

NOVIB

DESCRIÇÃO DE CONTRAPARTE

Nome de Contraparte: FACES do Brasil - Plataforma de Articulação del Comercio Justo y Solidario

Versão:

Número de Contraparte na Novib:

Número de Projecto na Novib:

Valor proposto de financiamento: R\$ 836.916,24 (Real) Para o período: 2007 - 2009

	Administración y institucionales	Proyectos	TOTAL
2007	R\$ 45.406,24	R\$ 50.000,00*	R\$ 95.406,24
2008	R\$ 64.500,00 **	R\$ 294.660,00***	R\$ 359.160,00
2009	R\$ 70.350,00 **	R\$ 312.000,00****	R\$ 382.350,00
TOTAL			R\$ 836.916,24

* Para el desarrollo del Portal Brasileño del Comercio Justo y Solidario;

** Correspondiente a 50% de los costos anuales del FACES en esta rubrica;

*** Correspondiente a las acciones de promoción del concepto del Plan de Acción (III.1, III.2 y III.3) en 2008, y, a parte de las acciones de construcción de canales de comercialización (IV. 2);

**** Correspondiente a las acciones promoción del concepto del Plan de Acción (III.1, III.2 y III.3) en 2008, y, a parte de las acciones de construcción de canales de comercialización (IV. 2);

1. DADOS GERAIS

Endereço da organização: Avenida Paulista, n. 2518, conjunto 12-B. Bairro: Cerqueira Cesar, São Paulo-SP. Brasil. CEP 01310-300

Estatuto legal: Associação civil sem fins econômicos

Nome do(a) representante legal: Fabíola Marono Zerbini

Endereço: Comercial (idem ao da organização); Residencial: Rua Calixto da Mota, n. 106, apto. 71. Bairro Vila Mariana, São Paulo-SP. CEP 04117-100.

E-mail: fabiolazerbini@facesdobrasil.org.br e fabiolazerbini@terra.com.br

Telefone(s): 55 11 9133-8944 e 55 11 32576103

Fax: 55 11 32574472

Nome do Banco, endereço e dados da conta bancária: Banco ITAU, Praça José Bonifácio, 936. CEP 13.400-340, Piracicaba-SP. Agência 0054, Conta Corrente 62738-5

Código Swift: ITAUBRSP

Código IBAN:

Nome do Banco intermediário (se se aplicar), endereço e dados bancários: não se aplica

Código Swift:

Código IBAN:

NOVIB

Contraparte da Novib desde:

Contribuições financeiras anteriores, da Novib, por período de financiamento: não consta.

2. ANTECEDENTES

La creación del *FACES do Brasil* se dio en 2002, a partir de la articulación de entidades públicas y privadas¹, todas contextualizadas, históricamente, en el fomento a la producción rural y urbana brasileñas, y que percibieron, en el movimiento internacional de Comercio Justo, una posibilidad concreta de atención a una de las principales demandas de este segmento, es decir, la creación de canales alternativos de comercialización, que garantizase sustentabilidad financiera y mejoría en la capacidad organizacional de los emprendimientos marginados por los sistemas convencionales de producción, comercialización y consumo.

En una estructura de “fórum”, horizontal y democrática, el *FACES*, desde el punto de vista técnico-administrativo funcionaba a partir de “Núcleos de Trabajo”, formados voluntariamente por los representantes de cada una de las instituciones que hacían parte del colectivo, con tareas decididas por todos los miembros en las reuniones anuales de planeamiento (de actividades y de presupuesto) participativo. Los núcleos, entre 2002 y 2004, eran: Núcleo de Gestión; Núcleo de Reglamentación; Núcleo de Producción y Núcleo de Comercialización.

En 2004, la estructura de los “Núcleos” se cambió para la siguiente (estructurados, a partir de entonces, en grupo de trabajo): “Promoción del Concepto”, “Apoyo a la comercialización”, “Gestión Institucional” y “Reglamentación”, manteniendo la estructura de trabajo voluntario de los miembros y el planeamiento colectivo.

A partir de 2005, el *FACES* se institucionalizó con personalidad jurídica de asociación sin fines económicos, creando, a partir de entonces, la estructura de gestión que opera hasta hoy, y que puede ser resumida en el ítem “quadro organizacional” de este documento.

Desde el punto de vista financiero, *FACES* tuvo el apoyo de la Fundación Friedrich Ebert en los cuatro primeros años de existencia - 2002 a 2005, para la realización de sus tareas institucionales (reuniones entre los miembros, materiales de comunicación, website etc), y, también, para la promoción del tema y articulación de la base política (seminarios, publicaciones e etc).

Desde 2005, estableció convenio con la organización holandesa de cooperación internacional Solidaridad, para financiamiento de la estructura de gestión (Secretaría Ejecutiva) y ejecución de parte del Plan de Acción Institucional.

En 2007 estableció parten ario con el gobierno brasileño a través del proyecto con la SENAES - Secretaría Nacional de Economía Solidaria del Ministerio del Trabajo y Empleo, para la cobertura de parte de los costos institucionales, y, para la realización de acciones en pro de la construcción del Sistema Brasileño del Comercio Justo y Solidario.

Todos estos años, desde 2002 hasta hoy, *FACES* también tuvo apoyo financiero y de recursos humanos de sus miembros, para la realización directa de actividades de sus Planes de Acción, o, para las actividades institucionales y de representación política, destacando entre ellos las organizaciones: Visão Mundial, FASE Nacional, Imaflora y SEBRAE Nacional.

Desde el punto de vista de género, considerando que uno de los principios del Comercio Justo es la equidad de género, las estructuras de gestión del *FACES* (que son formadas por representantes de las entidades, electos de manera autónoma) a pesar de no tener una política preestablecida, en la práctica, operan con más mujeres que hombres. La secretaria Ejecutiva, por ejemplo, siempre fue composta por mujeres, y el consejo político tiene aproximadamente 60% de mujeres y 40% hombres.

CONQUISTAS

¹ Las organizaciones que empezaron el *FACES do Brasil* son: FASE Nacional; IMAFLORA; Freidrich Ebert - Brasil; SAF – Secretaria de Agricultura Familiar do Ministério do Desenvolvimento Agrário; Lyndolpho Silva (CONTAG); SEBRAE – Nacional; Viva Rio; Visão Mundial; BSD – Business meets social development; Instituto SERE.

NOVIB

Los principales resultados del FACES fueran la creación de la base política y conceptual del Comercio Justo Brasileño, a través del involucramiento de más de 1000 actores de los movimientos de la economía solidaria, comercio justo y agricultura campesina, en la formulación participativa del Sistema Brasileño del Comercio Justo y Solidario, en lo que logró resultados concretos en términos de organización y articulación política del movimiento social brasileño, en especial en la involucración de los “pequeños productores” en las estructuras de control social y democracia participativa relacionadas a este tema.

No tocante a la formación, FACES, a través de la realización de 5 Seminarios Internacionales, de la publicación de 2 libros (3000 ejemplares cada) y 3 folletos explicativos (5000 ejemplares cada), de la co-realización de 10 programas de televisión sobre comercio justo (difundidos en nivel nacional por dos canales de televisión), y, de 5 proyectos de formación de productores para prácticas comerciales alternativas (envolviendo más de 200 alumnos), contribuyó para la capacitación técnica y política de productores, comerciantes y consumidores brasileños sobre el tema central de su actuación, lo que logrará resultados directos en la mejoría de las practicas productivas de los pequeños productores brasileños, y, en el ejercicio del consumo responsable para los consumidores (a través de la mejoría de sus capacidades de elección de consumo)

No tocante a los resultados del trabajo de presión política del FACES junto al gobierno brasileño para el reconocimiento y apoyo público al comercio justo, los trabajos realizados hasta hoy lograrán la formulación de una ley de comercio justo, a ser promulgada por el Ministerio de Trabajo y Empleo aún este año (que instituí un sistema nacional de reconocimiento y garantía a el comercio justo), y, del “PAFI CJS - Plan de Acción de Fomento Integrado al Comercio Justo y Solidario”, que reúne acciones y políticas públicas de 3 ministerios federales, con el presupuesto de 5 millones de reales (R\$ 5.000.000,00), que serán utilizados con los emprendimientos económicos solidarios brasileños en acciones de mejoría estructural de sus emprendimientos, de formación técnica y política, y, de organización de cadenas productivas diferenciadas.

Tales políticas de fomento público van a beneficiar más de 15.000 emprendimientos económicos solidarios, reconocidos por la pesquisa nacional de economía solidaria, reuniendo casi 1 millón de productores y productoras que necesitan de este tipo de apoyo para consolidar sus emprendimientos como fuente de renta y trabajo permanentes.

Además de esto, la mayoría de los actores que actúan en comercio justo en Brasil (productores, gobierno y entidades de apoyo) hoy, han empezado a trabajar con este tema gracias a el soporte y trabajo político del FACES, fortaleciendo la propuesta en nivel nacional y la expresión del movimiento brasileño en nivel internacional.

3. PROPÓSITO INSTITUCIONAL

3.1) Missão:

Fomentar la creación de un ambiente favorable a la construcción e implementación del Comercio Justo y Solidario Brasileño.

3.2) Objetivos institucionais:

La actuación del FACES do Brasil es en el sentido de la construcción y consolidación de un comercio que: permita el establecimiento de relaciones éticas, transparentes y de corresponsabilidad entre los diversos actores de la cadena productiva; garantiza una remuneración justa a productores y productoras, agricultores y agricultoras familiares, marginados por el sistema convencional de las relaciones comerciales; y, vuelve asequibles, a los consumidores y consumidoras responsables de nuestro país, productos que respeten nuestras diversidades culturales, regionales e históricas y, que traigan en sí, la promoción de una mayor equidad social.

3.3) Campo(s) de actividade:

Frente a los resultados obtenidos por las acciones y proyectos del Faces en el trienio 2004-2006, planeamos, para el próximo trienal, acciones en cuatro Campos de

NOVIB

Actuación, interrelacionados y articulados en. Son ellos: 1) Articulación política; 2) Sistematización, producción y difusión del conocimiento, 3) Promoción del concepto y formación, y 4) Construcción de Canales de comercialización justos y solidarios.

4. POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO

El contexto actual del comercio justo y solidario en Brasil es extremadamente favorable a su consolidación, tanto en el nivel político cuanto económico. La afirmación del bueno contexto político se justifica por el involucramiento del gobierno brasileño en la construcción y reconocimiento público del Sistema Brasileño del Comercio Justo y Solidario (a través de 3 ministerios² y de distintas estructuras estatales y municipales públicas), y también por la cantidad de actores de la producción, comercialización y consumo solidarios que actúan en prácticas comerciales diferenciadas, y que demandan, cada vez más, acciones integradas y de validez nacional que concreten el mercado interno brasileño para estos tipos de productos³.

Las entidades hoy que hacen parte de manera más directa del movimiento son las que participan del Grupo de Trabajo de Construcción del Sistema Brasileño del Comercio Justo⁴ y Solidario, reuniendo más de 1.500 miembros (por la sociedad civil) en sus bases.

Desde el punto de vista económico, el contexto también se pone favorable por los datos de producción y consumo: por un lado tenemos 14.957 emprendimientos económicos solidarios (reconocidos por la pesquisa nacional echa por la Secretaria Nacional de Economía Solidaria), que operan R\$ 491.451.037,00 por año, y que apuntan la comercialización como el principal problema de la consolidación de sus emprendimientos, y, de otro, un potencial de consumo de productos alternativos que crece en tasas de 20% al año (conforme estudios del IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), muchas veces no concretizado por falta de canales de venta distribución de estos productos.

O sea, la consolidación del comercio justo ya encuentra justificativa en los contextos nacionales, demandando acciones que la tornen una práctica concreta, con la efectiva creación de canales alternativos de distribución y venta que aproximen productores, consumidores y el gobierno en un proceso positivo de desarrollo social local a partir del establecimiento de flujos comerciales promotores de justicia social.

5. ANÁLISE DO PROBLEMA

Como ya dicho anteriormente, 64% de los 14.954 emprendimientos reconocidos como de economía solidaria en Brasil, apuntarán la comercialización como el grande problema de la consolidación de sus emprendimientos. De lo total, 56% hacen venta directa (para intermediarios locales), y apenas 7% logran alcanzar el mercado nacional. Por otro lado, la concentración del consumo en nuestro país es enorme, donde apenas un estado (São Paulo) concentra 60% del poder de compra del país. O sea, el primero problema concreto de los emprendimientos económicos solidarios (vistos como alternativa de trabajo y renta para la población excluida del mercado formal del empleo) es la falta de canales de distribución y logística solidarios, de alcance nacional, que permitan a la aproximación entre el consumidor y la producción de las pequeñas propiedades y grupos asociativos.

Pero el problema no está solamente en la dificultad de comercialización de los emprendimientos ya reconocidos como de economía solidaria, pues la pobreza es una realidad muy más amplia, atingiendo 47% de la población brasileña, lo que significa aproximadamente 80 millones de personas, hombres y mujeres, que no tienen lo mínimo necesario para vivir. Y grande parte de este problema se debe a la precarización de las relaciones de trabajo formal, lo que apunta para la necesidad del desarrollo por parte del

² El Ministério de Trabajo y Empleo, através de la Secretaria Nacional de Economía Solidária; El Ministério del Desarrollo Agrario através de la Secretaria de Agricultura Familiar y El Ministério del Desarrollo Social, através de la Secretaria de Seguridad Alimentária.

³ Un dato que afirma esto es el resultado de la *I Conferência Nacional de Economia Solidária* que apuntó la creación del Sistema Brasileño como la segunda prioridad para los 1.570 delegados de todo el Brasil que allí participaron de las decisiones de los rumos de este movimiento en nuestro país.

⁴ FACES do Brasil - Plataforma de Articulação do Comércio Justo e Solidário, FBES - Fórum Brasileiro de Economía Solidária, e, OPFCJS - Organização dos Produtores Familiares do Comércio Justo e Solidário, SENAES - Secretaria Nacional de Economía Solidária (MTE - Ministério do Trabalho e Emprego), SAF - Secretaria de Agricultura Familiar e SDT - Secretaria de Desenvolvimento Territorial (MDS - Ministério do Desenvolvimento Agrário).

NOVIB

Estado y de la sociedad civil, de estrategias de fortalecimiento de la pequeña producción rural y urbana como alternativa concreta de trabajo renta y desarrollo local sostenible.

Un tercer punto que representa un problema mundial es la insostenibilidad de los actuales padrones de producción y consumo, generadores de exclusión social (200 empresas operan 70% de los cambios comerciales mundiales, según datos de la OMC) y de degradación ambiental (25% de la población mundial reconocida como “consumidora” ya utiliza 35% a más de los recursos naturales disponibles según datos del WWI), lo que apunta a la necesidad de creación y difusión de mecanismos alternativos de producción y consumo que disminuyen estos problemas y no los haga crecer.

6. ESTRATÉGIAS DE INTERVENÇÃO

Frente a este cuadro, FACES definió su estrategia en cuatro campos de actuación, siendo:

Articulación política

Creando que el gobierno tiene un rol fundamental en el desarrollo de políticas sociales y estructurales de combate a la pobreza, FACES do Brasil actúa junto a las estructuras gubernamentales haciendo presión por políticas públicas de desarrollo del comercio justo y solidario encaminadas a fomentar la construcción de relaciones más justas y solidarias a lo largo de la cadena productiva. Por otro lado, creemos que el control social de las políticas públicas es materia de las más importantes, para garantizar su sostenibilidad y amplitud, así que trabajamos junto a los movimientos sociales de forma a fortalecer el capital social y la participación democrática directa de productores y productoras, a favor de la búsqueda de convergencias y de la construcción participativa de estrategias y políticas comunes;

Sistematización, producción y difusión del conocimiento

El FACES do Brasil tiene como uno de sus principales desafíos el desarrollo de referencias conceptuales y metodológicas que atiendan a la realidad brasileña, con sus peculiaridades y características propias. Así que trabajamos en la producción y sistematización de conocimientos que nos den respuestas sobre el potencial brasileño de producción, comercialización y consumo justos y solidarios, como forma de garantizar una acción planeada y estratégica, que realmente refleje en resultados positivos en términos de desarrollo local sostenible y inclusión social.

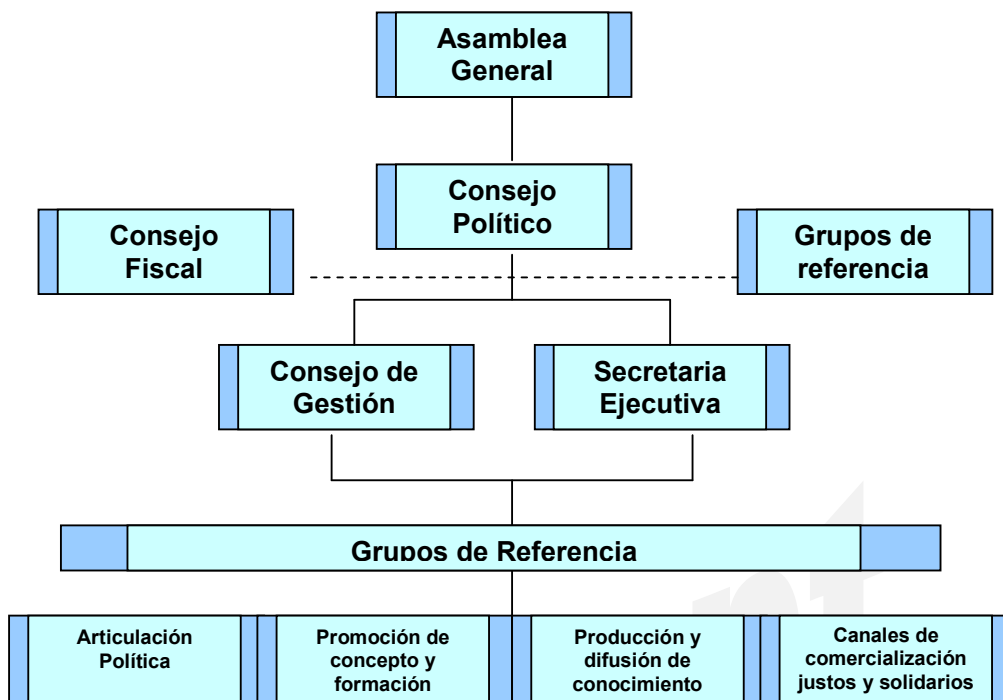
Promoción del concepto y formación

Para que el Comercio Justo y Solidario se concrete en el día a día, es imprescindible que productores, comerciantes y consumidores conozcan, comprendan la importancia y se sensibilicen para la práctica de tal propuesta. Esta es la importancia de las acciones de promoción de concepto y formación desarrolladas por el FACES do Brasil, en un proceso continuo de difusión, esclarecimiento y educación para los principios y para la práctica del Comercio Justo y Solidario y del Consumo Responsable, junto a los más diversos públicos.

Canales de comercialización justos y solidarios

FACES do Brasil, a partir de 2007, y en una perspectiva integrada con el proceso de implementación del Sistema Brasileño de Comercio Justo y Solidario, actuará directamente en la promoción de canales alternativos de comercialización, como forma de dar una respuesta concreta a la distancia entre productores, productoras, consumidores y consumidoras brasileños, ansiosos por la posibilidad de poner el concepto de Comercio Justo y Solidario en la práctica.

7. QUADRO ORGANIZACIONAL FUNCIONAL



El *Consejo político*⁵ es el órgano responsable por la definición de las líneas políticas: los campos de actuación, los objetivos y las estrategias trienales y anuales del FACES - de los 18 representantes de las entidades, 10 son mujeres y 8 son hombres;

El *Consejo de Gestión* es formado por 3 entidades⁶ electas en Asamblea (miembros), y tiene como objetivo tomar las decisiones más operacionales y cotidianas de la institución, constituyéndose como la estructura directa de apoyo y control de la Secretaria Ejecutiva en los temas relacionados a gestión financiera y administrativa - de los representantes de las 3 entidades electas, 1 (una) es mujer y 2 son hombres;

La *Secretaria Ejecutiva*, por su vez, es responsable por la gestión administrativo financiera del Instituto, por la concretización del Plan de Acción, por su representación político institucional y por la articulación de los miembros en pro de la realización de la misión institucional - la secretaria ejecutiva es compuesta de 3 personas siendo 2 mujeres (la secretaría ejecutiva y la coordinadora administrativo financiera) y 1 hombre (apoyo a proyectos)

Los grupo de referencia referentes a los Campos de Actuación del FACES, son formados por miembros y tienen como objetivo el detallamiento técnico del Plan de Acción en proyectos anuales - la composición de os grupos es equivalente a del Consejo Político.

8. EFEITOS DIRECTOS

Los resultados de cambio efectivos que planteamos lograr con el proyecto FACES son relacionados a dos niveles, uno mas cerca del concepto del comercio justo (que es el tema que da sentido a el FACES), y otro, a las líneas de acción (opciones metodológicas y estratégicas) elegidas por el FACES para construir y fortalecer este tema en Brasil.

Sobre el primero nivel, imaginamos lograr éxito en los impactos reconocidos por el movimiento mundial de comercio justo como los mas alcanzados por los productores y productoras que ya participan de esto movimiento, a saber: a) mejoría de las condiciones estructurales y organizativas de los grupos productivos (autogestión, relaciones laborales,

⁵ El *Conselho Político ES* formado hoy por 18 entidades, siendo: Ong's: Cáritas do Brasil, DESER, Ética Brasil, FASE Nacional, IMAFLOLA, Instituto Kairós, Onda Solidária, Visão Mundial, y SEBRAE Nacional; Representación de Productores: ACS Amazônia; ADS-CUT, RBSES, UNICAFES, UNISOL y Rede Cerrado; Gobierno: SENAES - Secretaria Nacional de Economía Solidaria del Ministerio del Trabajo y Empleo), SAF - Secretaria de Agricultura Familiar y SDT - Secretaria de Desenvolvimento Territorial do Ministério do Desenvolvimento Agrário.

⁶ Actualmente, hacen parte del Consejo de Gestion: IMAFOLRA, FASE Nacional y Visão Mundial.

NOVIB

medioambientales etc), b) mejoría en las relaciones de género en las comunidades y en los grupos productivos, y, c) Agregación de valor a los productos comercializados (productos mas beneficiados y el precio justo).

Sobre el segundo nivel, los presentaremos a partir de algunos ejes generales que se pueden concretizar a partir de los indicadores abajo planteados:

- 1) El *efectivo empoderamiento político de los grupos y sujetos populares (entre otros actores sociales) brasileños, a partir de su involucramiento en la construcción de la propuesta del comercio justo y solidario*. Hasta hoy, el movimiento brasileño, capitaneado por las acciones del FACES, priorizo la construcción de la base política y conceptual del tema, involucrando mas y mas productores y actores sociales en este proceso, por creer en el empoderamiento *político de los sujetos y de los grupos populares, como un beneficio concreto a la estrategia de reducción de pobreza y de la desigualdad social*. Pues, sin que las bases populares puedan apoderarse del proceso de construcción de otra realidad para si mismas (y para todo el mundo), sintiéndose sujetas de este proceso, no vemos como el tema (y sus objetivos esenciales) pueda lograr.
 - a. Fortalecimiento del FACES como plataforma de articulación de distintos actores en el comercio justo brasileño (productores, gobierno comerciantes, asociaciones de consumidores, ong's), a partir de la ampliación de su consejo político (por lo menos en 100% de miembros, con prioridad para grupos productivos, comerciantes solidarios y representación de consumidores), y, la efectiva inclusión del tema en los planes de acción de sus miembros;
 - b. Garantía de la participación de los productores y de los consumidores, por si mismos o por sus estructuras de articulación y representación, en las comisiones oficiales de control social del Sistema Brasileño del Comercio Justo Y Solidario;
- 2) El *reconocimiento del gobierno brasileño al Comercio JUsto es un resultado concreto a su consolidación como política de desarrollo social de responsabilidad del Estado*. El trabajo de presión al gobierno por políticas públicas al Comercio Justo hecho por FACES en todos estos años ya resultó en beneficios concretos a hombres y mujeres brasileños que encuentran en sus emprendimientos productivos la alternativa de trabajo y renta posible frente a el cuadro de pobreza que se encuentran. Así que tanto la creación del Sistema Brasileño del CJS (marco jurídico) cuanto el direccionamiento del presupuesto público a acciones de fomento al mismo (PAF CJS), representan efectos directos a la concretización del objetivo del comercio justo como una realidad, y no, un ideal.
 - a. Creación de marcos jurídicos (instrucción normativa y ley) en nivel federal, que reglamenten en escala nacional, el concepto de comercio justo y solidario, y las políticas públicas de fomento a el mismo;
 - b. Creación y efectiva implementación de políticas públicas de fomento (financiero y estructural) a el comercio justo y solidario, que integre las acciones, programas y proyectos de los distintos actores gubernamentales relacionados a la propuesta, y que tengan un presupuesto cada vez mayor;
- 3) Las acciones de formación visualizan *mejorar la capacidad técnica y conceptual de productores y productoras, comerciantes y consumidoras(es) para la práctica efectiva de sus roles dentro del proceso de construcción de una sociedad mas sostenible y Justa*. El trabajo de educación es algo permanente que resulta en beneficios a medio y largo plazos esenciales al proceso de cambio social, en la medida que posibilita a los sujetos conocer y utilizar la base técnica necesaria a la mejoría de sus acciones (sean de producción, sean de comercialización o aun de opciones de consumo dentro de las cadenas productivas alternativas), y, apoderarse de la consciencia sobre la importancia de una cultura de solidaridad y de justicia para una vida mejor a todos y todas.

NOVIB

- a. Formación de por lo menos 50 lideratos de grupos productivos brasileños a cada año, en los principios, criterios, practicas y teorías del comercio justo y solidario, que puedan multiplicar estos conocimientos a otros grupos productivos de su región de actuación;
 - b. Inserción de los temas: comercio justo y solidario y consumo responsable, en el currículo de las escuelas de por lo menos 5 secretarias de educación (estadual o municipal), a largo de los 3 años del proyecto;
 - c. Aumento significativo de consumidores y consumidoras que conocen el concepto de comercio justo, la propuesta del sistema brasileño, y, los sitios donde pueden encontrar los productos justos y solidarios;
- 4) *En el campo económico, las acciones aquí planteadas van a resultar en un proceso dinámico en términos de construcción de cadenas productivas alternativas (sea a partir de la restructuración composición de las convencionales, sea por la creación de nuevas) que van a poder ser utilizadas por los emprendimientos solidarios y por los consumidores responsables como alternativa de disminución de pobreza y desarrollo local sostenible.* El problema de la comercialización como obstáculo a la consolidación de los pequeños grupos productivos, y, la falta de acceso por consumidores a estos tipos de productos promotores del desarrollo social, es un problema concreto que el comercio justo y solidario tiene las herramientas para resolver. Con las acciones del proyecto, mucho otros procesos se van a iniciar, en un efecto económico multiplicador de nuevas prácticas.
- a. Hacer con que los productores se reconozcan en el Sistema Brasileño del Comercio Justo y Solidario, y que, por esto, logren obtener mejoras de sus condiciones de trabajo y organización, y, incremento en las ventas (y en el valor agregado) de sus productos;
 - b. Desarrollar la práctica de organización de la producción solidaria brasileña en cadenas productivas justas y solidarias, que proporcionen mayor valor agregado a los productos en los mercados nacionales e internacionales;
 - c. Fortalecer o crear canales de comercialización (como supermercados, tiendas especializadas, ferias etc) para los productos reconocidos por el Sistema Brasileño del Comercio Justo y Solidario, que aproximen los consumidores y consumidoras brasileños de esta propuesta; etc;
- 5) Por fin, la propuesta (y todos sus efectos ya apuntados), articulada con todos los movimientos sociales que la suportan, una vez mantenida y ampliada por estos y por otros proyectos, van a generar *un cambio en la política de desarrollo brasileño (y mundial)*, que hasta ahora se suporta en la concentración de capital y en el consecuente aumento de la desigualdad social, *para una propuesta de desarrollo social sostenible, promotora de Justicia Social y ambiental.*

9. PLANO DE ACÇÃO PARA O PROJECTO

Este ítem está en Anejo I - Plan de Acción 2007-2009

10. ESTATÍSTICAS SOBRE OS PARTICIPANTES NO PROJECTO E PESSOAS A SEREM BENEFICIADAS INDIRECTAMENTE

NOVIB

	Homem	Mulher
Participantes do projecto. As pessoas que <u>participam</u> nas actividades relevantes ou usam os serviços, instalações e materiais oferecidos pela organização, ou ambos. <i>Por exemplo, no caso de um curso de treino para professores: os participantes do projecto são os professores.</i>	3500	2970 ⁷
Pessoas alcançadas indirectamente. Todas as pessoas que não participam mas <u>sentem</u> mudanças positivas, significativas e contínuas nas suas vidas, como resultado das actividades do projecto. <i>No caso de um curso de treino para professores, as pessoas que são alcançadas indirectamente são os alunos que ensinarão.</i>	801.219	450.663 ⁸

11. BALANÇO

Este ítem está en Anejo II - Informaciones Financieras (Planilha 1)

12. ORÇAMENTOS DE RECEITAS E DESPESAS

Este ítem está en Anejo II - Informaciones Financieras (Planilhas 2 e 3)

⁷ Esta separación esta basada en las estadísticas actuales, siendo que este año el tema “genero” será pauta de la Asamblea y Reunión de Planeamiento del Consejo Político, para el planteamiento de acciones afirmativas para la ampliación de la participación de las mujeres en las actividades del FACES

⁸ Estos datos fueran extraídos del Mapeamento Nacional de Economía Solidaria, hecho por la SENAES, y se refieren a los productores y productoras reconocidos como “solidarios” en el resultado de 2006.