, 1986.

GROVER, V.; MALHOTRA, M.K. Transaction cost framework in operations and supply chain management research: theory and measurement. **Journal of Operations Management**, Washington, v. 21, n. 4, p. 457-473, 2003.

GUANZIROLI, C.E.; CARDIM, S.E. **Novo retrato da agricultura familiar: O Brasil redescoberto**. Brasília: INCRA/FAO, 2000.

GUEDES, M.S.B.; SENA, M.; TOLEDO, S. **Certificação como estratégia competitiva internacional dos produtores de frutas no Brasil**. 2011. Disponível em: <http://www.ecoeco.org.br/conteudo/publicacoes/encontros/vii_en/mesa3/trabalhos/certificacao_como_estrategia_competitiva.pdf>. Acesso em: 12 dez. 2012.

GUILLOTO, J.M. et al. **PIB da Agricultura familiar: Brasil-Estados**. Brasília: MDA, 2007.

GULATI, Ranjay. Social Structure and Alliance Formation Patterns: a Longitudinal Analysis. **Administrative Science Quarterly**, Ithaca, v. 40, n. 4, p.619-652, 1995.

GUNDLACH, G.T.; ACHROL, R.S. Governance in Exchange: Contract Law and its Alternatives. **Journal of Public Policy and Marketing**, Ann Arbor, v. 12, n. 2, p. 141-155, 1993.

HABBARDE, P.; LAGARF, L.; VERGRIETTE, B. **Etat des lieux et enjeux du changement d'échelle du commerce équitabile**: typologie des filières, marchés de consommation, gouvernance internationale et cohérence globale du commerce équitabile. Paris: Solagral, 2002.

HAKANSSON, H.; SNEHOTA, I. The Burden of Relationships or Whose Next? In: IMP CONFERENCE, 11., 1995, Manchester. **Proceedings of ...** Manchester: IMP, 2005.

HALEPETE, J.; LITTRELL, M.; PARK, J. Personalization of fair trade apparel: Consumer attitudes and intentions. **Clothing and Textiles Research Journal**, Thousand Oaks, v.27, n.2, p.143-160, 2009.

HARRISON, R.; NEWHOLM, T.; SHAW, D. **The ethical consumer**. London: Sage, 2005.

HART, O. **Firms, contracts, and financial structure**. Oxford, England: Oxford University Press, 1995.

_____. Incomplete contracts and public ownership: remarks, and an application to public-private partnerships. **The Economic Journal**, London, v. 113, p.69-76, 2003.

HART, O.; MOORE, J. Property rights and the nature of the firm. **Journal of Political Economy**, Chicago, v. 98, n. 6, p. 1119-1158, 1990.

HART, O.; MOORE, J. Contracts as reference point. **National Bureau of Economic Research**, [New York], November 2006.

HEIMAN, B.; JACK, A. N. Towards Reconciling Transaction Cost Economics and the Knowledge-Based View of the Firm: The Context of Interfirm Collaboration. **International Journal of the Economics of Business**, [S.l.], v. 9, n. 1, p. 97-116, 2002.

HENDERSON, M; SHURVILLE, S.; FERNSTROM, K. The quantitative crunch: The impact of bibliometric research quality assessment exercises on academic development at small conferences. **Campus-Wide Information Systems**, Bradford, v. 26, n. 3, p.149-167, 2009.

HENDRIKSEN, E. S.; VAN BREDA, M. F. **Teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999.

HERTH, A. **Le commerce équitable: 40 propositions pour soutenir son développement**. Mission parlementaire auprès de Christian JACOB, Ministre des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce, de l'Artisanat, des Professions Libérales et de la Consommation. 2005. Disponível em: <<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/054000304/0000.pdf>>. Acesso em: 30 set. 2013

HIGGINS, V.; DIBDEN, J.; COCKLIN, C. Building sustainable agri-food networks: certification, embeddedness and agri-environmental governance. **Journal of Rural Studies**, New York, v. 24, p. 15-27, 2008.

HILLESHEIM, M.H. **Loja da Sustentabilidade**. Brasília: Banco do Brasil, 2012.

HOCUTT, M.A. Relationship Dissolution Model: Antecedents of Relationship Commitment and the Likelihood of Dissolving a Relationship. **International Journal of Service Industry Management**, Bradford, v. 9, n. 2, p. 189-200, 1998.

HODGSON, G. The approach of institutional economics. **Journal of Economic Literature**, Nashville, v. 36, p. 166-192, 1998.

HUDSON, I.; HUDSON, M. **How alternative is alternative trade?** Alternative trade in the Chiapas region of Mexico. 2003. Disponível em: <<http://www.fairtraderesource.org>>. Acesso em: 20.12.2013

IANNI, O. **Teorias da Globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

IBGE. **Censo Agropecuário 2006**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/agropecuaria/censoagro/>>. Acesso em: 15 dez. 2013.

IBGE. **Levantamento Sistemático da Produção Agrícola**. [Brasília], Fev. 2012b.

IBRAF. **Publicação eletrônica** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <rosemarybm1@hotmail.com> em: 14 fev. 2015.

IFAT. **The IFAT Directory 2001/2002**. Oxon, UK: 2001.

_____. **A brief history of the Fair Trade Movement**. 2003. Disponível em: <<http://www.fairtraderesource.org/uploads/2007/09/History-of-Fair-Trade.pdf>>. Acesso em: 11 abr. 2013.

JARILLO, J. C. On strategic networks. **Strategic Management Journal**, Sussex, v. 9, p.31-41, 1988.

JOHN, G.; WEITZ, B. A. Forward Integration into Distribution: An Empirical Test of Transaction Cost Analysis. **Journal of Law, Economics, and Organization**, Oxford, v. 4, n. 2, p. 337-355, 1988.

JOHNSON, P. **Commerce equitable: Cahiers de propositions pour le XXI ème siècle**. Paris: Fondation Charles Léopold Mayer, 2002.

JULIÃO, L.; SÁBIO, R. P.; GALESKAS, H. Marketing de hortifrutis. **HortiFruti Brasil**, São Paulo, n. 109, p. 6-10, jan./fev. 2010.

KLEIN, B.; LEFFER, K.B. The Role of markets in assuring contractual performance. **Journal of political Economy**, Chicago, v. 89, p. 615-641, 1981.

KLEIN, B.; CRAWFORD, R. G.; ALCHIAN, A. A. Vertical Integration, Appropriable Rents, and the Competitive Contracting Process. **Journal of Law and Economics**, Chicago, v. 21, n. 2, p. 297-326, 1978.

KLEIN, Benjamin; MURPHY, Kevin. Vertical Restraints as Contract Enforcement Mechanisms. **Journal of Law and Economics**, Chicago, v. 31, p. 265-297, 1988.

KOCKEN, M. **Fifty Years of Fair Trade: A Brief History of the Fair Trade Movement**. 2003. Disponível em: <www.gepa3.de/download/gepa_Fair_Trade_history_en.pdf>. Acesso em: 25 out. 2013.

KONEFAL, J.; MASCARENHAS, M.; HATANAKA, M. Governance in the global agro-food system: backlighting the role of transnational supermarket chains. **Agriculture and Human Values**, Gainesville, v. 22, n. 3, p. 291-302, 2005.

KOPPEL, H.; SCKULZE, G.G.; The Importance of the Indirect Transfer Mechanism for Consumer Willingness to Pay for Fair Trade Products: Evidence from a Natural Field Experiment. **Journal Consum Policy**, Norwell, v. 36, p. 369-387, 2013.

KUHLMANN, M. **O que é Comércio Justo?** uma introdução à certificação de comércio justo. Bonn, Alemanha: Fair Trade Labelling Organizations Internacional, 2006. Disponível

em: <http://www.fairtrade.net/uploads/media/_Comercio_Justo_Modulo_1_O_que_e_Comercio_Justo.pdf>. Acesso em: 04 abr. 2012.

KUNZ, M. **Comércio Justo**: how does it relate to other attempts to improve working conditions in the global economy? Wiesbaden: World University, 1999.

LAFORGA, G. **Dinâmica do Comércio Justo, associativismo e agricultura familiar no complexo agroindustrial citrícola do Brasil**: estratégia de proteção ou reprodução de exclusão de mercado? 2004. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2004.

_____. Economia solidária, agricultura familiar e comércio justo: alinhando convergências, apresentando desafios. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 29., 2005. Minas Gerais. **Anais...** Minas Gerais: ANPOCS, 2005.

LAFORGA, G.; EID, F. Certificação Social: potencialidades do comércio justo para a agricultura familiar brasileira. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL (SOBER), 43., 2005, Ribeirão Preto. **Anais...** Ribeirão Preto: SOBER, 2005.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos da Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 1996.

_____. **Metodologia do trabalho científico**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

LAKE, R. **Fair Trade and Ethical Trade**: Distinct but Complementary, Traidcraft Briefings. 1998. Disponível em: <www.traidcraft.co.uk/trade.htm>. Acesso em: 30 out. 2013.

LAUREANO, F.H.G.C. **A indústria de gás natural e as relações contratuais**: uma análise do caso brasileiro. 2005. Dissertação (Mestrado em Ciências em Planejamento Energético) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

LAZZAROTTO, N.F. Estudo sobre o mercado de certificação em alimentos no Brasil. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON AGRIFOOD CHAIN/NETWORKS ECONOMICS AND MANAGEMENT, 2003, Ribeirão Preto. **Anais...** Ribeirão Preto, 2003.

LE VELLY, R. La détermination du prix équitable. Vices et vertus du prix de marché. **Gestion**, Laval, v. 33, n. 1, p. 59-65, 2008.

_____. **Le commerce équitable**: des échanges marchands contre le marché et dans le marché. 2004. Tese (Doutorado) - Université de Nantes, Nantes, 2004.

LECOMTE, T. **Le pari du commerce équitable, mondialisation et développement durable**. Paris: Éditions d'Organisation, 2006.

LEME, P.H.M.V.; GANDIA, R.M; REZENDE, D.C. **As certificações como dispositivos de formação de mercados**: um ensaio teórico sobre os processos de qualificação e marketização. In: SEMEAD Seminários em Administração, 16., 2013. **[Anais]**. 2013. Disponível em:

<http://semead6.tempsite.ws/16semead/resultado/an_resumo.asp?cod_trabalho=667>. Acesso em: 02 jun. 2014.

LE MOS, A. **Investigación sobre Desarrollo Humano en el Extremo Norte de Brasil**. 1999. Tese (Doutorado em Direito) – Universidad de Matanzas, Matanzas, Cuba, 1999.

LEVI, M. Social and Unsocial Capital: A Review Essay of Robert Putnam's Making Democracy Work. **Politics & Society**, Los Altos, v. 24, n. 1, p. 45-55, 1996.

LEVI, M.; LINTON, A. Fair Trade: A Cup at a Time? **Politics & Society**, Los Altos, v. 31, n. 3, September 2003.

LIMA, J.C. **Contrato incompleto**: uma perspectiva entre direito e economia para contratos de longo termo. 2011. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade de Fortaleza, Fortaleza, 2011.

LOBO, P. **Direito Civil**. São Paulo: Saraiva, 2011.

LORENZETTI, R. L. Fundamentos do direito privado. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, p. 541-542, 1998.

_____. Esquema de uma teoria sistêmica del contrato. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 33, jan.-mar./2000.

LOTZ, S.; CHRISTANDL, F. D. What is fair is good: Evidence of consumers' taste for fairness. **Food Quality and Preference**, Barking, v. 30, n. 2, p. 139-144, 2013.

LOURENZANI, A.E.B.S.; SILVA, A.L. Horizontal cooperation and marketing access. In: INTERNATIONAL PENSA CONFERENCE, 2009, São Paulo. **Anais...** São Paulo, 2009.

LOW, W.; DAVENPORT, E. Postcards from the Edge: Maintaining the “Alternative” Character of Fair Trade. **Sustainable Development**, Chichester, v. 13, p. 143–153, 2005.

LYONS, B.R. Empirical Relevance of Efficient Contract Theory: Inter-Firm Contracts. **Oxford Review of Economic Policy**, Oxford, v. 12, n. 4, p. 27-52, 1996.

MACAULAY, S. Non-contractual Relations in Business: A Preliminary Study. **American Sociological Review**, [Albany], v. 28, p.55-67, 1963.

MACHADO, M.D.; PAULILLO, L.F.; LAMBERT, A. Comércio Justo Internacional: a inserção da citricultura brasileira. In: AGROINDÚSTRIA e Citricultura no Brasil: diferenças e dominâncias. Rio de Janeiro: E-papers, 2006.

MACNEIL, I.R. The Many Futures of Contract. **Southern California Law Review**, Los Angeles, v. 47, p. 691–816, 1974.

_____. Contracts: Exchange Transactions and Relations. **Northwestern University Law Review**, Chicago, v. 72, p. 854–905, 1978.

_____. **The New Social Contract**. New Haven, CT: Yale University Press, 1980.

_____. Economic Analysis of Contractual Relations: Its Shortfalls and the Need for a “Rich” Classificatory Apparatus. **Northwestern University Law Review**, Chicago, v. 75, n. 6, p. 1018–63, 1981.

_____. Values in Contract: Internal and External. **Northwestern University Law Review**, Chicago, v. 78, n. 2, p. 340–418, 1983.

_____. Relational Contract: What We Do and Do Not Know. **Wisconsin Law Review**, Madison, p. 483–525, 1985.

_____. Relational Contract Theory as Sociology: A Reply to professors Limberg and de Vos. **Journal of Institutional and Theoretical Economics**, Tübingen, v. 143, p. 272–290, 1987.

_____. Contracting Worlds and Essential Contract Theory. **Social & Legal Studies**, Thousand Oaks, v.9, 2000.

MAFUD, M.D; CASTRO, L.T; NEVES, MF. Estratégia de Integração: desafios da pequena propriedade. **Agroanalysis**, Rio de Janeiro, v. 29 , n. 04, abril 2009.

MALSERVISI, M.; FAUBERT-MAILLOUX, I. **Le commerce équitable**. Montréal: Chaire de coopération Guy-Bernier, 2000.

MAMEDE, G. **Direito Empresarial Brasileiro**: teoria geral dos contratos. São Paulo: Atlas, 2010. 5 v.

MARCONI, M. D. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

MARQUES, P.V. Mercados futuros e de operações agropecuários. In: **ECONOMIA e gestão dos negócios agroalimentares: indústria de alimentos, indústria de insumos, produção agropecuária**. São Paulo: Pioneira, 2000.

MASCARENHAS, G. C. S. **O movimento do comércio justo e solidário no Brasil**: entre a solidariedade e o mercado. 2007. 387 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Agrícola) - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

MASTEN, S. E. Contractual Choice. **University of Michigan Law School**, [Michigan], August 1998.

MEHO, L. I.; YANG, K. Impact of data sources on citation counts and rankings of lis faculty: web of science versus scopus and google scholar. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, New York, v. 58, n. 13, p. 2105–2125, 2007.

MÉNARD, C. Markets as institutions versus organizations as markets? Disentangling some fundamental concepts. **Journal of Economic Behavior & Organization**, Amsterdam, v. 28, n. 2, p. 161-182, 1995.

_____. On Clusters, Hybrids and other Strange Forms: The Case of the French Poultry Industry. **Journal of Institutional and Theoretical Economics**, Tubingen, v. 152, n. 1, p. 154-183, 1996.

_____. Une nouvelle approche de l'agro-alimentaires: l'économie néo-institutionnelle. **Économie Rurale**, Paris, v.255-256, p.186-196, janvier-avril 2000.

_____. Hybrid Organization of Production and Distribution. **Revista de Análisis Económico**, Santiado, v. 21, n. 2, p. 25-41, 2006.

_____. Hybrid organizations. In: THE ELGAR companion to transaction costs economics. Reino Unido: Cheltenham, 2010.

_____. **Hybrid modes of organization: alliances, joint ventures, networks, and other "strange" animals**. Paris: Université Paris, 2011. Disponível em: <<http://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00624291/>>. Acesso em: 12 nov. 2013.

MÉNARD, C.; SHIRLEY, M. M. **Handbook of new institutional economics**. Dordrecht: Springer, 2005.

MENITA, P. R. **Alinhamento entre estruturas de governança e atributos das transações na gestão estratégica da aquisição de farinha de trigo**. 2011. 113 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) – Universidade Nove de Julho, São Paulo, 2011.

MILGROM, P.; ROBERTS, J. Bargaining Costs, Influence Costs, and the Organization of Economic Activity, in Perspectives on Positive Political Economy. In: PERSPECTIVES on Positive Political Economy. Cambridge, MA: Cambridge University Press, 1990.

_____. **Economics, Organization and Management**. New York: Pilgrim Books: 1992.

MILLER, D. **Teoria das Compras: O que Orienta as Escolhas dos Consumidores**. São Paulo: Nobel, 2002.

MIRANDA, B. V.; SAES, M. S. M. Coordenação e Qualidade no Sistema Fairtrade: O exemplo do café. **Organizacoes Rurais e Agroindustriais**, p. 367–379, 2013.

_____. The Fair Trade movement: Parameters, Issues and Future Research. **Journal of Business Ethics**, Leiden, v. 53, p. 73-86, 2004.

MONTENEGRO. Prefeitura Municipal. **Montenegro sedia Encontro Mundial de Certificadores e Produtores de Suco**. 2012. Disponível em: <https://www.montenegro.rs.gov.br/home/show_page.asp?categoria=Not%EDcias&editorial=Gest%E3o%20e%20Planejamento&id_SHOW_noticia=43581&id_CONTEUDO=1538&codI D_CAT=384&imgCAT=tema_contato.jpg>. Acesso em: 12 jun. 2013.

MORAES, V.A. **Associação de Citricultores de Liberato Salzano/RS exporta suco de laranja para Suíça**. 2012. Disponível em: <<http://www.grupocultivar.com.br/site/content/noticias/?q=32404>>. Acesso em: 13 dez. 2013.

MULLANEY, L. **Seven tops trends for the food industry in 2013**. Disponível em: <[http://www.foodmanufacture.co.uk/Business-News/Seven-top-trends-for-the-food-industry-in-2013 LFR?utm_source=copyright&utm_medium=OnSite&utm_campaign=copyright](http://www.foodmanufacture.co.uk/Business-News/Seven-top-trends-for-the-food-industry-in-2013-LFR?utm_source=copyright&utm_medium=OnSite&utm_campaign=copyright)>. Acesso em: 24 fev. 2013.

MURRAY, D.; RAYNOLDS, L.T.; TAYLOR, P. L. **One Cup at a Time: Poverty Alleviation and Fair Trade in Latin America**. 2003. Disponível em: <<http://www.colostate.edu/Depts/Sociology/FairTradeResearchGroup/>>. Acesso em: 28 jan; 2014.

MUTEIA, H. **O aumento populacional e os desafios da segurança alimentar**. FAO debate produção e demanda mundial por alimentos no Fórum Sebrae de Conhecimento, em Brasília. [Roma: FAO], 2009. Disponível em: <<https://www.fao.org.br/apdsa.asp>>. Acesso em: 13 out. 2014.

MUTERSBAUGH, T. Just-in-space: Certified rural products, labor of quality, and regulatory spaces. **Journal of Rural Studies**, New York, v. 21, n. 4, p. 389-402, 2005.

NASSAR, A. M. Certificação no agronegócio: Estudo de Caso. In: SEMINÁRIO PENSA DE AGRIBUSINESS, 9, 1999. **Anais...** São Paulo, 1999.

_____. Certificação no Agribusiness. In: GESTÃO da qualidade no Agribusiness. São Paulo: Atlas, 2003.

NEVES, M. F. Um modelo para construir ou revisar contratos em redes de empresas (networks). **Revista de economia e Administração**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 68-86, abr./jun. 2002.

NICHOLLS, A. Strategic Options in Fair Trade Retailing. **International Journal of Retail and Distribution Management**, Bradford, v. 30, n. 1, p. 6-17, 2002.

NICHOLLS, A.; OPAL, C. **Fair Trade: Market-driven Ethical Consumption**. London: Sage, 2005.

NICOLAU, J.A. Análise das Estruturas Organizacionais Existentes na Cadeia Agroindustrial. **Textos de Economia**, Florianópolis, v. 5, n. 1, p. 7-21, 1994.

NORTH, D.C. **Structure and Change in Economic History**. New York: WW Norton, 1981.

_____. **Institutions, institutional change and economic performance**. Cambridge, England: Cambridge University Press, 1990.

_____. Institutions. **Journal of Economic Perspectives**, Nashville, v. 5, p. 97-112, 1991.

_____. **Custos de Transação, instituições e desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Instituto Liberal, 1994.

NORTH, D.; WEINGAST, B. Constitutions and commitment: the evolution of institutional governing public choice in seventeenth-century England. **The Journal of Economic History**, London, v. 49, n. 4, p. 803-832, 1989.

OLIVEIRA, M. M. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Petrópolis: Vozes, 2007.

OLIVEIRA, R. F.; ARAÚJO, U. P.; SANTOS, A.C. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v. 10, n. 2, p. 211-225, 2008.

OLSON, M. **The Logic of Collective Action: Public Goods and Theory of Groups**. Cambridge: Harvard University Press, 1965, Republicado em 1999.

OLSON, M. Distinguished lecture on Economics in Government. Big bills left on the sidewalk: Why some nations are rich, and others poor. **Journal of Economic Perspectives**, Nashville, v. 10, n. 2, spring, 1996.

ORGANICSNET. **Alemanha: Comércio Justo Continua a Crescer**. Disponível em: <<http://www.organicsnet.com.br/2011/05/alemanha-comercio-justo-continua-a-crescer/>> Acesso em: 15 out. 2013.

OSTRON, E. Investing in capital, institutions and incentives. In: **INSTITUTIONS and Development: Growth and Governance in Less-Developed and Post-Socialist Countries**. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1997. p. 153-181.

PARÁ. Secretaria Especial de Desenvolvimento Econômico e Incentivo à Produção. **A Fruticultura no Estado do Pará**. 2010. Disponível em: <http://www.sagri.pa.gov.br/files/pdfs/SEB_Cartilha_Frutal_18x21cm_OUT11_FINAL.pdf>. Acesso em: 13 jun. 2014.

PAULIN, M. **Services Management and Relationships in Business-to-Business Exchanges: A Comparison of Commercial Banking in Canada and Mexico**. 1998. Tese (Doutorado) - Université du Québec, Montréal, 1998.

PAULIN, M.; PERRIEN, J.; FERGUSON, R. Relational Contract Norms and the Effectiveness of Commercial Banking Relationships. **International Journal of Service Industry Management**, Bradford, v. 8, n. 5, p. 435-452, 1997.

PEDINI, S. **Fair Trade: alternativa ao mercado convencional de café e processos de empoderamento de cafeicultores familiares**. 2011. 174 f. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2011.

PEDREGALL, V. D.; OZCAGLAR-TOULOUSE, N. Why does not everybody purchase fair trade products? The question of the fairness of fair trade products' consumption for consumers. **International Journal of Consumer Studies**, Oxford, v. 35, p. 655–660, 2011.

PEREIRA, C. M. S. **Instituições de Direito Civil**. 21. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2012. 4 v.

PERRIEN, J.; PARADIS, S.; BANTIG, P. M. Dissolution of a Relationship, The Salesforce Perception. **Industrial Marketing Management**, New York, v. 24, p. 317-327, 1995.

PERRIEN J.; LALONDE M.-F.; FILIATRAULT P. Divorce in a Relationship: The Case of Commercial Banking. **Journal of Professional Services Marketing**, New York, v. 10, n. 2, 1991.

PIGOSSI, G.A; SOUZA, J.G. O Cooperativismo como Alternativa para a Agregação de Valor a Produção do Pequeno Citricultor da Região Nordeste do Estado de São Paulo. In: CONGRESSO DA SOBER, 43., 2005, Ribeirão Preto. **Anais...** Ribeirão Preto: Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural, 2005.

PINHEIRO, A. C. **Segurança jurídica, crescimento e exportações**. Disponível em: <www.ipea.gov.br/pub/td/2005/td_1125.pdf>. Acesso em: 27 set. 2013.

PINHEIRO, A. C.; SADDI, J. **Direito, economia e mercados**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

POLINSKY, M. A. **An introduction to Law & Economics**. New York: Little Brown & Co Law & Business, 1989.

PONCELET, M.; DEFOURNY, J. ; DE PELSMAKER, P. **Un commerce équitable et durable entre marché et solidarité: Diagnostic et perspectives**. 2005. Disponível em: <http://www.belspo.be/belspo/home/publ/pub_ostc/CPgen/rappCP16_fr.pdf>. Acesso em: 09 jun. 2012.

PORTER, M. E. **Estratégia competitiva: Técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

POSNER, R. **Introduction to the philosophy of law**. New Haven: Yale University Press, 1954.

_____. **Economic Analysis of Law**. Boston-Toronto-London: Little Brown and Co. 1992.

_____. Preface. In: ELGAR, E. **The Encyclopaedia of Law & Economics**. Cheltenham: Edward Elgar, 2000.

POUCHAIN, D. Le commerce équitable: le développement en dépit du marché ou via le marché? **Éthique et économique**, v. 8, n. 2, 2011. Disponível em: <<https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/bitstream/handle/1866/5121/Pouchain.pdf?sequence=1>> Acesso em : 09 fev. 2013.

POUCHAIN, D; KNOL, M. Commerce international: Les enjeux du commerce équitable. **Problèmes économiques**, Paris, n. 2927, p. 40-45, 2007.

PRIM-ALLAZ, I. ; PERRIEN, J. Présentation d'un document de travail: The Relevance of Macneil's Relational Norms to Understand the Exit of an interorganizational Relationship. In: FIRST NORDIC WORKSHOP ON RELATIONSHIP DISSOLUTION, 2000, Kuusamo, Finlande. **Anais...** Finlande, 22-24 septembre 2000.

PROVAN, K. G.; HUANG, K.; MILWARD, H. B. The evolution of structural embeddedness and organizational social outcomes in a centrally governed health and human services network. **Journal of Public Administration Research & Theory**, New Brunswick, v. 19, p. 873-893, 2009.

PROVAN, K. G.; KENIS, P. Modes of network governance: structure, management and effectiveness. **Journal of Public Administration Research & Theory**, New Brunswick, v. 18, n. 2, p. 229-252, 2008.

QUAKERS. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Quaker>>. Acesso em: 31 out. 2013.

RAMOS, N.P.; FERRAZ, J.M.G. **Certificação Socioambiental**. Disponível em: <http://www.agencia.cnptia.embrapa.br/gestor/cana-de-acucar/arvore/CONTAG01_4_711200516715.html>. Acesso em: 20 jan. 2013.

RAYNAUD, E. **Propriété et Exploitation Partagée d'une Marque Commerciale**: Aléas Contractuels et Ordre Privé. 1997. Tese (Doutorado) - Université de Paris, Paris, 1997.

RAYNOLDS, L.T. Re-embedding Global Agriculture: The international organic and fair trade movements. **Agriculture and Human Values**, Dordrecht, v. 17, p. 297-309, 2000.

_____. Consumer/producer links in fair trade coffee networks. **Sociologia Ruralis**, Oxford, v. 42, n. 4, p. 404-424, 2002.

_____. Mainstreaming fair trade coffee: From partnership to traceability. **World Development**, London, v. 37, n. 6, p. 1083-1093, 2009.

_____. Fair Trade: Social regulation in global food markets. **Journal of Rural Studies**, New York, v. 28, p. 276-287, 2012.

_____. Fairtrade, Certification, and Labor: global and local tensions in improving conditions for agricultural workers. **Agriculture and Human Values**, Dordrecht, v. 31, p. 499-511, 2014.

RAYNOLDS, L. T.; MURRAY, D.; HELLER, A. Regulating sustainability in the coffee sector: A comparative analysis of third-party environmental and social certification initiatives. **Agriculture and Human Values**, Dordrecht, v. 24, n. 2, p. 147-163, 2007.

RAYNOLDS, L. T.; MURRAY, D.; TAYLOR, P. L. Fair trade coffee: Building producer capacity via global networks. **Journal of International Development**, Chichester, v. 16, n. 8, p. 1109-1121, 2004.

RAYNOLDS, L. T.; NGCWANGU, S. U. Fair trade rooibos tea: Connecting south african producers and american consumer markets. **Geoforum**, Oxford, v. 41, n. 1, p. 74-83, 2010.

RAYNOLDS, L. T.; WILKINSON, J. Fair trade in the agriculture and food sector. In: **FAIR trade: the challenges of transforming globalization**. London: Routledge, 2008.

REDFERN A.; SNEDKER, P. **Creating market opportunities for small enterprises**: experiences of the Fair Trade movement. Geneva: International Labour Office, 2002.

REED, D. What corporations have to do with fair trade?: positive and normative analysis from a value chain perspective. **Journal of Business Ethics**, Leiden, v. 86, n. 1, p. 3-26, Apr. 2009.

RENARD, M.C. The Interstices of globalization: the example of fair trade coffee. **Sociologia Ruralis**, Oxford, v. 39, p. 484-500, 1999.

_____. Entre la equidad y el mercado: el comercio justo. In: CONGRESSO MUNDIAL DE SOCIOLOGIA RURAL, 2004, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Congresso Mundial de Sociologia Rural, 2004.

_____. Fair trade: quality, markets and conventions. **Journal of Rural Studies**, New York, n.19, p. 87-96, 2003.

_____. Quality certification, regulation and power in fair trade. **Journal of Rural Studies**, New York, n. 21, p. 419-431, 2005.

RIBEIRO, K.A.; NASCIMENTO, D.C.; SILVA, J.F.B. Cooperativismo Agropecuário e suas Contribuições para o Empoderamento dos Agricultores Familiares no Submédio São Francisco: o caso da associação de produtores rurais do núcleo VI – Petrolina/PE. **Teoria e Evidência Econômica**, Passo Fundo, n. 40, p. 77-101, jan./jun. 2013.

RIBEIRO, M. C. P. **Teoria geral dos contratos**: contratos empresariais e análise econômica. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

RICHARDSON, G.B. The Organization of Industry. **Economic Journal**, [Lahore], n. 82, p. 383-396, 1972.

RICHARDSON, J. R. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1999.

RIGO, A.S.; ALMEIDA, A. C.A. Autogestão: estado ou processo? (re)refletindo as experiências no Vale do São Francisco. **APGS**, Viçosa, v. 1. n. 3, p. 294-314, jul./set. 2009.

ROCHA JÚNIOR, W.F. **Análise do Agronegócio da Erva-mate com o Enfoque da Nova Economia Institucional e o Uso da Matriz Estrutural Prospectiva**. 2001. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

_____. A Nova Economia Institucional revisitada. **Revista de Economia e Administração**, São Paulo, v. 3, n. 4, p. 301-319, 2004.

ROCHA JUNIOR, W. F. et al. Avaliação de contratos: uma abordagem utilizando a análise fatorial de correspondência. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v. 46, n. 2, p. 455-480, 2008.

RODRIGUES, R. M. **Pesquisa acadêmica**: como facilitar o processo de preparação de suas etapas. São Paulo: Atlas. 2007.

ROOS, I. Customer Switching Behaviour in Retailing. **Swedish School of Economics and Business Administration**, Helsinki, Working Paper 327, 1998.

ROOZEN, N.; VAN DER HOFF, F. **L'aventure du commerce é'quitable**: Une alternative à la mondialisation. Paris: E'ditions JC Latte`s, 2002.

ROPPO, E. **O contrato**. Coimbra: Almedina, 2009.

ROSTY, C.; MELO, R.B. de. From Private to Public Regulation in Fair Trade: The Fair Trade and Solidarity Movement and The Brazilian Fair Trade National Labeling Initiative. In: INTERNATIONAL FAIR TRADE SYMPOSIUM, 5., 2015, Milan. **Anais...** Milan: International Fair Trade Symposium, 2015.

ROTARIS, L.; DANIELIS, R. Willingness to pay for fair trade coffee: A conjoint analysis experiment with Italian consumers. **Journal of Agricultural and Food Industrial Organization**, Berkeley, v. 9, n. 1, 2011.

RUTHERFORD, M. **Institutions in Economics: the Old and the New institutionalism**. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

SANTOS, S. R. S. **A nova economia institucional**. 2010. Disponível em: <<http://d.yimg.com/kq/groups/16643321/270946459/name/A+nova+economia+institucional.pdf>>. Acesso em: 14 dez. 2012.

SCHMITT, C.H. Cláusulas abusivas nas relações de consumo. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, p. 72, 2006.

SCHMITT, V.G.H. **As dimensões da sustentabilidade nas relações de poder: o Comércio Justo no setor alimentício brasileiro**. 2011. 175 f. Tese (Doutorado) – Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2011.

SCHNEIDER, J. **Relatório da Pesquisa Mundial de Comércio Justo: parte 1**. Brasília: SEBRAE, 2012.

SCOTT, W. R. **Institutions and Organizations**. London: Sage Publications, 1995.

SCULLY, G.W. The institutional framework and economic development. **Journal of Political Economy**, Chicago, v. 96, n. 3, 1988.

SEBRAE. **Comércio Justo: pesquisa mundial**. Brasília, 2004.

_____. **O Lucro é de toda Sociedade**. 2014. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/Com%C3%A9rcio-Justo-e-Solid%C3%A1rio:-inclus%C3%A3o-com-responsabilidade>>. Acesso em: 23 jun. 2014.

SILVA, L.X. da. **Análise do Complexo Agroindustrial Fumageiro Sul-brasileiro sob o enfoque da Economia dos Custos de Transação**. 2002. 280 f. Tese (Doutorado em Economia) – Programa de Pós-Graduação em Economia, Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, UFRGS, 2002.

SIMON, H. The Architecture of complexity. **Proceedings of the American Philosophical Society**, Philadelphia, n. 106, p. 467-482, Dec. 1962.

SMITH, S.; BARRIENTOS, S. Fair trade and ethical trade: Are there moves towards convergence? **Sustainable Development**, Chichester, v. 13, n. 3, p.190-198, 2005.

- SMITKA, M. J. Contracting without contracts: How the Japanese manage organizational transactions. In: THE LEGALISTIC Organization. Thousands Oaks, CA: Sage, 1994. p. 91-108.
- SOARES, A.F.; BORGATO, E.A. Agricultura Familiar: melhorar a competitividade dos pequenos produtores é a forma mais sustentável de mantê-los no campo. **HortiFruti Brasil**, São Paulo, ano 10, n. 110, p. 8-15, mar/. 2012.
- SOBRAL, L. **Entenda como Funciona o Comércio Justo**. 2009. Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI64038-16381,00-ENTENDA+COMO+FUNCIONA+O+COMERCIO+JUSTO.html>>. Acesso em 12 jun. 2012.
- SONNINO, R. Embeddedness in Action: Saffron and the Making of the Local in southern Tuscany. **Agriculture and Human Values**, Dordrecht, January 2007.
- SPERS, E. E. Segurança do Alimento. In: GESTÃO da qualidade no agribusiness: estudos e casos. São Paulo: Atlas, 2003.
- STINCHCOMBE, A.L. Contracts as Hierarchical Documents. In: ORGANIZATION Theory and Project Management. Oslo: Norwegian University Press, 1985.
- STOECKER, R. Evaluating and rethinking the case study. **The Sociological Review**, London, v. 39, p. 88-112, 1991.
- SUPIOT, A. Du bon usage des lois en matière d'emploi. **Droit Social**, n. 3, p. 229-242, mars, 1997.
- SZTAJN, R.; ZYLBERSTAJN, D.; AZEVEDO. Economia dos Contratos. In: DIREITO e Economia. São Paulo: Campus, 2005.
- SZTJAN, R. **Supply chain e incompletude contratual**. [São Paulo]: Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (USP), 2009. Disponível em: <<https://www.google.com.br/#q=Supply+chain+e+incompletude+contratual>>. Acesso em: 17 nov. 2013.
- SZTJAN, R. Função social do contrato e direito de empresa. **Revista de direito mercantil**: industrial, econômico e financeiro, São Paulo, v. 44, p. 29-49, jul. 2005.
- TALLONTIRE, A. Partnerships in fair trade: reflections from a case study of Café Direct. **Development in Practice**, Oxford, v. 10, n. 2, p. 166–177, 2000.
- _____. **Challenges facing Fair Trade**: which way now? Manchester: Natural Resources Institute, 2001.
- TAYLOR, P. In the market but not of it: fair trade coffee and forest stewardship council certification as marketbased social change. **World Development**, London, v. 33, n. 1, p. 129-147, Feb. 2004.
- TEECE, D.J. Firm organization, industrial structure, and technological innovation. **Journal of Economic Behavior & Organization**, Amsterdam, v. 31, p. 193-224, 1996.

THIBAUT, J. W. The Development of Contractual Norms in Bargaining: Replication and Variation. **Journal of Conflict Resolution**, Ann Arbor, v. 12, n. 1, p. 102-12, 1968.

THIBAUT, J. W; KELLEY, H.H. **The Social Psychology of Groups**. New York: John Wiley & Sons, Inc, 1959.

THORELLI, H. B. Networks, Between Markets and Hierarchies. **Strategic Management Journal**, Sussex, v. 7, n. 1, p. 37-51, 1986.

TIROLE, J. Collusion and the Theory of Organizations. In: **ADVANCES in Economic Theory**. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.

TRIENEKENS, J.; ZUUBIER, P. Quality and safety standards in the food industry, developments and challenges. **International Journal of Production Economics**, Amsterdam, v. 113, p. 107–122, 2008.

UBEE/IMS. **Edital - UBEE/IMS – N. 01/2010**. 2010b. Disponível em: <<http://portal.mte.gov.br/data/files/8A7C816A3ADC4075013AFECE03AF6931/EDITAL%20SNCJS.pdf>>. Acesso em: 2 nov. 2012.

UNIÃO EUROPEIA. Versões consolidadas do Tratado da União Europeia e do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia. **Comunicações e Informações**, [Luxemburgo], C326, 55º ano, 26 de outubro de 2012.

URIARTE, A. Fair trade: uma introdução e algumas reflexões. **BSD Brasil**. Abril de 2002. Disponível em: <<http://www.bsd-net.com/docs/artigoft.pdf>>. Acesso em: 20 mar 2013

URIARTE, A.; BEAT GRÜNINGER. **Análise de potencial para agronegócio sustentável de pequenos produtores de banana do litoral Paranaense**. Curitiba, 2001. (Projeto Paraná 12 meses)

VALKILA J.; NYGREN, A. Impacts of Fair Trade-certification on Coffee Farmers, Cooperatives, and Laborers in Nicaragua. In: **COLLOQUE INTERNATIONAL SUR LE COMMERCE EQUITABLE**, 3., 2008, Montpellier. **Anais...** Montpellier: 3thFair Trade International Symposium, 2008.

VANDERHOFF, B. F. Poverty alleviation through participation in fair trade coffee networks: the case of UCIRI, Oaxaca, Mexico. In: **ONE Cup at a Time: Poverty Alleviation and Fair Trade Coffee in Latin America**. USA: The Ford Foundation, 2002.

_____. The Urgency and Necessity of a Different Type of Market: The Perspective of Producers Organized Within the Fair Trade Market. **Journal of Business Ethics**, Leiden, v. 86, p. 51–61, 2009.

VERENHITACH, G. D. Comércio Justo: o terceiro setor como ator social na consolidação de práticas alternativas de comércio. In: **SEMINÁRIO NACIONAL MOVIMENTOS SOCIAIS**,

PARTICIPAÇÃO E DEMOCRACIA, 2., 2007, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: Seminário Nacional Movimentos Sociais, Participação e Democracia, 2007.

VIANA, M.M.; JULIÃO, L. Certificação Socioambiental: a nova geração das boas práticas na fruticultura. **CEPEA**, São Paulo, n. 99, p. 8-17, mar 2011.

VIEGAS, F.B et al. Many Eyes: A Site for Visualization at Internet Scale. **IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics**, New York, v. 13 , n. 06, p. 1121-1128, Nov.-Dec. 2007.

VIEGAS, I.F.P. **Redes de comércio justo e solidário**: organização, relações e valores. 2012. Tese (Doutorado em Economia) – UNICAMP, Campinas, 2012.

VIEIRA, L. M.; MAIA, T. The governance of Fair Trade system: evidence from small honey producers in Rio Grande do Sul. **Brazilian Administration Review**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 4, p. 367-379, 2009.

VIEIRA, R.F.V.et al. **Frutas nativas da região Centro-Oeste**. Brasília: Embrapa Recursos Genéticos e Biotecnologia, 2006.

WALTON, A. What is fair trade? **Third World Quarterly**, London, v. 31, n. 3, p. 431-447, 2010.

WFTO. **Annual report**. 2009. Disponível em: <<https://www.google.com.br/#q=wfto+annual+report+2009>> Acesso em: 27 nov. 2012.

_____. **Annual report**. 2011. Disponível em: <<http://www.wfto.com>>. Acesso em: 25 out. 2012.

_____. **Annual report**. 2012. Disponível em: <http://www.wfto.com/index.php?option=com_content&task=view&id=26&Itemid=109>. Acesso em: 14 fev. 2013.

_____. **Annual report**. 2013. Disponível em <https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/anrep_e/anrep13_e.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2014.

WHATMORE, S.J.; THORNE, L.B. Nourishing networks: alternative geographies of food. In: **GLOBALISING food: Agrarian questions and global restructuring**. UK: Routledge, 1997.

WILKINSON, J. Fair trade: dynamic and dilemmas of a market oriented global social movement. **Journal of Consumer Policy**, Norwell, v. 30, n. 3, p. 219-239, 2007.

WILLIAMSON, O. **Markets and Hierarchies**: analysis and antitrust implications. **New York**: Free Press, 1975.

_____. Transaction-cost economics: the governance of contractual relations. **The Journal of Law and Economics**, Chicago, v. 22, n. 2, p. 239-261, 1979.

_____. **The Economic Institutions of Capitalism**: Firms, Markets, Relational Contracting. New York: The Free Press, 1985.

_____. **Economic organization: firms, markets and policy control.** New York: New York University Press, 1986.

_____. Transaction Cost Economics. In: HANDBOOK of Industrial Organization. Netherlands: Elsevier Science Publ, 1989.

_____. Comparative Economic Organization: The Analysis of Discrete Structural Alternatives. **Administrative Science Quarterly**, Ithaca, v. 36, p. 269-296, 1991.

_____. Transaction Cost Economics and Organization Theory. **Industrial and Corporate Change**, Oxford, v. 2, p. 107-156, 1993.

_____. Calculativeness, trust and economic organization. In: WILLIAMSON, O. **Mechanisms of governance.** Uk: Oxford University Press, 1996b.

_____. The new institutional economics: taking stock, looking ahead. **Journal of Economic Literature**, Nashville, v. 38, p. 595-613, September 2000.

_____. The economic of governance. **American Economic Review**, Nashville, v. 95, p. 1-18, 2005.

_____. **As instituições econômicas do capitalismo: firmas mercados e relações contratuais.** São Paulo: Pezco Editora, 2012.

WITKOWSKI, T.H. Fair Trade Marketing: an alternative system for globalization and development. **Journal of Marketing Theory and Practice**, Statesboro, v. 13, n. 4, 2005.

WRIGHT, E. **The social economyda niche in capitalism or a pathway beyond?** Preliminary notes towards an analysis. In: THE ANALYTICAL Marxism Group. Oxford, June, 2010.

YEPEZ, I.; MORMONT, M. **Le commerce equitable face aux nouveaux défis commerciaux: e volution des dynamiques d 'acteurs.** Bruxelles: Belgian Science Policy, 2006.

YIN, R. K. **Introducing the world of education:** A case study reader. UK: Sage, 2005.

YIN, R. K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. São Paulo: Bookman, 2005.

YIN, R. K.; GRASSI, D. **Estudo de caso.** Porto Alegre: Bookman, 2005.

ZYLBERSZTAJN, D. **Illycaffê: Em Busca da Qualidade.** [São Paulo]: Universidade de São Paulo, 1993a.

_____. Implementing Plant Breeding Rights: A Contribution to the Discussion in Developing Countries. In: SYMPOSIUM OF THE INTERNATIONAL AGRIBUSINESS MANAGEMENT ASSOCIATION, 1993, San Francisco. **Anais...** San Francisco: Symposium of the International Agribusiness Management Association 1993c.

_____. Organizational Challenges for Farmers Cooperatives. In: SYMPOSIUM OF THE INTERNATIONAL AGRIBUSINESS MANAGEMENT ASSOCIATION, 1993, San Francisco. **Anais...** San Francisco: Symposium of the International Agribusiness Management Association 1993b.

_____. **Estruturas de Governança e Coordenação do Agribusiness:** Uma Aplicação da Nova Economia das Instituições. 1995. Tese (Livre Docência) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

_____. **Conceitos gerais, evolução e apresentação do sistema agroindustrial:** economia e gestão dos negócios agroalimentares. São Paulo: Pioneira, 2000.

_____. **Caminhos da Agricultura Brasileira.** São Paulo: Atlas, 2011.

ZYLBERSZTAJN, D.; SZTAJN, R. **Direito & Economia:** análise econômica do direito e das organizações. São Paulo: Elsevier, 2005.

ANEXO - Roteiro de Entrevista com Organizações Produtoras

Roteiro Produtores Fairtrade

Data: ___/___/___

n° do questionário _____

A – Identificação

1. Organização: _____
2. Município: _____
3. Proprietário: _____
4. Entrevistado _____
5. Função/Cargo _____
6. Data de fundação da associação/cooperativa: _____
7. Com qual objetivo foi fundada?
8. Quantos produtores associados/cooperados?
9. Principais atividades desenvolvidas:

- a. _____
- b. _____
- c. _____
- d. _____
- e. _____

10. Capacidade de produção : _____

11. Possui registro no MAPA: Sim Não .

12. Possui outro registro:

Sim Não . Se "sim" qual? _____

13. Produto(s) Comercializado(s)/ listar por ordem de importância. Número de produtores e área de produção

Produto	Nº de produtores	Área de produção

14. A comercialização/ canal de vendas é efetuada primordialmente:

Mercado	Detalhamento					
	Produto		Produto		Outros	
	%	Volume	%	Volume	%	Volume
Local						
Regional						
Nacional						
Internacional						

15. Desses produtos, quais possuem o selo FAIRTRADE? Listar por importância. Número de produtores e área de produção e volume de comercialização

Produto	Nº de produtores	Área de produção	Volume (ton) comercializado anualmente

16 .Qual a data de inserção da associação/cooperativa na rede Fair Trade? como ocorreu esta inserção? Alguém ou uma organização pública ou privada auxiliou?

17.Quando ocorreu a primeira certificação FLO /FLO-Cert?

18.Qual o custo inicial da certificação ?

19.Qual foi a produção total média de produtos destinados ao Fair Trade desde o inicio até 2014?

(Se foi antes de 2004, se possível, complementar logo abaixo da tabela).

Produto	2004	2005	2006	2007	2008
Produto	2009	2010	2011	2012	2013

-
-
-
20. Como é decidido a quantidade do produto que será destinado ao FT? Os produtores participam dessa decisão?
21. Por que tem aumentado ou diminuído o % destinado ao FT?
22. A empresa possui concorrentes nacionais e/ou internacionais? Quais?
23. Quais são os custos anuais gerados para manter a certificação FAIRTRADE (inspeções, taxas, etc.)
24. Quais as principais exigências para a primeira certificação?
25. Quais as atuais exigências?
26. Alguém da rede FT auxilia no atendimento dessas exigências FT? quem? Quais auxílios foram prestados?
27. Quais os contratos existentes entre a associação/cooperativa e a FLO/FLO-CERT? o contrato é formal ou informal?
28. Esses contratos se renovam automaticamente ou são renegociados a cada remessa/ safra.?
29. O que são fixados nesses acordos/ contratos (preço, quantidade, prêmio, qualidade, prazo, etc.)?
30. Como é discutido as regras contratuais? Quem participa das negociações?
31. Qual a participação dos produtores nas negociações contratuais?
32. As negociações é diretamente com a FLO?
33. Há alguma empresa que intermedeia as transações comerciais? Se sim, qual a empresa e quanto tempo e qual a importância dela?

34. O fato das negociações serem feitas por terceiros dificulta o contato com os importadores?

35. Quais são os principais importadores Fair Trade da associação/cooperativa? em quais países eles estão localizados?

36. Representantes da associação/cooperativa já visitou algum dos importadores? ou foi visitada? com qual frequência isso acontece?

37. Como é feita a negociação da próxima venda?

38. Existe outro tipo de contrato da associação/cooperativa na rede Fair Trade? Se sim : Como é discutido as regras contratuais? Quem participa das negociações? Qual a participação dos produtores nas negociações contratuais?

39. Além da FLO/ FLO Cert, algum outro órgão faz controles/inspeções na associação /cooperativa? o que eles verificam?

B . CONFIANÇA

40. Qual o nível de confiança que vc tem nessas organizações?

Item	Importância				
FLO	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Negociadores (se existir)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Importadores	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Produtores associados	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

41.A confiança foi alterada ao longo dos anos? por quê?

42. Qual o nível médio de confiança que os produtores associados/cooperados tem no FT?

Boa alternativa de comercio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Benefícios para a associação	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

43. Principal objetivo da participação dos produtores na rede FT? Listar de 1 a 5 (grau de importância).

Atingir novos mercados ()

Lucro ()

Contribuir com a visão ética do FT ()

Obter mais conhecimento ()

44 .Quais as principais mudanças ocorridas na associação/cooperativa após a inserção no FT?

45. A associação pretende ampliar ou diminuir sua participação no FT? Por quê?

C - GOVERNANÇA

C.1 - Especificidade dos Ativos

46. Quais os investimentos realizados para viabilizar a estrutura da Cooperativa para atender o FT?

a. _____

b. _____

c. _____

d. _____

47. Dentre os investimentos realizados para inserir no FT, assinalem aqueles que poderiam servir a outros usos sem grandes prejuízos.

() equipamentos () condições de trabalho () instalações e estruturas físicas

() recursos humanos () certificação () meio ambiente

48. Houve dificuldades para composição da estrutura tecnológica para atender o FT?

Sim Não . Se "sim" quais? _____

49. Aspectos geográficos promovem uma maior aproximação comercial entre importadores, produtores, clientes e demais ligados a Cooperativa.

Sim Não . Se “sim” quais? _____

50. A localização da fazenda apresenta restrições à comercialização de seus produtos?

Sim Não . Se “sim” quais? _____

51. Que ações da FLO poderia implementar para obter uma maior garantia de comercialização do produto?

a _____

b _____

c _____

52. Existem iniciativas da FLO de propor o aprimoramento técnico dos produtores, clientes e demais agentes da cadeia envolvida no Fair Trade?

Sim Não . Se “sim” quais? _____

C.2 – Incerteza

53. Quais incertezas estão envolvidas na produção/ beneficiamento dos produtos? (1 para menos importante a 5 para mais importante).

Item	Importância				
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Matéria Prima	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Sanidade	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Tecnologia	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Mão de obra	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Insumos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Outros	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

54. Quais ações a FLO toma para reduzir as incertezas na produção/beneficiamento das frutas?

a _____

b _____

c _____

55. Quais as incertezas afetam a comercialização dos produtos?

Item	Importância				
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Preço	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Mercado	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

Informalidade	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Mão de obra	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Fiscalização	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Outros	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

56. Quais ações a FLO toma para reduzir as incertezas na comercialização dos produtos?

a _____

b _____

c _____

57. Há ações coletivas tomadas com o objetivo de reduzir a incerteza na produção, beneficiamento e na comercialização frutas na rede FT?

Sim Não . Se "sim" quais? _____

58. Existem incertezas com relação ao FT? Quais?

59. Há incertezas em relação aos importadores?

60. Há incertezas em relação a empresa negociadora?

C.3 – Frequência

61. As transações entre a FLO/ importadores e os produtores ocorrem com que frequência?

Semanal Mensal Trimestral Semestral Anual Outro

62. De que forma ocorre a transação?

a _____

b _____

c _____

63. Que tipo de informações são trocadas nesses contatos? (preço, quantidades, informações técnicas, estratégicas, previsão de novas compras ...)

64. Que ação individual ou coletiva poderia ser implementada visando aumentar a frequência das transações entre os produtores e a FLO?.

- a. _____
- b. _____
- c. _____

65. Já teve algum problema com algum ator da rede Far trade (importador, inspetor, representante FLO/FLO Cert/negociadorat) ? Quais? Como eles foram resolvidos?

C.4 – Racionalidade Limitada

66. Estar inserido numa cadeia internacional de FT permite auferir vantagens na busca e compartilhamento de informações (ambientais, produção, legislação, mercado)? Sim
Não

67. Qual a importância das informações (ambientais, produção, legislação, mercado) na estratégia de beneficiamento da indústria? Sem importância Importante Muito Importante

68. Qual a forma com que as informações chegam à associação/cooperativa?

Publicações (semanários) Internet E-mails Reportagens TV

Encontros informais

Revistas científicas Comunicações pessoais Congressos e similares

Outros

69. Em termos de rede Fair Trade quais informações são as mais significativas para o planejamento da produção (1 para insignificante e 5 para mais importante)?

Item	Importância				
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Custo Matéria Prima	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Mercado (oferta e demanda)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Informações ambientais	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Tecnologia de cultivo	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Eventos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Outros	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

70. Verifica-se na rede Fair Trade restrições ao compartilhamento de informações geradas pelos demais agentes e que são importantes para o desempenho interno da ECOCITRUS?

Sim Não . Se "sim" quais?

a. _____

b. _____

c. _____

71. De modo geral como se classifica o compartilhamento de informações na rede FT?

(1 para péssimo e 5 para ótimo).

Compartilhamento de informações	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
---------------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

Justifique:

72. Houve alguma vantagem quanto à inserção da empresa dentro da rede FT?

Sim Não . Se “sim” quais?

a. _____

b. _____

73. Houve alguma desvantagem quanto a inserção da empresa dentro da na rede Fair Trade?

Sim Não . Se “sim” quais?

a. _____

b. _____

c. _____

C.5 – Oportunismo

74. Qual a base do relacionamento entre os elos tecnológicos com os quais a organização se relaciona?

Indústria	Base de relacionamento				
x Produtores	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
x Traders	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
x Consumidores	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

1 = Histórico/Tempo; 2 = Confiança; 3 = Garantias; 4 = Orientação Técnica; 5 = Outros

75. A base de relacionamento pode ser entendida como uma relação contratual?

Indústria	Relação contratual
-----------	--------------------

x Produtores	<input type="checkbox"/> Formal	<input type="checkbox"/> Informal	<input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Não sei
x Traders	<input type="checkbox"/> Formal	<input type="checkbox"/> Informal	<input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Não sei
Importadores	<input type="checkbox"/> Formal	<input type="checkbox"/> Informal	<input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Não sei
x Consumidores	<input type="checkbox"/> Formal	<input type="checkbox"/> Informal	<input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Não sei

76. Especificidades relativas quanto à existência de relações contratuais:

Identificação	Tempo	Duração	Quantidade	Rompimento
Produtores	Anos	anos	Fornecedores	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim
Traders	Anos	anos	Clientes	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim
Consumidores	Anos	anos	Clientes	<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim

77. Existem conflitos nas relações entre os elos envolvidos nas transações?

Sim Não . Se "sim" quais?

a. _____

b. _____

c. _____

78. Por quais razões ocorrem?

a. _____

b. _____

c. _____

79. Como eles são mediados? _____

80. A rede FT poderia planejar e empreender ações coletivas com o objetivo de ampliar e melhorar a confiança entre os agentes?

Sim Não . Se "sim" quais?

a. _____

b. _____

c. _____

C.6 – Ambiente Institucional

81. As normativas legais vêm contribuindo com o desenvolvimento das atividades de beneficiamento e comércio da organização?

Sim Não . Se "sim" quais?

a. _____

b. _____

c. _____

82. Há ações desenvolvidas pela organização em cooperação com outros agentes da rede Fair Trade, que visem o estímulo na adequação da cadeia de comercialização à legislação existente?

Sim Não . Se "sim" quais?

a. _____

b. _____

c. _____

83. Há alguma normativa legal que influenciou na adequação de produtos, processos ou controles na produção?

Sim Não . Se "sim" quais?

a. _____

b. _____

c. _____

84. Padrões de conduta cultural exercem alguma influência sobre produtos, processos ou controles da produção?

Sim Não . Se "sim" quais?

a. _____

b. _____

c. _____

D. INCENTIVOS CONTRATUAIS

D.1 PREÇO MÍNIMO

85. Como é determinado/calculado o preço mínimo?

86. Quem define?

87. A associação/cooperativa já participou da definição? Se não, já solicitou ou teve interesse de saber como é definido?

88. A associação/cooperativa considera o preço justo?

89.O que significa um contrato livre?/ o produto pode ser destinado a outro mercado se o preço for melhor?

90.Há alguma abertura em se discutir o melhor preço ou já vem definido?

91.Algum dos importadores já pagou mais que o preço mínimo estabelecido? Por quê?

92.Quanto a marca: na embalagem vai o nome da ECOCITRUS?

D.2 PRÊMIO

93. o que já foi realizado com o prêmio?

94.Histórico do prêmio desde o início.

D.3 DURAÇÃO DOS CONTRATOS

95. Qual é o tempo de duração dos contratos?

96. Considera o tempo de contrato longo ou curto?

D.4 PRÉ - FINANCIAMENTO

97. Já obteve pré- financiamento? quantas vezes?

98. Em que foi aplicado?

99. Teve dificuldades para obtê-lo? Quais?

100 - Principais incentivos (Listar de 1 a 5 por grau de importância)

Prêmio ()

Preço mínimo ()

Pré-financiamento ()

Duração longa do contrato ()

