

Projeto de Pesquisa

“Mapeamento das Experiências de Produção e Comercialização em Comércio Ético e Solidário no Brasil”

Proposta elaborada por Fabíola M. Zerbini e Renata de Salles S. Pistelli, e, apresentada por FACES DO BRASIL – Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário.

Março - 2004



Sumário

<i>I - Instituições proponentes</i>	pg. 03
<i>II - Justificativa</i>	pg. 05
<i>III - Objetivos Gerais</i>	pg. 08
<i>IV - Objetivos Específicos</i>	pg. 09
<i>V - Metodologia</i>	pg. 10
<i>VI - Cronograma</i>	pg. 20
<i>VII – Orçamento e cronograma de execução financeira</i>	pg. 20
<i>VIII – Coordenação geral e equipe</i>	pg. 21
<i>IX – Anexos</i>	

- Anexo I: Documento “Princípios e Critérios para Implementação do Comércio Ético e Solidário (CES) no Brasil”;
- Anexo II: Relação de bancos de dados já disponíveis;
- Anexo III: Cronograma de execução do projeto;
- Anexo IV: Planilha detalhada de orçamento.



Projeto de Pesquisa

“Mapeamento das Experiências de Comércio Ético e Solidário no Brasil”

I – Instituição proponente, instituição executora e apoios institucionais.

O presente projeto será executado pelo coletivo de entidades Faces do Brasil – Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário, e se realizará em parceria com a Fundação Friedrich Ebert (FES) – Brasil, denominada mais adiante como instituição proponente. Como apoiadores temos as demais entidades membro do conselho gestor do “Faces do Brasil”. Segue abaixo uma breve descrição das instituições: proponente, executora e apoiadores:

Instituição Executora – “Faces do Brasil: Fórum de Articulação para o Comércio Ético e Solidário do Brasil”, que tem como missão promover o diálogo e a difusão de conceitos entre os diversos agentes da sociedade a respeito do Comércio Ético e Solidário, visando fortalecer as ações coletivas para a construção de um sistema de comércio ético e solidário brasileiro. Para isso, são realizados oficinas, missões internacionais e nacionais, articulações institucionais, publicações, seminários e outras atividades promocionais e técnicas que possibilitem a construção participativa de um comércio ético e solidário com a face do Brasil. Nesse sentido, O FACES já realizou três seminários internacionais de comércio ético e solidário, produziu dois livros, tendo sido o primeiro lançado durante o II Fórum Social Mundial de Porto Alegre, e, o segundo, com lançamento previsto para março de 2004. Realizou ainda várias oficinas estaduais, participou de várias mesas e painéis em eventos nacionais e internacionais, promovemos duas missões técnicas internacionais (Itália e México), e tem apoiado o Ministério do Desenvolvimento Agrário / SAF na organização de um processo de formulação participativa da regulamentação pública brasileira para o Comércio Ético e Solidário. Participam do FACES do Brasil como membros as seguintes instituições: SEBRAE Nacional, Ministério do Desenvolvimento Agrário, SEMAB / Banco de Alimentos da Cidade de São Paulo, FASE - Federação de Órgãos para Assistência Social e Educacional,



Fundação Friedrich Ebert / ILDES, Fundação Lyndolpho Silva, Viva Rio, Imaflora, Visão Mundial, Instituto SERE, Instituto Kairós – Ética e Atuação Responsável, B&SD, e, Rede Ecovida de Agroecologia, além de inúmeras instituições e movimentos sociais colaboradores tanto no contexto nacional quanto internacional.

Instituição proponente: Fundação Friedrich Ebert (FES) – Fundada em 1925 como legado político do primeiro presidente alemão democraticamente eleito, a Fundação Friedrich Ebert (FES) é a mais antiga das seis fundações políticas alemãs, com quase 600 funcionários e atividades em mais de 100 países. Em 2000, somente na Alemanha participaram mais de 150.000 pessoas em cerca de 3.000 atividades. 1.700 estudantes - 340 do exterior - se beneficiaram do programa de bolsas no ano 2000. O orçamento da Fundação, proveniente majoritariamente de recursos públicos, é de 100 milhões de Euros, aproximadamente. A FES baseia seus programas no ideário da social democracia alemã e européia e mantém escritórios em mais de 70 países do mundo, sempre com a finalidade de cooperar na consolidação e o desenvolvimento de regimes democráticos e participativos. Geralmente realiza suas atividades junto com parceiros nacionais, públicos ou privados, igualmente comprometidos com o progresso democrático dos seus países. A atuação da FES no Brasil começou em 1976, quando foi estabelecido no Rio de Janeiro o Instituto Latino-Americano de Desenvolvimento Econômico e Social (ILDES), sob o patrocínio da FES. Em 1986 a sede do ILDES foi transferida para São Paulo e, desde o ano 2000, a FES está funcionando como fundação, de acordo com a legislação brasileira.

Instituições apoiadoras: membros do conselho de gestão do Faces do Brasil

Consideramos todas as entidades pertencentes ao coletivo “Faces do Brasil” como instituições apoiadoras pelo reconhecimento e estímulo constante das iniciativas do Faces, através da disponibilização de bancos de dados, bem como, do futuro apoio logístico a ser prestado durante o decorrer da pesquisa: SEBRAE Nacional, Ministério



do Desenvolvimento Agrário, SEMAB / Banco de Alimentos da Cidade de São Paulo, FASE - Federação de Órgãos para Assistência Social e Educacional, Fundação Lyndolpho Silva, Viva Rio, Imaflora, Visão Mundial, Instituto Kairós – Ética e Atuação Responsável e Instituto SERE.

II - Justificativa

O *comércio ético e solidário* é uma proposta que prioriza tanto a valorização e o reconhecimento do trabalho de produtores e das expectativas de consumidores, quanto o respeito ao meio ambiente e aos direitos humanos nas relações de mercado. O principal objetivo deste movimento é trazer igualdade e transparência para o comércio, através de uma série de práticas que visam: a mudança das regras norteadoras da relação comercial, empoderamento dos pequenos produtores, informação e educação dos consumidores e, por fim, a aproximação entre os produtores e consumidores.

Há mais de quarenta anos, o comércio justo surge na Europa como um movimento que visa a diminuição das desigualdades entre os países do norte e do sul através do comércio. Ao longo destes anos, estabeleceu-se o movimento internacional de Comércio Justo, onde os pequenos grupos de artesãos e agricultores dos diversos continentes localizados ao sul do planeta figuram como produtores e os cidadãos mais críticos e sensibilizados dos países do Norte, figuram como consumidores.

Entretanto, nos últimos anos, muitos países que outrora configuravam apenas como produtores no cenário acima apontado, passaram a perceber a importância de desenvolver suas potencialidades locais para que este movimento alternativo ao comércio convencional também viesse a se tornar uma realidade em seus mercados internos. É o caso de países como o México – o primeiro país do “sul” a regulamentar um sistema nacional de comércio justo interno – e do Brasil, que, a partir de inúmeras iniciativas públicas e privadas, vem construindo um ambiente favorável à construção e à implementação de um sistema brasileiro de comércio ético e solidário que promova a equidade e a inclusão social.



E tal construção se torna estrategicamente urgente se considerarmos o contexto de elevados índices de pobreza e desigualdade social de nosso país. E é este o fator de maior importância em todo o movimento de comércio ético e solidário: sua capacidade de assumir um papel estratégico de eliminação das desigualdades, amparada por um conjunto inovador de ferramentas, metodologias e ações, voltadas para promoção e o fortalecimento das ações coletivas entre produtores e consumidores, e, assim, do capital social e do sentimento de pertencimento no interior dos territórios por estes grupos então envolvidos.

Por certo que há, em nosso país, uma série de experiências de grupos produtores, comerciantes e consumidores praticantes de valores como a ética e a solidariedade em suas relações comerciais. Ocorre que, tais experiências encontram-se dispersas e desconexas, gerando insatisfação tanto para o produtor que não consegue escoar suas mercadorias, quanto para o consumidor, que muitas vezes se encontra impossibilitado de ter acesso (e até mesmo informação) a tais produtos. Estes fatores, em conjunto, acabam restringindo a possibilidade de maiores impactos sociais como os acima apontados como possíveis em um contexto planejado de desenvolvimento e estímulo ao CES.

Por estes motivos, podemos dizer que mesmo existindo, hoje, uma situação favorável à viabilização e à implantação de um Sistema Nacional de Comércio Ético e Solidário, a concretização desse cenário depende do implemento de uma série de atividades e ações que visem promover o desenvolvimento e o acesso a ferramentas adequadas, ao conhecimento consistente e a informações atualizadas que venham a se constituir como uma base sólida para ações de fortalecimento e estímulo das ações coletivas entre produtores e consumidores.

Deste contexto surge a necessidade da realização de um mapeamento, em escala nacional, que vise identificar as experiências existentes, sejam estas iniciativas já consolidadas ou projetos recentes, no campo da produção e comercialização, que estejam aptos a fazer parte de um sistema nacional de CES.



Identificar estes grupos, conhecê-los de perto em relação às suas características mais marcantes, relacioná-los em um sentido de cadeia através da identificação dos principais pontos de produção e venda nos territórios brasileiros, e, por fim, tornar tais informações acessíveis a todos, são tarefas imprescindíveis neste momento.

Entretanto, para que tal identificação ocorra, ou seja, para que a cadeia comercial seja reconhecida como “ética e solidária”, cada um de seus elos deve atuar em conformidade com os princípios norteadores deste movimento.

No Comércio Justo europeu, estes princípios são estabelecidos por um conjunto de organizações que atuam neste continente, reconhecidos na sigla FINE (FLO, IFAT, NEWS e EFTA).

No contexto nacional, o coletivo FACES do Brasil, há dois anos vem coordenando a elaboração de uma carta de princípios e critérios de Comércio Ético e Solidário para o contexto nacional. Ao longo deste tempo, tal documento vem sendo discutido em inúmeras reuniões internas e debates públicos, no intuito de identificar princípios e critérios que retratem com fidelidade a realidade brasileira, e não sejam meras reproduções do modelo europeu. O cuidado e a atenção dispensados na elaboração deste documento está relacionado ao fato de o mesmo vir a ser utilizado como base para a identificação dos atores do sistema nacional de comércio ético e solidário, sejam estes produtores, comerciantes, entidades e organizações afins ou consumidores, entre outros que possam ser identificados no decorrer do processo de implementação deste sistema.

Reconhecer as experiências que se adequam aos princípios de CES é um objetivo da pesquisa, assim como entender quais são as principais dificuldades daqueles grupos que não se adequam a tais princípios, visando impulsionar projetos futuros de apoio técnico a estes grupos e também, se for o caso, reavaliar o próprio princípio de CES, que, contrastado com tais realidades possa ser considerado inadequado.



A identificação dos atores nacionais de CES é o primeiro passo rumo a implantação de um sistema nacional, devendo estar combinada a outros fatores de suma importância, tais como a regulamentação pública deste sistema e um trabalho sério de sensibilização e educação dos consumidores, ponta final da cadeia e essencial para sua consumação.

III – Objetivos gerais

A presente pesquisa visa reconhecer e identificar os atores do sistema nacional de CES, partindo da análise de experiências de produção e comercialização, reunidas em bancos de dados oriundos dos seguintes movimentos: agricultura familiar, agroecologia, economia solidária, artesanato regional, geração de trabalho e renda entre outros. Neste sentido, elencamos os objetivos gerais desta pesquisa:

1. Identificar as experiências de produção potencialmente classificáveis como de Comércio Ético e Solidário no território brasileiro segundo os “Princípios e Critérios para Implementação do Comércio Ético e Solidário (CES) no Brasil”, em fase de elaboração pelo coletivo de entidades Faces do Brasil e parceiros.

2. Identificar as experiências de comercialização – nacional e internacional – existentes no território brasileiro potencialmente classificáveis como de Comércio Ético e Solidário segundo os “Princípios e Critérios para Implementação do Comércio Ético e Solidário (CES) no Brasil”, em fase de elaboração pelo coletivo de entidades Faces do Brasil e seus parceiros.

3. Retratar as características sociais, institucionais, estruturais, entre outras que venham a ser identificadas, das organizações de produtores e comerciantes (isolados e em cadeia) classificados como de CES nas duas primeiras fases da pesquisa.



4. Identificar as principais características das experiências de produção e comercialização que não se enquadraram nos princípios e critérios de CES, de forma a apontar suas principais dificuldades e obstáculos.

IV – Objetivos específicos

1. Produção

1.1. Elaborar uma listagem que reúna as experiências de produção, comercialização, identificadas nos bancos de dados previamente recebidos;

1.2. Elaborar e enviar questionário destinado aos grupos produtores, composto por perguntas que visem identificar o perfil destas entidades em relação aos princípios e critérios de CES, à sua infra -estrutura e capacidade produtiva e à sua relação com os comerciantes;

1.3. Visitar cada região brasileira visando conhecer de perto algumas das experiências locais no intuito de obter maiores informações e impressões acerca do trabalho destas entidades;

1.4. Compilar e analisar os dados contidos nos questionários respondidos pelos grupos produtores;

1.5. Elaborar uma listagem que contenha a classificação dos grupos produtores reconhecidos como de CES, em relação aos princípios e critérios;

1.6. Elaborar uma listagem que contenha a descrição dos grupos produtores que não foram considerados de CES e suas principais dificuldades e obstáculos frente aos princípios e critérios e demais indicadores.

2. Comercialização

2.1. Elaborar uma listagem de contatos de comerciantes, obtidos a partir das respostas dos grupos produtores;



2.2. Elaborar e enviar questionário destinado a tais comerciantes composto por perguntas que visem identificar o perfil destas entidades em relação aos princípios e critérios de CES e outros indicadores relacionados às características do sistema nacional de CES;

2.3. Compilar e analisar os dados contidos nos questionários respondidos pelos comerciantes;

2.4. Analisar as principais características dos comerciantes que se relacionam com os produtores de CES;

3. Finalização

3.1. Realizar análises quantitativas qualitativas e Inferências estatísticas dos dados obtidos acerca das experiências de produção e comercialização;

3.2. Efetuar o cruzamento dos resultados das análises de produção e comercialização.

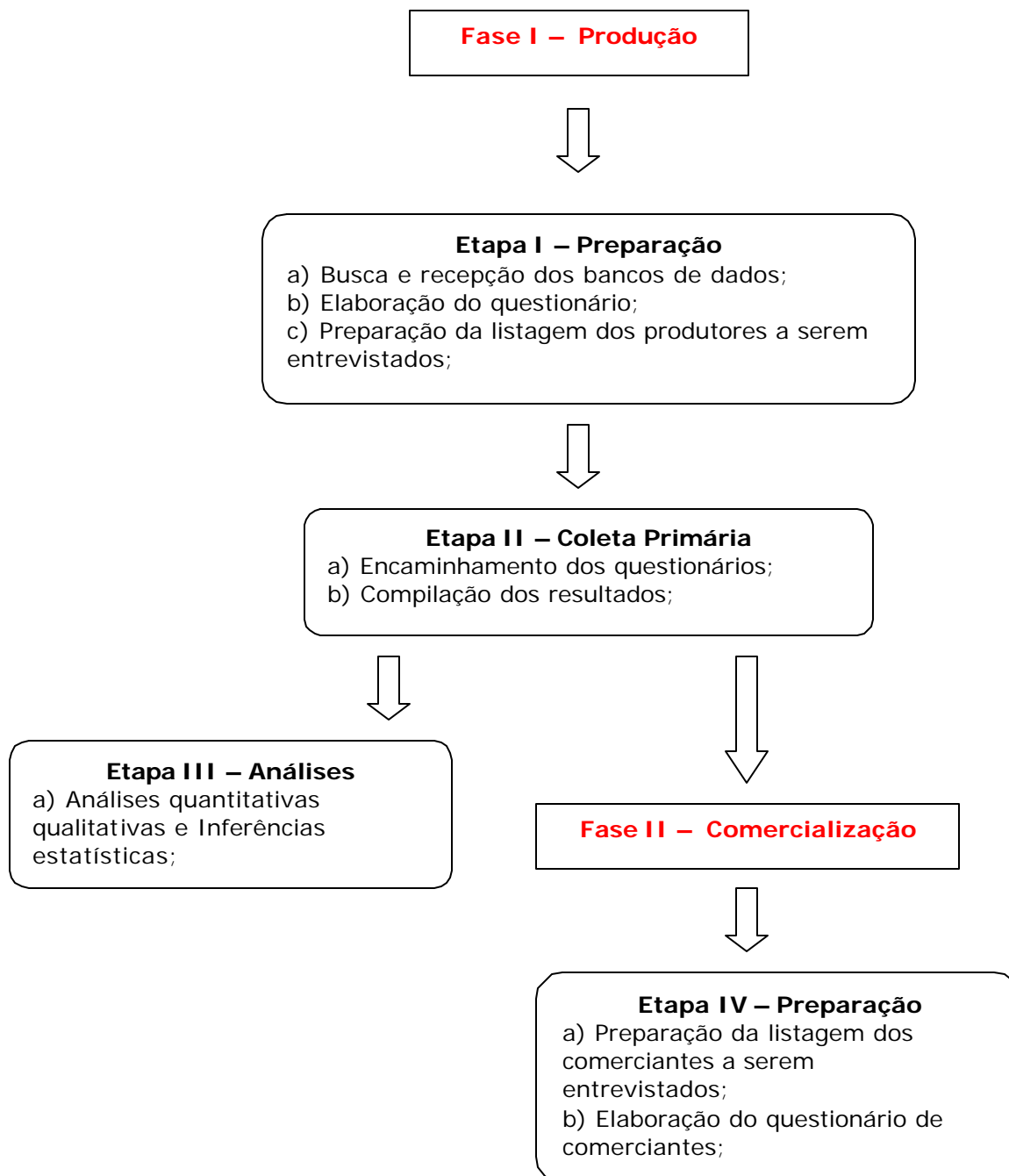
V - Metodologia

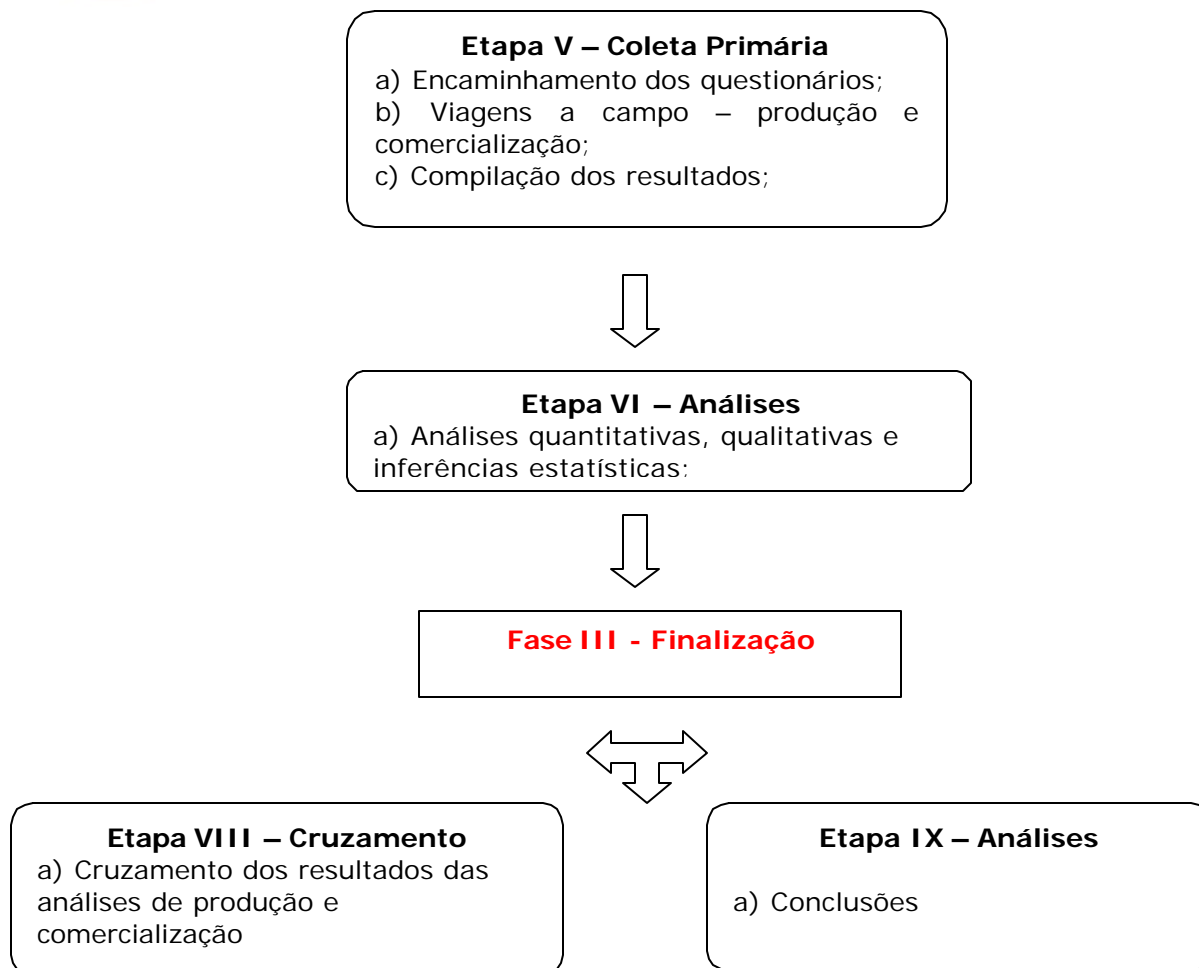
O presente trabalho se desenvolverá segundo uma metodologia organizada em 3 fases distintas, sendo, a primeira - **“Fase I”** - destinada ao mapeamento e análise dos grupos produtores, a segunda – **“Fase II”** – destinada ao mapeamento e análise dos grupos comerciantes identificados a partir dos resultados da fase anterior, ou seja, a partir das informações e análises obtidas junto aos grupos produtores já identificados como de CES, e a terceira - **“Fase III”** – destinada ao cruzamento das análises (quantitativas, qualitativas e inferências estatísticas) realizadas nas fases anteriores em relação a cada um dos elos objeto desta pesquisa, de forma a gerarmos algumas conclusões também em relação à cadeia comercial de CES no Brasil.

Cada uma das fases acima apontadas se subdivide em **Etapas** (8 no total), que serão utilizadas - tanto para efeito de cronograma, quanto de previsão



orçamentária - como metas físicas de execução do projeto, e que podem ser visualizadas no esquema abaixo:





Passaremos a descrever cada uma das fases de forma mais aprofundada para que se possa entender a seqüência de **Ações** que compõem a metodologia adotada:

FASE I – PRODUÇÃO

O mapeamento de produtores se iniciará a partir da análise de dados secundários obtidos junto a bancos de dados já consolidados e que reúnam



experiências relacionadas à: agricultura familiar, agroecologia, economia solidária e artesanato regional. Esta escolha se deu em função da existência de certa afinidade entre estes movimentos e a proposta do CES como um todo, o que permite um ponto de partida mais direcionado aos objetivos da pesquisa, e, portanto, mais confiável. Neste sentido, inicia-se a Etapa I conforme descrição abaixo.

Etapa I – Preparação

a) Busca e recepção dos bancos de dados

Nesta fase reuniremos os bancos de dados já disponibilizados – conforme tabela anexa (Anexo II) – bem como, buscaremos por outros bancos de dados que venham a garantir a proporcionalidade territorial que a pesquisa requer. Para tanto, serão feitos contatos com fóruns, conselhos e entidades – públicas e privadas – cujos focos de atuação se relacionem com os temas acima elencados.

b) Preparação das amostras

A partir dos bancos de dados acima obtidos, realizar-se-á uma *triagem inicial* com vistas a gerar um corpo de amostras de no máximo 500 produtores, distribuídos de forma proporcional em relação aos seguintes critérios: a) territorialidade (considerando as cinco regiões brasileiras: Norte, Sul, Nordeste, Sudeste e Centro-Oeste - de forma proporcional à população e ao índice IDH); b) ao tipo de produto entre artesanato, agrícola e manufaturado (alimentício e/ou semi-industrial); e, c) produtores rurais e urbanos.

c) Elaboração do Questionário

A proposta aqui é realizar um trabalho participativo junto ao coletivo de entidades atuantes no FACES do Brasil, também partindo das referências obtidas junto aos bancos de dados (e seus respectivos questionários/metodologias de pesquisa) já compilados, que resulte no formato mais adequado à proposta de



mapear – e retratar – a face brasileira de produtores potencialmente considerados como de CES. Para tanto, também será levado em conta o conjunto de valores e princípios de CES que vem se formatando a partir de consultas públicas com atores de relevo dentro da discussão e promoção do CES no Brasil há aproximadamente 2 anos através de reuniões, seminários e listas virtuais promovidos pelo Faces do Brasil.

Etapa II – Coleta de dados

a) Encaminhamento dos questionários

A coleta de dados se dará a partir do encaminhamento de questionários via correio e/ou e-mail, acompanhado de ligações telefônicas para definição prévia do responsável pela consulta e posterior acompanhamento do preenchimento/retorno, sendo destinado para tal o prazo de aproximadamente um mês.

b) Compilação dos resultados

Uma vez finalizado o prazo para o recebimento dos questionários, e, encerrada a fase de coleta através de entrevistas realizar-se-á a compilação dos dados coletados em uma base de dados (*ACCESS ou Excel*). Esta etapa pressupõe uma primeira análise dos dados de forma a identificar quais produtores serão visitados na etapa IV (visitas a campo).

Etapa III – Análises

a) Análises quantitativas qualitativas e Inferências estatísticas

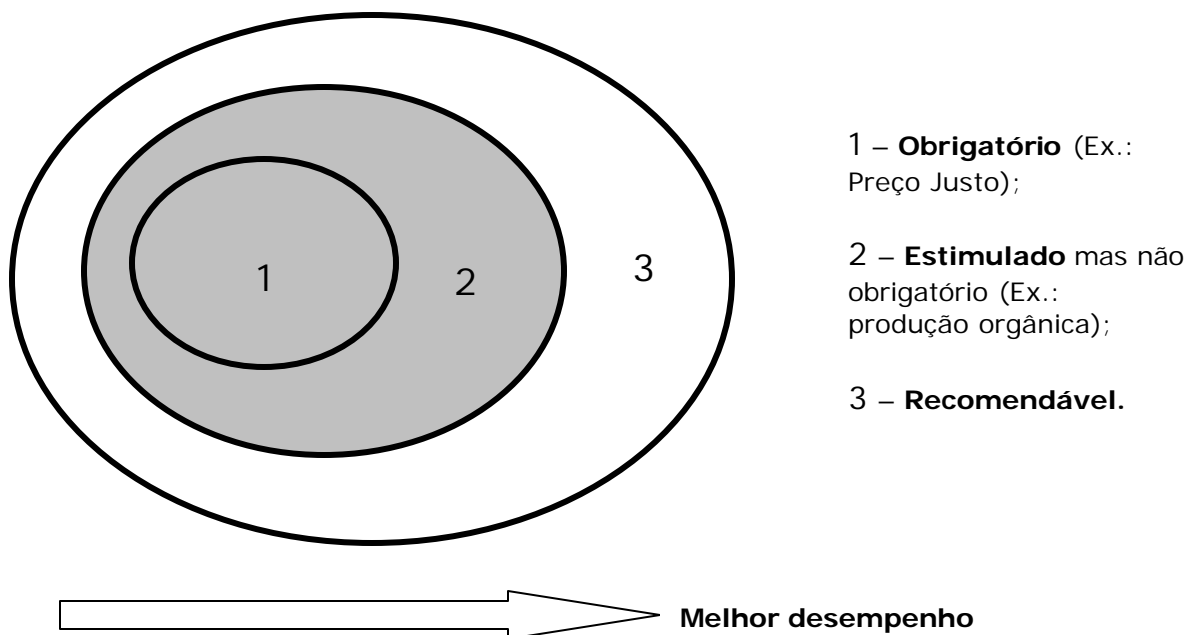
A partir dos dados coletados e compilados, realizar-se-ão as análises quantitativas, qualitativas e estatísticas, de forma a:

- Reconhecer, dentro do universo pesquisado, os produtores: (1) “classificáveis” como de CES e, aqueles (2) “não-classificáveis”;
- A partir do grupo (1), gerar uma nova classificação em três categorias de adequação/proximidade aos princípios de CES (conforme referência anterior ao



“FACES do Brasil”), que estão organizados como 1. Princípios Obrigatórios, 2. Princípios Estimulados, 3. Princípios Recomendados.

Assim, e conforme o esquema abaixo, pretende-se chegar em três grupos: a) produtores cujas atuações se adequam a princípios presentes nos níveis 1, 2, e 3 (não sendo necessária a totalidade de princípios); b) produtores que se adequem a princípios entre os níveis 1 e 2; e c) produtores adequados aos princípios do nível 1.



- Ainda em relação ao grupo (1), gerar dados estatísticos de suas características mais marcantes: capacidade produtiva, as relações de gênero, relações de trabalho, os meios de comercialização, a diversidade de produtos, os recursos técnicos e tecnológicos, entre outros dados importantes no reconhecimento/entendimento deste movimento no contexto brasileiro;



- Por fim, com relação ao grupo (2), identificar as principais dificuldades, obstáculos e fatores impeditivos da adequação/classificação como de CES de forma a gerar subsídios para projetos futuros de apoio técnico, entre outros.

FASE II – COMERCIALIZAÇÃO

Esta fase, que deve se iniciar no quinto mês da pesquisa (conforme cronograma abaixo), repetirá praticamente os mesmos procedimentos anteriormente descritos, levando-se em conta as peculiaridades específicas deste elo da cadeia comercial. Segue abaixo descrição das atividades envolvidas nas etapas IV, V, e VI, com alguns comentários.

Etapa IV – Preparação

a) Preparação da listagem dos comerciantes a serem entrevistado:

Como já dito anteriormente, o universo de comerciantes a serem pesquisados nesta fase, será obtido a partir das respostas daqueles produtores já classificados como de CES na fase anterior quanto aos pontos de venda e escoamento de seus produtos.

b) Elaboração do questionário

Idem à fase anterior, porém com foco nos Valores e Princípios de CES diretamente relacionados aos comerciantes.

Etapa V – Coleta Primária

a) Encaminhamento dos questionários:

Neste momento, como na fase anterior, a coleta de dados se dará a partir de encaminhamento de questionários via correio e/ou e-mail, acompanhado de ligações telefônicas para definição prévia do responsável pela consulta e posterior acompanhamento do preenchimento/retorno, sendo destinado para tal o prazo de aproximadamente 30 dias.



b) Visitas a campo;

Após as análises dos dados levantados nos questionários respondidos pelos produtores, uma pequena parcela da amostra total será entrevistada pessoalmente, pela equipe de pesquisadores do projeto, ou mesmo por membros de entidades parceiras.

As visitas a campo terão uma dupla função, primeiramente o aprofundamento do contato previamente estabelecido e a verificação, no próprio local, das informações e dados obtidos nos questionários. Em segundo lugar, as mesmas visitas serão utilizadas para coleta primária de dados junto aos comerciantes identificados pelos grupos produtores e com eles relacionados em cadeia.

Prevê-se ainda, o estabelecimento e consolidação de parcerias locais (regionais) para multiplicação do alcance da pesquisa. A proposta é integrar as entidades membro do FACES do Brasil – e seus eventuais parceiros – em uma rede de colaboradores distribuída pelas cinco regiões do Brasil. Note que para efeito de orçamento estima-se a realização de cinco viagens – uma para cada região – para pelo menos dois pesquisadores concomitantemente, de forma a atingir pelo menos dois estados por região do território brasileiro.

c) Compilação dos resultados;

Uma vez finalizado o prazo para o recebimento dos questionários enviados aos comerciantes, e, encerrada a fase de coleta através de entrevistas realizar-se-á a compilação dos dados coletados em uma base de dados, da mesma natureza que a utilizada na compilação dos dados obtidos na fase anterior.

Etapa VI – Análises

a) Análises quantitativas, qualitativas e inferências estatísticas:

A partir dos dados coletados e compilados, realizar-se-ão as análises quantitativas, qualitativas e estatísticas, de forma a:



- Reconhecer, dentro do universo pesquisado, os comerciantes (1) “classificáveis” como de CES e aqueles (2) “não-classificáveis” como de CES mas que comercializam produtos de CES e (3) não relacionados com CES;

- A partir do grupo (1), gerar uma nova classificação em três categorias de adequação/proximidade aos princípios de CES, conforme metodologia de classificação proposta na etapa correspondente da fase anterior.

- Ainda em relação ao grupo (1), gerar dados estatísticos em relação às características mais marcantes: relação com o produtor, número de vendas, pagamento de preço justo, pré-financiamento, relações de gênero, relações de trabalho, os recursos técnicos e tecnológicos, entre outros dados importantes no reconhecimento/entendimento deste movimento no contexto brasileiro;

- Por fim, com relação ao grupo (2), identificar as principais características de sua atuação na venda de produtos éticos e solidários - relação com o produtor, pagamento de preço justo, entre outros – considerando a sua não classificação como de CES, mesmo que vendendo produtos de CES.

FASE III – FINALIZAÇÃO

Etapa VII – Cruzamento

a) Cruzamento dos resultados das análises de produção e comercialização

Neste momento, o profissional de estatística realizará o cruzamento das análises quantitativas e qualitativas de produção e comercialização, obtidas nas fases I e II, gerando dados que retratem o “estado da arte” do CES no Brasil, podendo neste momento pensar nos atores de CES em cadeia.

Etapa VIII – Análises

a) Conclusões



A partir do resultado das análises e do cruzamento destas serão elaboradas as conclusões do projeto.

VI – Cronograma

O projeto se realizará em 10 meses, conforme cronograma em anexo – (Anexo III).

VII – Orçamento e cronograma de execução financeira

Segue abaixo um quadro resumo do orçamento total do projeto, dividido por etapa de execução, de forma a evidenciar os custos parciais em relação a cada um dos objetivos (específicos) do projeto e seu respectivo cronograma de execução em relação ao desembolso de recursos. Os valores discriminados que compõem cada um dos custos abaixo transcritos seguem em anexo (Anexo IV).

Totalização	Recursos humanos	Despesas operacionais	Custo Total Etapa
Etapa I	R\$ 10.800,00	contrapartida	R\$ 10.800,00
Etapa II	R\$ 18.000,00	R\$ 32.645,00	R\$ 50.645,00
Etapa III e IV	R\$ 9.000,00	R\$ 1.297,50	R\$ 10.297,50
Etapa V	R\$ 13.500,00	contrapartida	R\$ 13.500,00
Etapa VI	R\$ 9.000,00	contrapartida	R\$ 9.000,00
Etapa VII	R\$ 4.500,00	contrapartida	R\$ 4.500,00
Etapa VIII	R\$ 4.500,00	contrapartida	R\$ 4.500,00
Consultoria em Estatística	R\$ 7.360,00	contrapartida	R\$ 7.360,00
Sub-total	R\$ 76.660,00	R\$ 33.942,50	
Custo Total Projeto			R\$ 110.602,50

VIII - Coordenação e Equipe executora

O presente projeto será coordenado institucionalmente pelo “Faces do Brasil” e executado por uma equipe de pesquisadoras, composta por: **Renata Pistelli**, advogada, atua na área de Comércio Justo e Consumo Responsável. Trabalhou na Cooperativa de Comércio Justo espanhola – IDEAS. Atualmente é membro do grupo FACES do Brasil representando o Instituto Kairós – Ética e Atuação Responsável do



qual é diretora. Representa o FACES do Brasil no GT Mapeamento de Economia Solidária do SENAES – Secretaria Nacional de Economia Solidária; e **Fabíola Zerbini**, advogada, especialista em educação para a sustentabilidade sócio-ambiental pela Esalq/USP, mestranda pelo PROCAM/USP e pesquisadora do LAPSI-IP-USP (Laboratório de Psicologia Social e Intervenção do Instituto de Psicologia da USP), atualmente é representante do Instituto Kairós – Ética e Atuação Responsável no Convênio SUD-ABONG pelo eixo de Economia Solidária onde coordena o sub-convênio com a entidade francesa *Artisans du Monde* que atua na área de Comércio Justo desde 1974.

As análises estatísticas serão feitas por **Juan Carlos Ruilova Terán**, formado em Engenharia Matemática com menção em Estatística e Finanças no exterior e Doutorando em Estatística da USP, com experiência em análise de bases de dados, *data mining*, previsões, fidelização de clientes, análise de crédito. Experiência em empresas internacionais e como consultor independente. Domínio de pacotes estatísticos SPSS, SAS, Minitab, SPlus e linguagens de programação Delphi, V Basic e Pascal.

A equipe ainda contará com um estagiário/ recém-formado e um profissional de apoio que venham a dar suporte à realização das atividades previstas.

IX – Anexos

- Anexo I: Documento “Princípios e Critérios para Implementação do Comércio Ético e Solidário (CES) no Brasil”;
- Anexo II: Relação de bancos de dados já disponíveis;
- Anexo III: Cronograma de execução do projeto;
- Anexo IV: Planilha detalhada de orçamento.