

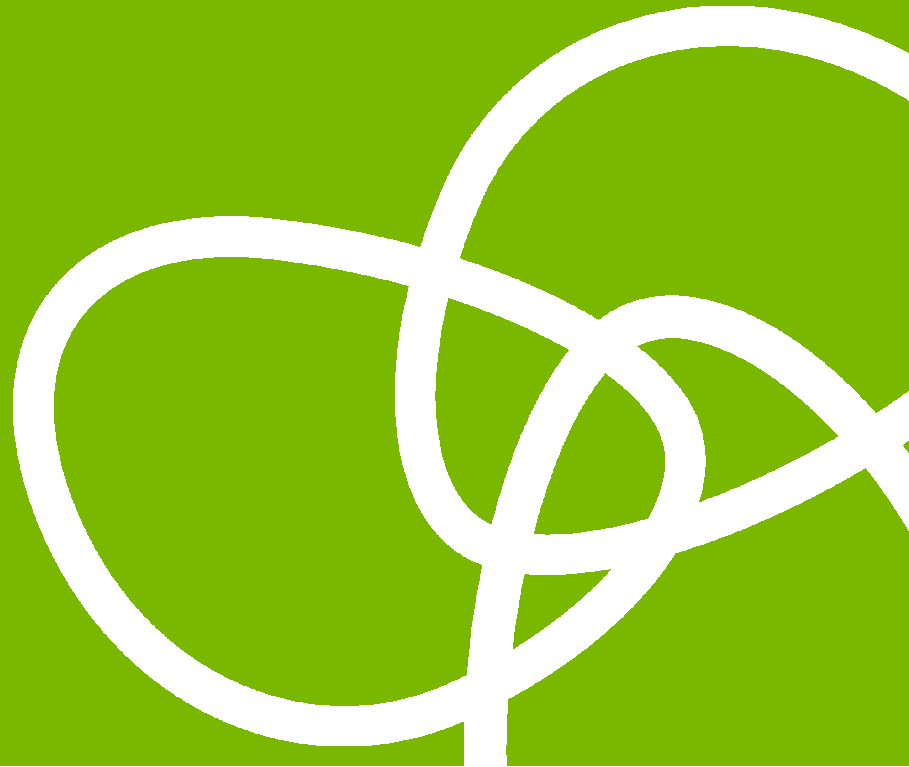
# Comércio justo: Uma cadeia de valor que deu certo



30.05.2008

São Paulo

POR QUE COMERCIO  
JUSTO?



## POR QUE COMERCIO JUSTO?



***“Quem trabalha tem direito  
a uma remuneração equitativa e satisfatória,  
que lhe permita e à sua família  
uma existência conforme com a dignidade  
humana”***

***Declaração Universal dos Direitos Humanos artigo 23-3***

# DIMENSÃO SOCIAL DO CONSUMO

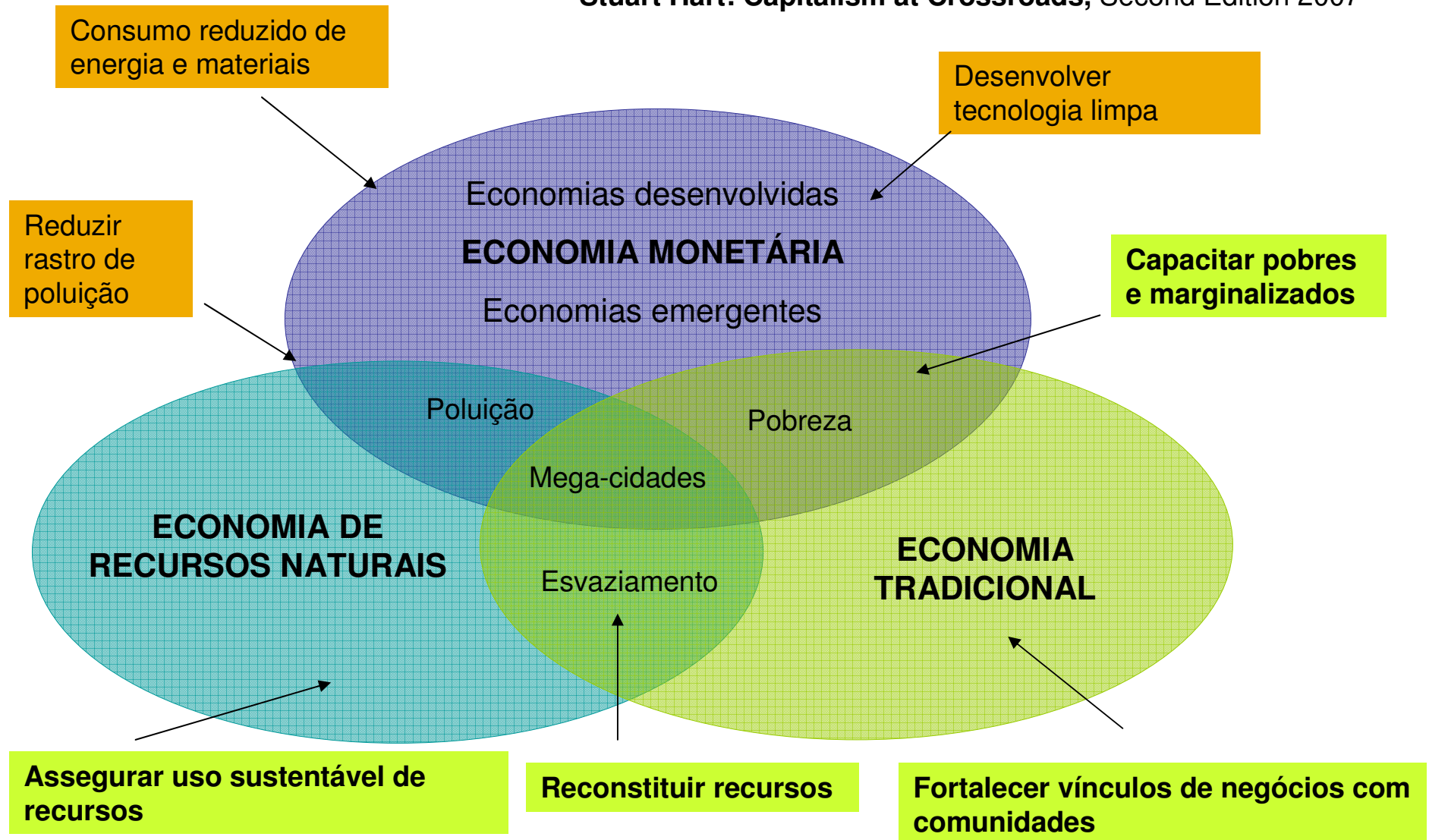
|                       | 20% MAIS RICOS | 20% MAIS POBRES |
|-----------------------|----------------|-----------------|
| Consumo Total Mundial | 86%            | 1,3%            |
| Papel                 | 87%            | 1%              |
| Linhas Telefônicas    | 74%            | 1,5%            |
| Energia               | 58%            | 4%              |
| Carne & Peixes        | 45%            | 5%              |



A Encruzilhada  
da Desigualdade  
– Relatório da ONU de  
agosto 2005.

# MUNDOS EM COLISÃO: OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS

Stuart Hart: **Capitalism at Crossroads**, Second Edition 2007



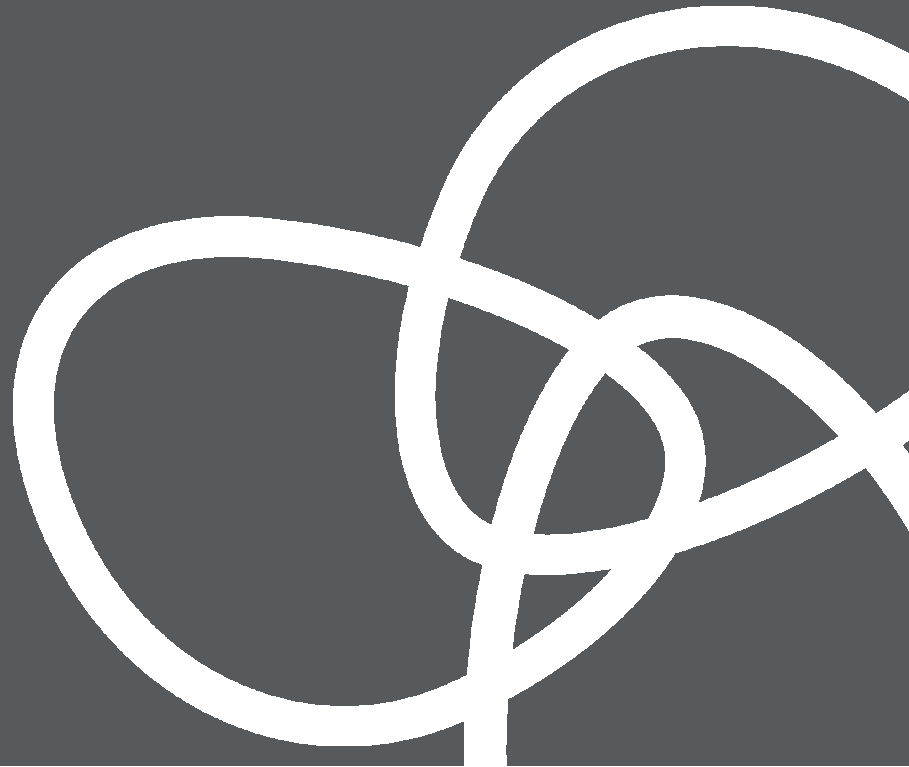
# POR QUE COMERCIO JUSTO?

## Desafio do Comércio Justo

- **Problema:** Preços baixos pelos produtos e vulnerabilidade frente as flutuações do mercado
- **Solução:** Estabelecimento de um **preço mínimo**, fixo, que garante cobertura dos custos de produção e um extra.



# O CONCEITO DO FAIRTRADE



# O CONCEITO DO FAIRTRADE



## O que é Comercio Justo?

- Modelo sustentável baseado no mercado
- Preço justo para o produtor
- Prêmio de Comercio Justo
- Relações a longo prazo
- Acesso à credito

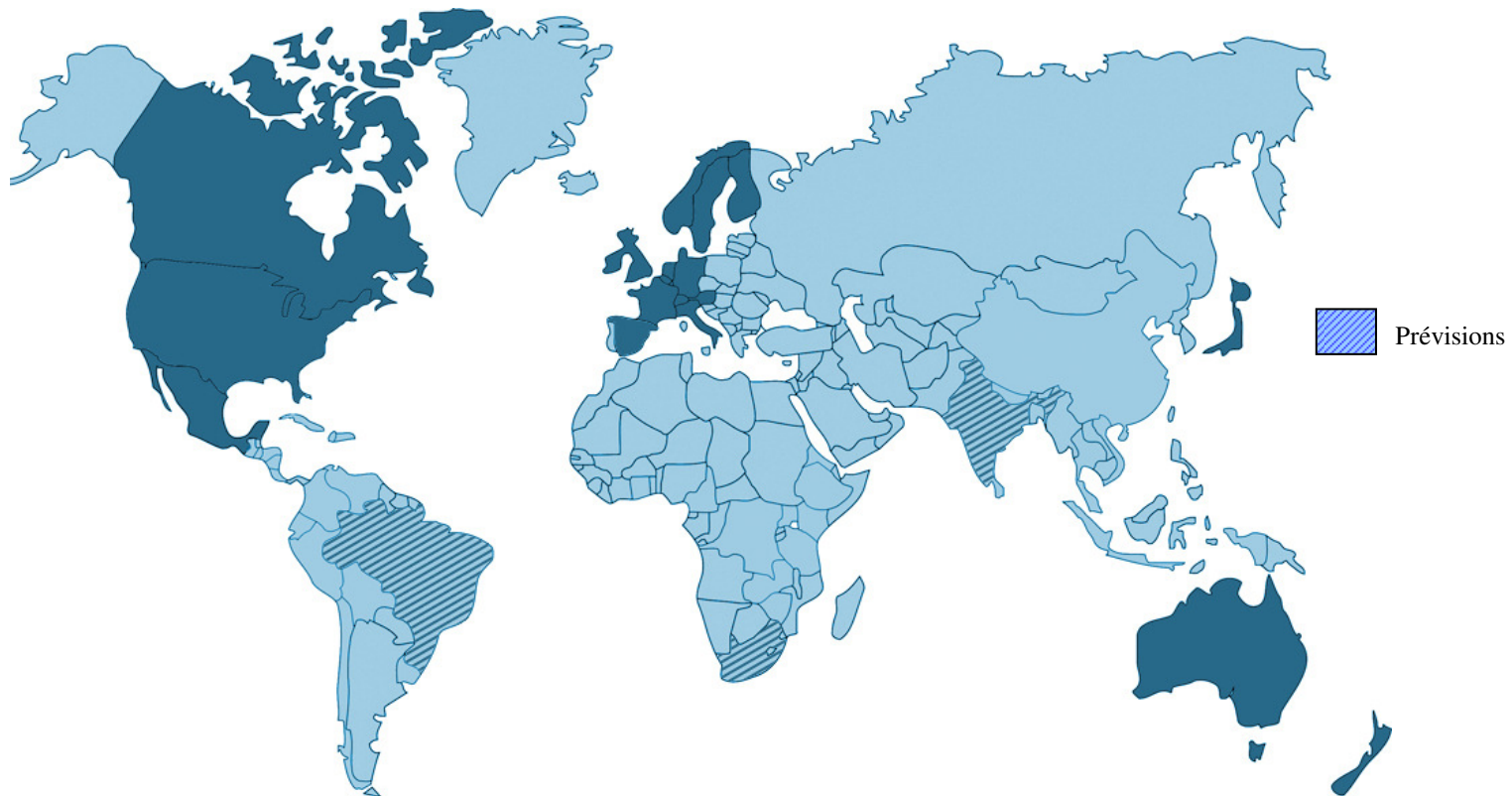




# O CONCEITO DO FAIRTRADE



## Iniciativas do selo de Comercio Justo presentes em 21 países



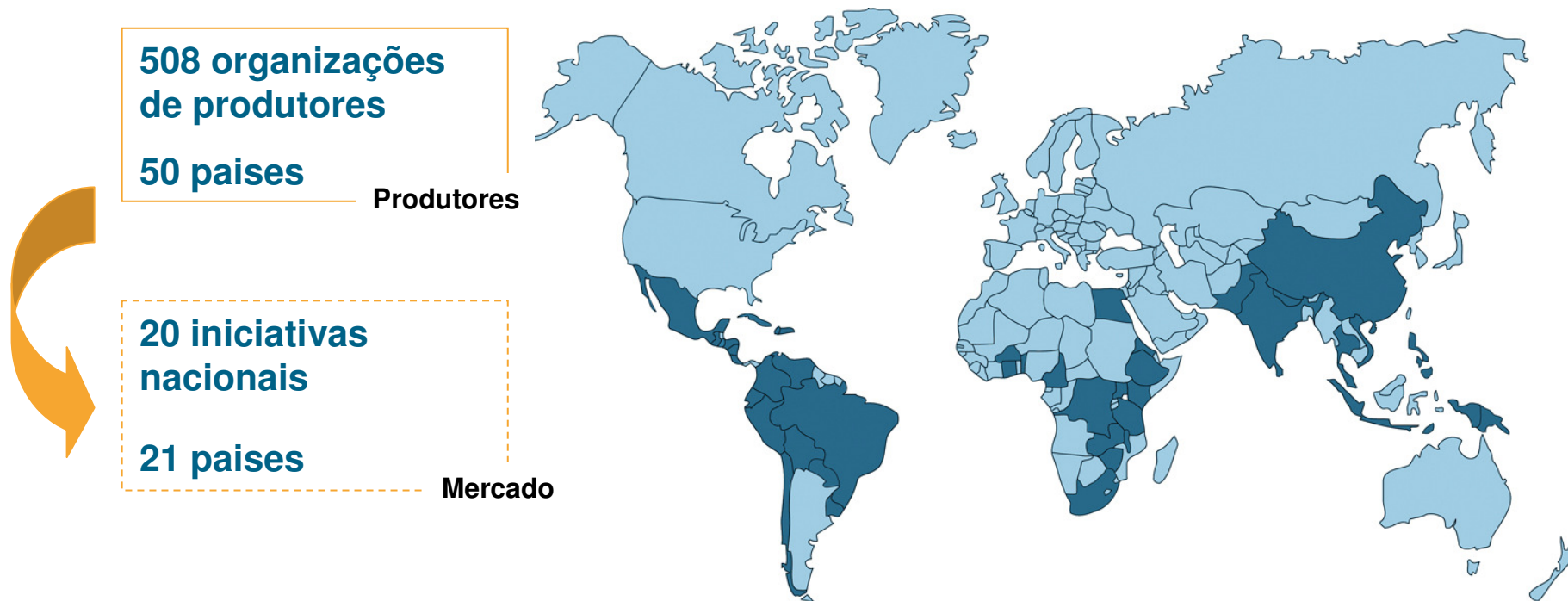
Criadas desde 1988  
2 logotipos internacionais et 3 nomes :  
Max Havelaar/Fairtrade/TransFair

# O CONCEITO DO FAIRTRADE



## Impacto

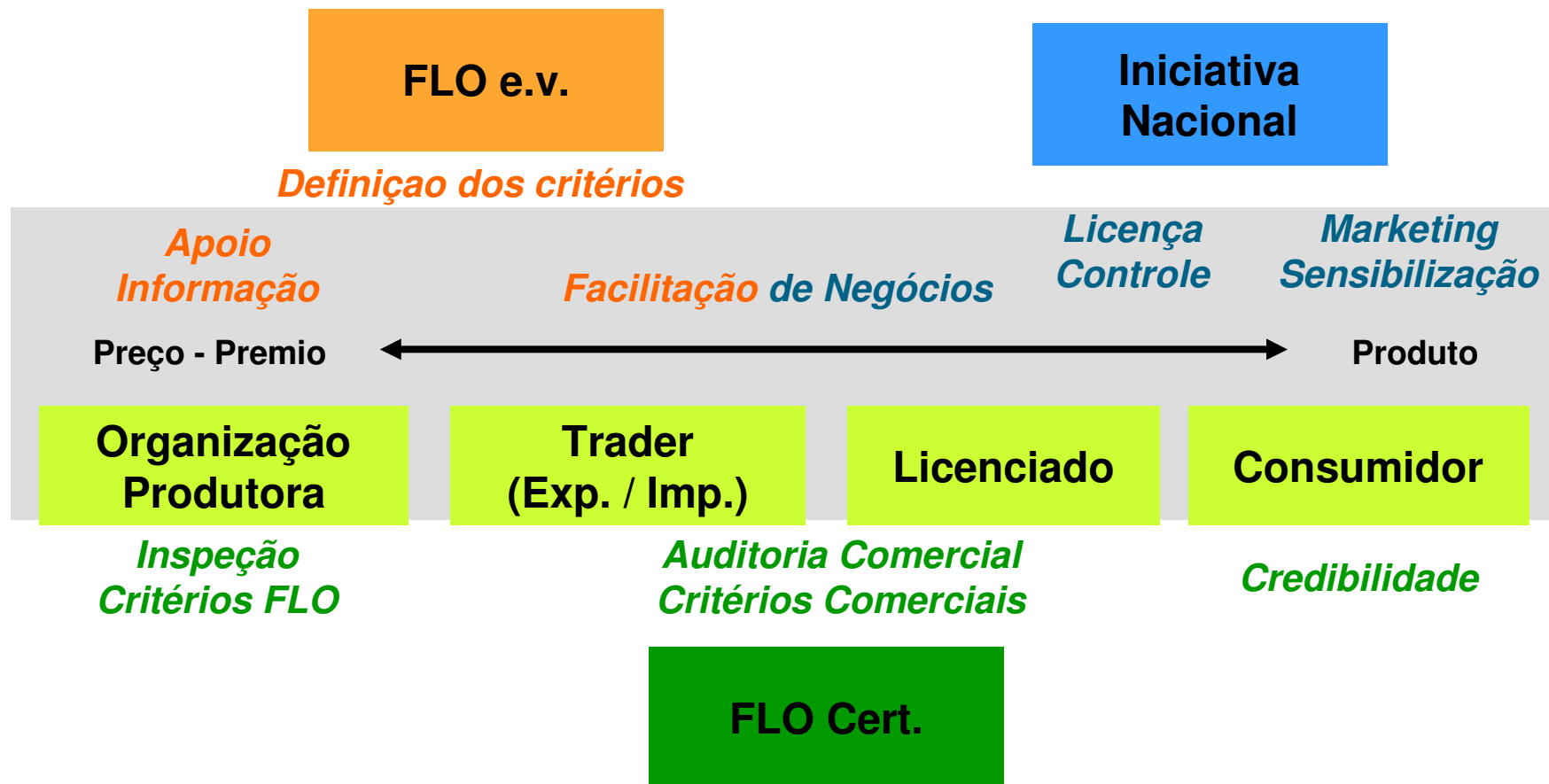
Um selo para um milhão de produtores e trabalhadores de 51 países



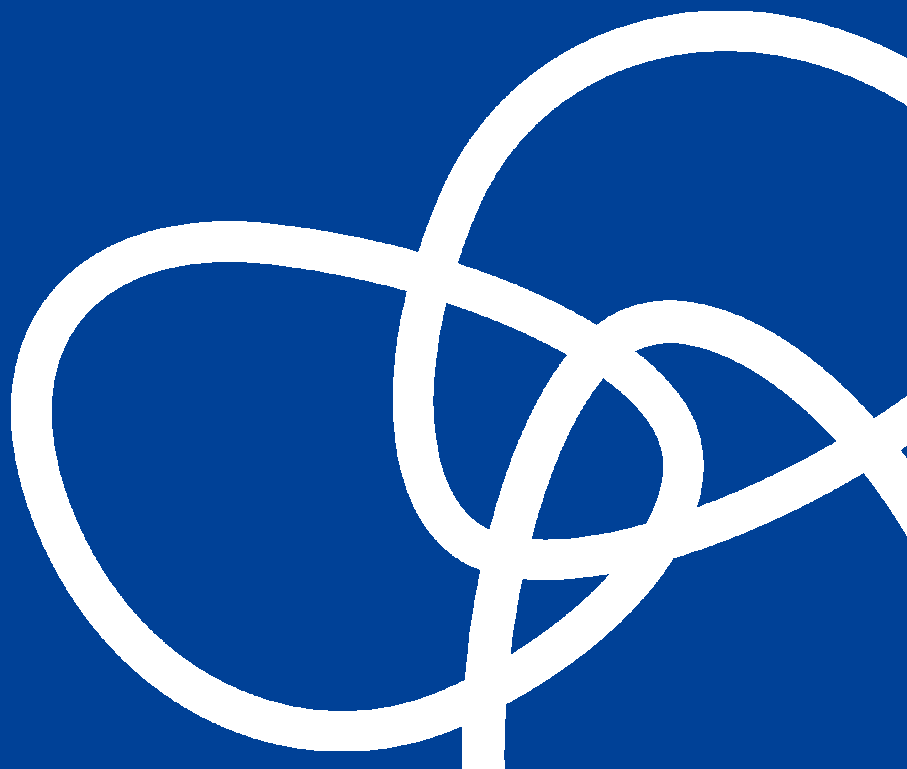
# O CONCEITO DO FAIRTRADE



## Como funciona o sistema FLO?

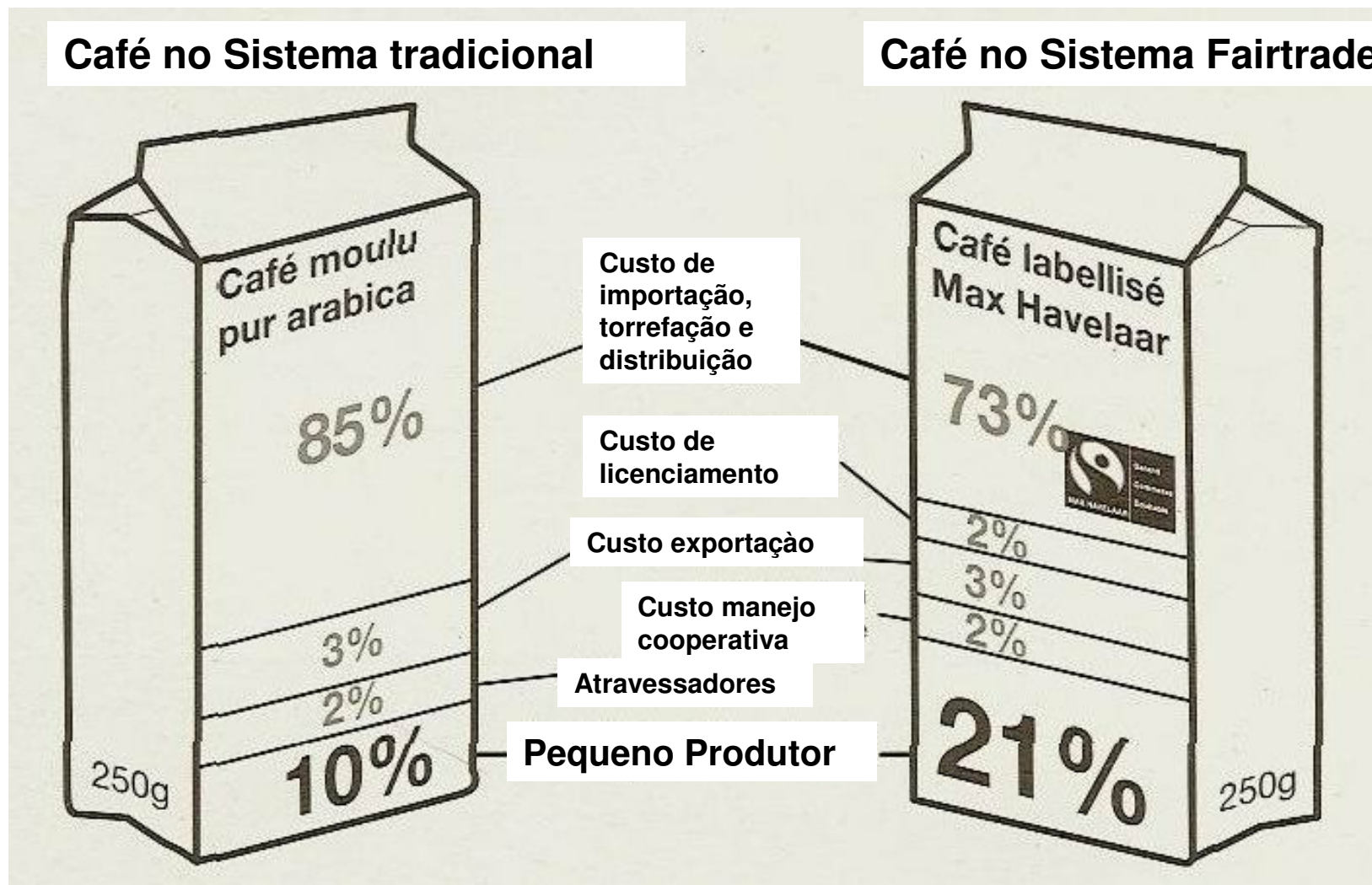


# O CRITÉRIO DO PREÇO MÍNIMO



# OS CRITÉRIOS DO FAIRTRADE

## Preço mínimo: Garantia de mais valor para produtores



## **Preço mínimo: Princípio do preço que garante sustentabilidade**

**Modelo de calculo de custo inclui:**

- **Custo de manejo sustentável**
- **Custo de saúde e segurança**
- **Custo de cumprimento legal**
- **Custo de trabalho com remuneração digna**
- **Custo das certificações**
- **Etc.**

**+ Prêmio Social**

# OS CRITÉRIOS DO FAIRTRADE

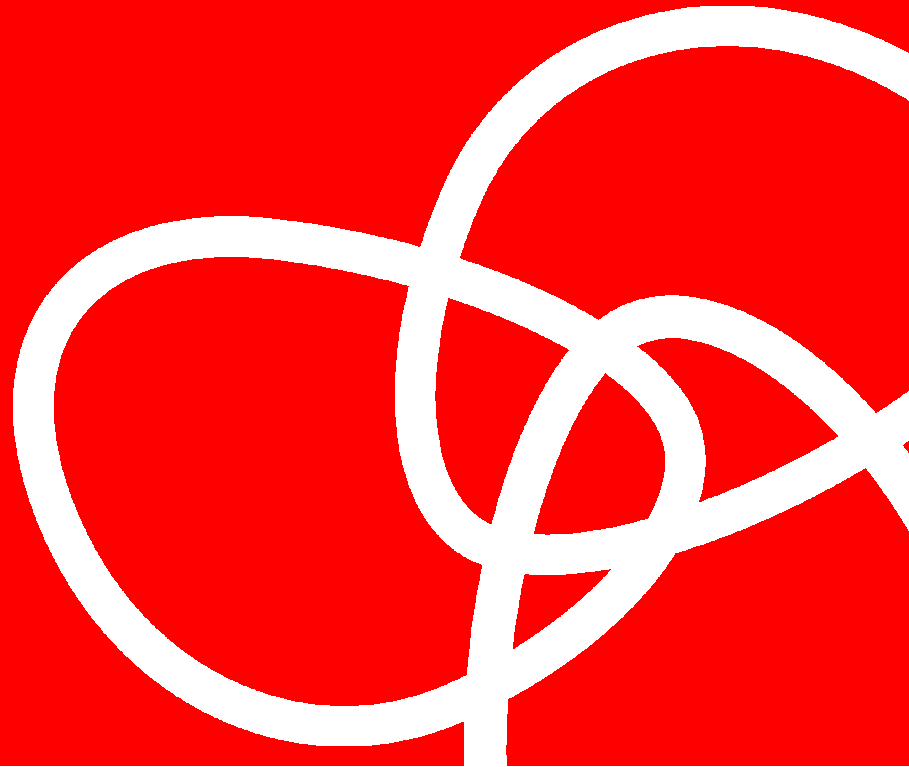


## Preço mínimo vs. Preço Bolsa NY "C" 1998-2008

| <b>Preço FT Café Arabica</b>       | <b>Convencional</b> | <b>Orgânico</b>      |
|------------------------------------|---------------------|----------------------|
| <b>Preço Mínimo Comercio Justo</b> | 1.25                | $1.25 + 0.20 = 1.45$ |
| <b>Prêmio Comercio Justo</b>       | 0.10                | 0.10                 |
| <b>Total</b>                       | 1.35                | 1.55                 |

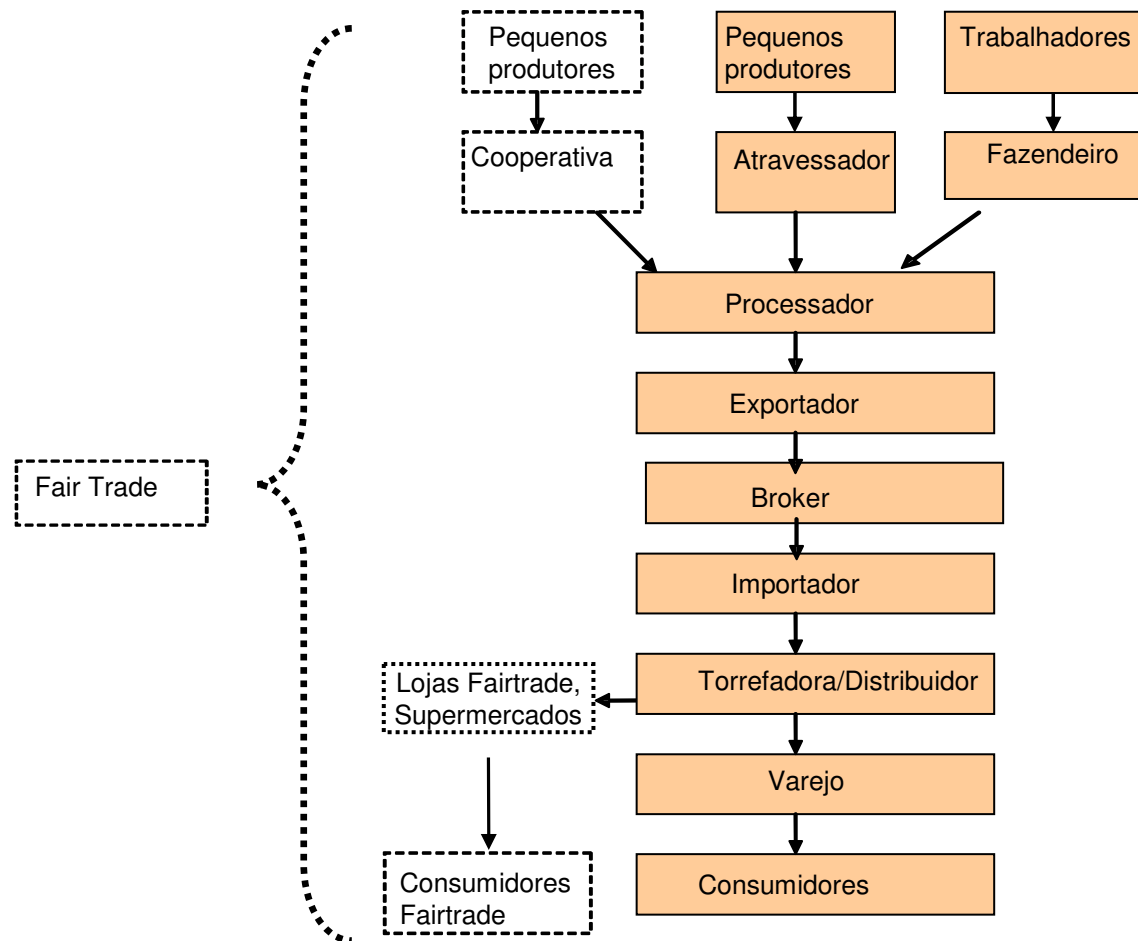


EXEMPLOS





# EXEMPLO CAFÉ



## Grupos de produtores de café certificados para o Comercio Justo do Brasil

### Minas Gerais

- Certificados:
- Coopfam
- Coopervitae
- Coocafé
- Ass. Sampaio
- Unipasv
- Coorpol

Solicitantes:

- - 4 grupos

### Espirito Santo

Certificados:

- Pronova
- Coofaci

Solicitantes:

- 1 grupo

### Rondônia

- Acaram

### São Paulo

Solicitantes:

- 3 grupos

### Bahia

Solicitantes:

- 2 grupos

# EXEMPLO CAFÉ

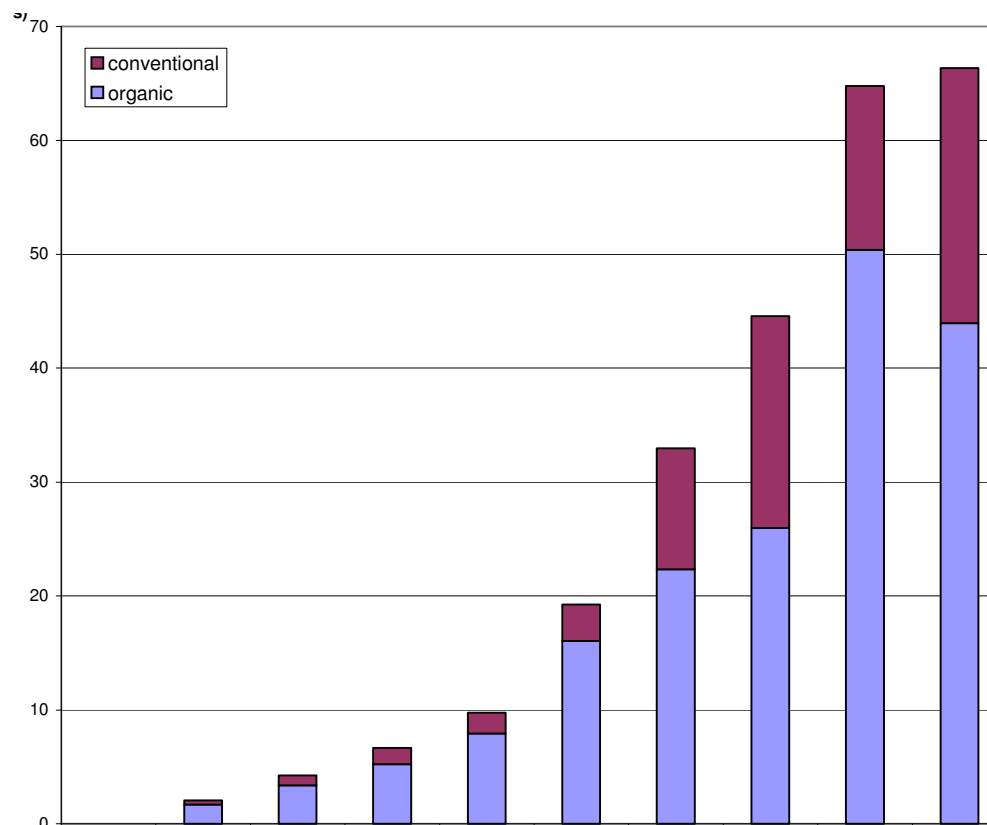
## Geração de renda e “Empoderamento”



- 250 M** Libras do café certificadas para EUA desde 1998
- 6,5 M** Libras certificadas recebidas do Brasil em 2007
- \$ 110 M** Renda adicional gerada para os agricultores

# EXEMPLO CAFÉ

## Importações de Café CJ - EUA (milhões de libras)



**487**

Compradores licenciados de produtos CJ nos EUA

**40,000**

Pontos de venda que oferecem produtos CJ

**2,6%**

Crescimento anual para café CJ nos EUA (2006 a 2007)

**56%**

Crescimento anual para café CJ não-orgânico (2006 a 2007)

# EXEMPLO CAFÉ



## Projeto *Responsible Sourcing Partnership*:

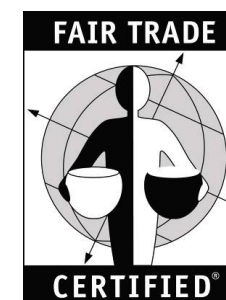
### TransFair USA, USAID, Café Bom Dia, Wal-Mart, Sam's Club – 2007-2010

#### Objetivos:

- Aumentar o volume de café brasileiro vendido com o selo Comercio Justo
- Fortalecer a capacidade organizacional dos grupos de produtores no Brasil
- Investir em melhorias da infra-estrutura
- Melhorar significativamente a qualidade do café produzido
- Criar um aumento de preço pago pelo café Comercio Justo do Brasil



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



# EXEMPLO CAFÉ

## Produtores brasileiros no Sams Club, maio 2008

Produto de comercio justo do Brasil foi lançado no abril 2008 no Wal-Mart e Sam's Club EUA. O Café Bom Dia montou 40 estandes móveis para fazer campanha.





## FAIRTRADE TOWNS Cidades adotam a idéia

Centenas de cidades no mundo aderiram aos cinco critérios de ser uma cidade fairtrade, entre eles Londres, São Francisco, Liverpool, etc.

No total são mais de 300 na Inglaterra e centenas em outros países.

Existem cinco critérios a serem respeitados pelas autoridades.

## LONDON

### London Fairtrade Campaign

On 11 March 2003, the Mayor launched the campaign to make London a Fairtrade City with an event in the City Hall café and an evening reception in London's Living Room. The aim of the Fairtrade London campaign is to dramatically increase the availability and take-up of Fairtrade products by every Londoner, and make the city's commitment to Fairtrade visible and understood by as many residents and visitors as possible, whether in the shops, at work, in a public institution, or whilst out and about.



# OBRIGADO

Beat Grüninger

b.grueninger@bsd-net.com

BSD Brasil  
São Paulo

T/F: 11 3051 4600  
www.bsd-net.com  
bsd.brasil@bsd-net.com



business. sustainability. development.

30.05.2008