

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

IRANI MARIA DA SILVA OLIVEIRA

COMÉRCIO JUSTO E INSERÇÃO INTERNACIONAL DE PRODUTOS COM APELO SOCIAL:

O Caso do açúcar de rapadura do Engenho Comunitário de Água Branca no
Estado de Alagoas.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Economia - PIMES, do Departamento de Economia da Universidade Federal de Pernambuco, Turma do Mestrado Profissionalizante em Economia, como requisito para obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Ecio de Farias Costa

Recife

2006

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

IRANI MARIA DA SILVA OLIVEIRA

COMÉRCIO JUSTO E INSERÇÃO INTERNACIONAL DE PRODUTOS COM APELO SOCIAL:

O Caso do açúcar de rapadura do Engenho Comunitário de Água Branca no
Estado de Alagoas.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Economia - PIMES, do Departamento de Economia da Universidade Federal de Pernambuco, Turma do Mestrado Profissionalizante em Economia, como requisito para obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Ecio de Farias Costa

Recife
2006

Oliveira, Irani Maria da Silva

Comércio justo e inserção internacional de produtos com apelo social : o caso do açúcar de rapadura do Engenho Comunitário de Água Branca no estado de Alagoas / Irani Maria da Silva Oliveira. – Recife : O Autor, 2006.

114 folhas : tab., gráf. e quadros.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. CCSA. Economia, 2006.

Inclui bibliografia, apêndices e anexos.

1. Desenvolvimento sustentável. 2. Economia solidária. 3. Economia social. 4. Agricultura orgânica. I. Título.

334

CDU (1997)

UFPE

334

CDD (22.ed.)

CSA2006-029

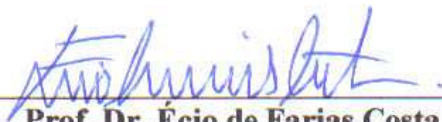
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA
PIMES/PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA

PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DO
MESTRADO PROFISSIONAL EM ECONOMIA DE

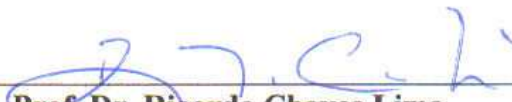
IRANI MARIA DA SILVA OLIVEIRA

A Comissão Examinadora composta pelos professores abaixo, sob a presidência
do primeiro, considera a Candidata Irani Maria da Silva Oliveira **APROVADA**.

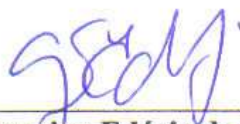
Recife, 15/08/2006.



Prof. Dr. Écio de Farias Costa
Orientador



Prof. Dr. Ricardo Chaves Lima
Examinador Interno



Prof. Dr. Guerino Edécio da Silva Filho
Examinador Externo/UFRPE

Ao meu amado Pereira,
Aos meus filhos Juliana e Manoel,
À minha mãe Iraci
Ao meu pai Mário (in memorian).

Agradecimentos

Agradeço primeiramente a Deus que por sua bondade infinita proveu todas as minhas necessidades para realização deste trabalho.

Ao meu companheiro Pereira e a meus filhos Manoel e Juliana pelo sempre pronto apoio, sem eles este trabalho não seria possível.

Meu muito obrigado aos irmãos da Igreja Batista Koinonia pela prontidão em ajudar-me no que foi necessário.

Agradeço aos bons amigos Pessoa e Ailton que tanto insistiram para que eu realizasse este mestrado.

Meus sinceros agradecimentos aos colegas do mestrado cujo apoio foi fundamental para a consecução deste mestrado.

Um agradecimento muito especial aos amigos Zita, Galvão e Rivaldo pelo apoio e longas horas de estudo.

Agradeço especialmente ao meu orientador Prof. Ecio Costa cujos conselhos e apoio foi fundamental para que eu chegasse ao final da dissertação.

Agradeço aos proprietários de engenhos e à Prefeitura de Água Branca, na pessoa do Secretário de Agricultura e Meio Ambiente, Sr. Maurício César Bezerra Brandão, que me receberam e apoiaram esta pesquisa.

Ao Professor Dr. Guerino Edécio da Silva Filho, meu mais especial agradecimento pela confiança demonstrada à minha pessoa e a minha capacidade.

RESUMO

Comércio, não ajuda, esta é a essência do comércio justo ou *fair trade*, que tem o propósito de ajudar pequenos produtores localizados em países em desenvolvimento possibilitando o desenvolvimento sustentável nestas regiões.

Para ser fornecedor desta rede internacional de comércio o produtor precisa atender algumas exigências que fazem seu produto apresentar apelo social tais como: dar igual oportunidades a homens e mulheres, ser administrado de forma transparente e democrática, preservar o meio ambiente entre outras. Este apelo social deve ser comprovado através de uma instituição certificadora internacional que atue no comércio justo mundial.

Os governos mundiais têm demonstrado preocupação com a preservação do meio ambiente realizando campanhas de conscientização da finitude dos recursos naturais, um reflexo destas campanhas é que o cidadão passou a ter mais informações sobre estas agressões realizadas contra o meio ambiente e passou a valorizar o produto que tem conotação orgânica (produzido sem grandes agressões ao meio ambiente, sem uso de agrotóxico etc).

Água Branca é um município do estado de Alagoas que está entre os 900 municípios brasileiros menos desenvolvidos (CPRM, 2000). Sua agricultura mostra uma particularidade interessante que é a não utilização de agrotóxicos ou corretivos de solo e tem uma tradicional exploração de cultivo da cana-de-açúcar e produção de seus derivados também sem a utilização de aditivos químicos.

Este estudo teve o propósito de analisar o sistema de produção de açúcar mascavo em Água Branca apontando as simetrias e ajustes a serem realizados para que esta produção obtenha o selo internacional da *Fairtrade Labelling Organizations Internacional – FLO*, como também quais os ajustes e simetrias apresentadas com a produção e cultivo orgânico, tomando como parâmetro as exigências para certificação de produtos orgânicos do Instituto Biodinâmico – IBD, instituição credenciada pela *International Federation of the Agriculture Moviments – IFOAM*, cujo selo de certificação orgânica tem creditação nos Estados Unidos da América, Japão, Europa e América do Sul.

Para obtenção de certificação orgânica o projeto a ser credenciado deve estar devidamente regulamentado nos órgãos de vigilância sanitária. Foram estudadas as exigências da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) para registro do produto e da unidade produtora, como também foram apontados os ajustes e investimentos a serem realizados para obtenção do registro.

Por fim este estudo concluiu que existe a possibilidade de inserção da produção de açúcar mascavo de Água Branca na rede internacional de comércio justo, para tanto é necessário fazer alguns ajustes que atendam as solicitações das instituições acima citadas.

Palavras chaves: desenvolvimento sustentável, comércio justo, produção orgânica, Organização Internacional de Certificação do Comércio Justo, vigilância sanitária, *Fairtrade Labelling Organizations Internacional (FLO)*.

ABSTRACT

Trade, no aid, this is the essence of fair trade, with purpose is to help small producers located in south countries allowing the sustainable development in these areas.

To be a supplier of this international trade network the producer needs to attend few requirements that make the product to have more social plea, such as give equal opportunities for men and women, be administrated in a clear and democratic way, preserve the natural environment, among other exigences. This social plea must be confirmed by a labelling organization that performs over the mundial fair trade .

The governments of these countries have demonstrated concern with the preservation of the natural environment making campaigns to aware the social body about the boundaries of the natural resources, one of the results of these campaigns is that the citizens now have more informations about this agressions against the natural environment and begin to value the product that has organic characteristics (produced without great agressions to the environment, no use of agrottoxics etc).

Agua Branca is a municipal district of the state of Alagoas, that is among the 900 brazillian municipal districts less developed. Its agriculture shows an interesting details that are the lack of use of agrottoxics, the traditional sugar cane cultivation and its derived products also has no use of chemical additives.

This research had as purpose the study of the raw sugar's production system in *Agua Branca*, pointing some adjustments that have to be done for this product get the international certification by Fairtrade Labelling Organizations Internacional – FLO. This study also shows similar points of its cultivation and necessary adjustments regarding organic production, based on the requirements of FLO who is allied with International Federation of the Agriculture Moviment –IFOAM, which organic certification is recognized at U.S.A, Japan, Europe and South America.

To obtain the organic certification the project, in question, must be regulated at the sanitary vigilance. It was studied the requirements made by *Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA)* to register products and their factory. Also was studied the adjustments and investments that should be done to get the register.

At last this research concluded that there is the possibility to insert the *Água Branca's* raw sugar's production in the international fair trade network. For this possibility is necessary to make some adjustments that are required by the international and national institutions.

Keys words : sustainable development, *fair trade*, organic production, *Fairtrade Labelling Organizations Internacional*, sanitary vigilance.

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1	Logomarcas e endereços de entidades certificadoras internacionais.....	97
Anexo 2	Endereços de interesse na internet.....	99
Anexo 3	Dados do comércio justo na Europa em 06/2005.....	100
Anexo 4	Trem jamaicano introduzido no Brasil em 1811.....	102
Anexo 5	Mapa de Alagoas.....	103

LISTA DE APÊNDICE

Apêndice 1	Roteiro de entrevista aos produtores de Água Branca.....	105
Apêndice 2	Formato das formas de rapadura utilizadas no engenho comunitário de Água Branca.....	108
Apêndice 3	Sistema de produção de açúcar no engenho comunitário de Água Branca em 06/2006.....	109
Apêndice 4	Sistema de produção de açúcar e rapadura nos engenhos tradicionais de Água Branca em 06/2006.....	110
Apêndice 5	Tabela 11 – Dados relativos à lavoura temporária em Água Branca em 2003.....	111
Apêndice 5	Tabela 12 – Descrição de função e salários praticados nos engenhos de Água Branca na safra 2005-2006.....	111
Apêndice 6	Lista de verificação de adequação às exigência do MAPA e ANVISA.....	112

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Participação dos produtos em vendas da Fairtrade Foundation - 2005	45
Gráfico 2	Evolução do volume do Fairtrade no Varejo da Fairtrade Foundation	46
Gráfico 3	Distribuição das organizações importadoras na Europa em 06/2005..	55
Gráfico 4	Distribuição das <i>Worldshops</i> na Europa em 06/2005.....	56
Gráfico 5	Localização de supermercados que comercializam produtos <i>fair trade</i> na Europa – 06/2005.....	56
Gráfico 6	Outros pontos de vendas na Europa – 06/2005.....	57
Gráfico 7	Quantidade de empregados em tempo integral nas organizações <i>fair trade</i> na Europa – 06/2005.....	58
Gráfico 8	Valor as importações na Europa, período de 07/2004 à 06/2005 – em 1000 euros	59
Gráfico 9	Valor das vendas das <i>Worldshops</i> na Europa – período 07/2004 à 06/2005 – em 1000 euros.....	60
Gráfico 10	Comparativo dos pontos de vendas <i>fair trade na Europa</i> em 06/2005..	61
Gráfico 11	Vendas no varejo de produtos certificados – período 07/2004 à 06/2005 – em 1000 euros.....	62
Gráfico 12	Consumo per capita de produtos <i>fair trade</i> – período 07/2004 à 06/2005 - em euros.....	63
Gráfico 13	Números de licenças na Europa.....	63
Gráfico 14	Evolução da produção de açúcar no Brasil – em toneladas.....	70
Gráfico 15	Comparativo da produção de açúcar safra 2005-2006 – em toneladas...	70
Gráfico 16	Percentual das exportações para 20 maiores países importadores.....	71

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Entidade, vantagens da certificação e/ou registro e recomendações – 08/2006.....	85
Quadro 2	Simetrias e assimetrias apresentadas pelo Engenho São Lourenço em relação às instituições certificadoras – 08/2006.....	86

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Vendas no varejo das instituições ligadas à <i>Fairtrade Foundation</i>	45
Tabela 2	Preços de açúcar praticado no varejo em 06/2006 pela <i>Fairtrade Foundation</i>	46
Tabela 3	Dados da <i>Fairtrade Foundation</i> em 06/2006.....	47
Tabela 4	Dados relativos a lavoura temporária em Água Branca – 2003.....	111
Tabela 5	Descrição de função e salários praticados em Água Branca na safra 2005-2006.....	111

LISTA DE ABREVIATURAS

AACC - Associação de Apoio às Comunidades do Campo do RN

ACP – Países da África, Caribe e Pacífico

ANVISA – Agencia Nacional de Vigilância Sanitária

APLs – Arranjos Produtivos Locais

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento

CENTRO-SUL – Região central, sul e sudeste do Brasil

CNUMAD - Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento

CPRM - Serviço Geológico do Brasil

ECOORGÂNICA - Cooperativa de Produtores Familiares Orgânicos

EFTA – *European Fair Trade Associaton*

FACES - Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário do Brasil

FFT - *Foundation Fair Trade*

FINE - FTA, IFAT, NEWS! e EFTA

FLO - *Fairtrade Labelling Organizations Internacional*

IAA – Instituto do Alcool e Açúcar

IBD – Instituto Biodinâmico

IDH - Índice de Desenvolvimento Humano

IFAT – *International Federation of Alternative Trade*

IFOAM - Federação Internacional do Movimento da Agricultura Orgânica

MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

MBPF – Manual das Boas Práticas de Fabricação

MMA – Ministério do Meio Ambiente

MPMEs – Micros, Pequenas e Médias Empresas

MS – Ministério da Saúde

NEWS! – *Network of European World Shops*

N-NE – Região do norte e nordeste do Brasil

ONG's - Organizações Não Governamentais

ONU – Organização das Nações Unidas

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa

SVS – Secretaria de Vigilância Sanitária

UE – União Européia

UNCTAD – Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento

UNICA – União da Agroindústria Canavieira de São Paulo

USP - Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	18
1.2	Tema e objetivos.....	19
1.3	Justificativa.....	21
1.4	Problemática da pesquisa.....	22
1.5	Organização.....	22
2	REVISÃO BIBLIOGRÁFICA E MARCOS TEÓRICOS.....	24
2.1	Teoria do comércio internacional.....	24
2.1.1	Mercantilismo.....	24
2.1.2	Teoria das vantagens Absolutas.....	25
2.1.3	Teoria das vantagens Comparativas – Modelo Ricardiano.....	26
2.2	Um Caso relevante: Grupo Curupira do Jaboti, no Norte do Paraná...	27
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	30
4	AGRICULTURA ORGÂNICA.....	33
5	COMÉRCIO JUSTO OU <i>FAIR TRADE</i>.....	40
5.1	Comércio Justo na União Européia.....	44
5.1.1	Fairtrade Foundation.....	44
5.1.2	Fairtrade Labelling Organisations Internaciotional – FLO.....	47
5.1.3	The International Fair Trade Association – IFAT.....	48
5.1.4	Network of European World Shops - NEWS!.....	51
5.1.5	European Fair Trade Association – EFTA.....	52
5.1.6	FINE - FLO, IFAT, NEWS!, EFTA.....	52
5.2	Comércio Justo no Brasil.....	64

5.2.1	Visão Mundial e Ética Brasil.....	64
5.2.2	Associação Mundaréu.....	65
5.2.3	Cooperativa de Produtores Familiares Orgânicos – ECOORGANICA....	65
5.2.4	Associação de Apoio às Comunidades do Campo do RN – AACC....	66
5.2.5	Caatinga Soluções para o Semi – árido.....	66
5.2.6	Faces do Brasil.....	66
6	PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DO AÇÚCAR.....	68
6.1	O Açúcar no Brasil e no Mundo.....	68
6.2	O açúcar no Fair Trade Internacional.....	71
7	O MUNICÍPIO DE ÁGUA BRANCA, O ENGENHO COMUNITÁRIO DE ÁGUA BRANCA E DEMAIS ENGENHOS DO MUNICÍPIO.....	73
7.1	Município de Água Branca e seus engenhos.....	73
7.2	O engenho comunitário de Água Branca.....	75
7.3	Sistema de produção de açúcar do engenho comunitário de Água Branca.....	76
7.4	O universo dos produtores de cana-de-açúcar de Água Branca e seus engenhos tradicionais.....	78
7.5	Descrição do sistema de produção dos engenhos tradicionais de Água Branca	80
8	EXIGÊNCIAS PARA REGISTRO DO AÇÚCAR NO MAPA, CERTIFICAÇÃO ORGÂNICA E FLO.....	82
8.1	Exigências para registro do açúcar no MAPA.....	82
8.2	Exigências para certificação de produtos orgânicos.....	83
8.3	Certificação internacional pela FLO.....	84
8.4	Quadro resumo das entidades certificadoras, vantagens e recomendações para certificação.....	84

9	CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E SUGESTÕES DE ESTUDO...	87
9.1	Conclusões.....	87
9.2	Sugestões e limitações deste estudo.....	89
	Referências bibliográficas.....	92
	Anexos.....	96
	Apêndices.....	104

1 INTRODUÇÃO

O êxodo rural tem provocado aumento dos problemas sociais nas áreas urbanas, urge então ações que estimulem a permanência do homem no campo e desenvolva neste o sentimento da real importância do seu trabalho para a humanidade como provedor de alimentos para sua região, seu país e até para o mundo.

O movimento do comércio justo surge como uma alternativa para fixação do homem em seu local de origem, tanto no campo quanto na cidade através da aquisição de sua produção, seja produtos agropecuários, artesanato, confecções etc. Apesar dessa diversificação de produtos o forte da comercialização do comércio justo são os produtos agrícolas, há uma especial atenção ao homem do campo, procura-se dar dignidade e orgulho de suas práticas culturais e de produção valorizando-se o diferencial por ser pequeno.

O comércio justo tem como estratégia trabalhar com produtores e trabalhadores (dos países em desenvolvimento) marginalizados para ajudá-los a sair de uma posição vulnerável para auto-suficiência econômica, fortalecendo-os e as suas organizações (FINE, 2005).

A preocupação com a preservação do meio ambiente é crescente na atualidade em contraponto à premente necessidade de produção de alimentos em larga escala, para Cerveira (2002) os prejuízos causados ao meio ambiente pela agricultura tradicional favorece a adoção de sistemas agrícolas que respeitem o meio ambiente. No mundo inteiro tem sido crescente o movimento pela valorização do produto de origem orgânica, cuja produção garante respeito ao meio ambiente, conservação das matas ciliares, mananciais de água e não utilização de agrotóxicos, entre outras.

No município de Água Branca em Alagoas a não utilização de agrotóxicos em suas lavouras faz parte da cultura local, o que torna seu produto atraente para o mercado de produtos orgânicos. O açúcar mascavo produzido neste município apresenta indícios de

possibilidade de inserção no mercado de produtos orgânicos como também na rede de comércio justo ou *fair trade* como é mundialmente conhecido este sistema de comercialização internacional. Apesar de ser necessário que se façam algumas ações para introdução de sua produção nestes mercados há fortes indícios desta possibilidade ser concretizada com êxito.

Certificar o açúcar mascavo de Água Branca como orgânico e obter certificação internacional como um produto socialmente responsável possibilitará aos seus produtores que tal atividade deixe de ser um meio de subsistência para ser meio de promoção de desenvolvimento econômico e social sustentável.

Estudar o comércio justo é importante para entender melhor este novo conceito de comércio que está dando os primeiros passos no Brasil, cujo conceito surgiu em 1968 durante a II Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento (II UNCTAD), realizada em *Delhi*, quando os países em desenvolvimento apresentaram um faixa de protesto com a mensagem, “*Trade, no Aid*” (Comércio, não ajuda). A partir de 1990 o comércio justo tomou impulso na Europa e Estados Unidos proporcionando melhores condições de vida aos agricultores de alguns países em desenvolvimento.

Com o propósito de investigar quais os registros deste comércio no Brasil e especialmente quais as possibilidades de inserção do açúcar mascavo produzido em Água Branca neste sistema de comercialização esta pesquisa propõe estudar o comércio justo no Brasil e no mundo.

1.2 TEMA E OBJETIVO

Este item aborda os aspectos do tema, objetivos geral e específicos.

1.2.1 TEMA

O Comércio Justo é uma rede internacional de comércio, identificada internacionalmente como *Fair Trade*, este trabalho utiliza os dois termos como sinônimos.

O comércio justo é formado por vários atores, os que se localizam em países desenvolvidos: organizações importadoras, certificadoras internacionais, federações nacionais, lojas, consumidor final etc, têm como objetivo promover o desenvolvimento em regiões carentes de recursos e tecnologias, localizadas nos países em desenvolvimento - conhecidos como países do sul, independentemente de sua localização geográfica. Já os países desenvolvidos são conhecidos como países do norte, independente de sua localização geográfica no planeta. Nos países do sul (em desenvolvimento) estão localizados os produtores e trabalhadores que suprem produtos para esta rede internacional, com o compromisso de manter-se em organização administrada democraticamente (através de cooperativas ou associações), de forma transparente, respeitando o meio ambiente e tratando igualitariamente homens e mulheres, atendendo às exigências legais nos aspectos trabalhistas e tributários. O tema da nossa pesquisa será a produção do açúcar de rapadura (açúcar mascavo), produzido nos engenhos do município de Água Branca, em Alagoas, analisando a possibilidade de sua inserção no comércio internacional, através da Rede de Comércio Justo, com o intuito de conquistar novos mercados, promovendo o desenvolvimento regional, gerando emprego e renda.

1.2.1.1 Delimitação do Tema

Em Água Branca existem cinco engenhos que produzem derivados de cana-de-açúcar: rapadura, batida, mel de engenho, alfenim¹ e açúcar de rapadura (açúcar mascavo). Esta

¹ Alfenim: tipo de doce derivado da rapadura, considerado uma iguaria “fina”.

pesquisa se concentrará na produção do açúcar mascavo, produzido nestes engenhos, explorando a possibilidade de sua inserção na Rede de Comércio Justo.

1.2.2 OBJETIVO GERAL

Identificar possibilidade de inserção do açúcar de rapadura, produzido nos engenhos de Água Branca, no comércio justo internacional, como produto de apelo social.

1.2.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analisar o sistema de produção do açúcar de rapadura em Água Branca, quanto à adequação para a classificação como orgânico;
- Apontar ajustes a serem realizados pelos engenhos de Água Branca para obtenção da Certificação de Produto Orgânico;
- Identificar pontos de adequação necessários à obtenção de registro do produto junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA);
- Identificar possibilidade de certificação da produção do açúcar mascavo pelo selo do Comércio Justo da *Fairtrade Labelling Organizations Internacional* (FLO);

1.3 JUSTIFICATIVA

O Comércio Justo surgiu como alternativa à inserção no comércio internacional de bens provenientes de pequenos produtores, que em outras circunstâncias permaneceriam à margem da integração comercial (FINE, 2001). A comunidade do engenho Água Branca, objeto do presente estudo, produz derivados de cana-de-açúcar como a rapadura, batida, mel

de engenho, alfenim e açúcar de rapadura (açúcar mascavo) de forma semi-artesanal. O sistema de produção dessa comunidade apresenta características que poderão trazer o benefício de sua inserção pela rede de comércio justo. Há, porém a necessidade de desenvolver alguns mecanismos ou critérios de produção para que os produtos se enquadrem completamente nas normas internacionais do comércio de produtos alimentares.

A presente pesquisa busca reunir elementos necessários para adequar esses produtos aos critérios do Comércio Justo, proporcionando benefícios aos produtores em função da possível qualificação do processo produtivo, que seria uma condição para o ingresso nesse comércio; a qualificação do pessoal envolvido na produção e provável melhoria do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) daquela comunidade.

1.4 PROBLEMÁTICA DA PESQUISA

A pesquisa social é usada como um procedimento que utiliza metodologia científica para obtenção de novos conhecimentos no campo da realidade social (MARCONI, 2002), a problemática desta pesquisa está em identificar a existência de possibilidade da inserção do açúcar de rapadura produzido nos engenhos de Água Branca, na rede de Comércio Justo.

1.5 ORGANIZAÇÃO

Este estudo é composto por 9 Capítulos. No Capítulo 1 explorou-se os aspectos do tema, objetivos, justificativa e problema da pesquisa. No Capítulo 2 faz-se um breve levantamento das teorias do comércio internacional e explora-se um caso relatado por Ricardo Cerveira que foi objeto de sua tese de mestrado, trata-se de um grupo de agricultores do Paraná que decidiram converter suas culturas convencionais para agricultura orgânica. No

Capítulo 3 são explanados os aspectos metodológicos da pesquisa. O Capítulo 4 aborda os aspectos da produção orgânica, seu surgimento, as várias linhas de abordagens, como também seu aspecto legal de acordo com a legislação brasileira. Os aspectos do comércio justo são explorados no Capítulo 5. A produção e comercialização do açúcar, como também um breve histórico de sua origem e disseminação no mundo são tratados no Capítulo 6, explorando também aspectos do açúcar no comércio justo internacional.

O Capítulo 7 aborda a pesquisa de campo delineando o município de Água Branca, descrevendo seus engenhos e aspectos relativos aos sistemas de produção adotados. No Capítulo 8 é realizado levantamento das exigências para registro do açúcar mascavo no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA); para obtenção de certificação de produção orgânica junto ao Instituto Biodinâmico (IBD), como também as exigências para obtenção de registro na *Fairtrade Labelling Organizations Internacional* (FLO), além de apontar as simetrias com tais exigências como também os pontos críticos e de necessidade de ajustes nos engenhos para obtenção de tais registros e certificações. Por fim no Capítulo 9 abordam-se as limitações, conclusões e sugestões deste estudo. Seguido das Referências Bibliográficas, anexos e apêndice.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA E MARCOS TEÓRICOS

Este Capítulo aborda revisão bibliográfica da teoria do comércio internacional e explora o Caso do Grupo Curupira no Paraná formado por agricultores que estimulados a mudar de agricultura convencional para agricultura orgânica em 1992, realizam esta conversão obtendo melhora na qualidade de vida dos agricultores e trazendo desenvolvimento econômico e social sustentável para a região.

2.1 TEORIA DO COMÉRCIO INTERNACIONAL

Quais as vantagens que o comércio internacional pode trazer aos países que comercializam? Este capítulo apresenta um breve resumo da teoria do comércio internacional, iniciando com o mercantilismo, passando para Adam Smith que criticou o mercantilismo com sua teoria das vantagens absolutas, chegando a David Ricardo que com a teoria das vantagens comparativas demonstra que os ganhos do comércio ocorrem até mesmo para países que não possuam vantagens absolutas em relação ao seu parceiro comercial.

2.1.1 MERCANTILISMO

Segundo Carvalho e Silva (2003) a doutrina mercantilista vigorou entre o século XV e meados do século XVIII, tendo surgido como resultado direto da expansão do comércio iniciada no final da Idade Média, época em que a aristocracia rural (feudo) perdia gradativamente sua importância, cedendo espaço aos comerciantes que com seu espírito empreendedor estimulavam a evolução da sociedade. A busca por ganhos crescentes levaria à construção de grandes embarcações que iriam em busca de novas terras, fora dos limites dos

mercados europeus, proporcionando o apogeu do mercantilismo após o descobrimento da América e do caminho marítimo para as Índias. Suas idéias expressavam a conjugação dos interesses do Estado nacional e da ascendente burguesia, que se contrapunham ao feudalismo.

A visão mercantilista acreditava que uma nação seria mais rica quanto maior fosse sua população e seu estoque de metais preciosos, dessa forma o Estado deveria aumentar o bem-estar da população, estimulando o comércio e a indústria e favorecer as exportações – principal maneira de incrementar o volume de metais preciosos no país, pois os pagamentos internacionais eram feitos em ouro e prata. Para gerar um superávit comercial em suas transações, os países deveriam dificultar ao máximo as importações que levada ao extremo impediria o comércio internacional, visto que as nações se fechariam para produtos produzidos fora do seu território.

Criticando este conjunto de idéias surge a teoria das vantagens absolutas de Adam Smith em seu livro *A Riqueza das Nações* em 1776.

2.1.2 VANTAGENS ABSOLUTAS

Adam Smith publicou duras críticas ao mercantilismo em seu livro *A Riqueza das Nações: Investigação sobre Sua Natureza e Suas Causas*, publicado em 1776, para Carvalho e Silva (2003) é considerado o primeiro trabalho que trata com exclusividade de economia e inclusão de uma visão sistemática acerca do comércio entre países. Smith atacava as idéias mercantilistas defendidas pela elite econômica representada por chefes de Estado, altos funcionários, comerciantes e financistas, *Smith* defendia ser possível que haja ganho de comércio entre os países se cada um se especializar em produzir produtos para os quais tenha vantagens absolutas sobre a outra nação. Para Smith a nação deve empregar seus esforços na produção de baixo custo e trocar o excedente dessa produção por outros produtos cuja

produção seja mais eficiente em outros países, ou seja, cada nação concentra-se naquilo que faz melhor e mais barato e o excedente deste produto é trocado por outros produtos cuja produção seja mais barato em outros países.

Esta teoria defende que a riqueza de uma nação é mais adequadamente medida em termos de produção e consumo e não na quantidade de metais preciosos em seu poder. Adam Smith demonstrou que um país que apresentasse algum tipo de vantagem absoluta, ou seja, produzir algum bem a um custo mais baixo que outros países poderia beneficiar-se da especialização e trocas, obtendo ganhos no comércio. Mas o que ocorreria com um país que não apresentasse nenhum tipo de vantagem absoluta? Estaria fora dos ganhos do comércio internacional? Para responder a esta questão surge a Teoria das Vantagens Comparativas, proposta por David Ricardo que ficou conhecida como Modelo Ricardiano.

2.1.3 VANTAGENS COMPARATIVAS

David Ricardo, introduziu o conceito de vantagens comparativas no início do século XIX em seu livro *The Principles of Political Economy and Taxation*, publicado em 1817, este modelo de comércio internacional ficou conhecido como modelo Ricardiano. Este modelo admite que o comércio internacional pode ser vantajoso até para as nações que apresentem custo de produção maior que os de seus parceiros de trocas, desde que, em termos relativos, as produtividades das nações parceiras sejam diferentes. Estas diferenças entre os países levam aos ganhos do comércio internacional, os países exportarão os bens produzidos com o trabalho interno de modo relativamente mais eficiente e importarão bens produzidos pelo trabalho interno de modo relativamente ineficiente, ou seja o padrão de produção de um país é determinado pelas vantagens comparativas. Um país tem vantagens comparativas na produção

de um bem se o custo de oportunidade da produção deste em termos de outros bens é mais baixo que em outros países.

A especialização na produção mais eficiente é vantajosa para nações porque estas concentrariam seus recursos na produção dos bens que apresentam eficiência relativamente maior. Estas especializações podem ser resultante das desigualdades e diferenças apresentadas pelas nações, sejam relativas ao solo, clima, desigualdades estruturais de capital e trabalho etc. Ou seja os países exportarão bens produzidos com trabalho interno de forma relativamente eficiente e importarão bens produzidos por outros países de forma mais eficiente, ou seja o padrão de produção de um país é determinado por suas vantagens comparativas.

O Grupo Curupira do Jaboti, no Paraná, é uma associação sem fins lucrativos que tem como objetivo de promover a integração do homem à natureza, promovendo naquele a satisfação pela preservação desta. No próximo item há uma descrição do trabalho desenvolvido naquela região.

2.2 UM CASO RELEVANTE: GRUPO CURUPIRA DO JABOTI, NO NORTE DO PARANÁ.

O Grupo Curupira envolve agricultores de diferentes municípios, Jaboti, Ibaiti, W. Brás, Santo Antônio da Platina, Japira, Icaraima, Constant Mairink, Itambaracá, Bandeiras, Nova Londrina, Alto Piquirí e Planalto no estado do Paraná e Chavantes no estado de São Paulo. Este grupo foi objeto de estudo durante mestrado de Ricardo Cerveira, em 2002, pela Universidade de São Paulo (USP).

Este estudo consistiu em analisar a agroecologia como base do desenvolvimento sustentável, para tanto realizou análise do Grupo Curupira de Jaboti, comparando-o com um

experimento agrícola realizado em parceria com o Instituto Agronômico de Campinas. Para a presente pesquisa interessa essencialmente os resultados do Grupo Curupira do Jaboti, em relação ao seu desenvolvimento econômico e social.

O Grupo foi criado em 1992, tendo como principal objetivo "trabalhar junto à natureza e ao homem", sendo de natureza filantrópica aponta entre outras metas, melhorar a captação de água residencial, combater o analfabetismo e ampliar o grau de escolaridade dos membros, realizar mutirão para práticas agrárias, como preparo do solo, combater erosão das propriedades participantes, combater o uso de agrotóxico, agregar valor aos produtos da comunidade etc

Um dos líderes da associação, o Sr. Milton Ribeiro, desde 1986 adotara a prática da produção orgânica, no início da criação da associação é realizado um movimento para conscientização ecológica da população local, através de conversas informais e distribuição de cartazes, inclusive em outros municípios atraindo novos membros. De acordo com os estudos de Cerveira (2002) uma das principais motivações viria da esperança que os líderes transmitiam aos membros no tocante à abertura de novas frentes comerciais ao adotar-se o sistema orgânico de produção, além de freqüentes casos de intoxicação pelo uso de agrotóxico.

Com apoio do Instituto Biodinâmico (IBD) e uma instituição alemã, de cunho antroposófico², obtiveram apoio financeiro para processamento final, peneiramento e certificação orgânica, bem como a construção de um galpão para envase do produto - açúcar mascavo e mini-usinas nas propriedades. A maioria dos agricultores estão enquadrados na agricultura familiar. Toda a produção é realizada individualmente em cada propriedade e

² “Segundo a Antroposofia, cada elemento, substância e ser vivo sobre a Terra fazem parte de um conjunto harmônico que respeita como um verdadeiro cosmo vivo. Esse cosmo possui um aspecto sensível, visível e mensurável com o qual nos relacionamos através de nossos sentidos e que compreendemos racionalmente através da nossa ciência acadêmica, mas também possui um conjunto de forças não visíveis, o seu aspecto imaterial ou supra-sensível”. (Associação Brasileira de Medicina Antroposófica, 2006). Disponível em < <http://www.sbma.com.br/02imagem.html> > acesso em 23/06/2006.

segue para envasamento no galpão, 80% da produção é vendida a empresas japonesas com valores até 30% acima dos valores de açúcar mascavo comum. Em 2002 vendiam um quilo do açúcar por US\$ 1,30.

O estudo de Cerveira indicou que já são visíveis algumas conseqüências pela ação do Grupo por exemplo: a) redução do êxodo rural, b) melhoria da paisagem agrícola, verificada através de plantios de nível, reflorestamentos e cercas vivas sendo implementadas nas propriedades, c) valorização da mulher do campo, d) conscientização do homem do campo sobre o valor do seu trabalho diante da sociedade.

Para Cerveira (2002) dos resultados obtidos pelos agricultores do Grupo Curupira, concluí-se que: a) a agroecologia não motiva somente o âmbito econômico e ambiental como também o âmbito social, fornecendo muitas alternativas aos pequenos, médios e grandes agricultores. São exemplos o associativismo econômico, a manutenção de novos ideais que fixam os produtores em suas atividades rurais etc; b) utilizando-se técnicas agrícolas que tem como parâmetro científico a agroecologia, a comunidade do Grupo Curupira obteve um desenvolvimento social e econômico muito bom, em vista dos altos retornos financeiros e re-investimentos nas propriedades; c) As mudanças não foram apenas de ordem técnica e econômica, houveram mudanças sociais como o engajamento do grupo na busca de melhorias, por exemplo preocupação em redução do índice de analfabetismo da comunidade; d) que as técnicas de manejo agrônomo com a agroecologia deve ser melhor estudada porque o rendimento das técnicas utilizadas pelos agricultores não foi satisfatória em relação ao experimento havido no Instituto Agrônomo de Campinas.

O sucesso do Grupo Curupira é um indicativo de possibilidade de sucesso para os produtores de Água Branca, desde que realizem melhorias no processo produtivo para obtenção das certificações necessárias à inserção no comércio justo internacional.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Segundo Lakatos (2003) método é o conjunto de atividades sistemáticas e racionais utilizados pelo cientista para obtenção de dados válidos e verdadeiros, traçando um caminho a ser seguido. Este estudo adotou o método hipotético-dedutivo, na medida em que se percebeu haver uma lacuna de conhecimento quanto à produção do açúcar de rapadura dos engenhos do município de Água Branca, trabalhando com a hipótese de que atendendo aos preceitos do comércio justo os produtores de açúcar de rapadura poderiam entrar na sua rede internacional.

Optou-se em colher o máximo de dados e informações possíveis antes de iniciar a pesquisa de campo.

O Comércio Justo começou a desenvolver-se efetivamente a partir de 1989 ano da criação da *The International Fair Trade Association* (IFAT) na Europa. A partir deste ano várias instituições nacionais foram criadas na União Européia, com o intuito de melhor organizar o funcionamento deste sistema de comercialização. Esta pesquisa encontrou dificuldades em encontrar dados oficiais do comércio justo no Brasil. A pesquisa bibliográfica através da internet possibilitou o acesso a documentos, relatórios e anuários emitidos principalmente pelas entidades nacionais estabelecidas na União Européia (entidades nacionais são associações, federações ou grupo de trabalho que congregam vários atores do comércio justo na região onde atuam). No Brasil as informações foram obtidas pela internet nas páginas de algumas entidades que atuam no comércio justo, tais como Visão Mundial, FACES, SEBRAE etc, tais dados, em geral, tratam de informações sobre ações destas entidades, não tratam de dados específicos sobre o mercado de comércio justo brasileiro. Buscou-se indicar o provável tamanho do mercado do comércio justo na União Européia, como também as condições necessárias para que um produtor torne-se fornecedor deste mercado, comparando com as atuais condições dos engenhos de Água Branca em relação a

tais exigências apontando simetrias e pontos de ajustes a serem realizados para obtenção da certificação dos produtores como um grupo de produção com apelo social.

Quanto à agricultura orgânica utilizou-se informações contidas em artigos, análise de documentos com as exigências para certificação, além do levantamento histórico do surgimento da agricultura orgânica e suas várias linhas de atuação tais como: orgânica, biodinâmica, natural etc. Realizou-se análise da legislação brasileira pertinente cuja principal normalização está contida na Lei 10.831/2003 e Instrução normativa 07/1999 do MAPA. Especial atenção foi dada às certificadoras brasileiras sobre as condições exigidas pelas mesmas para a certificação, concentrando-se nas exigências do Instituto Biodinâmico (IBD) por ser a única certificadora nacional com creditação nos Estados Unidos da América, América do Sul, Japão e União Européia, sendo afiliada da Federação Internacional do Movimento da Agricultura Orgânica (IFOAM), sendo representante no Brasil da *Demeter International*. Alguns dados relativos aos números do mercado orgânico internacional foram extraídos diretamente do sítio da IFOAM na internet.

No Brasil a regulamentação dos produtos para consumo estão sob a regência do Ministério de Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA), através da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), a Resolução da Diretoria Colegiada da ANVISA de número 278 de 22/09/2005, dispensa o registro de açúcar na mesma, no entanto assim como os demais alimentos os produtores de açúcar estão obrigados a registrar a unidade produtora e atender aos requisitos do Manual das Boas Práticas de Fabricação de Alimentos (MBPFA), cujo conteúdo é formado por diversas portarias e resoluções. Realizou-se análise dos documentos que compõem o MBPFA afim de verificar adequações necessárias a serem implantadas nos engenhos de Água Branca para obtenção de registro da unidade produtora e certificado de dispensa de registro do produto.

A pesquisa de campo foi realizada para obtenção de dados primários e fez-se uso da entrevista semi-estruturada para sua obtenção. A entrevista semi-estruturada tem por objetivo complementar os dados colhidos através do formulário aplicado, bem com obter informações de caráter subjetivo na apreciação do objeto desta pesquisa, como também os relativos à motivação e fatores restritivos ao desenvolvimento das organizações produtivas.

A pesquisa de campo apresentou natureza social e descritiva em vista de que procurou descrever e analisar o sistema de produção do engenho comunitário de Água Branca e dos demais engenhos em atividade no município, como também o funcionamento do comércio justo nacional e europeu.

4 AGRICULTURA ORGÂNICA

Em 1905 *Sir Albert Howard* começa a trabalhar na Índia. Ele observa então que os camponeses não utilizavam fertilizantes químicos e que empregavam diferentes métodos para reciclar os materiais orgânicos, diante disto *Howard* decide montar um experimento adotando tais técnicas de cultivo. Suas pesquisas duraram de 1925 a 1930 e resultaram em obras relevantes como *Manufacture of húmus by Indore process* (Manufatura do húmus pelo processo Indore) em 1935, e em 1940, *An Agriculture testament* (Um testamento Agrícola) que tornaram-se referências para pesquisadores e praticantes do modelo orgânico (Ehlers, 1999). Para Ehlers *Howard* é o ‘pai’ da agricultura orgânica.

Nesta mesma época, na França, *Claude Aubert* difundiu o conceito e as práticas da agricultura biológica, onde são utilizadas técnicas de rotação de culturas, adubos verdes, restos de culturas, palhas e outros resíduos vegetais ou animais, empregando-se um controle natural de pragas (BNDES, 2002).

Rudolf Steiner (1861 - 1925), fundador da Antroposofia, durante um Congresso de Pentecostes, em 1924 na Alemanha, lança a pedra fundamental do berço do Movimento Biodinâmico, através de oito palestras dirigidas a agricultores (SIXEL, 2006). A agricultura biodinâmica, busca a harmonia e o equilíbrio da unidade produtiva – representada pela terra, plantas, animais e o homem, utilizando as influências do sol e da lua, pretende desenvolver uma paisagem sadia, próspera e de produtividade permanente, em que a qualidade dos alimentos seja aprimorada a partir do cuidado com o solo, de sua vivificação. Uma propriedade agrícola passa a ser vista como um organismo vivo integrado na paisagem, um organismo espiritual comparável a um ser humano.

Neste tipo de cultivo são utilizados preparados biodinâmicos produzidos com plantas medicinais, minerais e esterco, que são adicionados ao composto ou biofertilizante que

conduzem os processos de decomposição trazendo vitalidade a ser transmitida ao solo. Destacando que a compra de insumos é gradativamente reduzida a um mínimo, tendendo a zero ou seja, todas as necessidades de insumo da propriedade devem prioritariamente ser obtidas na mesma (ÁVILA, 2006). No mundo inteiro os produtos biodinâmicos são comercializados com a marca *Demeter*, que garante uma cultura baseada em medidas novas nos campos culturais, espirituais, políticos, legais, econômicos e ecológicos.

No Japão, em 1935, *Mokiti Okada* definiu a filosofia do que seria uma agricultura natural segundo o qual existem espírito e sentimento em todos os seres vivos (vegetal e animal). A agricultura natural valoriza o solo como fonte primordial de vida e, para fertilizá-lo, procura fortalecer sua energia natural utilizando os insumos disponíveis no local de produção para adubar e fertilizar a terra (BNDES, 2002).

As técnicas do método criado por *Okada*, chegaram ao Brasil em 1971 com a instituição da *Fundação Mokiti Okada*, pela Igreja Messiânica Mundial do Brasil. Segundo a Fundação a agricultura natural visa: produzir alimentos que aumentem a saúde do homem; ser economicamente vantajosa, tanto para o produtor, como para o consumidor; poder ser praticada por qualquer pessoa e ter caráter permanente; respeitar a natureza e conservá-la; e garantir a alimentação para toda a humanidade (Fundação Mokiti Okada, 2006).

A partir dos anos 50, ocorrem grandes transformações na agricultura chamada de Revolução Verde, que consistia em tecnologias a partir de sementes de variedades de alto rendimento para assegurar níveis crescentes de produtividade (CAPORAL, 2006).

Para Veiga, Abramavay e Ehlers (2004) a homogeneização das práticas produtivas introduzidas pela revolução verde, através da utilização intensiva de máquinas e equipamentos, fertilizantes inorgânicos, agrotóxicos, sistemas pesados de irrigação, expansão da monocultura e separação da agricultura e pecuária resultaram em brutais índices de erosão

e degradação dos solos agrícolas, comprometendo a qualidade e quantidade dos recursos hídricos e na contaminação dos alimentos, entre outros.

Em 1962, *Rachel Carson* publica o livro *Primavera Silenciosa*, no qual questionava o modelo agrícola convencional e sua crescente dependência do petróleo como matriz energética, a autora levantava a questão de exposição freqüente de populações inteiras a agentes químicos extremamente venenosos, alertava que em muitos casos esses agentes químicos têm efeito acumulativos e ninguém poderia dizer ao certo os resultados que este experimento traria à humanidade (*CARSON apud CAPORAL*, 2006).

Segundo Veiga, Abramavay e Herlers, no Brasil, após o golpe militar de 1964, a agricultura toma impulso embalado nos juros subsidiado, na boa fase econômica que ficou conhecida como “milagre” e internacionalização do pacote tecnológico da revolução verde (2004).

Caporal (2006) alerta que existem provas científicas suficientes para comprovar a necessidade de mudança no padrão técnico da agricultura dita moderna, especialmente no que diz respeito ao uso abusivo de agrotóxicos e de outros insumos químicos de síntese.

Na Austrália, em 1971, *Bill Mollison*, difundiu o conceito de permacultura, que é um modelo de agricultura integrada com o meio ambiente.

Para Neves (2003) a agricultura orgânica é resultado de várias correntes que estabeleceram formas diferentes de manejo do sistema solo/planta e das criações de animais. Sentiu-se então a necessidade de harmonizar conceitos, estabelecer padrões, mas resguardando a diversidade das várias correntes. Assim em 1972, em Versalhes na França, foi fundada a Federação Internacional do Movimento da Agricultura Orgânica (*International Federation of the Organic Agriculture Movement – IFOAM*), uma organização não governamental que hoje abriga 750 organizações incluindo certificadoras, processadores, distribuidores e pesquisadores de mais de 108 países (IFOAM, 2006). Os padrões

determinados pela IFOAM servem de parâmetros para certificações em várias entidades certificadoras em todo o mundo.

No Brasil, *Lutzenberger* lança o “Manifesto ecológico brasileiro: fim do futuro?” Que propunha uma agricultura mais ecológica, este manifesto passou a influenciar profissionais e pesquisadores das ciências agrárias, produtores e a opinião pública em geral. Para Lutzenberger (1996) a agricultura moderna não é sustentável além de provocar enormes custos sociais e ambientais.

Para Veiga, Abramavay e Ehlers (2004) a idéia de uma agricultura sustentável revela, uma insatisfação com a agricultura moderna. Resultando numa crescente preocupação com a salubridade alimentar e os impactos ambientais provocados pelos sistemas produtivos.

O Brasil sediou em junho de 1992, no Rio de Janeiro, a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), que ficou conhecida como Rio’92. Nesta Conferência os países membros das Organizações das Nações Unidas (ONU) estabeleceram os seguintes documentos: Convenção sobre Mudanças Climáticas, Convenção sobre a Biodiversidade, Declaração de Princípios sobre o Uso das Florestas, Declaração do Rio e Agenda 21.

Segundo o Ministério do Meio Ambiente do Brasil (MMA, 2005), a Agenda 21 é um plano de ação a ser realizado pelos seus signatários, de forma global, nacional e localmente executado pela ONU, Governos e pela sociedade civil em todas as áreas em que a ação humana impacte o meio ambiente, estabelecendo um novo modelo de desenvolvimento para o século XXI, fundamentado pela sinergia da sustentabilidade ambiental, social e econômica.

A agenda 21 é um plano de ação internacional que visa o desenvolvimento sustentável das nações, favorecendo a implementação de programas de sustentabilidade, traduzindo a preocupação mundial com o meio ambiente, buscando o desenvolvimento sustentável, combate à pobreza, cooperação internacional para acelerar o desenvolvimento sustentável em

países em desenvolvimento, mudança nos padrões de consumo, promoção do desenvolvimento sustentável dos assentamentos humanos, proteção da atmosfera, entre outros.

Para implementar a Agenda 21 Brasileira e propor políticas e estratégias de desenvolvimento sustentável, foi criada em 1997 a Câmara de Políticas dos Recursos Naturais da Presidência da República, cuja Presidência e Secretaria Executiva são exercidas pelo Ministério do Meio Ambiente (MMA).

O programa de implementação de ações do governo brasileiro para o desenvolvimento sustentável é participativo, envolvendo toda a sociedade, implementando e coordenando ações nos governos municipais, estaduais e federal, tendo como premissa a sustentabilidade, justiça social, crescimento econômico e conservação ambiental.

A partir da implementação da Agenda 21, o sistema de produção orgânica passou a ganhar espaço na economia e na mídia, passando a fazer parte do consumo de pessoas com consciência dos benefícios que podem lhes trazer, em termos de saúde, como também benefícios aos pequenos produtores e à agricultura familiar, além da preservação da natureza.

Em consonância com os apelos globais de proteção ao meio ambiente, passa-se a divulgar os benefícios do sistema orgânico de produção que promove e estimula a biodiversidade, os ciclos biológicos e a atividade biológica do solo. Devido à crescente demanda por estes produtos os governos passaram a demonstrar interesse em regulamentar sua produção e comercialização.

Vários países regulamentaram a agricultura orgânica, Estados Unidos da América (EUA), os países membros da União Européia (UE), Japão, Canadá, entre outros e alguns estão prestes a estabelecê-las. Surge então a necessidade da harmonização no comércio internacional dos produtos orgânicos (NEVES, 2003).

Os padrões estabelecidos pela IFOAM, passam a ter uma aceitação internacional, servindo de padrão para certificação de várias Entidades Certificadoras em todo mundo, porém cada governo estabelece regras próprias.

No Brasil, o sistema orgânico de produção está normalizado, entre outras, pela Lei 10.831/2003 e Instrução Normativa 007/99 , que define o sistema orgânico de produção agropecuária como aquele em que as técnicas adotadas otimizem o uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis respeitando a integridade cultural das comunidades rurais com o objetivo de sustentabilidade econômica e ecológica, como também a maximização dos benefícios sociais e utilização mínima de energia não-renovável, priorizando o uso de métodos culturais, biológicos e mecânicos, buscando-se eliminar o uso de materiais sintéticos, de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes. Em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização e proteção do meio ambiente.

Segundo dados da IFOAM (2006), estima-se em 26 milhões de hectares a terra utilizada na agricultura orgânica e o mercado para produtos orgânicos está avaliado em 28 bilhões de dólares, os maiores mercados são Europa e América do Norte e, no mundo inteiro vêm crescendo consistentemente.

Dentre várias Certificadoras Orgânicas atuantes no Brasil, destacamos a Associação de Certificação Instituto Biodinâmico–IBD, entidade brasileira sem fins lucrativos que desenvolve atividades de inspeção e certificação agropecuária, de processamento e de produtos extrativistas, orgânicos e biodinâmicos, atuando há mais de vinte anos no campo de pesquisa e desenvolvimento da agricultura orgânica e biodinâmica, tendo iniciado trabalho de certificação em 1990 vem atuando no Brasil e em alguns países da América do Sul. Seu selo de certificação tem creditação nos EUA, UE, América do

Sul e Japão, sendo indicado para a certificação de produtos que queiram inserir-se em qualquer desses mercados.

Algumas exigências para certificação pelo IBD são: desintoxicação do solo, não utilização de adubos químicos e agrotóxicos, atendimento às normas ambientais do Código Florestal Brasileiro, recomposição de matas ciliares, preservação de espécies nativas e mananciais, respeito às normas sociais baseadas nos acordos internacionais do trabalho, bem-estar animal, envolvimento com projetos sociais e preservação ambiental, além de total regularidade junto aos órgãos públicos, no que concerne às obrigações principais e acessórias.

Segundo o IBD (2006), noventa por cento de suas certificações são de pequenos produtores e que devido à sua estrutura sem fins lucrativos permite que a certificação tenha um preço mais acessível a estes produtores.

Os produtos orgânicos certificados apresentam vantagens, por serem normalmente oriundos de pequenos produtores e/ou agricultura familiar trazem o cunho social promovendo desenvolvimento, sem grandes agressões ao meio ambiente.

O Comércio Justo ou *Fair Trade*, como é conhecido internacionalmente, sintonizado com a preocupação mundial com o meio ambiente, qualidade de vida das pessoas e desenvolvimento sustentável, vem propor uma nova forma de comércio internacional, promovendo o desenvolvimento econômico sem degradar o meio ambiente, garantindo direitos para produtores e trabalhadores marginalizados do comércio internacional convencional.

5 COMÉRCIO JUSTO OU *FAIR TRADE*

Segundo Silva (2003) a idéia de um comércio justo e solidário surgiu em 1860, com a publicação de um livro onde é denunciada por *Max Havelaar* (personagem deste livro) as injustiças no comércio de café entre a Indonésia e os Países Baixos (Holanda).

O movimento do comércio justo surgiu em contraponto ao comércio internacional convencional que exclui alguns países em desenvolvimento. O objetivo do comércio justo é permitir o desenvolvimento sustentável através do comércio, remunerando todas as etapas de produção de forma justa, permitindo o acesso de pequenos produtores economicamente em desvantagem ao mercado internacional.

Segundo o anuário 2001-2003 da *European Fair Trade* (EFTA), órgão que coordena as importadoras européias vinculadas a rede de comércio justo, houve uma triplicação do comércio internacional nos últimos vinte anos, contudo os benefícios do comércio não foram usufruídos por todos de forma igual, diz ainda que nas últimas décadas os 48 países menos desenvolvidos, que possuem 10% da população mundial, totalizaram suas exportações em apenas em 0,4% do comércio internacional e que os Estados Unidos e União Européia, com aproximadamente a mesma população, representam quase 50% das exportações mundiais. Cita o referido anuário que estes dados constam dos *Indicadores de desarrollo del Banco Mundial 1998*.

Para Chesnais (1995), a globalização é dada pela mundialização das operações de capital (industrial e financeira) e não pela mundialização de trocas, o intercâmbio internacional de bens e serviços são promovidos por empresas transnacionais, na ordem de quarenta por cento intragrupos; ao promoverem seus interesses, as empresas transnacionais promovem a polarização da riqueza, porque buscam atender suas necessidades (obtenção de lucro e/ou renda), criando um fosso entre os países desenvolvidos e os que ficam na periferia

destes. A liberação do comércio internacional causou uma grande concentração dos beneficiários deste, levando à marginalização muitos países.

As Organizações Não Governamentais (ONG's), vêm atuando junto a parte da população mundial conscientizando-os de que a distribuição de riqueza no mundo é realizada de forma desigual, causando enormes contrastes entre os países do norte, que são os desenvolvidos, e os países do sul, que estão em desenvolvimento, independentemente de sua posição geográfica, ou seja, mesmo que o país esteja na região geográfica norte mundial, caso esteja em desenvolvimento é conhecido como “país do sul”.

O Comércio Justo surge como uma alternativa para os consumidores que gostariam de ajudar os países em desenvolvimento, porque oferta a estes consumidores produtos cuja garantia é que sua procedência contribui para o desenvolvimento de produtores e trabalhadores com poucos recursos. Os produtos comercializados pela rede de comércio justo representam respeito pelo meio ambiente, desenvolvimento em regiões carentes, produção e comercialização, como também obediência às leis comerciais, tributárias e trabalhistas.

No final dos anos quarenta os norte-americanos iniciaram comércio com comunidades pobres do sul como *Ten Thousand Villagen*, na Europa sua origem deu-se no final da década de cinquenta, quando um diretor da *Oxfam* do Reino Unido em visita a *Hong Kong*, teve a idéia de vender nas lojas *Oxfam*, almofadas para alfinetes confeccionadas por refugiados chineses. Em 1964 a *Oxfam* criou a primeira Organização de Comércio Alternativo (OCA), iniciativas similares surgiram na Holanda, com a criação da primeira importadora *Fair Trade Organisatie*.

Em 1968, durante a II Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento (II UNCTAD), realizada em Delhi, os países em desenvolvimento passaram a seguinte mensagem: *Trade, no Aid* (Comércio, não ajuda), reivindicando melhores condições para comercializar seus produtos com os países do norte. Em 2002 haviam 18

países europeus e 100 importadoras comprando os produtos diretamente dos produtores do sul (EFTA, 2002).

A *International Federation of Alternative Trade* (IFAT), criada em 1989, congrega produtores, importadores e lojistas do comércio justo da África, Ásia, Austrália, Europa, Japão, América do Sul e América do Norte.

Em 1990, cria-se a *European Fair Trade Association* (EFTA), que coordena onze importadoras nacionais, localizadas na Áustria, Bélgica, França, Alemanha, Itália, Holanda, Espanha, Suíça e Reino Unido, as importações da EFTA correspondem a 60% do comércio justo europeu.

Em 1992, algumas entidades não governamentais constituíram no Reino Unido a *Fairtrade Foundation*, com o propósito de certificar os produtos que são comercializados neste país.

Em 1994, cria-se a *Network of European World Shops* (NEWS!), associação que representa mais de 2800 lojas de 15 associações nacionais de 13 países: 12 da UE e Suíça - dados de julho/2005 (FINE, 2005).

Em 1997, surge a *International Fair Trade Labelling Organisation* (FLO), órgão que certifica os produtos que serão vendidos na rede de comércio justo da Europa, Canadá, EUA. Começam a surgir as primeiras marcas do comércio justo, em 1998 *Max Havelaar* na Holanda, depois *TransFair International* e *Fair Trade Foundation*. Segundo a EFTA, em 2002 as vendas no comércio justo na Europa ultrapassaram 250 milhões de euros.

Em outubro de 2001 a FLO, IFAT, NEWS! e EFTA reuniram-se num grupo informal de trabalho que tomou a denominação de FINE e, juntos estabeleceram uma definição para o comércio justo, aceita por todos os participantes do movimento: Comércio Justo é uma associação comercial baseada no diálogo, transparência e respeito que busca maior igualdade no comércio internacional. Contribuindo para o desenvolvimento sustentável, oferecendo

melhores condições de comércio e garantindo direitos aos produtores e trabalhadores marginalizados, particularmente os do sul.

A característica fundamental do Comércio Justo é a igualdade e respeito entre os produtores do sul e as importadoras, lojas, instituições e consumidores do norte. Todos os atores do Comércio Justo, comprometem-se a adotar os princípios do Comércio Justo.

Os produtores do Sul devem comprometer-se a:

- ✓ Funcionar e tomar decisões de maneira democrática dentro de suas organizações;
- ✓ Respeitar o meio ambiente;
- ✓ Tratar homens e mulheres igualitariamente;
- ✓ Respeitar as leis trabalhistas internacionais e tributárias.

Os Comerciantes e Organizações do Comércio Justo do Norte, se comprometem:

- ✓ Dar aos produtores do Sul acesso direto ao mercado europeu, evitando sempre que possível intermediários e especuladores;
- ✓ Pagar um preço justo aos produtores que cubra suas necessidades vitais e os custos de produção, acrescidos de uma margem para investimento;
- ✓ Pagar um adiantamento de parte do preço (40% à 50%) para que os produtores adquiram as matérias-primas necessárias para atender ao pedido, sem endividar-se;
- ✓ Manter relações de trabalho e firmar contratos a longo prazo com os produtores.

Os produtos comercializados pelo Comércio Justo são: açúcar, café, chá, cacau, mel, banana, frutas e verduras frescas, frutas secas, sucos de frutas, arroz, flores, algodão, bolas esportivas, vinho, frutas tropicais e artesanato.

5.1 COMÉRCIO JUSTO NA UNIÃO EUROPÉIA

As instituições que operam o comércio justo na União Européia estão relatadas abaixo de forma resumida, suas logomarcas e endereços constam do anexo 1.

5.1.1 FAIRTRADE FOUNDATION

A *Fairtrade Foundation*, foi estabelecida em 1992 no Reino Unido, por cinco organizações, atualmente ela é composta por 13 membros: *Banana link*; *CAFOD*; *Chistian Aid*; *Methodist Relief and Development Fund*; *National Federation of Women's Institutes of England, Wales, Jersey, Guernsey and Isle of Man(NFWI)*; *Nicaragua Solidarity Campain*; *Oxfam*; *People and Planet*; *Shared Interest Foundation*; *Scottish Catholic International Aid Fund (SCIAF)*; *Traidcraft Exchange*; *United Roformed Church e World Develoment Moviment (WDM)*. Tem como Patrono Fundador o jornalista *George Alagiah*.

A Fundação licencia a marca *FairTrade* para os produtos que estejam dentro dos padrões estabelecidos pela *Fairtrade Labelling Organizations International (FLO)*, para que possam ser comercializados na rede de comércio justo, realiza eventos de divulgação que fortalecem a marca como um produto que garante justiça e equidade, esta garantia está baseada nas auditorias independentes que são regularmente realizadas nos projetos certificados por ela.

No Reino Unido, a Fundação mantém estoques regulares dos seus produtos em 12 supermercados, 07 lojas, 04 cafeterias e 06 lojas na internet, além de outros varejistas independentes que comercializam seus produtos, as lojas na world wibe web (web) são: *Etical*; *Goodnessdirect*; *Greenol*; *Simplyfair* e *Traidcraftshop*. Este estudo constatou que todas estavam no ar e funcionando regularmente, exceto a *Greenol*.

De acordo com a *Fairtrade Foundation* (2006), em 2005 a mesma apresentou o maior volume de comercialização dentre as vinte instituições que constituem a FLO, com a marca de 195 milhões de libras, na tabela 1 temos a evolução do comércio justo no varejo de acordo com os principais produtos comercializados, nos anos em que não foi possível obter dados a *Fairtrade Foundation* utilizou o termo não aplicável (N/a).

Tabela 1 – Vendas no varejo das instituições ligadas à <i>Fairtrade Foundation</i> em milhões de libras								
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Café	13,7	15,0	15,5	18,6	23,1	34,3	49,3	65,8
Chá	2,0	4,5	5,1	5,9	7,2	9,5	12,9	16,6
Chocolate/Cacau	1,0	2,3	3,6	6,0	7,0	10,9	16,5	21,9
Mel	n/a	>0,1	0,9	3,2	4,9	6,1	3,4	3,5
Bananas	n/a	n/a	7,8	14,6	17,3	24,3	30,6	47,7
Outras	n/a	n/a	n/a	2,2	3,5	7,2	27,3	39,5
Total	16,7	21,8	32,9	50,5	63,0	92,3	140,8	195,0

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da *Fairtrade Foundation*

N/a: Não aplicável

No gráfico 1 observa-se que 80% das vendas da *Fairtrade Foundation* em 2005 refere-se a alimentos, com destaque para o café com percentual de 34%.

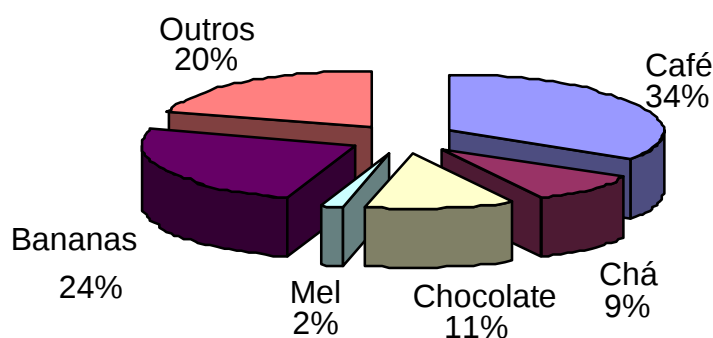


Gráfico 1 – Participação dos produtos nas vendas da *Fairtrade Foundation* - 2005

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da *Fairtrade Foundation*

O gráfico 2 demonstra a evolução do volume de comércio das importadoras ligadas à *Fairtrade Foundation* de 1998 à 2005, observa-se que este volume vem crescendo consistentemente.

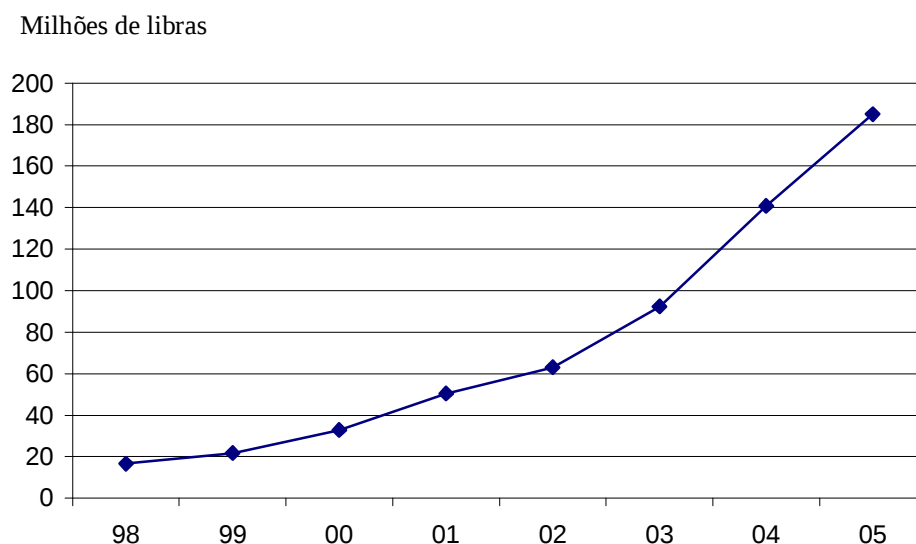


Gráfico 2 – Evolução do volume do comércio justo no Varejo da *Fairtrade Foundation*
Elaboração própria a partir de dados da *Fairtrade Foundation*

No momento são 548 produtores certificados, que podem comercializar seus produtos com a marca *Fairtrade*. O açúcar comercializado com a marca *Fairtrade* provém do Paraguai (América Latina), Filipinas (Ásia) e Malawi (África), optamos em coletar os dados do açúcar mascavo orgânico por apresentar as mesmas características do açúcar produzido no Município de Água Branca em Alagoas. A tabela 2 apresenta os preços do açúcar vendido na web pelas lojas associadas à *Fairtrade Foundation*, o preço está expresso em libras adaptados para pacotes de 500gr.

Tabela 2 – Preço de açúcar mascavo praticado no varejo em 06/2006 pelas Lojas da web da *Fairtrade Foundation*

Marca (pacotes de 500gr.)	Preço em Libras
<i>Equal Exchange</i>	1,49
<i>Raw Lane</i>	1,59
<i>Sugar Sticks</i>	1,83
<i>Raw Cane</i>	2,60

Elaboração própria a partir de dados da *Fairtrade Foundation*

A tabela 3 traz os números que fazem da *Fairtrade Foundation* a maior organização individual da União Européia, dados de junho de 2006.

Tabela 3 – Dados da *Fairtrade Foundation* em junho/2006

Descrição	Quantidade
Patrono	01
Membros associados	13
Pontos de vendas permanente	29
Produtores certificados	548
Tipos de produtos	1500
Famílias beneficiadas	800.000
Países origem dos produtores	58

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da *Fairtrade Foundation*

5.1.2 FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS INTERNATIONAL -FLO

A *Fairtrade Labelling Organizations Internacional* (FLO), criada em 1997, estabelecida na Alemanha, é uma entidade internacional que certifica os produtores de qualquer parte do mundo. O selo da FLO é uma garantia aos consumidores de que os produtos vendidos contribuem para o desenvolvimento de produtores e trabalhadores marginalizados, garantindo uma Certificação independente, transparente, envolvida com desenvolvimento social e econômico.

Para a FLO as vantagens do comércio internacional não tem alcançado todos os povos do mundo, especialmente os pequenos fazendeiros que não têm acesso à informação e que muitas vezes são obrigados a se desfazerem de suas propriedades perdendo seu meio de sustento e da sua família.

A FLO possui uma rede de auditores independentes, que visitam com frequência os produtores para verificar o cumprimento dos princípios do Comércio Justo, existe um sistema de auditoria especial que controla cada produto Certificado pelo selo FLO do Comércio Justo, certificando que a unidade produtora recebeu um preço justo, além de seguir as determinações

da ISO 65³. Segue ainda quatro princípios que devem ser aferidos quando os produtores, revendedores e importadoras são auditados pela FLO:

- a. Verificar se os produtores cumprem com os padrões do comércio justo;
- b. Assegura-se que os benefícios do comércio justo são utilizados para o desenvolvimento econômico e social;
- c. Supervisionar os comerciantes registrados na FLO a fim de assegurar que os benefícios do comércio justo cheguem de forma direta ao produtor; e,
- d. Garantir que os as etiquetas da FLO sejam utilizadas somente por produtos que sejam certificados pela mesma.

O comércio justo internacional mostra-se como uma fonte alternativa para obtenção de financiamento pelo compromisso assumido pelos compradores em firmar contrato de longo e médio prazo, além de pagar um adiantamento de 40% à 50% do pedido de compra.

5.1.3 THE INTERNATIONAL FAIR TRADE ASSOCIATION (IFAT)

A IFAT foi instituída em 1989, com sede na Holanda, tem a missão de melhorar as condições de vida dos habitantes mais pobres dos países em desenvolvimento, promover as organizações que propõem alternativas justas contras as injustas estruturas e práticas do comércio. Baseada em princípios de solidariedade e cooperação mútua seus membros se uniram para criar uma forma alternativa e mais justa de fazer negócios.

A IFAT é composta por aproximadamente 300 organizações de comércio justo, sendo que 65% delas estão localizadas na Ásia, Oriente Médio, África e América do Sul, seus membros são cooperativas e associações de produtores, importadoras, varejistas, redes de

³ ISO 65 – Norma internacional de padronização que regulamenta a atuação de certificadoras de produtos.

lojas do comércio justo: nacionais e regionais e instituições financeiras, todas dedicadas ao comércio justo.

Os integrantes da IFAT pagam anualmente uma cota de membresia para manutenção de suas atividades que pode variar de 35 a 2.250 euros e cota de monitoramento dos projetos que varia de 25 a 1000 euros (dados extraídos de seu *site* na internet em 07/2006).

Em 1995 na cidade de *New Windsor* estado de *Maryland*, nos Estados Unidos da América, os membros da IFAT aprovaram o código de prática que norteiam suas relações (IFAT, 2005), composto pelos seguintes itens.

1. Compromisso com o Comércio Justo – Em suas atividades comerciais procurando bem estar social, econômico e ambiental dos produtores marginalizados dos países em desenvolvimento. Por isso praticam o comércio em condições de igualdade, pagam preços justos pelos produtos e mão-de-obra. Identificam as estruturas, mecanismos, práticas e atitudes comerciais injustas e as evitam. Em vez de competirem entre si, os membros da IFAT cooperam para promover o comércio justo e a justiça social.
2. Transparência – Compartilham periodicamente e em forma totalmente aberta suas informações financeiras, políticas de gestão, práticas comerciais, fontes de produtos, planos e programas de produção, marketing e desenvolvimento. Desta maneira tanto os membros da IFAT como o público em geral podem avaliar a eficiência financeira e social da IFAT e de cada um dos seus membros. Todavia esta política de abertura respeita informações comerciais ou políticas de caráter confidencial.
3. Ética. Na estrutura de suas organizações os membros da IFAT revelam seu compromisso com a justiça, emprego justo, contabilidade oficial e emissão de periódicos financeiros e de suas atividades. Procuram alcançar maior eficiência com

menor gasto e seguem as características de cada organização envolvendo os trabalhadores na gestão e na tomada de decisões.

4. Condições de trabalho – Garantem um ambiente de trabalho seguro que cumpra ao menos com os regulamentos da segurança industrial de sua localidade. Dão oportunidades para que todos desenvolvam seu potencial. Asseguram-se que o trabalho se realize em condições de trabalho humano, utilizando materiais e tecnologias apropriadas e desenvolvendo boas práticas de trabalho e produção.
5. Empregos com igualdade de oportunidade – Se opõem à discriminação e asseguram igualdade de oportunidades de emprego tanto a homens como mulheres que sofram explorações no seu trabalho, os efeitos da pobreza e prejuízos raciais, culturais e de gênero.
6. Preocupação com as pessoas – Promovem o desenvolvimento que melhore a qualidade de vida, e que seja sustentável e responsável tanto para as pessoas como para a natureza em geral. Não explora o trabalho infantil. Suas atividades não prejudicam os povos nativos, suas terras ou outros recursos de vital importância para seu modo de vida.
7. Preocupação com o meio ambiente - Promovem a comercialização de produtos que não sejam prejudiciais ao meio ambiente e administração dos recursos naturais e de forma sustentável, salvaguardando o patrimônio ecológico.
8. Respeitam a identidade cultural dos produtores – Estimulam a produção e desenvolvimento de produtos próprios da tradição cultural dos produtores e elaborados à base de seus recursos naturais. Promovem o emprego de seus conhecimentos artísticos, tecnológicos e organizacional dos produtores, como uma forma de ajudá-los a preservar e desenvolver sua identidade cultural.

9. Educação, promoção e defesa do comércio justo – Educar e informar os consumidores sobre a injustiça na ordem econômica mundial e sobre a pobreza dos produtores do terceiro mundo. Promovem um maior grau de justiça, que se alcança com o comércio alternativo e o difunde como um modelo válido para mudar as estruturas injustas e atitudes do comércio internacional. Aumentam a consciência do público e das empresas a respeito do comércio alternativo e sobre os valores culturais e tradicionais do sul para promover compreensão e respeito intercultural para seus conterrâneos.

5.1.4 NETWORK OF EUROPEAN WORLD SHOPS (NEWS)!

As *Worldshops* são lojas de vendas especializadas em produtos do comércio justo, promovem grande divulgação do mesmo, procuram influenciar as pessoas em suas compras diárias e realizam campanhas para despertar a consciência do consumidor sobre os conceitos de comércio justo.

A NEWS! foi instituída em 1994, seus membros são 15 associações nacionais de *Worldshops*, suas principais atividades são:

- Ser ponto de ligação entre as *Worldshops* e as demais associações nacionais de comércio justo;
- Promover campanhas que divulguem o comércio justo, suas ações e benefícios;
- Dar suporte para o desenvolvimento de associações nacionais de *Worldshops* que promovam o comércio justo.
- Cooperar com outras organizações no campo do comércio justo, tais como IFAT, EFTA e FLO.

5.1.5 EUROPEAN FAIR TRADE ASSOCIATION (EFTA)

A EFTA é uma associação sem fins lucrativos, estabelecida na Bélgica, composta por 11 organizações de comércio justo, localizadas em 9 países europeus que importam produtos de cerca de 400 grupos economicamente em desvantagem, localizados na África, Ásia e América Latina.

Os membros do EFTA estão localizados na Áustria, Bélgica, França, Países Baixos, Alemanha, Itália, Espanha, Suíça e Reino Unido.

A EFTA foi instituída em 1990, após muitos anos de cooperação informal entre seus membros, e é um elemento chave na harmonia e coordenação das diversas entidades internacionais que operam no comércio justo, em 2001 seus membros importaram quase 150 milhões de euros, excluindo a *Oxfam* Reino Unido.

5.1.6 FINE – (FLO, IFAT, NEWS!, EFTA)

Desde 1998, que a FLO, IFAT, NEWS! e EFTA vêm estreitando seus relacionamentos, formaram juntas um grupo de trabalho que adotou a sigla FINE que é utilizada para expressar a opinião em conjunto destas quatro instituições. Tendo como meta a coordenação das instituições que operam na rede de comércio justo, harmonizando e otimizando esforços.

Sob os auspícios do FINE em 2005 foi realizado um estudo para obtenção de informações sobre o comércio justo na Europa, procurou-se identificar a extensão, estrutura e impacto deste sistema de comercialização na Europa. Os gráficos e informações abaixo foram extraídos do *Fair Trade in Europe 2005*, de autoria do FINE.

Foram criados questionários diferentes para os diferentes tipos de organizações: importadoras, certificadoras, *worldshops* e rede internacional. A análise dos dados a seguir deve levar em consideração as seguintes informações:

a) TIPOS DE ORGANIZAÇÕES, segundo o FINE em 2005:

- Importadoras são organizações cujo principal objetivo é importar produtos do comércio justo para distribuição e consumo interno;
- Certificadoras são organizações que promovem a certificação dos projetos através de auditorias independente, certificam-se de que os produtores obedecem as premissas do comércio justo e têm cunho social;
- Redes internacionais são organizações que atuam promovendo o comércio justo, divulgando seus objetivos, implementando campanhas educativas etc;
- *Worldshops* são lojas que vendem diretamente ao consumidor produtos do comércio justo;
- Supermercados são organizações de iniciativa privada que mantêm estoques regulares de produtos do comércio justo em suas lojas;
- Outras organizações: nesta categoria estão inclusas todo tipo de vendas que não são supermercados nem *worldshops*, formada por lojas independentes, lojas de presentes, barracas itinerantes e até grupos de ação que vendem uma ou duas vezes por ano.

B – O número de *Worldshops* foi checado com as associações e federações nacionais e confirmado junto às maiores importadoras tendo em vista de que são estas que abastecem as Lojas *Worldshops*. Deve-se levar em consideração que neste número estão incluídas as associadas à rede NEWS!, como também algumas lojas que não são, em virtude de que os países adotam diferentes critérios para classificar uma loja como *Worldshops*. Para alguns o critério é o de endereço fixo,

para outros é o número de horas aberta por semana ou se apenas pequena parte da loja destinar-se a venda de produtos do comércio justo etc (FINE,2005).

C – Supermercados

O número de supermercados foi informado pelas organizações certificadoras, segundo o FINE foi tomado um cuidado especial para não incluir as Worldshops daquele país.

Em março de 2005 foram enviados 126 questionários, destes 75 retornaram e foram devidamente tabulados, parte dos dados compilados foram transcritos para o anexo 3 deste estudo. Responderam o questionário: 35 importadoras, 13 associações de *Worldshops*, 13 associações certificadoras, 04 associação de rede internacional e 10 organizações de iniciativa privada estabelecidas em novos países membros da União Européia (FINE, 2005).

Foi solicitado que preenchessem os questionários com dados do período de 01 de julho de 2004 à 30 de junho de 2005. Os dados são originados dos países membros da União Européia, excluídos Chipre e Estônia, com inclusão da Noruega e Suíça.

Os países a seguir, recentemente incorporados à União Européia, encontram-se ainda com seu movimento de comércio justo em construção, por este motivo boa parte das informações nos questionários está como não aplicável ou não avaliado (n/a): República Tcheca (CZ), Hungria (HU), Letônia (LV), Lituânia (LT), Polônia (PL), Eslováquia(SK), Eslovênia(SL), Grécia (GR) e Malta (MT)(FINE, 2005).

Segue parte dos dados divulgados pelo FINE em seu *Fair Trade in Europe 2005*.

São 200 organizações importadoras atuando na região estudada, no gráfico 3 observa-se a distribuição destas por país. Destaque para o Reino Unido com mais de ¼ das importadoras estabelecidas em seu território. Reino Unido, Holanda, Alemanha e França, juntas detêm 73% das importadoras em seus territórios num total de 146.

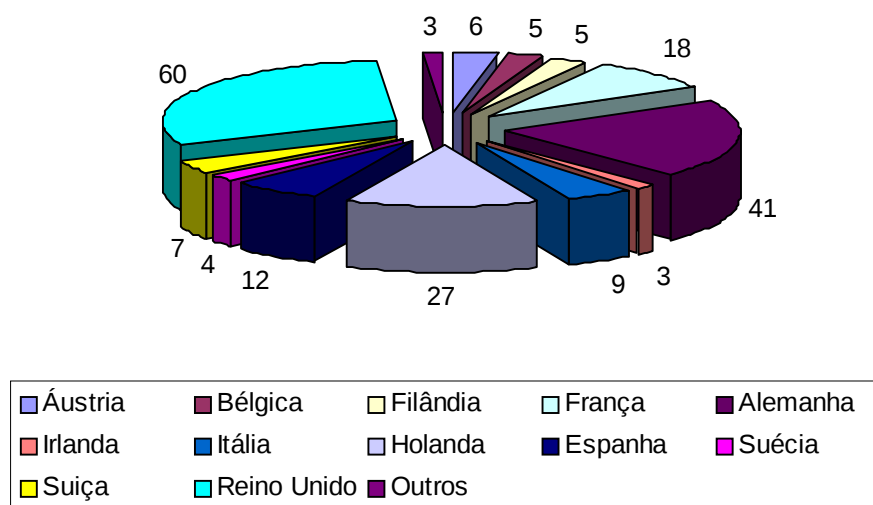


Gráfico 3 – Distribuição das organizações importadoras na Europa.

Fonte: elaboração própria a parte de dados do FINE.

1.Outros: Países que possuem apenas 1 importadora

2. Nove Países deixaram de ser avaliados (CZ, GR, HU, LV, LT, MT, PL, SK e SL)

3. Luxemburgo= 0

O grupo estudado possui mais de 2800 lojas *Worldshops* neste grupo além das lojas da NEWS! estão incluídas outras lojas que segundo os critérios dos países onde estão estabelecidas são consideradas *Worldshops*, por exemplo lojas que ficam abertas por uma determinada quantidade de horas, que tem um departamento específico com produtos de comércio justo etc. O gráfico 4 exibe em termos percentuais a localização destas lojas na Europa. Nota-se que a Alemanha apresenta a maior concentração delas, com 27%, seguida pela Itália e Países Baixos ambos com 17%.

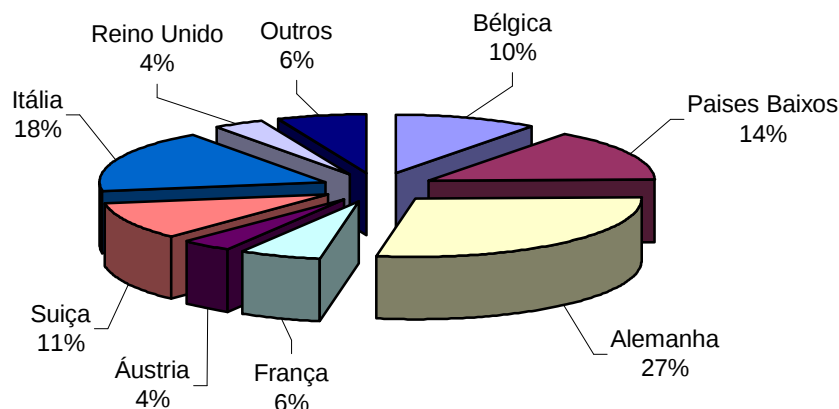


Gráfico 4 – Distribuição das *Worldshops* na Europa em 06/2005

Fonte: Elaboração própria, a partir de dados do FINE: outubro/2005

Notas:

1. Outros: Países que possuem menos de 50 lojas
2. Nove Países deixaram de ser avaliados (CZ, GR, HU, LV, LT, MT, PL, SK e SL)
3. Noruega = 0

Os supermercados europeus têm presença marcante na venda dos produtos de comércio justo, num total de mais de 56.000 supermercados, seguindo a tendência das *Worldshops*, 41% concentram-se na Alemanha, conforme gráfico 5.

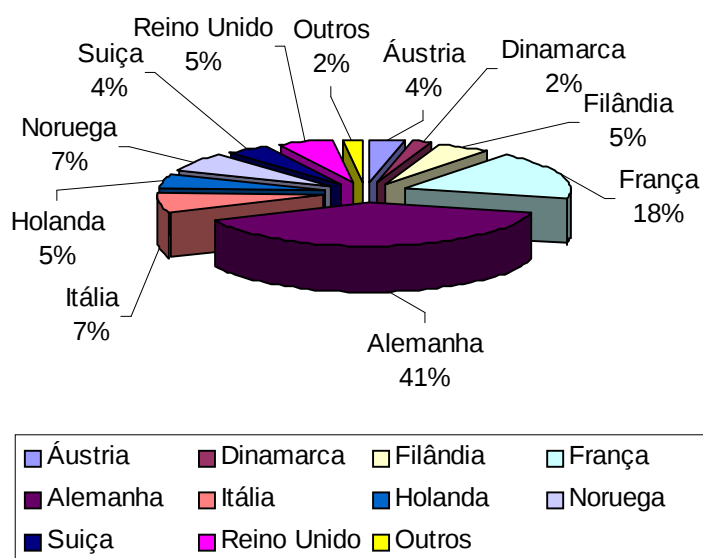


Gráfico 5 – Localização de supermercados que comercializam produtos do comércio justo na Europa, posição em junho/2005.

Fonte: elaboração própria a partir de dados do FINE, outubro/2005.

Notas:

1. Outros: Países que têm menos de 1000 supermercados vendendo produtos do comércio justo.
2. Países não avaliados: Portugal, Espanha, Suécia, além de: CZ, GR, HU, LV, LT, MT, PL, SK e SL.

Além das lojas *Worldshops* e supermercados existem outras organizações que comercializam produtos do comércio justo, são lojas independentes, lojas de presentes, barracas itinerantes, além de grupos de ação que organizam vendas uma ou duas vezes por ano. Segundo o FINE neste grupo de outras organizações descrito no 6 houve o cuidado especial para não incluir as *Worldshops* apresentadas no gráfico anterior. Neste gráfico 6 não constam dados da Finlândia, Irlanda, Luxemburgo e Noruega, além dos novos países que entraram mais recentemente na União Européia. Destaque para Alemanha com 9.800 pontos de vendas, seguido do Reino Unido com 5.000 pontos de vendas.

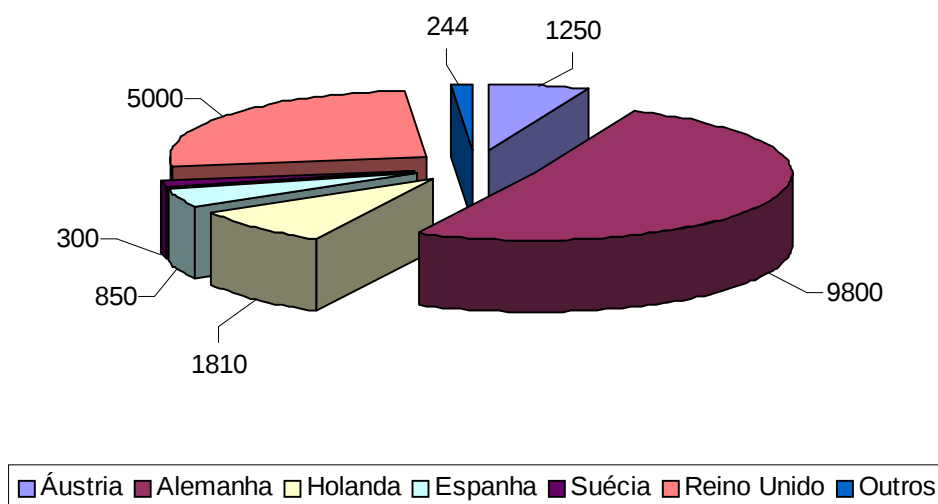


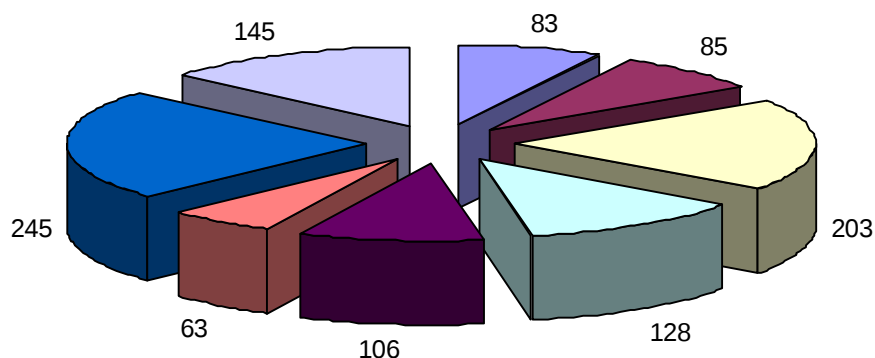
Gráfico 6 – Outros pontos de venda na Europa, dados de junho/2005.

Fonte: elaboração própria a partir de dados do FINE

Notas:

1. Outros: países com menos de outros 150 pontos de vendas.
2. Países não avaliados: Finlândia, Irlanda, Itália, Luxemburgo, Noruega, República Tcheca, Grécia, Hungria, Letônia, Lituânia, Polônia, Eslováquia, Eslovênia e Malta.

Em junho de 2005, as organizações de comércio justo empregavam mais de 1050 pessoas em tempo integral. No gráfico 7 observa-se grande concentração na Alemanha, Reino Unido, Países Baixos e Itália, que são tradicionais incentivadores do consumo de produtos do comércio justo.



■ Bélgica ■ França ■ Alemanha ■ Itália ■ Holanda ■ Suiça ■ Reino Unido ■ * Outros

Gráfico 7 – Quantidade de empregados em tempo integral nas organizações de comércio justo na Europa, posição em junho/2005.

Fonte: elaboração própria a partir de dados do FINE, outubro/2005

Notas:

1. Outros: Países cujas organizações têm menos de 50 empregados.
2. Países que deixaram de ser avaliados (CZ, GR, HU, LV, LT, MT, PL, SK e SL).
3. Estão incluídos os empregados das Lojas *Worldshops*, das importadoras e organizações certificadoras.

As operações de importações totalizaram 243,26 milhões de euros, destacam-se a Alemanha, Itália e Reino Unido que juntos representam 65% do total de importações no valor de 155.756.000 euros. O gráfico 8 apresenta o valor das importações realizadas por cada país em milhares de euros.

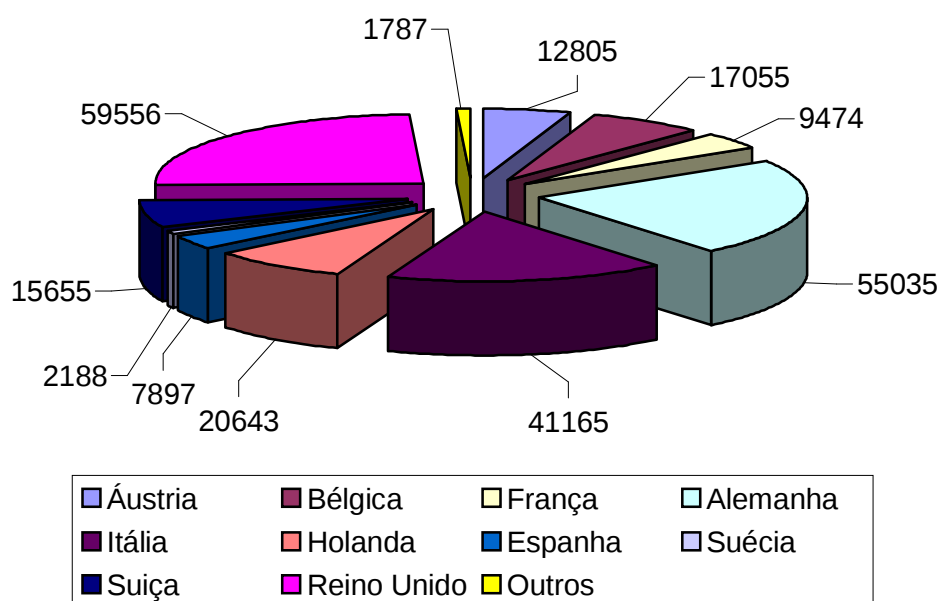


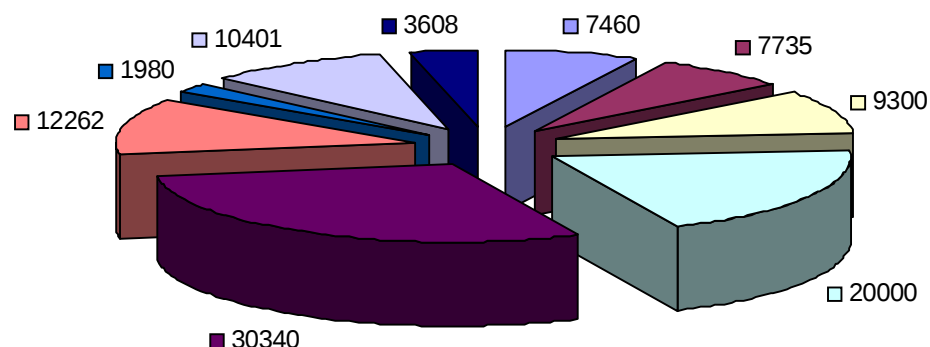
Gráfico 8 – Valor das importações na Europa – 07/2004 à 06/2005 – em 1000 euros.

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do FINE, outubro de 2005.

Notas:

1. Outros: Países cujas importações importaram em menos de 1 milhão de euros.
2. Países que deixaram de ser avaliados (CZ, GR, HU, LV, LT, MT, PL, SK e SL).

As vendas realizadas pelas *Worldshops* no período de 01/07/2004 à 30/06/2005 totalizaram mais de 103 milhões de euros, o gráfico 9 revela o valor das vendas realizadas em cada país. Sendo que 61% das vendas estão concentradas na Holanda (30%) Alemanha (19%) e Espanha (12%) num total de mais de 62 milhões de euros.



■ Austria ■ Bélgica ■ França ■ Alemanha ■ Holanda ■ Espanha ■ Suíça ■ Reino Unido ■ *Outros

Gráfico 9 – Valor vendas das *Worldshops* na Europa período 07/2004 à 06/2005 – em 1000 euros.

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do FINE, outubro de 2005.

Notas:

1. Outros: Países cujas vendas foram inferior a de 1 milhão de euros.

2. Países que deixaram de ser avaliados (CZ, GR, HU, LV, LT, MT, PL, SK e SL).

As organizações certificadoras nacionais são responsáveis pela divulgação dos propósitos do comércio justo, elas atuam em 15 países da Europa e foram responsáveis pela introdução dos produtos do comércio justo nos supermercados e outras lojas comerciais, as vendas de produtos com o selo *fair trade* no período de 01/07/2004 à 30/06/2005, totalizaram mais de 596 milhões de euros. Neste mesmo período as vendas através das *worldshops* foi pouco mais de 103 milhões de euros, apesar de não poder-se afirmar que 100% destas vendas sejam de produtos certificados, partindo-se da presunção que este fato é verdadeiro, as vendas das *worldshops* representam apenas 17% do total das vendas com selo *fair trade*.

Este fato parece sugerir que grande parte das vendas aos consumidores são realizadas por supermercados em virtude de existirem mais de 56000 vendendo produtos do comércio justo regularmente. O Gráfico 10 faz um comparativo entre a quantidade de pontos de vendas em supermercados, *worldshops* e outros pontos de vendas independentes.

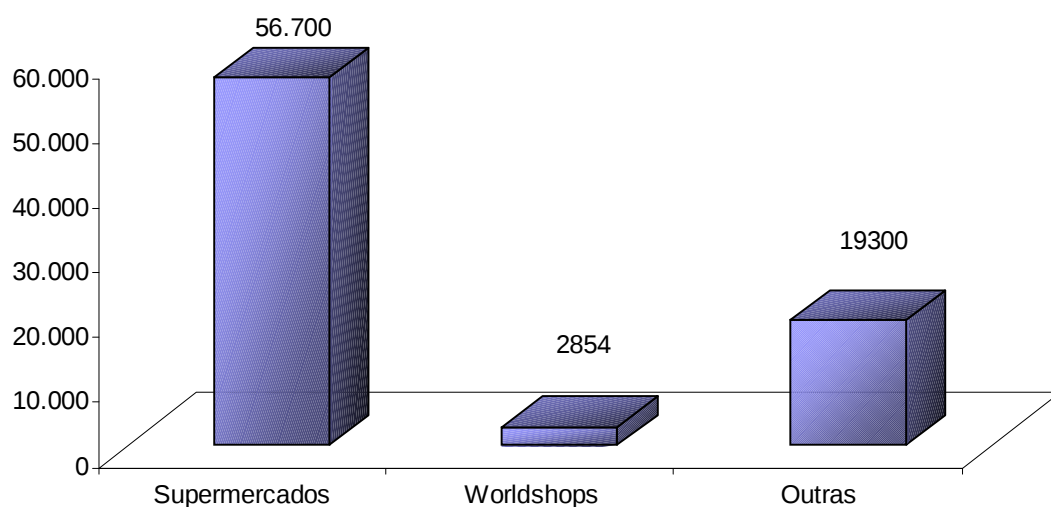


Gráfico 10 – Comparativo dos pontos de vendas de comércio justo na Europa em 06/2005.

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do FINE, outubro de 2005.

Notas:

1. Países que deixaram de ser avaliados (CZ, GR, HU, LV, LT, MT, PL, SK e SL).

O gráfico 11 demonstra o impacto do comércio justo na Europa com vendas acima de 596 milhões de euros, com destaque para o Reino Unido responsável por 35% das vendas. Suíça, França e Reino Unido, juntos representam mais de 411 milhões de euros de vendas ou 69% das vendas de produtos certificados. Sendo um forte indicativo de possível mercado para introdução de novos produtos no comércio justo europeu.

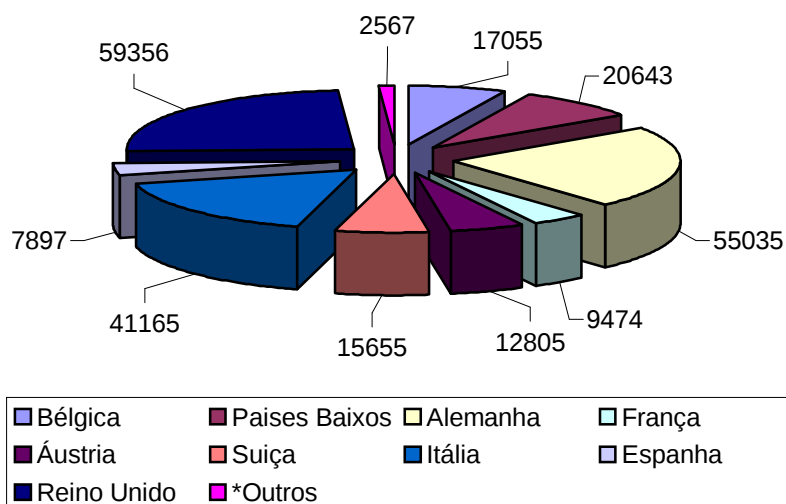


Gráfico 11 – Vendas no varejo de produtos certificados, período: 07/2004 à 06/2005 em 1000 euros
 Fonte: elaboração própria a partir de dados do FINE: outubro/2005

Notas:

1. Outros: Países cujas movimentação foi menor que 10 milhões de euros.
2. Países que deixaram de ser avaliados (CZ, GR, HU, LV, LT, MT, PL, SK e SL).
3. Portugal e Espanha: não foram aplicados.

Destaque especial para a Suíça que com apenas 3,5% dos pontos de vendas e empregando 5% do pessoal atuante no comércio justo responde por quase 23% das vendas de produtos certificados, atingindo a incrível marca de 18,47 euros de consumo *per capita*, conforme gráfico 12. O Consumo *per capita* da Suíça sugere que o seu consumidor está adequadamente educado quanto às responsabilidades sociais, optando pelo consumo de produtos que representam Justiça, Igualdade e Desenvolvimento Sustentável.

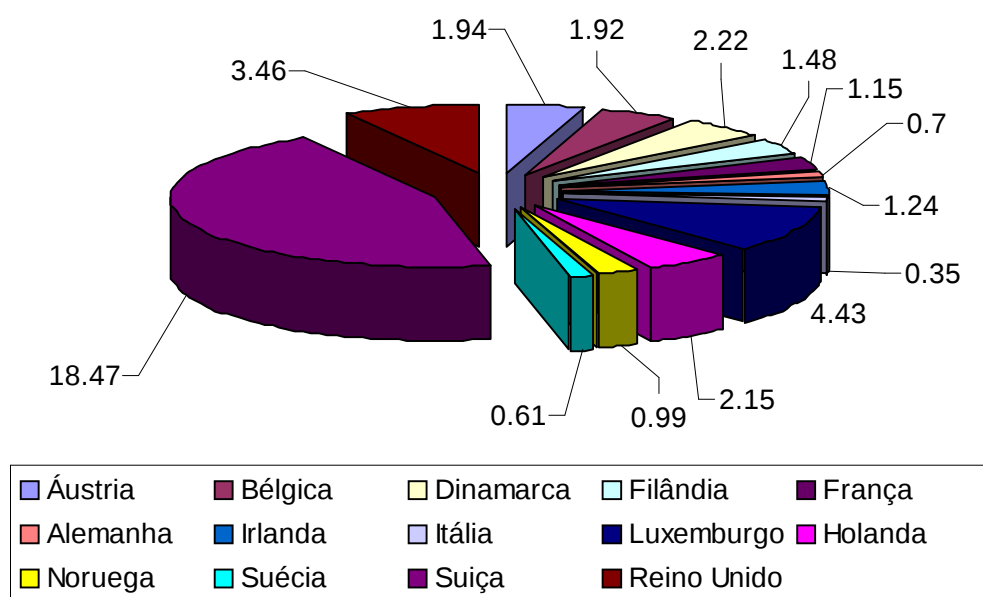


Gráfico 12 – Consumo *per capita* de produtos do comércio justo em euros. Período: 07/2004 à 06/2005.
Fonte: elaboração própria a partir de dados do FINE: outubro/2005

Notas:

1.Portugal e Espanha: Não informados

2.Países que deixaram de ser avaliados (CZ, GR, HU, LV, LT, MT, PL, SK e SL).

O gráfico 13 apresenta o número de licenças com a marca *fairtrade*, o Reino Unido confirma sua liderança com 178 projetos licenciados, seguido pela Alemanha com 87, são 590 licenças no total.

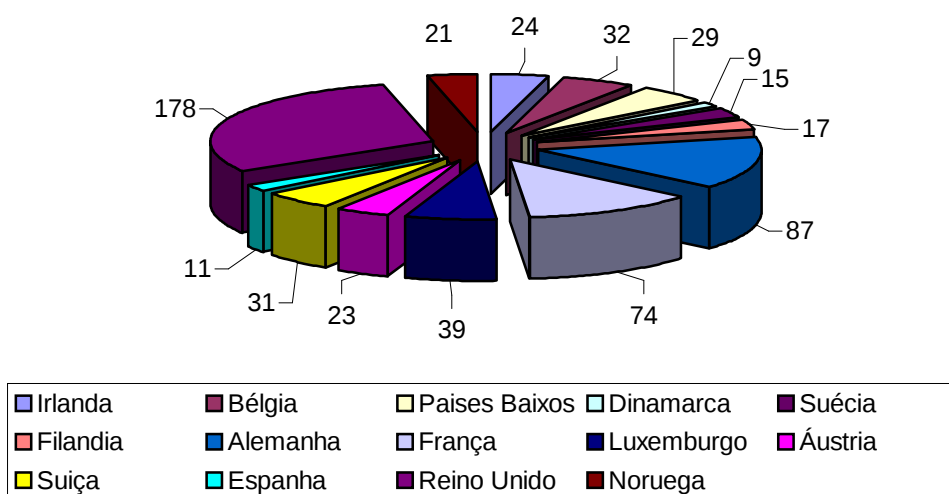


Gráfico 13 – Números de licenças na Europa.

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do FINE, outubro/2005.

Notas:

1.Portugal e Espanha: Não aplicado;

2. Nove Países deixaram de ser avaliados (CZ, GR, HU, LV, LT, MT, PL, SK e SL).

5.2 COMÉRCIO JUSTO NO BRASIL

No Brasil o movimento ainda é muito incipiente, e é conhecido como “Comércio Justo” e “Comércio Ético e Solidário”, não tem instituída nenhuma associação nacional certificadora nos moldes da Europa ou Estados Unidos da América.

Segundo dados da FLO em seu *site* na internet em junho/2006, o Brasil possuía 10 grupos de produtores certificados por ela, sendo 04 de laranja, 03 de café, 02 de manga e 01 de banana, enquanto que na América do Sul são 76 produtores, O Brasil representa 4,5% do total de produtores certificados na América Latina. (SEBRAE, 2004).

Para inserção no comércio justo na União Européia, é necessário que o projeto esteja certificado por uma de suas certificadoras nacionais, no caso de produtores pela FLO e os demais pela IFAT, segundo o Sebrae quando há grande demanda de um determinado produto, como a do café – por exemplo, as próprias certificadoras encarregam-se de divulgar a nova marca certificada, junto às importadoras e instituições nacionais. Pode-se também inserir-se neste mercado através de prospecção, contratando uma *tradding* (empresas que adquirem produtos no mercado interno para exportá-los). Segue abaixo algumas instituições que atuam no comércio justo brasileiro.

5.2.1 VISÃO MUNDIAL (WORLD VISION) E ÉTICA BRASIL

A Visão Mundial é uma organização não governamental (ONG), humanitária cristã, que desenvolve diversos projetos sociais em mais de 100 países desde 1950. Em 1975 a Visão Mundial iniciou suas atividades no Brasil, com a missão de apoiar crianças, famílias e comunidades na busca por melhores condições de vida, dentro de uma sociedade, com desenvolvimento sustentável e transformador.

Com a intenção de promover o comércio solidário a Visão Mundial, juntamente com outras instituições constituíram a Ética Brasil, que é uma organização sem fins lucrativos, cujos membros são cooperativas e associações de pequenos produtores e produtoras, bem como ONGs e tem como objetivo a comercialização de produtos de comunidades que participam do comércio justo. A Ética Comércio Ético e Solidário de Produtos Agropecuários e Artesanais do Brasil Ltda, é certificada pela FLO, como uma *tradding* e oferece aos pequenos produtores e produtoras os seguintes serviços: a) prospecção dos mercados nacionais e internacionais; b) promoção comercial; c) Rodadas de negócios; d) feiras; e) Missões de negócios; f) assessoria nas negociações comerciais; g) assessoria em marketing; h) Assessoria em comércio exterior; i) Assessoria nos processos de exportação; j) participação no catálogo virtual e físico da empresa; l) captação de investidores sociais; m) formação de consórcios de comercialização; n) participação nas estratégias de comércio via internet; o) participação nos processos de licitação governamental; p) monitoramento dos critérios de comércio justo; e assessoria na certificação internacional de comércio justo.

5.2.2 ASSOCIAÇÃO MUNDARÉU

Estabelecida no estado de São Paulo, trabalha comercializando produtos elaborados por diversos grupos e entidades, seus produtos são: artigos de decoração, escritório, lazer, moda, utilitários e brindes.

5.2.3 ECOORGÂNICA - COOPERATIVA DE PRODUTORES FAMILIARES ORGÂNICOS

Grupo formado por 118 pequenas propriedades, localizada em Vitória de Santo Antão, Pernambuco, a 45 km da capital Recife, a cooperativa é certificada pela Apan Certificadora,

produz e comercializa mais de 120 produtos orgânicos in natura, através da marca Horta e vida, além de doces em calda, frutas desidratadas, ervas, chás, condimentos etc

5.2.4 ASSOCIAÇÃO DE APOIO ÀS COMUNIDADES DO CAMPO DO RN - AACC

A AACC é uma organização não governamental criada em 1985, reconhecida de utilidade pública federal, estadual e municipal, tem como missão gerar processos de aprendizagem e autonomia dos trabalhadores e trabalhadoras, visando uma sociedade sustentável, a organização trabalha em comunidades rurais e projetos de assentamento no estado do Rio Grande do Norte, apóia projetos nos estados da Paraíba, Ceará e Pernambuco.

5.2.5 CAATINGA SOLUÇÕES PARA O SEMI ÁRIDO

É uma organização não governamental que tem como objeto o desenvolvimento humano e sustentável das famílias agricultoras no semi-árido brasileiro. Atuando no Sertão do Araripe no estado de Pernambuco, sua sede é no Município de Ouricuri, seus trabalhos são orientados pela ciência da agroecologia e segue dois princípios: a) Valorização da cultura local e da conservação dos recursos naturais, como também das relações sociais, para a fundamentação de práticas sustentáveis de convivência com o semi-árido brasileiro; b) Combinação entre conhecimentos locais e informações científicas como base para desenvolver e implementar propostas de convivência com o semi-árido.

5.2.6 FACES DO BRASIL

O Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário do Brasil (FACES DO BRASIL), tem como principal foco a implementação de um sistema nacional de comércio

ético e solidário, apóia e defende o diálogo equilibrado e transparente entre os pequenos produtores e produtoras urbanos e rurais do Brasil e os sistemas internacionais de regulamentação.

6 PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DO AÇÚCAR

6.1 O AÇÚCAR NO BRASIL E NO MUNDO

A União da Agroindústria Canavieira de São Paulo (UNICA), é uma entidade que congrega mais de 100 unidades produtoras de cana, álcool e açúcar. Este capítulo está fortemente baseado nas informações extraídas de seu sítio.

O açúcar no mundo

Não se pode demarcar precisamente o surgimento da cana-de-açúcar mas a maior parte dos historiadores aceitam a tese de seu surgimento entre 10 e 12 mil anos atrás, havendo consenso quanto à sua origem asiática (UNICA, 2006).

Em 400 a.C. a China já produzia açúcar mas sua comercialização se iniciou em 700 d.C. O primeiro processo de produção de açúcar que consistia em esmagar e ferver o bastão para dar origem ao melaço, foi registrado 300 d.C. em documento religioso hindu. O ocidente europeu tomou conhecimento da cana no século XI, quando os Cruzados retornaram dos países árabes com diversas especiarias, inclusive o ‘mel pagão’ (mel da cana-de-açúcar) (UNICA, 2006).

O açúcar era um produto destinado aos reis e à nobreza, em 1319 um quilo de açúcar valia aproximadamente US\$ 100,00 e era comercializado nas ‘boticas’ (hoje, farmácias). As grandes navegações foram motivadas, em parte, pela busca de terras para plantar cana-de-açúcar em vista da sua escassez e valorização no mercado, sendo tão valioso quanto o ouro ou pedras preciosas (UNICA, 2006).

O açúcar no Brasil

Logo após o seu ‘descobrimento’ foi introduzido no Brasil o cultivo da cana-de-açúcar, tendo as primeiras mudas aportadas em 1532, trazidas por Martin Afonso de Souza, o nosso clima quente, solo fértil de massapé e a mão-de-obra escrava patrocinaram a massificação da exploração da cana-de-açúcar no Brasil. Esta exploração enriqueceu Portugal e originou o primeiro ciclo econômico brasileiro: ‘o ciclo da cana-de-açúcar’.

A capitania mais importante na época do ciclo da cana era a de Pernambuco, seguida pela Bahia de Todos os Santos, mais ao sul destacavam-se a Capitania de São Vicente (São Paulo) e São Tomé (Rio de Janeiro).

Em 1630 os holandeses, financiados pela Companhia das Índias Ocidentais invadem Pernambuco, onde passam 24 anos adquirindo experiência e tecnologia nos canaviais. Em 1654 são expulsos do Brasil levando as técnicas de cultivo de cana e de fabricação de açúcar para as Antilhas e para a América Central, onde passaram a produzir e que por serem mais próximas da Europa, passaram a abastecer este mercado causando um impacto negativo na economia brasileira (UNICA, 2006).

No século XIX o Brasil caiu para o quinto lugar na lista de produtores de cana, com apenas 8% da produção mundial, em 1933 foi criado o IAA – Instituto do Alcool e Açúcar cuja principal função era controlar a produção afim de manter os preços em níveis adequados.

Hoje o Brasil cultiva 5 milhões de hectares de cana em menos de 1% de suas terras cultiváveis e é o maior produtor de açúcar do mundo, seguido da Índia, Tailândia e Austrália.

A produção de açúcar no Brasil vem aumentando consistentemente, passando de 12,6 milhões de toneladas em 1996 para 26,6 milhões de toneladas na safra 2004-2005, ou seja mais do que dobrou. No gráfico 14 vê-se a evolução da produção de açúcar em toneladas do período de 1998 a 2005.

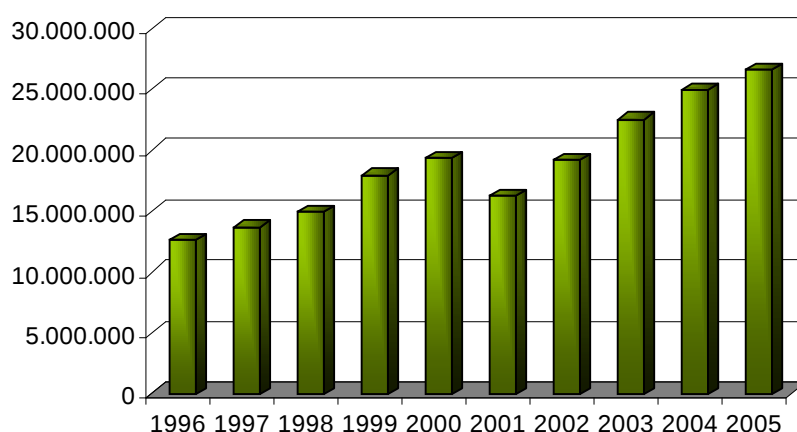


Gráfico 14 – evolução da produção de açúcar no Brasil – em toneladas
 Fonte: elaboração própria a partir de dados da ÚNICA, 2006

O gráfico 15 apresenta comparativo da produção de açúcar no Brasil na safra 2005-2006, entre o estado de Alagoas, a região Norte e Nordeste (N-NE), região Centro e Sul (Centro-sul) e Brasil, Alagoas apresenta produção de 2.103.943 toneladas, representando 55% da produção do norte-nordeste que foi de 3.820.913 toneladas, o centro-sul lidera com produção de 22.013.573 toneladas, representando mais de 85% da produção brasileira, que foi de 25.834.486, segundo a ÚNICA.

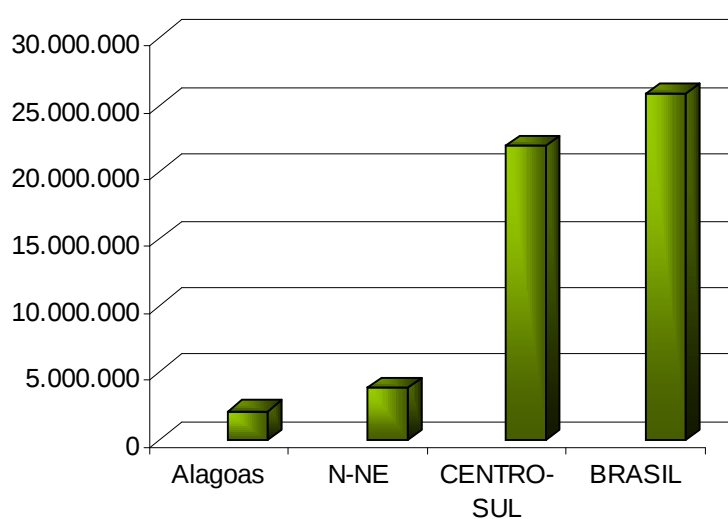


Gráfico 15 – Comparativo da produção de açúcar safra 2005-2006 em toneladas
 Fonte: elaboração própria a partir de dados da ÚNICA, 2006.

As exportações de açúcar têm os países destinos concentrados num grupo de vinte, o gráfico 16 apresenta o comportamento desta concentração nos anos de 2002 à 2005. Em 2002 86% das exportações destinavam-se a estes países, que se repetem a cada ano. Destes 20 países pelos menos 65% importaram em três dos quatro anos estudados e apenas 18% importaram em um único ano.

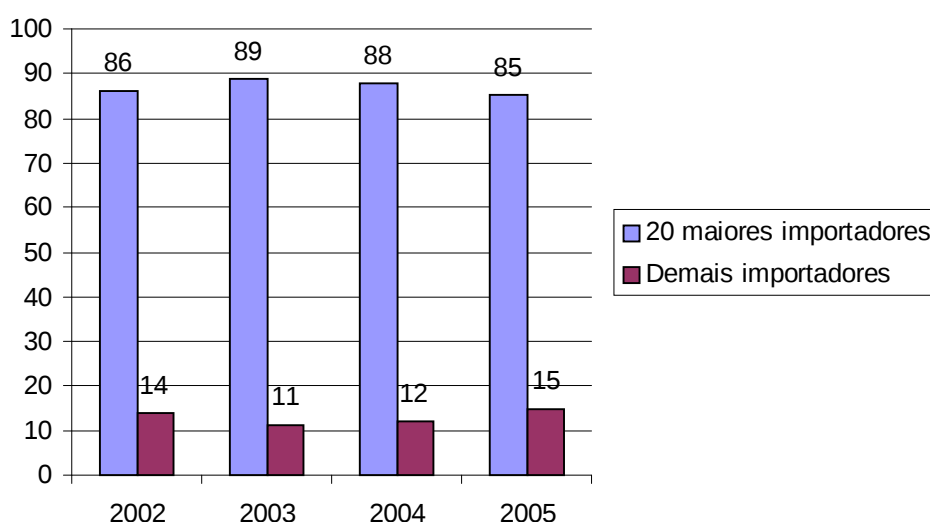


Gráfico 16 – Percentual das exportações para 20 maiores países importadores

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da UNICA

6.2 O AÇÚCAR NO *FAIR TRADE* INTERNACIONAL

O açúcar, diferentemente do cacau e café, é produzido em boa parte dos países europeus importadores no *Fair Trade*, tal fato ocasiona medidas de proteção por parte dos governos locais, que procuram preservar seus produtores. Este fato ocasiona barreiras à entrada do açúcar neste sistema de compras, outro problema constatado é que os produtores do *fair trade* normalmente são produtores familiares, sem recursos, tal fato dificulta a consecução da qualidade do produto necessária à exportação. São barreiras tarifárias e não

tarifárias que encarecem a chegada do produto ao consumidor final, segundo a FLO *apud* EFTA em seu anuário de 2001, em 1995 uma tonelada de açúcar custava ao importador 520 dólares, deste valor 450 dólares era de pagamento de taxas de importação.

Em 1975, a União Européia (UE), firmou a “Convenção de Lomé” com 68 países da África, Caribe e Pacífico, que ficaram conhecidos como países **ACP**, todos ex-colônias dos países integrantes da União Européia. Segundo a EFTA, em 2001 eram 78 países. Esta Convenção rege as relações da UE com os signatários e caracteriza-se como uma cooperação para o desenvolvimento destes países ACP, os acordos comerciais regido entre as partes segue o princípio de *Trade, no Aid* (Comércio, não Ajuda) que rege o comércio justo.

Aos países ACP são concedidas vantagens unilaterais, que é fator determinante para a exportação de seus produtos para a EU. Existe na Europa sérias críticas a este acordo porque, na visão destes, perpetua a dependência dos integrantes do ACP à União Européia.

Na Convenção de Lomé há um protocolo de açúcar no qual a União Européia importa a cada ano 1,6 milhões de toneladas de açúcar a um preço extremamente ligado aos que recebem os agricultores europeus. Em 2001 esta Convenção foi renegociada dando origem à “Convenção de Cotonu” que durará 20 anos, esperava-se a ratificação da mesma em setembro de 2002, esta pesquisa não conseguiu confirmar esta ratificação.

Apesar destas dificuldades, o açúcar vem sendo comercializado no comércio justo europeu desde os anos 80. Este estudo constatou que de acordo com dados da *Fairtrade Foundation* o único fornecedor de açúcar na América do Sul para as instituições associadas à mesma é o Paraguai.

7 O MUNICÍPIO DE ÁGUA BRANCA, O ENGENHO COMUNITÁRIO ÁGUA BRANCA E DEMAIS ENGENHOS DO MUNICÍPIO.

Neste estudo buscou-se identificar as simetrias entre a produção de açúcar mascavo no município de Água Branca e as premissas da produção orgânica, como também suas convergências com os princípios do comércio justo. O trabalho envolveu os seguintes levantamento de dados: a) pesquisa bibliográfica sobre a agricultura orgânica e análise do sistema de cultivo em Água Branca para encontrar possíveis simetrias deste com as praticadas na agricultura orgânica; b) levantamento das exigências da ANVISA para registro do produto industrial e adequações necessárias para os produtores atenderem tais exigências e c) levantamento de dados sobre o sistema de comercialização do comércio justo e possibilidade de inserção do açúcar mascavo produzido no município de Água Branca.

7.1 MUNICÍPIO DE ÁGUA BRANCA E SEUS ENGENHOS

O estado de Alagoas (AL) fica localizado na região Nordeste do Brasil com área de 27.767 km², população estimada em 2005 de 3.015.692, possui 102 municípios, Maceió é sua capital. No ano de 2003 a produção de cana-de-açúcar em Alagoas foi de 27.220.770⁴ toneladas, representando 42% da cana-de-açúcar produzida no nordeste.

O município de Água Branca está localizado no extremo oeste do estado de Alagoas, limitando-se ao norte com Mata Grande e Tacaratu (PE), ao sul com Delmiro Gouveia e Olho D' Água do Casado, à leste com Inhapi e Olho D' Água do Casado, e à oeste com Pariconha. A área municipal ocupa 454,72 km² (1,64% de AL), a sede do município tem uma altitude aproximada de 570m e coordenadas geográficas de 9°15'43,2'' de latitude sul e 37°56'16,8''

⁴ Fonte: IBGE, Produção Agrícola Municipal 2003.

de longitude oeste. O acesso a partir de Maceió é feito através das rodovias pavimentadas BR-316, BR-101, AL- 220 e AL-145, com percurso em torno de 304 km. No ranking de desenvolvimento Água Branca está em 39º lugar no estado (39/101 municípios) e em 4.721º lugar no Brasil (4.721/5.561 municípios) (CPRM, 2005).

A área de produção do Município de Água Branca está incluída entre as áreas de exceção do nordeste. Surge como uma sucessão de maciços de altitudes consideráveis, algumas áreas ultrapassando os 800 metros de altitude, as temperaturas médias anuais são mais baixas, variando de 22º a 24º Celsius. Podendo-se considerar suas condições climáticas e geográficas como vantagens comparativas, por proporcionar um ambiente ideal para o plantio de cana-de-açúcar, o anexo 5 apresenta o mapa do estado de Alagoas com a localização de Água Branca.

A tabela 4 no apêndice 5, apresenta os dados de 2003 da lavoura temporária em Água Branca, observa-se que a cana-de-açúcar apresenta um rendimento médio de 3,23% em relação ao valor da produção contra 0,63% do algodão que está em segundo lugar, reforçando a importância da lavoura de cana-de-açúcar que além dos aspectos culturais e tradicionais da região, que segundo do IBGE (2006) apresenta um alto índice de rentabilidade em relação às demais lavouras temporárias. A moagem da cana-de-açúcar ocorre entre os meses de outubro e março de cada ano, num período de seis meses.

No passado existiam em Água Branca até 47 engenhos de produção artesanal, em 2006 estão em atividade apenas 04 engenhos, além do engenho Comunitário de Água Branca que no ano de 2006 não realizou moagem, para Sampaio *et al* (2003) os engenhos têm enfrentado inúmeras dificuldades, mas vêm sobrevivendo apresentando potencialidades para expansão, incorporando mudanças tecnológicas ou organizacionais e ofertando produtos não tradicionais.

Em vista do pequeno universo desta pesquisa optou-se pesquisar o engenho comunitário, os quatro engenhos tradicionais em atividade, além de visitas à Prefeitura de Água Branca e Secretaria de Agricultura do município.

7.2 - O ENGENHO COMUNITÁRIO DE AGUA BRANCA

O Engenho Comunitário de Água Branca, é um projeto pioneiro da Prefeitura de Água Branca a instalação deste engenho foi possível graças ao Projeto Xingó e apoio do Sebrae para treinamento (SAMPAIO *ET AL*, 2003). Este engenho tem características semi-industrial, o objetivo do seu projeto é de possibilitar ao produtor de cana-de-açúcar um local adequado para produção de rapadura, açúcar mascavo, alfenim e cachaça, especialmente para os produtores que não possuem engenhos e são obrigados a fazer a produção de ‘meia’ ou seja o produtor fornece a cana que é utilizada para produção de rapadura e o resultado da produção é dividida ao meio entre o produtor de cana e o proprietário do engenho. A idéia do engenho comunitário é que os agricultores levem a cana-de-açúcar e utilizem as instalações do engenho para produção de seus produtos, pagando uma taxa pela utilização do mesmo, além da mão-de-obra dos trabalhadores do engenho comunitário.

Tradicionalmente os engenhos de Água Branca adotam o sistema conhecido como trem jamaicano, cuja tecnologia foi introduzida no Brasil em 1811 (UNICA, 2006), que consiste em uma só fornalha que alimenta cinco tachos, o suco vai passando de tacho em tacho até alcançar o ponto de rapadura ou mel de engenho, conforme figura dois no anexo, o sistema de produção adotado pelo engenho comunitário utiliza uma tecnologia diferente da usada na região, sendo este um dos motivos da sua rejeição, segundo Sampaio et al (2003) a taxa cobrada pela prefeitura para utilização do engenho comunitário também colaborou para a rejeição do mesmo.

7.3 SISTEMA DE PRODUÇÃO DE AÇÚCAR DO ENGENHO COMUNITÁRIO DE ÁGUA BRANCA.

O sistema produtivo do Engenho Comunitário funciona a vapor, consiste basicamente em uma moenda, uma caldeira, um sistema de lâmina d'água para produção do vapor, três tachos de aço inoxidável colocados em desnível para utilização da força da gravidade para o caldo passar de um tacho para outro, uma mesa cujo tampo é revestido de fórmica e as formas para rapadura que são constituídas de varetas de alumínio em formato retangular, dentadas em um dos lados mais longos, que servem de encaixe para receber outras varetas de alumínio dando o formato tradicional retangular da rapadura, estes encaixes tomam a forma de um grande tabuleiro, e postas sobre uma mesa revestida de fórmica, cujo tampo servirá de fundo para as formas da rapadura. A figura 3 exposta no apêndice, mostra o formato destas fôrmas de rapadura, após os encaixes, neste caso hipotético produziria 9 rapaduras.

Para produção do açúcar mascavo é utilizado uma fôrma de alumínio quadrada com fundo medindo aproximadamente 1m^2 onde o caldo é colocado para resfriamento e depois é esfarelado na mesma, a seguir o açúcar é peneirado e as pedras maiores que ficam na peneira passam por uma moenda, sendo peneirado novamente, após peneirado segue para embalagem e distribuição.

O Engenho Comunitário também possui um sistema de produção de cachaça, não abordado por este estudo por estar fora do seu escopo.

Os problemas apontados pelos entrevistados foram os seguintes: a) ao ser moída a cana-de-açúcar, o caldo é peneirado e canalizado por tubulação que fica abaixo do local de saída da extração do caldo, e levado ao primeiro tacho. A prensa da moenda é muito apertada, seus dentes provocam um total esfarelamento do bagaço da cana, este bagaço de cana cai

diretamente na fornalha da caldeira para alimentar o fogo que produzirá o vapor. O primeiro problema apontado é que como o bagaço cai “verde” ou seja ainda molhado, não proporciona um calor adequado necessário para resultar em uma boa produção, o calor produzido pelo vapor é menor do que o produzido no sistema de fornalha tradicionalmente utilizado na região. No sistema tradicional após a moagem o bagaço é retirado e exposto ao sol para secagem, após seco é utilizado para alimentar o fogo, como também para alimentar os animais; b) o acesso aos tachos por estarem em desníveis dá-se por escada, quando ocorre do caldo chegar ao terceiro tacho e ainda não ter dado o ponto de rapadura, toda a produção é perdida porque pela alta temperatura do caldo fica impossível transportá-lo pelas escadas sem colocar em risco os trabalhadores, neste caso há um perda total do produto ao contrário do sistema tradicional em que o mestre de cozimento pode retornar o caldo a tachos anteriores ou adicionar mais calda dos estágios anteriores, aproveitando todo o material até acertar o ponto; c) outro problema apontado é a falta de firmeza das formas utilizadas para a rapadura, por estarem fixas às outras apenas por encaixes sem nenhum ponto que lhes dê firmeza, quando o caldo é colocado sobre as mesmas, muitas vezes elas se desencaixam provocando a perda da rapadura, que é o produto com maior demanda, este refugo é aproveitado para a produção de açúcar mascavo.

Todos os entrevistados mostraram rejeição ao processo produtivo adotado no engenho comunitário, o fato deste processo ser diferente do utilizado ao longo dos anos na comunidade que adota o sistema do trem jamaicano (que consiste numa só fornada para vários tachos), contribuiu para esta rejeição. Na figura 4 localizado no apêndice há uma descrição esquemática do sistema de produção no Engenho Comunitário Água Branca.

Devido à falta de interesse dos agricultores na utilização do engenho comunitário, na safra 2005-2006, o engenho não foi utilizado pelos mesmos. No momento estão estudando proposta da Prefeitura de Água Branca em cede-lo em comodato a uma associação ou

cooperativa dos produtores do município, durante nossa visita um dos proprietários de engenho Sr. Mauricio César Bezerra Brandão, que é Secretário Municipal da Agricultura e Meio Ambiente do Município estava empenhado em motivar os demais produtores e proprietários de engenhos a aceitar este comodato para a produção de cachaça.

7.4 O UNIVERSO DOS PRODUTORES DE CANA-DE-AÇÚCAR DE ÁGUA BRANCA E SEUS ENGENHOS TRADICIONAIS.

O universo dos produtores de cana-de-açúcar e seus engenhos tradicionais é formado por mais de 70 pequenos produtores e 4 engenhos de fabrico artesanal. São pequenas propriedades alguns com menos de 2 hectares e os maiores pouco passam de 13 hectares, porém a maior parte possui menos de 10 hectares (SAMPAIO *ET AL*, 2003). Este estudo restringiu-se a pesquisa de campo junto aos 4 engenhos que estão em atividade, deve-se destacar porém que num passado recente o município possuía pelos menos 47 engenhos que hoje estão desativados mas que podem ser ativados.

Os agricultores que não possuem engenhos entregam sua produção de cana aos proprietários de engenhos para “produção de meia” ou seja, a cana é utilizada para produção de rapadura, o resultado da produção é dividido meio a meio entre o proprietário do engenho e o fornecedor de cana.

Dos quatro engenhos estudados o menor possui menos de 5 hectares e o maior 15 hectares apresentando em média de 10 hectares por propriedade, o mais novo produz há trinta anos e o mais antigo há 80 anos. Nas propriedades dos engenhos além da cana-de-açúcar desenvolvem cultura de mandioca, milho, pastagens, banana, feijão, jaca, manga e laranjas, em geral para subsistência, eventuais excedentes são vendidos na feira; há também a criação

de gado, burros e cavalos. Nenhuma das propriedades estudadas faziam uso de contabilidade, controle de estoques ou de custo.

Nas propriedades visitadas, não foi encontrado nenhum vestígio do uso de agrotóxicos, adubos ou similares. Segundo entrevistados não existe necessidade de utilização de tais produtos em vista da boa qualidade da terra para o plantio de cana-de-açúcar, na expressão de um deles “*a gente planta e Deus toma conta*”. Devido ao terreno acidentado o solo está sujeito a erosão pelas chuvas, foi observado que não há utilização de nenhuma técnica de proteção da terra contra a erosão. Após o corte da cana as folhas são deixadas no solo para compostagem⁵.

A principal produção é de rapadura e numa menor escala mel de engenho e alfenim, os 4 engenhos empregam em média 19 pessoas no período de moagem, na tabela 5 no apêndice temos a descrição das funções desempenhadas no engenho e o valor médio de um dia de salário de cada uma.

Os engenhos são pequenas organizações que dispõem de tecnologia de processo artesanal, e o controle de qualidade é precário. Dessa forma os detritos do caldo retirado na primeira etapa do processo produtivo, mediante adição de solução de água com cal, são lançados no meio ambiente quando deveriam ser tratados e posteriormente destinados à alimentação animal ou adubagem da terra.

Um dos maiores desafios para os engenhos é a falta de estrutura física, apesar do cultivo da cana ser aparentemente orgânica, o descuido com os detritos e a falta de estrutura representam o maior grau de investimento a ser realizado para obtenção das certificações necessárias para comercialização dos produtos no comércio justo internacional.

⁵ Compostagem é o processo de transformação de materiais grosseiros como: palhas, folhas, frutos, estrumes, em materiais orgânicos que servirão de adubo para a terra. Este composto é obtido pela ação do homem utilizando-se de tais materiais acrescido de água, calor e gás carbônico.(Planeta Orgânico, 2006. Disponível em < <http://www.planetaorganico.com.br/composto.htm>> acesso em 26/06/2006.

É necessário dar destaque ao Engenho São Lourenço, dos quatro estudados é o que apresenta melhores condições para um futuro registro no MAPA, como também obtenção de certificação como produção orgânica. Neste engenho os trabalhadores usam fardamento, o ambiente é mais bem cuidado, havendo tampa de proteção para os depósitos e para as caldeiras após o uso, os detritos da produção são tratados antes de voltar à natureza como alimentos para os animais ou irrigação do pasto.

7.5 DESCRIÇÃO DO SISTEMA DE PRODUÇÃO DOS ENGENHOS TRADICIONAIS DE ÁGUA BRANCA.

Na produção dos derivados de cana-de-açúcar dos engenhos tradicionais utiliza-se o sistema jamaicano conhecido como trem jamaicano, que consiste em uma única fornada para 5 tachos. O sistema consiste em um forno único para todos os tachos, uma moenda, dois depósitos para o caldo, cinco tachos sendo o último removível, gamelas e formas para a rapadura.

Inicia-se o processo com a moagem da cana-de-açúcar numa moenda, o bagaço da cana segue para área externa para secagem quando então seco servirá de lenha para a forno e alimento para os animais. O caldo passa por uma peneira e segue para um depósito para decantação, passa por outra peneira e vai para uma caixa de depósito ao lado do primeiro tacho, a seguir é colocado no primeiro tacho quando levantar fervura é acrescentado uma mistura de água com cal que serve para separar os detritos do caldo. Este detrito forma uma espuma que é retirada do tacho com uma concha, este detrito chama-se “cabau” , a seguir o caldo vai passando de tacho em tacho, no quarto tacho já está em formato de mel de engenho, no quinto tacho é adicionado algumas gotas de óleo de mamona para dar o ponto da rapadura, responsabilidade do mestre de cozimento. Nesta fase o caldo da rapadura é colocado numa

gamela para ser resfriada e a seguir colocada nas formas. Após o esfriamento as rapaduras são desenformadas, embaladas e seguem para comercialização. Na figura 4 temos uma descrição resumida do sistema de produção nos engenhos tradicionais de Água Branca.

8 EXIGÊNCIAS PARA REGISTRO DO AÇÚCAR NO MAPA, CERTIFICAÇÃO DE PRODUÇÃO ORGÂNICA E FLO.

8.1 – EXIGÊNCIAS PARA REGISTRO NO MAPA

No Brasil os produtos industriais estão sujeitos às normas e procedimentos determinados pelo MAPA, Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e Ministério da Saúde (MS). O açúcar está dispensado de registro de acordo com a resolução RDC 278/2005 da ANVISA, no entanto assim como os demais produtos industrializados os produtores de açúcar estão sujeitos ao Manual das Boas Práticas de Fabricação de Alimentos, que consiste em uma portaria do Ministério da Saúde (MS)⁶, uma portaria da Secretária de Vigilância Sanitária (SVS)⁷ e uma resolução da ANVISA.⁸

O Manual das Boas Práticas de Fabricação de Alimentos (MBPFA) trata de questões relativas à edificação e instalação das unidades industriais verificando o acesso, procedimento para limpeza de portas, tetos, etc; equipamentos, móveis e utensílios, determina sistema de limpeza dos mesmos, condições para armazenamento etc; trata também do sistema de transporte de matéria prima, alimentos e embalagens, rotulagem, armazenamento do produto etc; trata ainda da questão de documentos relativos aos procedimentos operacionais e treinamento dos empregados; quanto aos manipuladores de alimentos há determinações quanto ao fardamento, uso de equipamento de proteção individual e coletivo; asseio pessoal, hábitos higiênicos, estado de saúde dos mesmos etc

O Engenho Comunitário de Água Branca apresenta a vantagem de ter sido aparentemente projetado para atender as exigências da vigilância sanitária, sua utilização pelos produtores significaria menor investimento de adaptação à consecução do registro da

⁶ Portaria MS nº 428 de 26/11/93

⁷ Portaria SVS MS nº 326 de 30/01/1997

⁸ Resolução – RDC nº 275 de 21/10/2002

produtora na ANVISA. No entanto afim de que haja uma diminuição da rejeição por parte dos agricultores locais, é necessário que se faça um estudo para comprovar se existe de fato perda de produtividade com a nova tecnologia, como também um comparativo em relação a esta provável perda e os ganhos que seriam obtidos com sua utilização em virtude de o mesmo atender as exigências do Manual das Boas Práticas de Fabricação.

Dos 4 engenhos artesanais visitados 03 teriam que realizar grandes investimentos por estarem funcionando em situação de higiene que diverge do MBPF. O Engenho São Lourenço no entanto apresenta perfil mais próximo ao desejado pela vigilância sanitária, ainda que seja necessário investimento na sua estrutura ele já atende a algumas exigências do MBPFA.

8.2 EXIGÊNCIAS PARA CERTIFICAÇÃO DE PRODUTOS ORGÂNICOS

Observou-se que os engenhos estabelecidos no Município de Água Branca apontam algumas simetrias com as exigências do IBD, mas também apresentam vários aspectos que precisam ser melhorados e implementados.

As exigências para certificação como produção orgânica estão relacionadas ao manejo na propriedade como também o manejo do produto resultante da industrialização. Quanto ao manejo da propriedade as principais exigências são: desintoxicação do solo, não utilização de adubos químicos e agrotóxicos, atendimento às normas ambientais do Código Florestal Brasileiro, recomposição de matas ciliares, preservação de espécies nativas e mananciais, respeito às normas sociais baseadas nos acordos internacionais do trabalho, bem-estar animal, envolvimento com projetos sociais e preservação ambiental. Espera-se que a propriedade seja entendida como um organismo vivo e que a diversidade é importante para a natureza por este motivo a monocultura não é permitida sendo importante que se cultive outras variedades além daquela explorada comercialmente como também a criação de animais que fornecerá material

necessário para adubação natural, pretende-se limitar ao máximo a importação de qualquer insumo fora da propriedade.

As exigências acima são parcialmente atendidas pelos agricultores de Água Branca, os mesmos cultivam várias espécies: milho, feijão, mandioca, manga, laranjas etc juntamente com a cana-de-açúcar e criam animais. Os agricultores não aplicam nenhuma técnica de contenção de erosão do solo, sendo necessária a implantação desta. Segundo os próprios agricultores esta questão pode ser facilmente resolvida com a utilização de plantio de nível.

As certificadoras também exigem controle e rastreabilidade do produto porque além da certificação do projeto, há também certificação de cada lote vendido. Esta exigência requer um maior grau de investimento e envolvimento das pessoas porque necessita haver um controle desde o plantio até a distribuição do produto, deve-se dividir a propriedade em lotes e a partir do plantio criar sistemas de rastreabilidade com evidências concretas, através de controle de plantio, colheitas, transporte, produção, armazenagem, transporte e distribuição do produto.

Para obtenção da certificação orgânica além do credenciamento pela Secretaria de Vigilância Sanitária, é necessário o cumprimento de formalidades relativas as obrigações fiscais (tributárias, trabalhistas e previdenciárias).

8.3 CERTIFICAÇÃO INTERNACIONAL PELA FLO⁹

A FLO certifica projetos de produtores estabelecidos em países em desenvolvimento que se utilizam das premissas do desenvolvimento sustentável de tal forma que assegure o não esgotamento dos recursos naturais para gerações posteriores. Os agricultores devem respeitar o meio ambiente, estarem organizados de forma democrática em associações ou cooperativas,

⁹ FLO – International Fair Trade Labelling Organisation

devem respeitar a legislação pertinente ao direito do trabalho e tributária, dar iguais oportunidades a homens e mulheres.

Alguns engenhos de Água Branca apresentam características de agricultura familiar, no entanto existem empregados nos engenhos que não são parentes de seus proprietários, existe um inclusive em que 100% dos empregados não têm ligação de parentesco com o dono do engenho. Dessa forma observamos que algumas obrigações trabalhistas deixam de ser cumpridas. Para certificação junto a FLO é necessário regularizar a questão trabalhista e gestão democrática que pode ser resolvida através da constituição de uma cooperativa ou associação.

8.4 QUADRO RESUMO DAS ENTIDADES CERTIFICADORAS, VANTAGENS E RECOMENDAÇÕES PARA CERTIFICAÇÃO.

O quadro 1 apresenta de forma resumida as vantagens que cada certificação trará ao engenho, como também as recomendações de ações a serem implementadas para obtenção do registro ou certificação na entidade.

QUADRO 1 – Entidade, vantagens da certificação e/ou registro e recomendações em 08/2006.

Entidade	Tipo e Vantagens da Certificação/Registro	Recomendações
MAPA/ANVISA	Registro da indústria, abrirá possibilidade de comercialização no mercado interno formal (rede de supermercados e lojas), além de ser primordial para a comercialização no comércio internacional. É pré-requisito para certificação na FLO e IBD	Implementação de ações relativas a melhorias na edificação e instalação do engenho; treinamento dos manipuladores de alimentos e no transporte e armazenamento do produto. Implementar procedimentos operacionais padronizados de acordo com o manual de boas práticas de fabricação de alimentos.

IBD	Certificação como produto orgânico, agrega valor ao produto aumentando o valor de mercado.	Implementar ações de rastreabilidade do produto e regularização dos empregados dos engenhos e contabilidade.
FLO	Certificação que permite entrada no comércio justo internacional, tendo como vantagens a possibilidade de obtenção de financiamento da produção e contratos de longo e médio prazo.	Obter registro no MAPA e certificado do IBD para comercialização internacional dos produtos.

Fonte: Elaboração da autora.

O quadro 2 apresenta de forma resumida as simetrias ou fatores convergentes para a certificação em cada entidade. Deve-se observar que estas convergências e divergências estão relacionadas ao Engenho São Lourenço, que dos engenhos tradicionais analisados é o que apresenta maior número de fator convergente para registro nas entidades certificadoras.

QUADRO 2 – Simetrias e assimetrias apresentadas pelo Engenho São Lourenço em relação às instituições certificadoras em 08/2006.

Entidade	Simetrias (atende exigências do órgão)	Assimetrias (não atende exigências do órgão)
MAPA/ ANVISA	1.Edificação e instalação: atende a 8 requisitos; 2.Equipamentos, móveis e utensílios: atende a 0 requisito 3.Manipuladores: atende a 1 requisito 4.Produção e transporte do alimento: Atende a 2 requisitos	1.Edificação e instalação: Não atende ou atende em parte a 11 requisitos. 2.Equipamentos, móveis e utensílios: não atende ou atende em parte a 04 requisitos. 3.Manipuladores: Não atende ou atende em parte a 04 requisitos. 4.Produção e transporte do alimento: Não atende ou atende em parte a 3 requisitos 5. Manual de boas práticas e procedimentos operacionais padronizados: Não implementado
IBD	1.Não utilização de agrotóxicos e defensivos agrícolas.	1.Rastreabilidade do produto; 2.Regularização dos empregados; 3.Regularização da contabilidade.
FLO	1.Município em desenvolvimento; 2.Pequenos produtores; 3.Respeito ao meio ambiente; 4.Baixa renda per capita.	1.Falta de registro no MAPA/ANVISA; 2.Falta de certificação como produto orgânico (IBD).

Fonte: Elaboração da autora.

9 CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E SUGESTÕES DO ESTUDO

9.1 CONCLUSÕES

Este estudo foi concebido com o propósito de verificar a possibilidade de inserção do açúcar mascavo produzido em Água Branca na rede internacional de comércio justo. O comércio justo caracteriza-se como uma rede de instituições que tem o propósito de ajudar pessoas que estão marginalizadas do sistema de comércio internacional e que se localizam em países em desenvolvimento.

Observa-se que há um interesse crescente de preservação do meio ambiente a partir da assinatura da Agenda 21, os países signatários passaram a implementar ações sistematizadas de controle da poluição do meio ambiente e conscientização de seus cidadãos da necessidade de pacto de preservação para gerações futuras. Devido a esta necessidade de preservação os produtos agropecuários obtidos sob o guarda-chuva da agroecologia que representa os vários tipos de agriculturas que respeitam e preservam o meio ambiente tais como, agricultura natural, agricultura orgânica, permacultura, agricultura biodinâmica, agricultura sustentável, Démeter, entre outras que têm em comum a preservação da natureza, respeito e preservação do meio ambiente, não utilização de agrotóxicos ou adubos químicos.

A agricultura praticada pelos produtores de cana-de-açúcar no município de Água Branca apresenta várias simetrias com as exigências de certificação de agricultura orgânica havendo necessidade de implementar ações de preservação do solo, controle e rastreabilidade do produto.

As entidades internacionais que operam no comércio justo da União Européia demonstram especial interesse de aquisição de produtos que não prejudiquem o meio ambiente, além de respeito aos acordos internacionais de trabalho e leis tributárias no país de

origem. O município de Água Branca apresenta características que o coloca dentro do público alvo do *Fair Trade*, por exemplo está incluído entre os municípios brasileiros menos desenvolvidos, além da cultura local apresentar consciência ecológica respeitando o meio ambiente sem utilização de agrotóxicos. Como pontos positivos destacamos que os agricultores entrevistados demonstram interesse na perspectiva da abertura de um novo mercado, encontram-se num estágio de inconformismo próprio de quem espera e contribuirá para mudanças, como ponto negativo observamos a ausência do Estado com políticas desenvolvimentista e de apoio, exceto a Prefeitura de Água Branca com o pioneiro projeto do Engenho Comunitário.

A análise das exigências da ANVISA em relação as boas práticas de fabricação de alimentos representa o ponto mais crítico de adaptação a ser implementado pelos agricultores, refere-se a implementação de mudanças no ambiente físico do engenho como também no trato e manuseio do alimento, havendo necessidade de treinamento do pessoal sobre a prática sistematizada de higiene pessoal - por exemplo como lavar as mãos e higienização do local de fabricação. Atender as normas da ANVISA representa o maior desafio para a comunidade de agricultores e produtores de açúcar de Água Branca.

Durante execução deste estudo técnicos do Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES), juntamente com técnicos do Projeto Xingó estiveram na cidade com a proposta de reativar uma cooperativa de produtores para reativar as atividades do Engenho Comunitário, segundo informações informais de antigos membros desta cooperativa a mesma foi a falência por erros de cálculos de custos e devido aos diversos planos implementados pelo governo brasileiro para conter a inflação, e inclusive há um grande débito desta cooperativa junto ao BNDES. É necessário avaliar se a proposta de reativar uma cooperativa endividada e iniciação de um novo projeto com dívidas do passado é vantajoso para os agricultores, urge fazer um projeção levando em consideração estes aspectos.

Uma das premissas do *Fair Trade* é educar e informar os consumidores sobre a injustiça da ordem econômica mundial, sobre a pobreza dos produtores do terceiro mundo e defender o comércio justo como um comércio alternativo para mudar a estrutura injusta do comércio internacional. O Brasil apresenta grande desigualdade de distribuição de renda, internamente temos uma estrutura de comércio que prejudica os pequenos produtores, é necessário que se inicie sistematicamente a educação do consumidor interno, para formação de contingentes de consumidores do comércio justo no Brasil.

O caso do Grupo Curupira do Jaboti apresentado por Ricardo Ceviera demonstra que uma comunidade pode alterar seu destino se assim se empenhar na mudança necessária, este grupo obteve conquistas econômicas, sociais e ambientais a partir da necessidade de mudança e de perspectivas de ganhos econômicos adicionais. Nada impede que os agricultores de Água Branca trilhem o mesmo caminho em busca de melhoria de vida para eles e suas famílias.

Uma das formas de prospecção de mercado internacional é a participação em feiras e fóruns. Os agricultores de Água Branca podem prospectar não só mercado internacional como também o nacional através da participação nestes eventos.

Durante entrevista para elaboração deste estudo a gerente de agricultura orgânica da Visão Mundial no Brasil, mostrou interesse em pesquisar mercado internacional de comércio justo para o alfenim produzido em Água Branca.

9.2 SUGESTÕES E LIMITAÇÕES DESTE ESTUDO

Este estudo surgiu como necessidade de promover desenvolvimento sustentável da comunidade de Água Branca, apontando prováveis caminhos de abertura para um mercado

que pode ser conquistado, naturalmente que não esgota o assunto, serve tão somente de ponto de reflexão para outros estudos na área.

Como limitações deste estudo aponta-se a falta de informações sobre o comércio justo no Brasil, não existe muita literatura disponível, outro fator de limite ou até mesmo falha neste estudo foi a ausência de análise química do solo para comprovação da ausência de agrotóxicos este fato deveu-se a falta de verba para realizar tais testes. A fim de minimizar a ausência destes testes foi realizada vistorias não programadas nas propriedades para certificação de indícios de uso de agrotóxicos tais como embalagens vazias, equipamentos de aplicação de produtos químicos etc mas nada foi encontrado que sugira a adoção de tais práticas.

Com o propósito de proporcionar melhor qualidade de vida aos agricultores e produtores de Água Branca, como também a disseminação no mercado sobre os ideais do comércio justo, sugerimos as seguintes ações:

- Implementar campanha nacional sobre o comércio justo com o intuito de educação e formação de consumidores internos;
- Realizar testes químicos no solo das plantações de cana-de-açúcar de Água Branca para comprovação do não uso de agrotóxicos;
- Estimular o associativismo ou cooperativismo entre os produtores com o intuito de amenizar os custos de implementação das mudanças requeridas;
- Estimular os agricultores a participarem de feiras nacionais e internacionais do Comércio Justo;
- Elaborar prospecção de custos nas diversas modalidades de possibilidades de organização: empresa comercial, associação ou cooperativa, para verificação da forma mais vantajosa para os agricultores;
- Imediata regularização dos trabalhadores quanto à assinatura das carteiras de trabalho;

- Estudo sobre os investimentos necessários a adequação às boas práticas de fabricação de alimentos da ANVISA.

Existem críticas ao *Fair Trade* especialmente na União Européia que concentra fortemente suas compras em suas ex-colônias de que este tipo de comércio seria uma nova forma de subjugação dos países em desenvolvimento aos desenvolvidos, a título de sugestão pode-se estudar os seguintes temas para discussão:

- a) Até que ponto a dependência do comércio justo representa um atraso para as economias dos países em desenvolvimento?
- b) Há de fato uma subjugação destes países em relação aos seus compradores?
- c) A comercialização destes produtos no mercado interno pode ser visto como um subsídio, apesar de não envolver diretamente os governos?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS

ALMEIDA, Manoel Bosco de; et al. **Identificação e avaliação de aglomerações produtivas: uma proposta metodológica para o Nordeste**. Recife: IPSA/PIMES, 2003.

ÁVILA, João Carlos. **Princípios básicos do método biodinâmico**. Disponível em < <http://www.sab.org.br/agric-biod/principios.htm> > acesso em 22/02/2006.

BNDES. **Agricultura Orgânica: Quando o passado é futuro**. BNDES Setorial, n. 15, p. 3-34, março 2002: Rio de Janeiro. Disponível em < <http://www.bndes.gov.br/conhecimento/bnset/set1501.pdf> > acesso em 15/01/2006.

BRASIL. ANVISA. Resolução de Diretoria Colegiada nº 275, de 21 de outubro de 2005. Dispõe sobre as condições de higiênico-sanitária e boas práticas de fabricação de alimentos. Disponível em < <http://e-legis.anvisa.gov.br/leisref/public/showAct.php?id=8134&word=resolu%C3%A7%C3%A3o> > acesso em 20/01/2006.

BRASIL. ANVISA. Resolução de Diretoria Colegiada nº 278, de 22 de setembro de 2005. Dispõe sobre categorias de alimentos e embalagens dispensados e com obrigatoriedade de registro. Disponível em < <http://e-legis.anvisa.gov.br/leisref/public/showAct.php?id=13913&word=resolu%C3%A7%C3%A3o> > acesso em 20/01/2006.

BRASIL. Comissão de Política de Desenvolvimento Sustentável e da Agenda 21 Nacional. **Agenda 21 Brasileira – Ações Prioritárias**. Disponível em < <http://www.mma.gov.br/estruturas/agenda21/arquivos/acoes.pdf> > acesso em 17/12/2005.

BRASIL. Lei 10.831, de 23 de dezembro de 2003. Dispõe sobre agricultura orgânica e dá outras providências. Disponível em < <http://www6.senado.gov.br/legislacao/ListaTextoIntegral.action?id=225567> > acesso em 31/07/2005.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Instrução normativa 007/99**, de 17 de maio de 1999. Dispõe sobre normas de produção de produtos orgânicos vegetais e animais. Disponível em < <http://www.ibd.com.br/legislacao/007.htm> > , acesso em 23/07/2005.

BRASIL. Ministério da Saúde. Portaria nº 1428, de 26 de novembro de 1993. Dispõe sobre normas de fabricação de alimentos e estabelece obrigatoriedade de adoção de boas práticas de fabricação de alimentos. Disponível em < <http://e-legis.anvisa.gov.br/leisref/public/showAct.php?id=661> > , acesso em 20/01/2006.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **O que é a Agenda 21?** Disponível em < <http://www.mma.gov.br/index.php?ido=conteudo.monta&idEstrutura=18&idConteudo=597> > acesso em 26/09/2005.

CAPORAL, Roberto Francisco. **Superando a Revolução Verde: A transição agroecológica no estado do Rio Grande do Sul, Brasil**. Disponível em < <http://www.agirazul.com.br/artigos/caporal1.htm> > acesso em 30/05/06.

CARSON, Rachel. **Silent Spring**, Boston: Houghton Mifflin, 1962, *apud* CAPORAL, Roberto Francisco. **Superando a Revolução Verde: A transição agroecológica no estado do Rio Grande do Sul, Brasil**. Disponível em < <http://www.agirazul.com.br/artigos/caporal1.htm> > acesso em 30/05/06.

CARVALHO, Maria Aparecida. SILVA, César R. Leite. **Economia Internacional**. 2 ed. – São Paulo: Saraiva, 2003.

CERVEIRA, Ricardo. **Agroecologia e Desenvolvimento: Estudo de Caso do Grupo Curupira, Jaboti, Paraná**. São Paulo:2002, Tese de Mestrado. Disponível em < www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8135/tde-15072003-191150/publico/TESE RicardoCerveira.pdf > acesso em 28/05/06.

CHESNAIS, François. **A Mundialização do Capital**, São Paulo: Xamã, 1996.

CORMACK, R.M., **A Review of Classification**, Journal of Royal Statistical Society. Series-A. General. V. 134, p. 321-367. 1971 in ALMEIDA, Manoel Bosco de; et al. **Identificação e avaliação de aglomerações produtivas: uma proposta metodológica para o Nordeste**. Recife: IPSA/PIMES, 2003.

CPRM- Serviço Geológico do Brasil. **Projeto de fontes de abastecimento por água subterrânea. Diagnóstico do município de Água Branca, estado de Alagoas**. / Organizado por João de Castro Mascarenhas, Breno Augusto Beltrão, Luiz Carlos de souza Junior. Recife: CPRM/PRODEEM, 2005. Disponível em < <http://www.cprm.gov.br/rehi/atlas/alagoas/relatorios/AGBR001.pdf> > acesso em 01/06/2006.

EFTA *European Fair Trade Association*. **Information on Yearbook, Efta Yearbook: Challenges of Fair Trade 2001-2003**. Bélgica, 2002. Disponível em: http://www.eftafairtrade.org/pdf/YRB2001Ch01_EN.pdf > acesso em 03/07/2005.

EHLERS, Eduardo. **Por que Sir Albert Howard é considerado o “pai” da agricultura orgânica?** Disponível em < <http://www.aao.org.br/ahoward.asp> > acesso em 21/01/2006.

ÉTICA Comércio Solidário. **Catálogo de Artesanato**. Brasil. Sem data.

Fairtrade Foundation. *About Fairtrade. Fairtrade in UK. Sales of Fairtrade products in the UK*. Disponível em http://www.fairtrade.org.uk/about_sales.htm , acesso em 20/05/2006.

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 31/05/2006.

FINE. **Fair Trade in Europe 2005: Facts and Figures on Fair Trade in 25 European Countries**. Prepared by Jean-Maire Krier. Bruxelas, Bélgica: FINE (FLO/IFAT/NEWS/EFTA, 2005. Disponível em < <http://www.fairtrade.net/sites/news/FairTradeinEurope2005.pdf> > acesso em 27/05/2006.

Fundação Mokiti Okada. **Agricultura Natural: principio da própria natureza**. 2006. Disponível em < <http://www.fmo.org.br/cpmo/agricultura.asp> > acesso em 22/01/2006.

IBD Instituto Biodinâmico. **Diretrizes para o padrão de qualidade Orgânico Instituto Biodinâmico**. Botucatu: IBD, 12 ed., 2004. Disponível em < <http://www.ibd.com.br/diretrizes/diretrizesIBD12ed.pdf>> acesso em 15/07/2005.

IBGE. **Cidades@**. Informações sobre os municípios brasileiros. Disponível em < <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/default.php>> acesso em 15/01/2006.

IFAT. **Código de Prática. New Windsor-Maryland: IFAT, 1995**, Disponível em < <http://www.ifat.org/downloads/monitoring/copandstds/CodePracticeSP.doc> >, acesso em 31/05/2006.

IFOAM. **About The International Federation of Organic Agriculture Moviments**. Disponível em < http://www.ifoam.org/about_ifoam/index.html> acesso em 15/06/2006.

LAKATOS, Eva Maria. e Marconi, Marina de Andrade. **Fundamentos da Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 5 ed., 2003.

LUTZENBERGER, José A. **Ciência e Tecnologia: Onde está a mentira?**. Disponível em < <http://www.fgaia.org.br/texts/t-cietec.html> > acesso em 29/05/06. Palestra proferida em Seminário de Abertura, na Universidade de Mato Grosso: 1996.

MARCONI, Marina de Andrade e LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

NEVES, Maria Cristina Prata. **Harmonização e Equivalência no Comércio Mundial de Produtos Orgânicos**. 2003. Disponível em < http://www.cnpab.embrapa.br/servicos/artigos/artigo_reuniao_onu_ao.html >, acesso em 29/09/2005.

PORTER, Michael E. **Competição: estratégias competitivas essenciais**. Rio de Janeiro: Campus, 1999. (Série Harvard Business Review Book) in ALMEIDA, Manoel Bosco de; et al. **Identificação e avaliação de aglomerações produtivas: uma proposta metodológica para o Nordeste**. Recife: IPSA/PIMES, 2003.

Puga, Fernando Pimentel. **Experiências de apoio às micros, pequenas e médias empresas nos Estados Unidos, na Itália e em Taiwan**. Texto para discussão nº 75. BNDES, Rio de Janeiro:2000. Disponível em < <http://www.bndes.gov.br/conhecimento/TD/td-75.pdf> > acesso em 17/08/2005.

_____. **Alternativas de apoio a MPMEs localizadas em arranjos produtivos locais**. Texto para discussão nº 99, BNDES, Rio de Janeiro: 2003. Disponível em < <http://www.bndes.gov.br/conhecimento/td/td-99.pdf>> acesso em 17/08/2005.

SAMPAIO, Y. et al **Eficiência econômica e competitividade da cadeia produtiva: de derivado da cana-de-açúcar, Rapadura, mel, alfenim, açúcar mascavo e cachaça**. Maceió: SEBRAE/AL; FADE/UFPE, 2003.

SEBRAE Serviço de Apoio às Micros e Pequenas Empresas. **Metodologia de Desenvolvimento de Arranjos Produtivos Locais**. Projeto Promos – Sebrae – BID; versão

2.0 / Renato Caporali e Paulo Volker (organizadores). Brasília: Sebrae, 2004. Disponível em < [http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/C41C2DC053DE975E03256F350063AF4C/\\$File/NT000A0DA2.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/C41C2DC053DE975E03256F350063AF4C/$File/NT000A0DA2.pdf) > acesso em 15/03/2006.

_____. **Comércio Justo Pesquisa Mundial – Relatório**. Brasília, 2004. Disponível em < [http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/104971330CE5FF0B03256FBE0066119C/\\$File/NT000A4E3A.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/104971330CE5FF0B03256FBE0066119C/$File/NT000A4E3A.pdf) > acesso em 31/07/2005.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 22 ed. São Paulo : Cortez, 2002.

SILVA, J.A.R. AZKUENAGA, X. Z. CAÑADILLAS, I. P. **Marketing Social e as ONGD's de Comércio Justo**. Espanha, 2003. Disponível em < www.bsd-net.com/docs/ongds.pdf >, acesso em 09/2005.

SIXEL, Bernardo Thomas. **O que é a agricultura biodinâmica**. Disponível em < <http://www.sab.org.br/agric-biod/o-que-eh-BD.htm> > acesso em 25/05/2006.

THE FAIR TRADE FOUNDATION, Annual Report and Financial Statements 2004. Reino Unido, disponível em < www.fairtrade.org.uk/downloads/pdf/accounts2004.pdf > acesso em 25/05/2006.

UNIÃO EUROPÉIA. **Carta Européia das Pequenas Empresas**.2000. Disponível em < <http://europa.eu/scadplus/leg/pt/lvb/n26002.htm> > acesso em 28/05/2006.

VEIGA, José Eli da. ABRAMOVAY, Ricardo. EHLERS, Eduardo. **Em direção a uma agricultura mais sustentável**. In: **Patrimônio Ambiental Brasileiro**, organizado por Wagner Ribeiro, São Paulo:Eduspe/Imesp, pp. 305-306, 2004. Disponível em < http://www.econ.fea.usp.br/zeeli/Livros/%5B2003c%5Dem_direcao_a_uma_agricultura_mais_sustentavel.htm > acesso em 28/05/06.

ÚNICA-União da Agroindústria Canavieira de São Paulo. **Açúcar e Álcool do Brasil- Commodities da Energia e do Meio Ambiente**. São Paulo: 2004. Disponível em < www.portalunica.com.br/portalunica.

ANEXOS

ANEXO 1 LOGOMARCAS E ENDEREÇOS



Fairtrade Foundation

*Fairtrade Foundation, Room 204, 16 Baldwin's Gardens, London EC1N 7RJ
Tel: + 44(0)20 7405 5942 | fax: +44(0)20 7405 5943 | mail@fairtrade.org.uk*



Fairtrade Labelling Organisations International - FLO

FLO INTERNATIONAL

Bonner Talweg, 177

D – 53129 Bonn

Tel +49-228-949230 | Fax +49-228-2421713

e-mail FLO Ev: info@fairtrade.net

FLO Website: www.fairtrade.net

FLO CERT

Bonner Talweg, 177

D – 53129 Bonn

Tel +49-228-24930 | Fax +49-228-2493120

e-mail FLO Cert: info@flo-cert.net



Prijssestraat 24

4101 CR Culemborg

The Netherlands

Tel: +31(0) 345 53 59 14 | Fax: +31(0) 8 47 47 44 01

Email: info@ifat.org | communications@ifat.org | monitoring@ifat.org



Christofsstrasse 13

55116 Mainz

Germany

Tel: + 49 6131 9066 410 | e-mail: office@worldshops.org



Fair Procura Office

Marzia Rezzin

Rue de la Charite 43

1210 Brussels

Belgium

Tel: (+32) 2 217 37 80 | fax: (+32) 2 217 37 98

Email: fair-procura@eftatrade.org

Head Office

Kerdeweg 1

6305 BC Schin op Geul

Netherlands

Tel (+31) 43 325 69 17 Fax: (+31) 43 325 84 33

Email: efta@antenna.nl

ANEXO 2

Endereços de interesse na internet

www.aao.org.br
www.abnt.org.br
www.agirazul.com.br
www.anvisa.org.br
www.biodinâmica.org.br
www.bndes.gov.br
www.braziltradenet.gov.br
www.ces.fgvsp.br
www.cnpa.embrapa.br
www.cprm.gov.br
www.fgaia.org.br
www.eftafairtrade.org
www.fairtrade.org.uk
www.fmo.org.br/cpmo/agricultura.asp
www.governo.al.gov.br/municipios/alagoas.php
www.ibd.com.br
www.ibge.gov.br
www.iea.sp.gov.br
www.ifat.org
www.ifoam.org
www.ipea.org.br
www.mapa.gov.br
www.mdic.gov.br
www.mma.gov.br
www.mte.gov.br
www.pensa.org.br
www.planetaorganico.com.br
www.portalunica.com.br/portalunica
www.radarcomercial.desenvolvimento.gov.br
www.sab.org.br
www.sebrae.com.br
www.usp.br

ANEXO 3

DADOS DO COMÉRCIO JUSTO NA EUROPA EM 06/2005

	A	B	C	D	E	F	G	H
Austria	6	100	2000	1250	48	12805	7460	23
Bélgica	5	295	700	50	83	17055	7735	32
Dinamarca	1	6	1000	31	5	780	282	9
Filândia	5	25	3000	0	32	300	794	17
França	18	165	10000	132	85	9474	9300	74
Alemanha	41	800	23000	9800	203	55035	20000	87
Irlanda	3	6	250	0	9	615	710	24
Itália	9	500	4000	0	128	41165	0	0
Luxemburgo	0	6	80	0	2	0	800	39
Holanda	27	412	3100	1810	106	20643	30340	29
Noruega	1	0	4000	0	3	0	0	21
Portugal	1	9	0	11	0	92	294	0
Espana	12	95	0	850	29	7897	12262	11
Suécia	4	35	0	300	17	2188	728	15
Suiça	7	300	2500	20	63	15655	1980	31
Reino Unido	60	100	3100	5000	245	59556	10401	178
	200	2854	56730	19254	1058	243260	103086	590

Fonte: elaboração própria a partir de dados do FINE, outubro/2005.

República da Tcheca (CZ); Hungria (HU); Látvia (LV); Lituânia (LT); Eslováquia (SK); Eslovênia (SV); Grécia (GR), Polónia (PL) e Malta (MT).

A - NÚMEROS DE IMPORTADORAS NA EUROPA

B - NÚMEROS DE LOJAS *WORLDSHOPS*

Noruega= 0

Países não tabulados: CZ, GR, HU, LV, LT, MT, PL, SK e SL.

C - SUPERMERCADOS QUE VENDEM PRODUTOS *FAIR TRADE*

Portugal e Espanha não avaliado

Países não tabulados: CZ, GR, HU, LV, LT, MT, PL, SK e SL.

D - OUTROS PONTOS DE VENDAS DE PRODUTOS *FAIR TRADE*

E - PESSOAS EMPREGADAS NAS ORGANIZAÇÕES *FAIR TRADE* EM TEMPO INTEGRAL

Países não tabulados: CZ, GR, HU, LV, LT, MT, PL, SK e SL.

F - VALOR DAS IMPORTAÇÕES NA EUROPA - EM 000 DE EUROS

Noruega e Luxemburgo = 0

Países não tabulados: CZ, GR, HU, LV, LT, MT, PL, SK e SL.

G - VALOR DO FATURAMENTO DAS *WORLDSHOPS* em))) euros

Noruega=0

Países não tabulados: CZ, GR, HU, LV, LT, MT, PL, SK e SL.

H - NÚMEROS DE PROJETOS LICENCIADOS

Portugal e Itália: Não avaliado

Países não tabulados: CZ, GR, HU, LV, LT, MT, PL, SK e SL.

	I	J
Áustria	15781	1,94
Bélgica	20000	1,92
Dinamarca	12000	2,22
Finlândia	7700	1,48
França	69000	1,15
Alemanha	58000	0,7
Irlanda	5000	1,24
Itália	20000	0,35
Luxemburgo	2000	4,43
Holanda	35000	2,15
Noruega	4540	0,99
Portugal	0	0
Espana	0	0
Suécia	5480	0,61
Suíça	136028	18,47
Reino Unido	206289	3,46
	596818	1,51

Fonte: elaboração própria a partir de dados do FINE, outubro/2005.

I - VALOR DAS VENDAS NO VAREJO DE PRODUTOS COM SELO *FAIR TRADE* EM 000 EUROS

Portugal e Espanha: Não aplicável

Países não tabulados: CZ, GR, HU, LV, LT, MT, PL, SK e SL.

J - VALOR DAS VENDAS NO VAREJO DE PRODUTOS COM SELO *FAIR TRADE* EM 000 EUROS

Portugal e Espanha: Não aplicável

Países não tabulados: CZ, GR, HU, LV, LT, MT, PL, SK e SL.

ANEXO 4

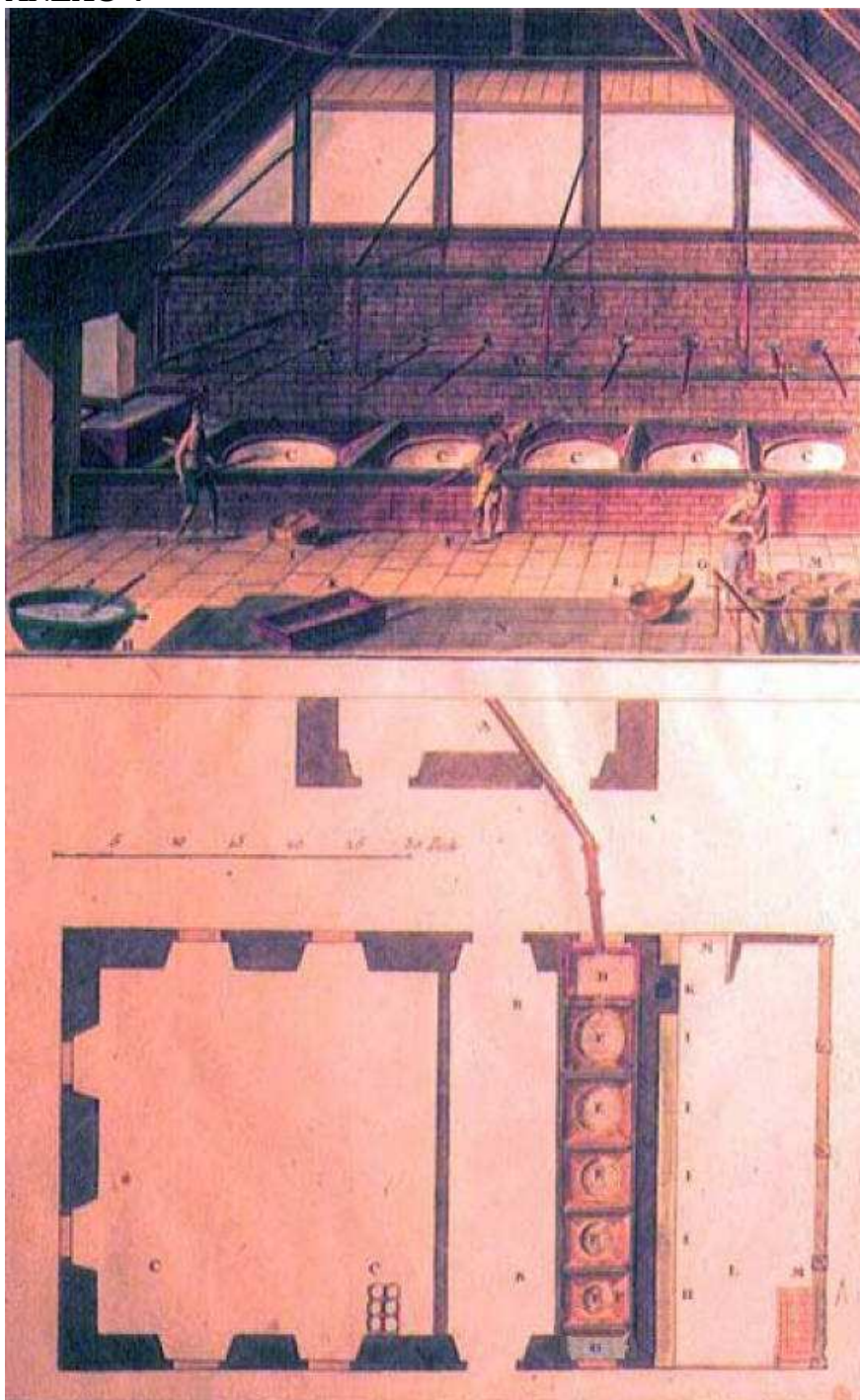


Figura 2 - Trem Jamaicano introduzido no Brasil em 1811.

Fonte: disponível em <www.novomilenio.inf.br/santos/h0133b4.htm> acesso em 31/05/2006.

ANEXO 5

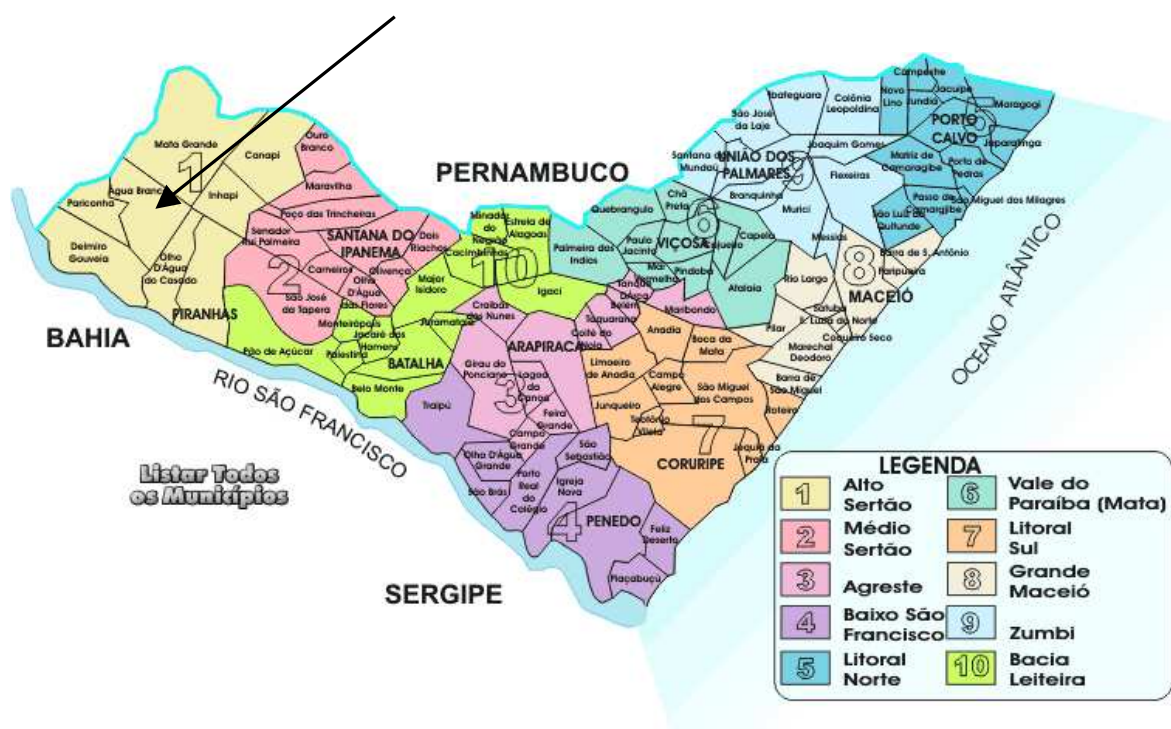


Figura 1 – Município de Água Branca

Fonte: <http://www.governo.al.gov.br/municipios/alagoas.php>

APÊNDICE

APÊNDICE 1

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA
MESTRADO PROFISSIONAL EM COMÉRCIO EXTERIOR E RELAÇÕES
INTERNACIONAIS

Projeto: Comércio Justo e Inserção Internacional de Produtos com Apelo Social

O Caso do Açúcar de Rapadura do Engenho Comunitário de Água Branca no Estado de
Alagoas
Janeiro/2006

1. DADOS GERAIS

1. Data da entrevista ____/____/ 2006.
2. Questionário nº _____.
3. Município: _____.
4. Estabelecimento: _____
5. Endereço: _____
6. Nome do entrevistado: _____
7. Posição no estabelecimento: _____
8. Telefone: _____ Email: _____

2. CARACTERIZAÇÃO DA PROPRIEDADE

1. Tempo de existência: _____
2. Tipo de estabelecimento:
☐ Agrícola ☐ Industrial ☐ agrícola e industrial
☐ Próprio ☐ área total: _____ ha ☐ área com cana _____ ha
☐ Arrendado ☐ área total: _____ ha ☐ área com cana _____ ha

3. PROCESSAMENTO

No estabelecimento: S/N: _____ Período de moagem _____

4. Produtos principais/culturas desenvolvidas:

- a) _____
- b) _____
- c) _____
- d) _____

5. Administração

- a) Existe controle contábil? _____
- b) Existe controle de estoque? _____
- c) Existe controle de custos? _____

6. Total das pessoas ocupadas:

Categoria	Nº	Período/perma- nente/temporário/ familiar	Salário médio	Obs./atividade
Administração				

Cortador de cana				
Cambiteiro				
Tratorista				
Outro				
Metedor de cana				
Mecânico				
Tirador de bagaço				
Metedor de fogo				
Mestre de cozimento				
Caldeireiro				
Caxeador				
Ajudante				
Mestre de destilação				
Ajudantes				

7. CARACTERIZAÇÃO DO SISTEMA DE PRODUÇÃO (ENGENHO)

1. Produção Cana-de-açúcar

Undidade:_____ Quant. Produzida_____ Quant. Comprada:_____ Preço compra_____

Quant. Vendida_____ Preço de venda_____

Quant. Trocada por produtos processados_____

Fornecedor_____

Resumo da produção de rapadura:

Unidade	Quant. Produzida	Quant. Vendida	Valor	Estoque
Características:				

Resumo da produção de açúcar mascavo:

Unidade	Quant. Produzida	Quant. Vendida	Valor	Estoque

2. Uso de Insumos

Tipo	Unidade	Quantidade	Custo	Fornecedor
Adubo				
Defensivos				
Herbicidas				
Outro				
Bagaço				
Lenha				
Blanquito				
Caroço de mamona				
Condimentos				
Mosto				

Outro				
Combustível				
Energia				
Hidrossulfito de sódio				

3. Transporte da matéria-prima/produto
 () animal () carroça () trator () caminhão () _____

4. Moagem:
 Terno de moendas: S/N _____ Idade média _____

5. Fonte de energia
 () eletricidade () água () óleo diesel () lenha/vapor

6. Cozimento
 a) fonte de calor: () bagaço () lenha () _____
 b) números de tachos _____ idade média _____
 c) números de gamelas (rapadura) _____ idade média _____
 d) número de vasilhames (batida) _____

7. Cristalização (açúcar mascavo)
 a) número de formas _____ idade média _____

8. Reservatório de caldo: () aberto () fechado
 Descrever _____ o _____ reservatório:

9. Utiliza controle de qualidade?

8. COMERCIALIZAÇÃO

a. Como o produto é comercializado: Unidade _____ Peso _____
 b. Comprador: _____
 c. Destino final: Município () Micro região () Estado () Outros Estados () Exterior ()
 d. Tempo de estocagem : Local _____ Aberto () Fechado ()
 Período médio _____ Período máximo _____

Alterações com estocagem prolongada _____

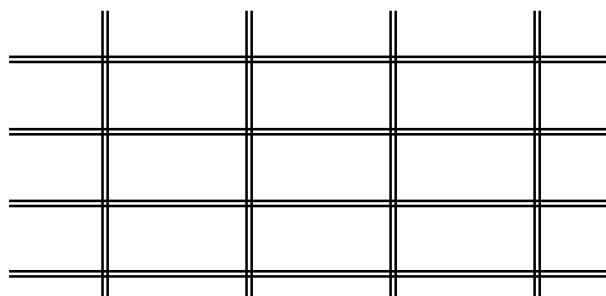
e. Descrever _____ condições _____ de _____ higiene:

f. Tempo de estocagem : Local _____ Aberto () Fechado ()
 Período médio _____ Período máximo _____

Alterações com estocagem prolongada _____

APÊNDICE 2

Figura 3 - Formato das formas de rapadura



Fonte: Elaboração própria

APÊNDICE 3

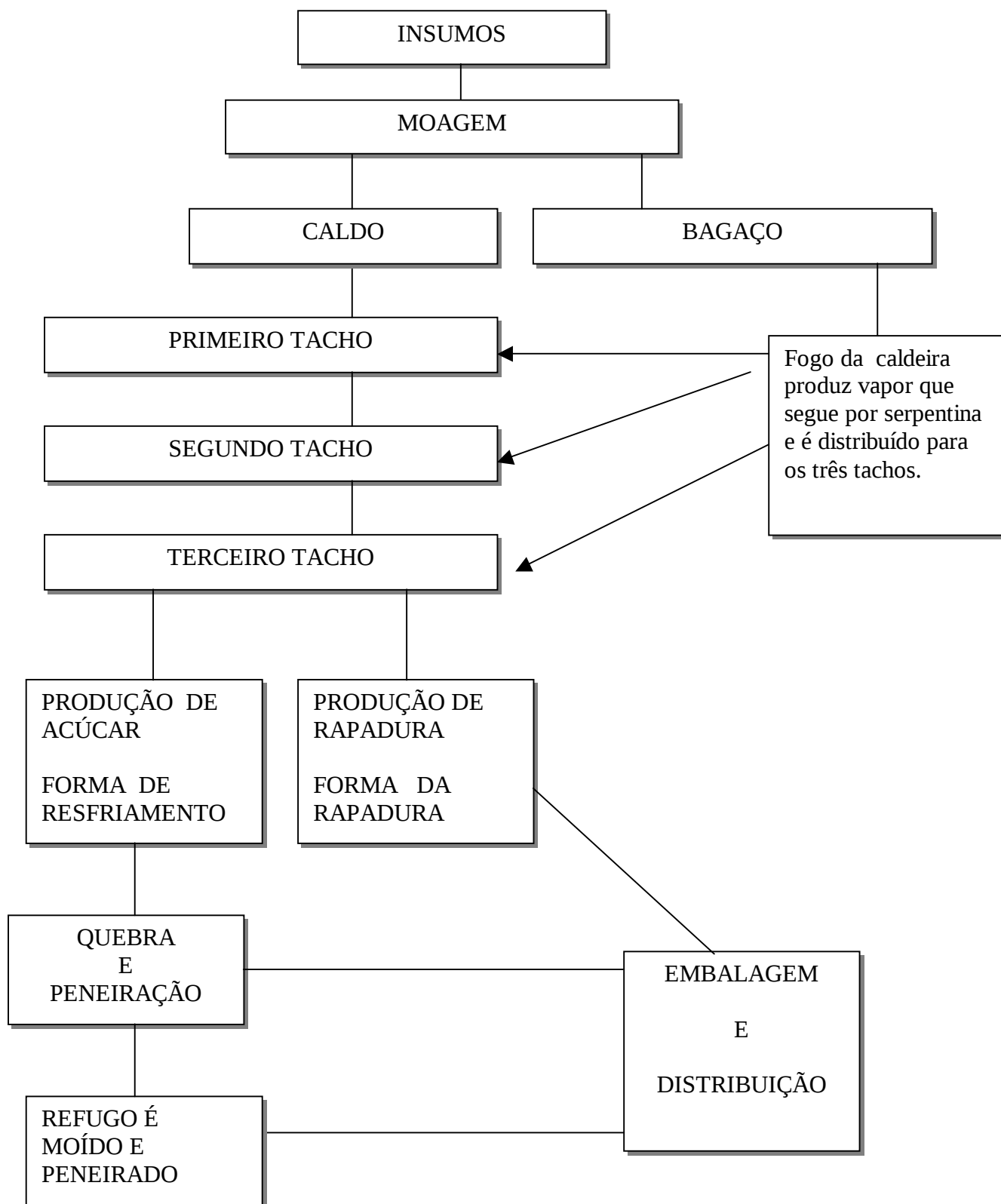


Figura 4 – Sistema de produção de açúcar no Engenho Comunitário de Água Branca – 06/2006.
Fonte: Elaboração própria

APÊNDICE 4

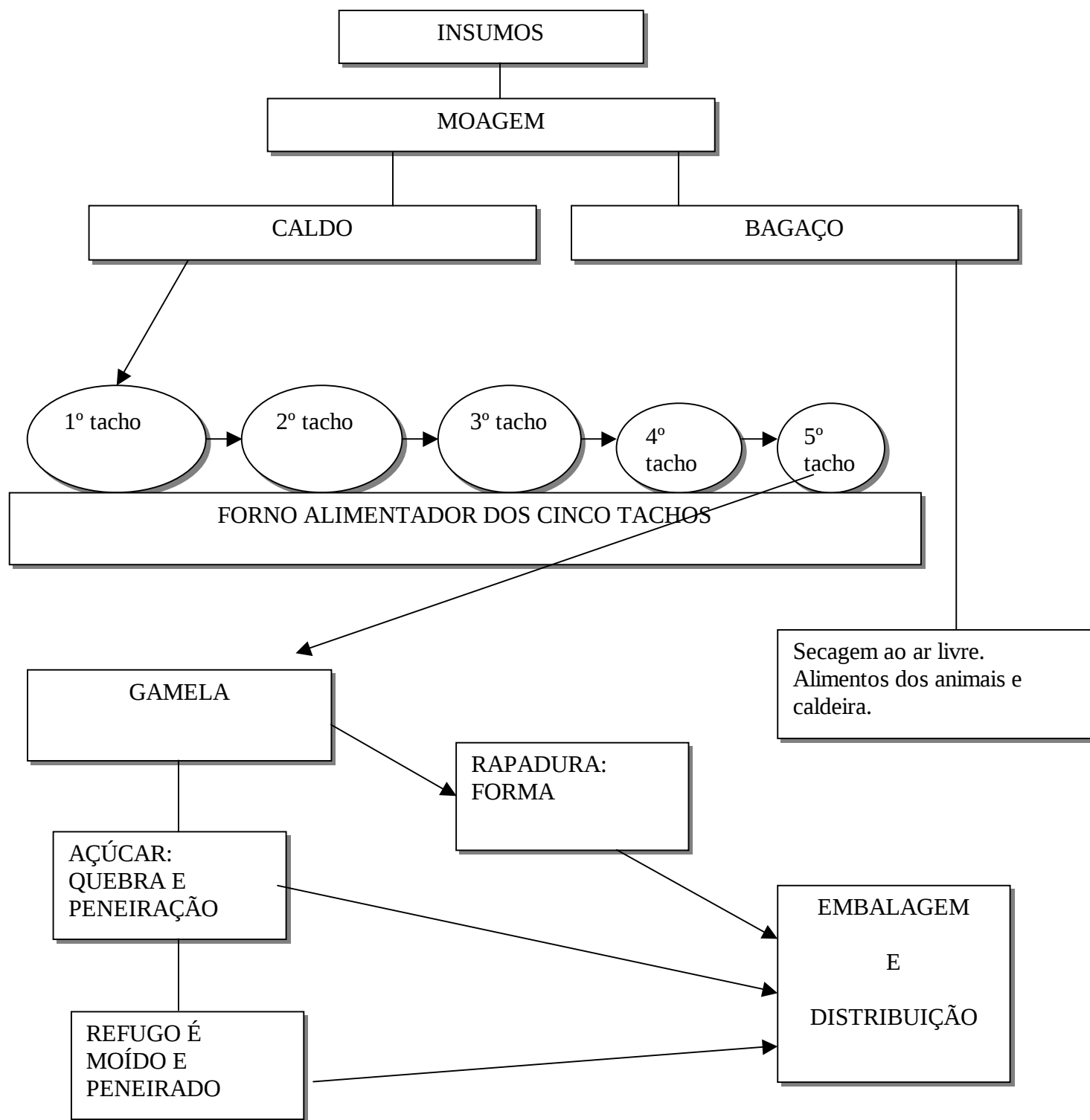


Figura 5 – Sistema de produção de açúcar e rapadura nos engenhos tradicionais de Água Branca – 06/2006.
Fonte: elaboração própria

APÊNDICE 5

Tabela 4 – Dados relativos a lavoura temporária em Água Branca, ano 2003

Ano 2003	Cana-de-açúcar	Milho	Mandioca	Feijão	Algodão
Área plantada (hectare)	31,00	1.200,00	400,00	1.075,00	160,00
Quantidade Produzida(toneladas)	1.116,00	207,00	4.000,00	332,00	46,00
Valor da produção (R\$)	112.000,00	83.000,00	1.000.000,00	415.000,00	60.000,00
Rendimento médio (kg/hect)	36.000	287	10.000	379	287
Rendimento médio (R\$/hec)	3.612,90	69,17	2.500,00	386,05	375,00
Rendimento % Produção	3,23	0,08	0,25	0,09	0,63

Fonte: Elaborada pela autora a partir de dados do IBGE, Produção Agrícola Municipal 2003.

Tabela 5 – Descrição de função e salários praticados nos engenhos de Água Branca na safra 2005-2006.

Categoria	Descrição	Variação do Salário por dia – R\$
Cortador de cana	Corta a cana no canavial e coloca no transporte.	8-10
Cambiteiro	Transporta a cana para o engenho.	8-10
Metedor de cana	Coloca a cana no terno para moagem.	10-15
Tirador de bagaço	Retira o bagaço do terno após moagem.	10-15
Metedor de fogo	Mantém o fogo acesso, na temperatura correta.	10-15
Mestre do cozimento	Responsável pelo “ponto” da rapadura.	12-15
Caldeireiro	Cozinha o caldo nas caldeiras.	10-15
Caxeador	“Caxea” o mel até que esfrie e o coloca na forma.	10-15
Ajud. do caldeireiro	Ajuda o caldeireiro.	10
Amarrador	Amarra as canas para transporte.	10
Banqueiro	Empilha a cana num banco no engenho.	10
Bagaceiro seco	Leva o bagaço para área externa e espalha para secagem.	10
Batedor de forma	Cuida da organização e limpeza das formas.	10

Fonte: Elaboração própria

APÊNDICE 6

LISTA DE VERIFICAÇÃO PARA REGISTRO DA INDÚSTRIA NA ANVISA (ADAPTADA)

RESUMO DA LISTA DE VERIFICAÇÃO DE BOAS PRÁTICAS DE FABRICAÇÃO DE ALIMENTOS, ANEXO DA RDC Nº 275/2002.					
Item	Descrição	Engenho São Lourenço			
		SIM	NÃO	EM PAR TE	Não aplica vel
EDIFICAÇÃO E INSTALAÇÃO					
Área externa	Livre de: água estagnada, abrigo para insetos, poeira, acúmulo de lixo etc?				
Acesso	Direto, não comum a outras edificações?				
Parte interna	Livre de objetos estranhos e em desuso?				
Piso	Material que permite fácil higienização, adequado estado de conservação e drenagem?				
Teto	Acabamento liso, impermeável, em cor clara, livre de trincas e rachaduras?				
Paredes e divisórias	Acabamento liso, impermeável e fácil higienização?				
Portas	Portas externas com fechamento automático e com barreira adequadas contra insetos e animais?				
Janelas e outras aberturas	Com superfície lisa, impermeável e fácil higienização? Existência de proteção contra roedores e insetos (telas milimétricas)				
Escadas e elevadores	Construídos e localizados de forma a não ser fonte de contaminação?				
Instalações sanitária para manipuladores	Independentes para cada sexo, dotadas de água corrente, sem comunicação direta com área de trabalho, sabonete, papel toalha não reciclado para mãos, avisos com procedimentos sobre como lavar as mãos, vestiários etc				
Instalações sanitárias para visitantes	Instalações independentes da área de produção.				
Lavatórios na área de produção	Existência de lavatório na área de produção com água corrente, etc.				
Iluminação e instalação elétrica	Natural ou artificial, é adequada? Instalação embutida ou revestidas de tubulação?				
Ventilação e Climatização	Ventilação e circulação de ar capazes de garantir o conforto térmico e o ambiente livre de fungos, gases, fumaça, pós, partículas em suspensão e condensação de vapores sem causar danos à produção, sistema de exaustão etc				
Higienização das instalações	Existência de um responsável pela operação de higienização comprovadamente capacitado, etc				
Controle integrado de vetores e pragas	Ausência de vetores e pragas urbanas ou qualquer evidência de sua presença como fezes, ninhos e outros, etc				
Abastecimento de água	Sistema de abastecimento ligado à rede pública, encanamento em estado satisfatório etc				

Manejo dos resíduos	Recipientes de coleta de resíduos adequado, de fácil limpeza, uso de saco de lixo adequado etc				
Esgotamento sanitário	Fossas, esgoto conectado à rede pública, caixa de gordura em adequado estado de conservação.				
Leiaute	Leriaute adequado ao processo produtivo.				
EQUIPAMENTOS, MÓVEIS E UTENSÍLIOS					
Equipamentos	Equipamentos de linha de produção com desenho e número adequado ao ramo, superfícies em contato com o alimento lisas, integras, impermeáveis, de fácil higienização etc				
Móveis(mesas, bancadas etc)	Em número suficiente e que permita fácil higienização.				
Utensílios	Material não contaminante, de fácil higienização				
Higienização dos equipamentos, máq. Utensílios etc	Frequência de higienização adequada, existência de um responsável pela higienização, produtos de higienização adequado etc				
MANIPULADORES					
Vestuário	Utilização de uniforme de trabalho de cor clara, adequado à atividade, limpos, asseio pessoal: mão limpas, unhas curtas, sem esmalte, sem adornos (anéis, brincos, pulseiras), manipuladores barbeados, cabelos protegidos etc				
Hábitos higiênicos	Lavagem cuidadosa das mãos antes de manipularem os alimentos, principalmente após uso dos sanitários, não espirram sobre os alimentos, não cospem, não fumam, não manipulam dinheiros, cartazes com orientações etc				
Programa de saúde	Ausências de infecções cutâneas, feridas e supurações, e infecções respiratórias, oculares etc, supervisão médica periódica				
Equipamento de proteção individual	Utilização de equipamento de proteção individual				
Programa de capacitação	Existência de programa de capacitação dos manipuladores e supervisores, registros dessas capacitações.				
PRODUÇÃO E TRANSPORTE DO ALIMENTO					
Matéria prima, ingredientes e embalagens.	Matérias-primas e embalagens são inspecionados na recepção, são recepcionados em locais protegidos e isolado da área de processamento etc				
Fluxo de produção	Controle da circulação e acesso do pessoal.				
Rotulagem e armazenamento	Rotulagem de acordo com a legislação vigente, com identificação visível, armazenamento em local limpo e adequado, existência de controle dos produtos em quarentena (aguardando resultado analítico)				
Controle de qualidade do produto final.	Existência de controle de qualidade do produto final, existência de laudo laboratorial atestando o controle de qualidade do produto final etc.				
Transporte do produto final	Veículo limpo com cobertura para proteção da carga, ausências de vetores e pragas urbanas etc				
DOCUMENTAÇÃO					
MANUAL DE BOAS PRÁTICAS DE FABRICAÇÃO					
Operações	Operações executadas estão de acordo com o manual de boas práticas de fabricação				

Procedimentos Operacionais Padronizados-POPs	Existência de POPs estabelecidos estão sendo cumpridos				
AVALIAÇÃO					
Programa de recolhimento de alimentos	Existência de POP para este item, o POP está sendo cumprido				
CLASSIFICAÇÃO DO ESTABELECIMENTO					
Compete aos órgãos de vigilância sanitária estaduais e distrital, em articulação com o órgão competente no âmbito federal, a construção do panorama sanitário dos estabelecimentos produtores/industrializadores de alimentos, mediante sistematização dos dados obtidos nesse item. O panorama sanitário será utilizado como critério para definição e priorização das estratégias institucionais de intervenção.					
() GRUPO 1 - 76 A 100% de atendimento dos itens () GRUPO 2 - 51 A 75% de atendimento dos itens () GRUPO 3 - 0 A 50% de atendimento dos itens					
RESPONSÁVEIS PELA INSPEÇÃO					
RESPONSÁVEIS PELA EMPRESA					