

## **A RELEVÂNCIA DOS PRINCÍPIOS DO COMÉRCIO JUSTO PARA A CONSOLIDAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE MUNDIAL**

Joana Stelzer\*

Leonardo de Melo Welter

### **RESUMO**

No intuito de alterar injustas estruturas do comércio mundial surgiu o movimento do Comércio Justo. Com princípios sólidos e baseados em economia de mercado justo, no qual a valorização humana sobrepõe o ganho econômico desenfreado, o Comércio Justo visa promover a inclusão dos pequenos produtores de modo a garantir-lhes melhores condições de vida e renda. O presente estudo detalhou cada princípio basilar desse movimento e trouxe à baila a necessidade da cadeia mundial de comércio responsabilizar-se pelo que consome. Quanto aos resultados alcançados, concluiu-se que representa alternativa concreta para tornar as condições de comercialização mais justas, assegurando sustentabilidade. O método utilizado foi o crítico indutivo a partir de avaliação das informações de forma qualitativa. Os meios foram bibliográficos. Quanto aos fins, a pesquisa foi descritiva.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comércio Justo. Comércio Internacional. Organização Mundial de Comércio Justo.

\* Universidade Federal de Santa Catarina, Departamento de Ciências da Administração/CAD. Possui Doutorado (2003) e Mestrado (1998) em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC. Pós-Doutorado pela Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (FADUSP)  
E-mail: [contatojoana@yahoo.com.br](mailto:contatojoana@yahoo.com.br)

## INTRODUÇÃO

O Comércio Justo tem por prerrogativa viabilizar a participação de pequenos produtores no mercado mundial, segundo regras de justiça social, econômica e ambiental. Assim, procura equilibrar as atuais estruturas comerciais, pautadas – majoritariamente – pelo o lucro das Corporações Transnacionais à custa de produtores de pequeno porte, que não recebem a valorização adequada por todo o trabalho, o insumo e a mão de obra dispendida. Dito de outro modo, significa uma nova balança de poder para as externalidades negativas do comércio dito livre (*free trade*).

No comércio mundial convencional há recorrentes condições degradantes de trabalho, ausentes garantias mínimas de saúde e segurança, além de discriminação de gênero e trabalho infantil. Os impactos ao meio ambiente também aparecem de forma contundente, com a intensificação do uso de recursos, como terra e água, deixando para trás resíduos sólidos e emissões poluentes do ar. O movimento do Comércio Justo combate essa cadeia, envidando esforços para importar, exportar, distribuir e comercializar produtos oriundos de países em desenvolvimento (ou mesmo para valorizar produtos internos desses países), de forma sustentável.

O objetivo geral do presente artigo consiste em descrever os princípios basilares e norteadores do Comércio Justo, precipuamente enquanto conscientização acerca das vidas humanas que laboram, tendo-se em conta a capacidade de organização da sociedade em redes de colaboração solidária perante a ausência de políticas públicas que estimulem a comercialização com base na justiça social. Para o estudo foram utilizados autores nacionais, como Joana Stelzer, Keite Wieira e Everton das Neves Gonçalves. A doutrina estrangeira esteve presente nos estudos da Organização Mundial de Comércio Justo e da Fundação Fairtrade.

A investigação justifica-se em virtude de muitos estudos no âmbito do consumismo não estarem associados a aspectos críticos e emergentes da sociedade contemporânea. Por tal motivo, cuidou-se da avaliação pormenorizada dos princípios

que permeiam o Comércio Justo, apresentando um breve histórico do fenômeno e os apontamentos conceituais.

O método utilizado no presente artigo foi o crítico indutivo, no qual se avaliou as informações de forma qualitativa. Os meios empregados foram exclusivamente bibliográficos e foram coletados por três fontes de informação: relatórios institucionais, produção científica de reconhecidas obras doutrinárias e legislação. Quanto aos fins, a pesquisa apresenta-se de cunho descritivo e os resultados foram expostos exclusivamente em forma de textos.

## 1 O MOVIMENTO HISTÓRICO DO COMÉRCIO JUSTO E SEUS PRINCIPAIS OBJETIVOS

O Comércio Justo é um movimento social cooperativista de nível global que, no final da década de 1940, começou a buscar alternativas frente ao descontentamento do modelo de comércio que vinha operando no mundo (CLAC, 2019). Alguns autores atribuem ao movimento cooperativista a semente do Comércio Justo, no qual se buscava a redução dos custos de intermediação; a ideia central consistia em um preço melhor para produtores e consumidores. Porém, não há consenso acerca da origem exata do Comércio Justo.

Gonçalves e Stelzer (2017, p. 58) elucidam que a WFTO (World Fair Trade Organization) – organização mundial responsável por diretrizes importantes ao fenômeno do Comércio Justo – considera que o fenômeno do movimento social teria iniciado nos Estados Unidos, na década de 1940, com a compra de bordados de Porto Rico. Já o Comércio Justo como movimento social, por sua vez, teve sua estrutura organizacional fundamentada ao final da década de 1960, na Europa, em busca de um modelo comercial que provesse, tanto ao produtor quanto ao trabalhador, uma remuneração mais igualitária.

O Comércio Justo emprega esforços para que seja possível importar, distribuir e comercializar produtos de organizações preocupadas com os produtores e com toda a cadeia comercial envolvida, precipuamente em países em desenvolvimento, a fim de modificar a estrutura injusta do comércio mundial, que é

caracterizado pelo sistema piramidal de comando (poucas empresas transnacionais no âmbito das mercadorias e por subsídios governamentais de países tidos por centrais, especialmente na área de políticas agrícolas), como no caso das grandes cadeias de alimentação, que levam à ruína os pequenos agricultores mundiais. Atualmente, o fortalecimento das vendas do Comércio Justo alcança mais de 1,2 milhão de pessoas que trabalham em 991 organizações de produtores certificadas em 66 países (STELZER; GONÇALVES, 2017, p. 58).

Trata-se de proposta fundada na parceria, que busca oferecer melhores condições comerciais à mão-de-obra e aos produtores, o que contraria frontalmente o modelo majoritário, cujo cerne consiste na imposição arbitrária dos preços e das condições negociais pelos grandes compradores. O Comércio Justo, desse modo, busca promover padrões produtivos e comerciais responsáveis e sustentáveis, assim como oportunidades de desenvolvimento para os pequenos agricultores(as), camponeses(as) e artesãos(ãs) em desvantagem econômica e social com relação aos fatores dominantes no mercado.

Trata-se de um modelo comercial que prioriza os seres humanos e a sustentabilidade social, econômica e ambiental, bem como objetiva valorizar a mão-de-obra trabalhadora, assim como o meio ambiente e as peculiaridades de cada região produtora.

O foco do Comércio Justo é a existência de um canal de comercialização sustentável, solidário e de qualidade, o mais direto possível entre produtores e consumidores, com o intuito de que o trabalho dos produtores(as) e suas organizações seja reconhecido e que os consumidores também se comprometam com o desenvolvimento territorial, de modo a ensejar maior engajamento social, atrelado à responsabilidade social que toda comunidade deve possuir.

O Comércio Justo também visa oportunizar uma alternativa viável aos pequenos produtores que, diante da macro indústria, acabam sendo marginalizados e desvalorizados no modelo convencional de comércio. A Federação Internacional de Comércio Alternativo define o Comércio Justo como uma cooperação comercial, uma parceria baseada no diálogo, na transparência e no respeito, buscando com isso a equidade no comércio internacional e contribuindo com o desenvolvimento

sustentável por conta de condições mais dignas e da garantia de direitos básicos aos produtores e trabalhadores, principalmente no Hemisfério Sul (SEBRAE, 2019).

Entre seus pilares, encontram-se: a) a sustentabilidade nos setores social, ambiental e econômico, com exacerbado foco na responsabilidade entre todos os envolvidos na cadeia de consumo, desde o produtor, fornecedor até o consumidor; b) o respeito pelos direitos trabalhistas, fomentando um reconhecimento mais justo do esforço empregado pelos trabalhadores agrícolas e artesãos; c) o intuito de inserir a cultura do consumo responsável, tendo em vista que no ato de consumir a sociedade como um todo elege qual o tipo de desenvolvimento está sendo estimulado na cadeia global.

Trata-se de trabalho profundo, com aqueles que, até então, vinham sendo privados do direito de acesso ao mercado, promovendo a associatividade, para que se possam construir relações comerciais justas e solidárias, à larga escala e a longo prazo; para que se dignifique o trabalho dos seres humanos envolvidos e, com isso, possa haver respeito às diversidades culturais, étnicas e de gênero, as quais fomentam a sustentabilidade ambiental e entre as gerações (CLAC, 2019).

Esses são os motivos pelo quais o Comércio Justo vem sendo compreendido como estratégia de desenvolvimento sustentável, garantindo aos trabalhadores melhores condições de vida e crescimento econômico integral às comunidades nas quais estão inseridos (STELZER; GONÇALVES, 2017, p. 58).

Além disso, existem pelo mundo outras importantes entidades internacionais que merecem ser mencionadas. Ressalta-se que essas entidades fornecem a certificação de *Fair Trade*, entre as quais se destaca a *Fair Trade Labelling Organizations International (FLO Internacional ou Fair Trade International)*, criada em 1997 por 14 iniciativas nacionais, com sede na Alemanha. A EFTA (Associação Europeia do Comércio Justo), com sede na Holanda, também se sobressai como organização internacional de Fair Trade, na qual se incluem dez importadores de Comércio Justo em nove países europeus, são eles: Áustria; Alemanha; Bélgica; Espanha; França, Holanda, Itália; Reino Unido e Suíça.

Ainda, de acordo com a *Fair Trade Foundation (FAIRTRADE, 2019)*, em 2011 foram gastos 4,9 bilhões de Euros em produtos certificados pelo Comércio Justo. No

maior mercado do Comércio Justo, o Reino Unido, os consumidores gastaram 12% a mais em produtos certificados em 2011, quando comparado com 2010. Na Holanda, primeiro e mais antigo mercado do Comércio Justo, as vendas em lojas e restaurantes cresceram 24%. Em todo o planeta, vendas a varejo de produtos certificados pelo Comércio Justo tiveram aumento de 12% (STELZER; GONÇALVES, 2017, p. 58).

No Brasil, no âmbito legislativo, tratou-se do Comércio Justo com a inserção no sistema normativo do Decreto n. 7.358/2010 (BRASIL, 2019b), que instituiu o Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário – SCJS e criou sua Comissão Gestora Nacional. Desde a década de 70, existe no Brasil a concepção de um movimento organizado, que se estruturou, contudo, somente na década de 2000. Em 2001, “a plataforma de articulação do comércio ético e solidário, denominado FACES, desenhou uma proposta do Comércio Justo ‘Norte X Sul’ e em novembro de 2002, esse grupo foi denominado como Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário do Brasil, ou simplesmente FACES do Brasil” (STELZER; GONÇALVES, 2017, p. 59).

Por fim, importante se faz mencionar a criação da Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES), em junho de 2003, junto com o Conselho Nacional de Economia Solidária (CNES), no Ministério do Trabalho e Emprego. A Secretaria atuava como Representante do Governo Federal, a qual propunha, organizava e implementava políticas de apoio à economia solidária e sua organização viabilizava o acesso e a inserção de produtores na gama do Comércio Justo.

Desafortunadamente, logo no início do mandato do Governo Temer em junho de 2016, o Secretário à época Paul Singer, após 13 anos à frente da liderança na causa, foi exonerado do cargo e a SENAES foi extinta. No âmbito legislativo, com o Decreto nº 7.358, havia sido instituído o Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário (SCJS), para coordenar as ações do Governo Federal voltadas ao reconhecimento de práticas de comércio justo e solidário e à sua promoção (STELZER; GONÇALVES, 2017, p. 59). Desde a extinção da SENAES, o Comércio Justo enquanto política pública suspendeu todas as suas atividades.

## 2 OS PRINCÍPIOS BASILARES DO COMÉRCIO JUSTO (FAIR TRADE)

Ao analisar o comércio internacional sob a ótica dos mais favorecidos, observa-se a existência de manipulação que acaba por atingir e legitimar regras do direito internacional. Em contrapeso, não fica difícil compreender a necessidade de princípios que possam nortear e auxiliar a promover a sustentabilidade nas mais diversas dimensões.

O Fair Trade tem como objetivo principal estabelecer contato direto entre o produtor e o comprador, desburocratizando o comércio e poupando-os da dependência de atravessadores e das instabilidades do mercado global de commodities. Esses são os princípios que organizações devem seguir para participar do movimento de comércio justo (SEBRAE, 2019).

A fim de melhor nortear as condutas e sedimentar os pilares e valores do Comércio Justo, os princípios servem como alicerces e sustentáculos desse movimento cooperativista, por isso, com o intuito de avaliar os valores humanistas que orientam principalmente produtores, comerciantes e consumidores, sob a vertente da transnacionalidade, passa-se a avaliar e expor os dez princípios do Fair Trade. Nesse sentido, no próximo item passa-se a descrever os Princípios basilares do Comércio Justo (CLAC, 2019).

### **2.1 Criação de oportunidades para produtores economicamente desfavorecidos**

O primeiro princípio basilar se refere à criação de oportunidades para os produtores em desvantagem econômica, pois tendo em vista que os aspirantes a membros são, em sua grande maioria, associações de pequeno porte, nasce a responsabilidade da WFTO de promover-lhes oportunidades igualitárias. Como critério de melhoria contínua, a organização deve demonstrar o seu compromisso, por meio de suas ações, em promover a melhoria das atividades de comércio e condições sociais e econômicas dos grupos de produtores em desvantagem (STELZER; WIEIRA, 2017, p. 27).

Segundo a própria WFTO (2019), a Criação de Oportunidades para produtores em desvantagem econômica prevê a redução da pobreza por intermédio

do comércio, sendo essa percepção parte essencial dos objetivos da organização. Na prática, esse princípio é aplicado de modo que a organização apoia os pequenos produtores marginalizados, sendo eles empresa familiar ou cooperativa, possibilitando-lhes que ultrapassem a situação de pobreza decorrente da instabilidade das vendas a um patamar no qual sejam proprietários com autonomia econômica. Essa medida visa garantir o mínimo de estabilidade comercial aos menos favorecidos.

Ainda, referida criação de oportunidades aos pequenos produtores em desvantagem econômica ocorre de maneira democrática (CLAC, 2019) e a relação a longo prazo fundamentada na solidariedade, confiança, respeito e comunicação eficaz com seus parceiros comerciais, resulta no fomento e crescimento do Comércio Justo. Assim, as partes com interesse em uma relação comercial, acabam por incrementar o volume de comércio, o valor e a diversidade dos produtos oferecidos e, com isso, aumentam o ingresso de pequenos produtores no desenvolvimento do Comércio Justo.

## **2.2 Transparência e responsabilidade na troca de informação e na tomada de decisões**

O segundo princípio fundamental prevê a transparência e responsabilidade na gestão da organização, bem como nas suas relações comerciais. Nesse sentido, exige-se, está intrínseca a responsabilidade e a necessidade de prestação de contas na gerência das relações comerciais de cada organização (WFTO, 2019).

Além disso, uma das obrigatoriedades consiste em dispor da descrição completa da estrutura organizacional e do sistema financeiro da administração, sendo que, dentro do prazo de quatro anos, torna-se obrigatória a existência de uma auditoria externa que promova a análise dos balanços da organização (STELZER; WIEIRA, 2017, p. 29). O intuito de tal princípio é prover, além da transparência, um assessoramento interno, a fim de estruturar e sedimentar a organização, como exposto, com objetivos consistentes e de longo prazo. Ao contrário da prática de consumo costumeira, até mesmo a estruturação da organização não visa ao



imediatismo e ao excesso, pelo contrário, visa à constância e à consistência do bom funcionamento da organização.

### **2.3 Práticas de negociação no modelo Fair Trade**

As práticas de negociação no modelo de Comércio Justo, deverão conceber o bem-estar social, econômico e ambiental dos pequenos agricultores marginalizados e não maximizar lucros à sua custa. Esse princípio visa à conscientização da responsabilidade econômica, ambiental e social em todas as ramificações que o comércio abrange, desde a fase negocial até a venda do produto efetivamente, não prosperando o lucro à custa da desvalorização do trabalho humano. Entre as práticas de negociação, Stelzer e Wieira (2017, p. 30) elucidam:

O pré-financiamento da produção é um indicador importante, devendo o interessado pela compra de artesanato do membro da WFTO, pagar 50% do valor quando da realização do pedido. Outrossim, a busca por parcerias comerciais para longa data, a competição justa entre concorrentes e a identidade cultural por meio do respeito das habilidades tradicionais dos associados são essenciais.

A considerar que regula o princípio da prática de negociação do Comércio Justo, é necessário que haja o pagamento dos associados imediatamente quando da entrega dos produtos, além disso, com base no princípio da transparência, também é necessário que haja um sistema transparente que auxilie a lidar com eventuais inconsistências na qualidade do produto comercializado.

Os compradores consultam aos seus provedores antes de cancelar ou recusar um pedido. Quando os produtores ou provedores não são responsáveis pelo cancelamento dos pedidos, garantem compensações adequadas pelo trabalho que haja sido realizado. Os provedores e produtores comprovam com os compradores se existe algum problema na entrega, e garantem compensações quando os produtos entregues não cumprem com a quantidade e qualidade exigidas. (...) O Comércio Justo reconhece e protege a identidade cultural e as técnicas tradicionais dos pequenos produtores, como se pode observar nos desenhos artesanais, produtos alimentícios y outros serviços relacionados (WFTO, 2019).

Como dito, a relação comercial é tratada de forma a respeitar desde os contratos e a entrega dos produtos dentro do prazo e com a qualidade e

especificações desejadas, até a garantia de que o produtor irá receber por aquilo que foi produzido, de maneira justa e respeitosa.

#### **2.4 Pagamento de preço justo pelo trabalho dos produtores, sem desigualdades de gêneros**

Como preço justo, entende-se aquele que tenha sido mutuamente acordado, mediante o diálogo e a participação dos envolvidos na comercialização, que preveja um pagamento adequado aos agricultores e que seja sustentado pelo mercado. Esse princípio representa o equilíbrio entre um valor – que possibilite uma vida digna aos pequenos produtores – e o preço competitivo de mercado. Para isso, é necessário entender o custo de vida e de produção de cada localidade específica, destacando-se de que o lucro de uma das partes não pode ser sustentado pela exploração da outra, seja ela o meio ambiente ou a mão de obra humana.

Após constituída a organização, torna-se obrigatório que haja a integração entre os produtores a fim de que discutam e estabeleçam adequadamente seus preços, dentro do prazo de 2 anos. Em 4 anos, torna-se imprescindível o repasse de informações claras e verdadeiras, sobre a cadeia do comércio (STELZER; WIEIRA, 2017, p. 31). Observa-se que, em realidade, todos os princípios estão interligados e foram entabulados a fim de que o equilíbrio e a valorização do produtor/fornecedor tenha espaço no momento da negociação comercial.

Quanto à desigualdade de gênero, que é repetida no princípio seis, é vedada, em respeito à dignidade humana além de estar em sintonia com os desafios da contemporaneidade. Nesse sentido, a Agenda 2030, por intermédio da ONU Mulheres lançou a iniciativa global ‘Por um planeta 50-50 em 2030: um passo decisivo pela igualdade de gênero’. Dessa forma, o Comércio Justo alinha-se com tais desafios, fazendo com que a coletividade – mulheres, homens, sociedade civil, governos, empresas, universidades – trabalhe “de maneira determinada, concreta e sistemática para eliminar as desigualdades de gênero” (ONU MULHERES, 2019). Trata-se, portanto, de aspecto relevante em todas as dimensões da cadeia e pouco debatido no Comércio Tradicional que vende seus produtos sem assegurar tal realidade.

## **2.5 Renúncia total ao trabalho infantil ou forçado**

No tocante à renúncia total ao trabalho infantil ou forçado, quinto princípio, as organizações devem aderir e respeitar, além da convenção da ONU, a legislação nacional que rege sobre os direitos da criança e são responsáveis por assegurar que não haja trabalho forçado ou infantil na mão-de-obra utilizada, em hipótese alguma (SEBRAE, 2019).

O objetivo é que haja a erradicação do trabalho infantil e do trabalho forçado, escravo ou de remuneração não condizente com o trabalho prestado. Nesse âmbito, a WFTO possui a obrigação de fiscalizar para que não haja qualquer trabalho forçado ou escravo junto aos associados. Por isso, a necessidade da existência de um sistema de controle da idade de todos os envolvidos na produção (STELZER; WIEIRA, 2017, p. 32). Cuida-se, pois, de decorrência lógica da valorização da mão-de-obra no sistema do Comércio Justo.

## **2.6 Compromisso da não discriminação – igualdade de gêneros e liberdade de associação**

O princípio da não discriminação e igualdade de gênero (que se repete em relação ao pagamento não diferenciado entre gêneros), entabulado como o sexto princípio basilar do Comércio Justo orienta que não haja discriminação na contratação, remuneração, formação e promoção por motivo de raça, classe social, origem nacional, religião, gênero, orientação sexual, preferência sindical, afiliação política, idade ou por ser portador do vírus HIV.

A política da organização é clara e focada em fomentar a igualdade de gênero que assegure a homens e mulheres a capacidade de exercer todo seu potencial contributivo na instituição em que prestam serviços.

Na igualdade de gêneros, a organização objetiva que as mulheres possam exercer sua plena capacidade de ascender aos recursos necessários que lhes permitam serem produtivas e sócias da organização, nos casos de associações com

base em afiliações, assim como lhes seja permitido nomear mulheres aos cargos de liderança dentro da estrutura de governança, independentemente da relação que possuam com o proprietário da terra. O princípio rege que homens e mulheres recebam salários igualitários ao exercer a mesma função (WFTO, 2019).

Outro ponto relevante que se destaca, é quanto às mulheres grávidas e/ou lactantes, bem como em relação aos cuidados com as necessidades especiais de saúde e segurança que tais estados exigem. Apesar de esses cuidados parecerem básicos em relação às trabalhadoras mulheres, merece ser comentado que no modelo industrial de comércio, as mulheres são, não raramente, impedidas de assumir cargos de liderança e até mesmo deixam de ser contratadas em virtude de possuírem filhos pequenos.

Quanto às preferências sindicais, a organização prevê a não interferência nas preferências sindicais dos trabalhadores, respeitando os direitos previstos na legislação. No âmbito nacional o artigo 8º da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (BRASIL, 2019a), corrobora o princípio quando preleciona a livre associação profissional ou sindical, não podendo ser obrigatória a filiação ou manutenção perante qualquer sindicato, *verbis*: “É livre a associação profissional ou sindical, observado o seguinte: [...] V - ninguém será obrigado a filiar-se ou a manter-se filiado a sindicato”. A organização, portanto, não discriminará seus funcionários, devendo promover a equidade e a liberdade de associação de seus membros.

## **2.7 Condições de trabalho dignas e seguras**

Com base no princípio de condições de trabalho dignas e seguras, o objetivo é prever a segurança necessária, assegurando condições saudáveis e horas adequadas de labor. Também se faz necessário tomar todas as providências quanto a acidentes de trabalho e eventuais problemas de saúde. Essa seguridade social mínima deve ser respeitada dentro dos ditames legais nacionais, locais e as convenções da Organização Internacional do Trabalho (SEBRAE, 2019).

A organização proporciona um entorno seguro de trabalho e saudável para seus empregados ou sócios. Cumpre com a legislação nacional e regional

assim como com os convênios da OIT em matéria de saúde e segurança mínima. As horas e condições de trabalho dos empregados, sócios e demais pessoas que trabalham em sua casa, também obedecem as condições estipuladas na legislação nacional, regional, assim como nos convênios da OIT. As organizações do Comércio Justo conhecem as condições de saúde e segurança dos grupos de produtores com os quais comercializam. Do mesmo modo buscam aumentar a consciência social em matéria de saúde e segurança, assim como de melhorar as práticas de saúde e segurança dos grupos de produtores (WFTO, 2019)

O princípio reitera as normas já existentes em relação à dignidade e à salubridade dos trabalhadores e dá enfoque à importância desse tratamento dentro do Comércio Justo.

### **2.8 Incentivo à capacitação dos produtores e desenvolvimento das suas competências**

A promoção e o incentivo de capacitação dos produtores foca no desenvolvimento de suas habilidades, para que estejam em constante atualização e melhora. O princípio envida esforços, como as demais obrigações, no sentido de que em dois anos da criação da organização precisa estar desenvolvido tanto um plano como um orçamento para as capacitações, e no prazo de quatro anos este plano, assim como o plano orçamentário, precisa estar sendo colocado em prática.

Entre as habilidades relevantes a serem incentivadas, sugerem-se as capacitações administrativas, de marketing justo e implemento dos princípios do Comércio Justo, quer dizer, o pequeno produtor deve aprender a empreender, de forma justa, a vender e conhecer o seu produto para que assim também possam tornar seu produto atrativo no mercado consumidor.

### **2.9 Promoção do Comércio Justo**

O nono princípio trata sobre a promoção do Comércio Justo no sentido de que cabe às organizações promover a conscientização sobre os objetivos do Movimento do Comércio Justo e acerca da necessidade da implementação de medidas mais justas no âmbito do comércio mundial, que podem ser alcançadas por meio deste movimento.

Para isso, é primordial que haja a disseminação desse entendimento também às ramificações de mercado consumidor, respeitando sempre formas honestas de publicidade e marketing, pois o destinatário final da mercadoria precisa compreender minimamente a origem dos produtos consumidos para que assim também adquira a responsabilidade social sobre o impacto de seu consumo no mundo.

### **2.10 Respeito ao meio-ambiente**

Por fim, o décimo princípio abrange o total respeito ao meio-ambiente. Este princípio visa promover a sustentabilidade das técnicas utilizadas na produção, reduzir ao máximo o desperdício e o consumo energético, além de orientar a utilização de energias renováveis e reduzir a emissão de gases que provocam o efeito estufa.

O que parece até certo ponto muito óbvio, em verdade revela-se atitude que deveria ser respeitado por toda a indústria mundial, o respeito ao meio-ambiente deve ser uma prática contínua, que visa utilizar produtos reciclados ou materiais facilmente biodegradáveis nas embalagens dos bens produzidos e promover a entrega pela via marítima, menos poluente, sempre que for possível (STELZER; WIEIRA, 2017, p. 33).

É primordial o cumprimento das normas ambientais locais e nacionais. Aos produtores agrícolas do Comércio Justo é possibilitado a redução do impacto ao meio-ambiente por conta da aplicação de métodos de produção orgânica, ou com baixo custo de pesticidas, sempre que for possível.

Na responsabilidade que compete aos adquirentes dos produtos, estes devem dar prioridade aos produtos elaborados com base em matéria prima sustentável e que impacte de maneira mais branda o meio-ambiente (WFTO, 2019).

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Pelo estudo apresentado, observou-se que os princípios basilares do Comércio Justo são normas de conduta elementares e que, em realidade, deveriam

ser respeitadas por toda a cadeia consumerista e pela indústria, em virtude de seu caráter de sustentabilidade.

O Comércio Justo apresenta uma oportunidade de valorização do ser humano por trás dos produtos consumidos, desde o início da cadeia de consumo, por conta de um preço justo que evite enriquecimento de uma das partes à custa de outra (geralmente os pequenos produtores), assim como da valorização do indivíduo, não devendo ser discriminado por credo, raça, cor e sexo.

A essência do movimento consiste em proporcionar a sustentabilidade social aos produtores, sendo esses atores que recebem o enfoque na criação e implementação de *Fair Trade*. Até mesmo porque, para ser membro de uma organização, devem compreender todas as etapas de adequação, conforme previsto pelo princípio de incentivo à capacitação dos produtores e desenvolvimento das suas competências, que é o que se distingue da estratégia capitalista.

Entre os objetivos, destaca-se o de tornar mais consciente a cadeia consumerista, que acaba inserida no sistema de consumo dominado pela indústria da produção em escala, da venda em massa e de alta lucratividade. Além do mais, cumpre lembrar a prática da obsolescência programada, utilizando muitas vezes meios antiéticos de *marketing* e vendas para que o modelo de consumo atual permaneça em movimento.

Sob o escopo do Comércio Justo, há grande atenção não somente com as condições de trabalho dos produtores, mas também à sua família e à comunidade, e que deve se estender por toda a cadeia logística até o consumidor, que pode adquirir bens de forma ética, prudente e em atenção ao impacto ambiental proporcionado.

Trata-se de um raciocínio bastante diverso do praticado pelo neoliberalismo, uma vez que no Comércio Justo o indivíduo é priorizado em detrimento do lucro. Não que a venda não deva ser lucrativa ou que se desconheçam as regras de mercado existentes, porém, o Comércio Justo toma as medidas para que a ordem de valores não seja invertida, sendo uma resposta ao fracasso do comércio convencional para fornecer meios de subsistência sustentáveis e oportunidades de desenvolvimento para as pessoas em diversos países marginalizados.

**THE RELEVANCE OF THE PRINCIPLES OF FAIR TRADE FOR THE  
CONSOLIDATION OF GLOBAL SUSTAINABILITY**

**ABSTRACT**

In order to change unfair structures of world trade emerged the Fair Trade movement. With solid principles and based on a fair market economy, in which human valuation overrides unbridled economic gain, Fair Trade aims to promote the inclusion of small producers in order to guarantee them better living conditions and income. The present study detailed each basic principle of this movement and brought to light the need for the world trade chain to take responsibility for what it consumes. As regards the results, it was concluded that it represents a concrete alternative to make the marketing conditions fairer, ensuring sustainability. The method used was the inductive critic from qualitative evaluation of the information. The means of research were bibliographical. Regarding the ends, the research was descriptive.

**PALAVRAS-CHAVE:** Fair Trade. International Trade. World Fair Trade Organization



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em 15 de abril de 2019a.

BRASIL. Dec. 7.358/2010, de 17.11.2010. **Institui o Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário – SCJS, cria sua Comissão Gestora Nacional e dá outras providências**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/decreto/D7358.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/decreto/D7358.htm) . Acesso em: 7 abril 2019b.

CLAC (Coordenadora Latino-americana e do Caribe de Pequenos Produtores e Trabalhadores do Comércio Justo). **Princípios básicos do Comércio Justo**. Disponível em: <http://clac-comerciojusto.org/pt-br/comercio-justo/introduccion/principios-basicos/> . Acesso em: 5 abril 2019.

FAIRTRADE (Fair Trade Foundation). **Home**. Disponível em: <http://www.fairtrade.org.uk/>. Acesso em: 15 de abril 2019.

SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). O que é Fair Trade. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-fair-trade-comercio-justo,82d8d1eb00ad2410VgnVCM100000b272010aRCRD> Acesso em: 14 abril 2019.

STELZER, Joana. GONÇALVES, Everton das Neves. Transnacionalidade e Redes de colaboração Solidária: sua importância na consolidação do Comércio Justo. **Revista de Estudos Constitucionais, Hermenêutica e Teoria do Direito (RECHTD)**, 9(1). 2017. p. 58. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/RECHTD/article/view/12172> Acesso em: 16 abril 2019.

STELZER, Joana. WIEIRA, Keite. A Certificação Fair Trade na WFTO: Um estudo sobre princípios e critérios para segurança do consumidor. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo** | e-ISSN: 2526-0030 | Maranhão | v. 3 | n. 2 | p. 22 - 42 | Jul/Dez. 2017. Disponível em: <https://www.indexlaw.org/index.php/revistadgrc/article/view/2481> Acesso em: 16 abril 2019.

ONU MULHERES. **Paridade de gênero**. Disponível em: <http://www.onumulheres.org.br/planeta5050-2030/paridade/> Acesso em 29 de abril de 2019.

WFTO (World Fair Trade Organization). **Los 10 Principios del Comercio Justo**. Disponível em:

[http://wfto.com/sites/default/files/Los%2010%20Principios%20de%20Comercio%20Junto%202013%20\(Modificaciones%20aprobadas%20en%20la%20AGM%20Rio%202013%20\)\\_Spanish.pdf](http://wfto.com/sites/default/files/Los%2010%20Principios%20de%20Comercio%20Junto%202013%20(Modificaciones%20aprobadas%20en%20la%20AGM%20Rio%202013%20)_Spanish.pdf). Acesso em: 12 de abril de 2019.