

Certificações

Novas oportunidades de um comércio justo

Entre as diversas certificações existentes no mercado o Fair Trade (FT), também conhecido como Comércio Justo, é um dos símbolos da sustentabilidade. Trata-se de um movimento social e uma modalidade de comércio internacional que busca o estabelecimento de preços justos, bem como de padrões sociais e ambientais equilibrados, nas cadeias produtivas como a do café.

Tendo como meta principal eliminar a pobreza através da força de mercado, a certificação é feita para que se tenha certeza de que os produtores estão recebendo um preço justo pelo café e obtendo sustentabilidade no seu negócio, dando-lhes segurança.

Com mercado crescente e conceito se expandindo, o Fair Trade certifica torrefadores e produtores de café. No Fair Trade USA certifica-se torrefadores e importadores. Toda cadeia é certificada.

O Fair Trade é uma instituição sem fins lucrativos, sendo que 75% dos gastos são financiados pelos parceiros que compram os cafés certificados, enquanto os demais 25% dos recursos são provenientes de doadores que fazem contribuições individuais.

O FT objetiva garantir um preço maior pago ao produtor, facilidade de acesso ao mercado e obriga, por outro lado, o produtor a respeitar os critérios socioambientais. A certificação não é aplicada para uma só fazenda, e sim para um grupo de pequenos produtores, que recebem assistência.

Atualmente, o Peru é o país que mais exporta café Fair Trade. O Brasil ainda exporta pouco, porém a demanda pelo produto brasileiro tem aumentado devido a sua diversidade. Hoje, o estado de Minas Gerais é o maior fornecedor de café Fair Trade no Brasil, sendo que dos 17 grupos brasileiros atuantes, dois são de São Paulo, outros dois do Espírito Santo e os demais de Minas Gerais.

Diferenciais e benefícios

Investimentos anuais visam aumentar a rentabilidade dos produtores em geral. Dados divulgados pelo Fair Trade USA em relatório anual 2010 mostram que a projeção do retorno do projeto final sobre o investimento era de 778%. No entanto, o retorno em 2010 foi superior as projeções iniciais.

Com maior retorno, conseqüentemente a renda é melhorada, motivando o produtor a investir em desenvolvimento de capacidade de gestão, qualidade e comercialização de café Fair Trade.

As vendas de café de Comércio Justo beneficiam produtores tanto direta quanto indiretamente. É estabelecido tanto um preço mínimo de Comércio Justo quanto um prêmio de Comércio Justo, à organização produtora. No Fair Trade toda cadeia ganha.

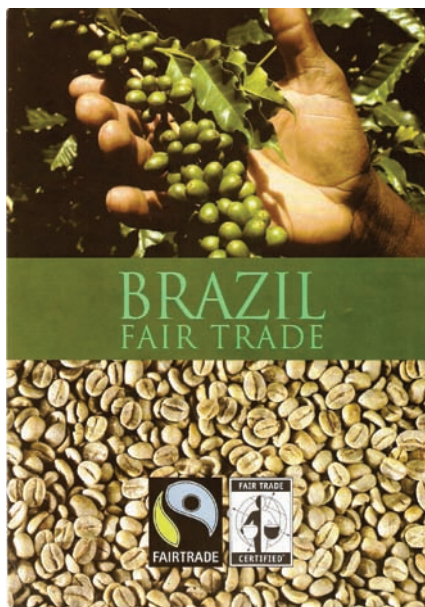
O preço mínimo pago pelos cafés Fair Trade está vinculado ao preço da Bolsa de Nova York (ICE Futures), somado ao diferencial Fair Trade que é de 20 cents/lb. A ideia é que os produtores utilizem esse diferencial em projetos sociais e em qualidade como:

construção de escolas, hospitais, programas de crédito, investimento em qualidade, orgânicos, diversificação de cultivos, etc.

Casos de sucesso

Na maioria das vezes, a busca pela certificação Fair Trade se dá pela necessidade de melhorar o gerenciamento da propriedade, comercialização e colocação do produto no mercado.

De acordo com André Luiz Reis, produtor de café Fair Trade e diretor presidente da Cooperativa dos Produtores de Café Especial de Boa Esperança, alguns produtores ficam



Spotlight on Brazil – Responsible Sourcing Partnership, Additional Income

	Total Investments	Investment per Producer	Income Increase per Producer	Return on Investment
2008	\$685,583	\$145	\$799	453%
2009	\$511,437	\$100	\$954	858%
2010	\$931,531	\$163	\$3221	1871%
Total	\$2,128,552			

receosos em certificar, pois acham que os custos com a certificação podem aumentar e temem também o risco de não encontrar mercado para os cafés. Contudo, o acesso ao mercado e a estabilidade da cadeia de suprimentos são objetivos centrais do Comércio Justo.

Segundo André, os resultados estão sendo muito positivos e em 3 anos, o grupo de produtores que ele atua conseguiu eliminar problemas que possibilitaram aumento de produção em 37% e melhoria de qualidade em torno de 40%, aumentando assim a exportação do produto. Atualmente, o grupo de 100 produtores da região de Boa Esperança exporta para Inglaterra, EUA e Canadá.


Guido Reghin Filho, também produtor de café FT e Presidente da UNIPCAFEM - União de Pequenos Produtores de Cafés Especiais dos Martins - faz parte de um grupo de 83 produtores, exportando café para EUA, Europa e Ásia. Segundo Guido, as mudanças foram visíveis com a certificação e hoje as propriedades são muito bem gerenciadas. Melhorias também foram vistas em relação à comercialização e ações sociais e ambientais nas propriedades. A produtividade média do grupo atinge 40 sacas por hectare.

Os produtores brasileiros têm se mostrado bastante satisfeitos com os resultados que abrangem desde a melhoria do gerenciamento da propriedade, projetos sociais, melhoria de qualidade, colocação de café no mercado, melhores condições de trabalho e agregação de valor ao produto.

Oportunidades e desafios

Segundo dados do Fair Trade USA, atualmente nos Estados Unidos mais de 34% dos americanos reconhecem a marca. Na Europa o Comércio Justo tem um reconhecimento de mais de 80%. Como o maior mercado consumidor do mundo, com uma população de mais de 300 milhões de consumidores, os Estados Unidos têm um potencial incrível de crescimento.

O Brasil, maior produtor e exportador de café, país que tem passado por grandes e constantes evoluções nas formas de produção, processamento e comercialização de seus cafés, tem grande oportunidade de ampliar a produção de café Fair Trade e suprir a demanda. Além do volume, qualidade e constância de entrega, o Brasil está bastante à frente dos concorrentes (Colômbia, Costa Rica, Equador, Peru e Bolívia) em relação às boas práticas de produção, ficando mais fácil se adequar às exigências da certificação.

Laura Ann Sweitzer, gerente do programa Fair Trade USA, comenta que o Brasil ainda exporta pouco do produto, mas que a demanda pelo produto brasileiro tem aumentado devido a sua diversidade. Segundo Stacy Geagan Wagner, diretora do Fair Trade USA, a diversificação de produtos é muito importante, pois compradores preferem adquirir cafés de diferentes regiões para ter garantia caso o produto falte em algum momento. E o Brasil se encaixa nisso. 

Treinamento de Melhoria de Qualidade realizada pelo Sebrae, USAID e Transfer, na região de Boa Esperança/MG



Natália Fernandes
Eng. Agrônoma
HENCORP COMMCOR

André Luiz Reis

Revista do Café