
Rumo a um sistema nacional de Comércio Justo e Solidário

Martin van Gastel - OPFCJS

05 de abril de 2006

Experiência comum dos grupos com participação no CJ internacional

- **Certificação FLO ficou muito caro (R\$ 3000-10000 /ano), somente 18 organizações brasileiras da AF tem, os com pouca venda tem dificuldade de pagar esta taxa.**
- **Dificuldade agora maior para as organizações pagar as despesas de participação no CJ certificada, porque não recebem mais um diferencial (preço do mercado está acima do preço mínimo para sucos e café).**
- **Também existe outro tipo de CJ internacional: uns 20 grupos vendem artesanato, palmito, castanha, sem certificação, mas avaliação e declaração de conformidade pelo comprador**
- **A maioria vendem para poucos compradores.**
- **Difícil acesso a capital de giro e falta de conhecimento do mercado leva a entregar a venda para exportadoras comerciais, que pouco repassam informações.**
- **Com taxa de cambio baixo, vale menos a pena exportar.**

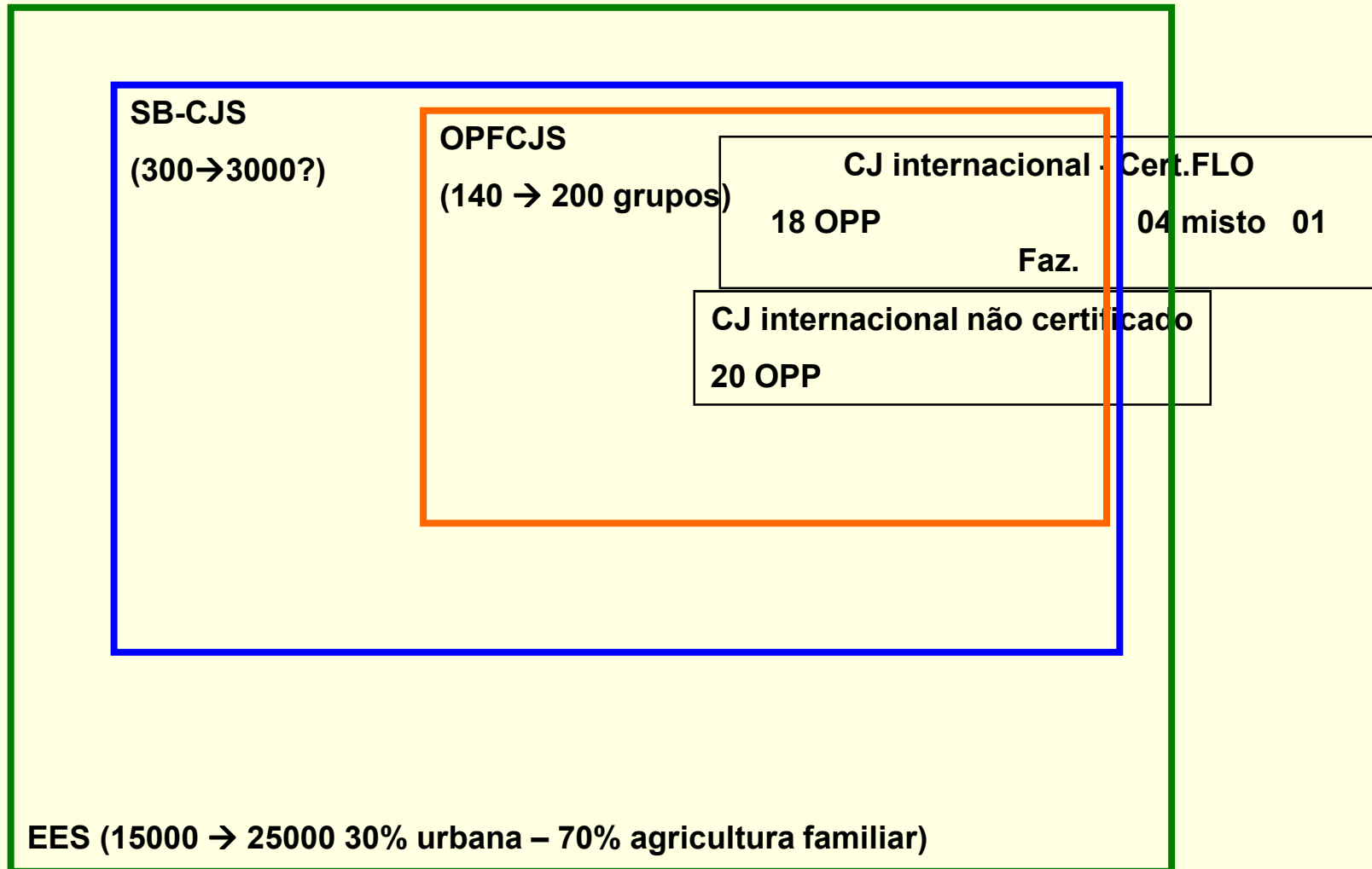
Da prática de comercialização no Brasil para CJS

- **Quase todos grupos da articulação já vendem maior parte da produção no mercado brasileiro, parte pela PAA, o resto geralmente sob termos convencionais.**
- **Muito a fazer para regularizar registros sanitários, adequar o padrão do produto e embalagem a expectativa do consumidor → bases de serviços.**
- **Precisa maior estruturação da distribuição dos produtos de CJS.**
- **Massificar a sensibilização e informação ao consumidor.**
- **Atender maior diversidade de produtos e servir para diversos canais de distribuição.**

CJS que esperamos construir

- **Sistemas de garantia (certificação ou coletivas), também viáveis para grupos com pequeno movimento (faturamento até R\$ 10000 por mês).**
- **CJS que promova maior autonomia dos grupos, e apóia-los de desenvolver suas capacidades de gestão e comercialização.**
- **A pratica comercial de CJS deve priorizar grupos de produtores desfavorecidos.**
- **Não confundir CJS e certificação de produtos de fazendas e plantações com responsabilidade social e ambiental.**
- **Maior e real participação dos grupos produtores e consumidores na definição de políticas e normas, e na gestão do sistema brasileira do CJS.**

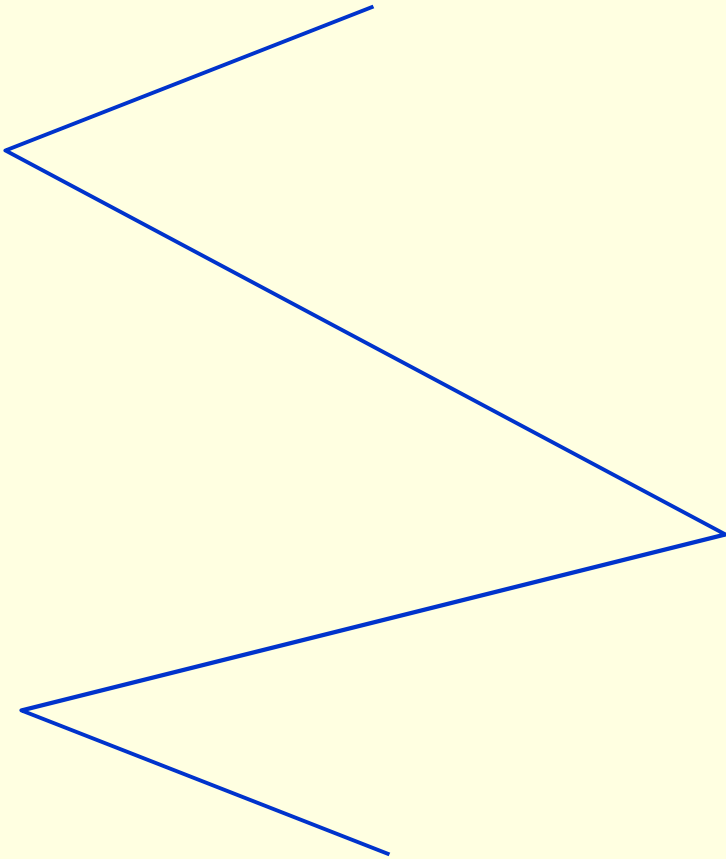
Potenciais x atuais participantes de CJS



Questões a discutir referente potenciais participantes

- ? **Pequenos produtores/as que processam ou comercializam em parceria com fazenda ou empresa, com participação efetiva no controle do processo e apropriação de resultados.**
- ? **Grandes cooperativas de pequenos produtores, com baixa nível da efetiva participação dos sócios na gestão.**
- ? **Cooperativas mistas com pequenos, médios e grandes produtores.**
- ? **Empresas com sua atuação principal (ou total) em CJS (processamento, consultoria, distribuição)
- percentagem mínima dos produtores no controle acionária?**

Cadeias mistas - certificar o que?

- | | Justo e Solidário | Respons. Social | Convencional |
|--|--------------------------|------------------------|---------------------|
| • Insumos | | | |
| • Produção <ul style="list-style-type: none">– ambiental– trabalhista– organização– contexto DLS | | | |
| • Processamento | | | |
| • Comercialização | | | |
| • Varejo | | | |
- 
- A blue zigzag line connects the 'Produção' and 'Comercialização' rows across the columns. It starts at the top of the 'Produção' row in the 'Justo e Solidário' column, goes to the right to the 'Respons. Social' column, then down to the 'Convencional' column, then up to the 'Comercialização' row in the 'Respons. Social' column, then left to the 'Justo e Solidário' column, and finally down to the 'Convencional' column.

Canais de distribuição

- **Venda direta (feiras, cestas)**
- **Lojas próprias de grupos produtores/as**
- **Lojas especializadas em produtos CJS**
- **Empresas de *catering* e hotelaria**
- **Restaurantes nas empresas / cestas p/ funcionários**
- **Consumo interno de governos, prefeituras, legislativos.**
- **Lojas de produtos naturais**
- **Pequenas redes de supermercados**
- **Grandes redes de hipermercados**

- **Detalhar potencial e dimensionar logística para cada.**

- **Analisar expectativas e preferências de consumidores (posicionamento, informação, aspecto político).**

Diferentes demandas x opções de certificação

