

## CAMPO ORGANIZACIONAL DO COMÉRCIO JUSTO INTERNACIONAL: O CASO DO SUCO DE LARANJA ENTRE BRASIL E FRANÇA

MELISE DANTAS MACHADO (1) ; LUIZ FERNANDO ORIANI PAULILLO (2) .

1.CENTRO UNIVERSITÁRIO EURÍPEDES DE MARÍLIA, MARÍLIA, SP, BRASIL;  
2.UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS, SÃO CARLOS, SP, BRASIL.

melise@dep.ufscar.br

APRESENTAÇÃO ORAL

INSTITUIÇÕES E ORGANIZAÇÕES NA AGRICULTURA

### **Campo Organizacional do Comércio Justo Internacional: o caso do suco de laranja entre Brasil e França**

#### **Grupo de Pesquisa: Instituições e Organizações na Agricultura**

##### **Resumo**

Este artigo apresenta uma análise inicial da estrutura do campo organizacional do comércio justo internacional de suco de laranja entre Brasil e França, com base na perspectiva institucional. O comércio justo internacional tem se desenvolvido depois da Segunda Guerra Mundial e tem representado para diversos países em desenvolvimento uma nova forma de inserção no comércio internacional, baseada no conceito de desenvolvimento sustentável. Neste contexto, o objetivo deste artigo é identificar os principais atores componentes deste campo organizacional e analisar seu processo de estruturação. A representação aqui exposta foi elaborada a partir de dados primários e secundários. Na França foram investigados os principais atores de representação e de distribuição de produtos do comércio justo. No Brasil o foco foi sobre os grupos de citricultores já inseridos neste mercado. Como resultado, pode-se observar que o campo organizacional do comércio justo internacional de suco de laranja encontra-se em expansão, apresentado bastante interação entre os atores e divisão de alguns valores mútuos.

**Palavras-chave:** instituições, campo organizacional, comércio justo internacional, suco de laranja

## Abstract

This paper presents an initial analysis of the structure of the organizational field of the international fair trade of orange juice between Brazil and France, on the basis of the institutional perspective. The international fair trade has developed after the Second World War and has represented for diverse developing countries a new form of insertion in the international trade, based in the concept of sustainable development. In this context, the objective of this paper is to identify the main component actors of this organizational field and to analyze its structuration process. The representation displayed here was elaborated from primary and secondary data. In France the main actors of representation and distribution of products of fair trade had been investigated. In Brazil groups of orange producers inserted in this market it was the focus. As result, it observed that the organizational field of the international fair trade of orange juice meets in expansion, presented interaction between the actors and division of some mutual values.

**Key-words:** institutions, organizational field, international fair trade, orange juice

## 1. INTRODUÇÃO

O comércio justo pode ser visto como uma rede global de produtores, distribuidores, agentes públicos, privados e consumidores, focados na construção de relações comerciais mais igualitárias entre consumidores de países desenvolvidos e produtores e artesãos de países em desenvolvimento. Nos últimos anos, este mercado vem recebendo a atenção dos mais diversos atores governamentais e da sociedade civil de países na África, na Ásia e na América Latina, como uma alternativa concreta e viável frente ao sistema tradicional de comércio.

As primeiras iniciativas em busca de um comércio justo foram verificadas entre os anos de 1940 e 1950. Os movimentos partiram de pessoas ligadas à entidades religiosas que começaram a comercializar objetos de artesanato das comunidades que acompanhavam, para ajudá-los na geração de renda. Com o passar do tempo, as igrejas começaram a organizar bazares e feiras, o que impulsionou o surgimento de lojas especializadas e diversos outros atores. Neste período de pré-desenvolvimento, o comércio justo ocorreu de maneira relativamente dispersa.

Nos anos 80, os atores do comércio justo começaram a se estruturar em organizações de representação. No entanto, neste momento as ações desempenhadas são independentes e muita discussão existe sobre a definição do que é o comércio justo e seu funcionamento.

Na década de 90, o comércio justo inicia sua organização no nível internacional, em volta de quatro organizações internacionais: a *Fairtrade Labelling Organizations International* (FLO Internacional), a *International Fair Trade Association* (IFAT), a *Network of European World Shops* (NEWS!) e a *European Fair Trade Association* (EFTA). A primeira congrega iniciativas nacionais de certificação, a segunda organizações de produtores

é distribuidores, a terceira lojas especializadas e a quarta empresas importadoras. Apesar da visível especialização de cada organização, entre 1999 e 2001, diversas reuniões informais foram realizadas entre elas, o que culminou na criação de uma organização informal denominada FINE. O objetivo da FINE, é buscar uma homogeneização da definição de comércio justo e diretrizes para o seu funcionamento, o que é traduzido em uma carta comum que é atualmente usada como referência.

Esta carta comum define o comércio justo como uma parceria comercial baseada em diálogo, transparência e respeito, que busca maior equidade no mercado internacional. Estabelece que ele é uma modalidade de comércio que contribui para o desenvolvimento sustentável por meio de melhores condições de troca e da garantia dos direitos para produtores e trabalhadores marginalizados, principalmente do Sul, referência usada para se dirigir aos países em desenvolvimento (FINE, 2001).

As organizações chaves do comércio justo estão distribuídas em macro e microatores. Os macroatores são as organizações internacionais supramencionadas. Os microatores são as organizações nacionais que podem ser Organizações do Comércio Justo (OCJ) ou organizações convencionais. Seguindo as definições adotadas pela FINE, as OCJ são organizações que trabalham exclusivamente com o comércio justo e podem ser agrupadas em

quatro grupos: organizações de produtores (OPs), de importação, lojas especializadas e iniciativas nacionais de certificação. Cada uma delas assume diferentes funções no sistema, como apresentado a seguir.

As OPs cultivam ou produzem uma ampla variedade de produtos (café, cacão, chá, sucos, artesanato etc) e os exportam aos países consumidores. Em muitos casos, os produtores estão agrupados em associações ou cooperativas, como é caso da cadeia do café, cacão e laranja. No entanto, em outras cadeias, como a da banana, o modelo de organização dominante é a sociedade privada na qual os produtores são assalariados. No caso do artesanato, pode-se observar indivíduos isolados, grupos de artesãos trabalhando em rede, comunidades ou estruturas assalariadas, como no caso da cadeia têxtil.

As organizações de importação compram os produtos das OPs. Em seus respectivos países, operam como atacadistas, varejistas, indústria ou uma combinação delas. Vendem seus produtos por meio de diferentes canais de distribuição. Na maior parte das vezes, fornecem para lojas especializadas e supermercados, mas também atuam em outros canais de distribuição, como lojas de produtos biológicos, vendas por catálogos ou pela internet.

As lojas especializadas, também chamadas de Lojas do Mundo (*Worldshops*), vendem exclusivamente produtos do comércio justo. Também desenvolvem atividades de informação e educação de consumidores e os encorajam a aderir as campanhas de conscientização sobre o mercado internacional. Grande parte das lojas funcionam por meio de trabalho voluntário e benevolente.

A última OCJ são as iniciativas nacionais de certificação. Apesar de existirem diversas iniciativas, a FLO Internacional agrupa o único sistema internacional de certificação do comércio justo. A função das iniciativas nacionais de certificação é estabelecer a relação entre os produtores e os atores comerciais (importadores, indústrias, distribuidores), já certificados pela FLO-Cert, organização independente de certificação da FLO Internacional. Também desenvolve o trabalho de licenciamento de indústrias e/ou importadores que queiram utilizar o selo da iniciativa nacional sobre os produtos com marca própria.

Além das OCJ, nos últimos anos, empresas convencionais começaram a integrar o campo organizacional. Trata-se de redes de super e hipermercados como Carrefour, Champion e L'Eclerc, que introduziram no seu mix de produtos com marca própria, produtos do comércio justo. Também podem ser incorporados ao sistema indústrias diversas, como engarrafadoras e processadoras de suco. Por não se tratarem de uma OCJ, sua integração ao campo ocorre via certificação, concessões e auditorias coordenadas pela FLO Internacional e pelas iniciativas nacionais de certificação, como a Max Havelaar France.

## 2 INSTITUIÇÕES E CAMPO ORGANIZACIONAL

Para analisar o comércio justo internacional serão utilizados os arcabouços teóricos sobre instituições e campo organizacional. Como o comércio justo constitui uma rede internacional ainda pouco estudada academicamente, o objetivo desse artigo é utilizar estas teorias para analisar a estrutura e a organização dos atores envolvidos, assim como o processo de comercialização.

Segundo Scott (1995), a origem do que nos dias atuais se intitula como abordagem institucional remonta a alguns conceitos formulados no final do século XIX. A base do renovado empenho pela procura de respostas para as dúvidas sobre o modo como as escolhas sociais são moldadas, medidas e canalizadas pelos arranjo institucionais é encontrada na antiga tradição da economia, da sociologia, na reação da ciência política aos excessos da revolução behaviorista e, mais tarde, nos esforços de funcionalistas em compreender a relação existente entre política, economia e sociedade (SCOTT, 1995).

Para DiMaggio e Powell (1983), o institucionalismo representa uma rejeição dos modelos de atores racionais, um interesse nas instituições como variáveis independentes e uma volta à explicações cognitivas e culturais. Também foca interesse em propriedades de unidades de análise supra-individuais que não podem ser reduzidas a agregações ou tratadas como consequência direta de atributos ou motivos individuais.

De acordo com Scott (1995), instituições consistem de estruturas cognitiva, normativa, regulativa e de atividades que formecem estabilidade para o comportamento social. Ela é dependente de fatores como cultura, estrutura e rotinas e opera em múltiplos níveis e jurisdições. As instituições são sistemas multifacetados que incorpora sistemas simbólicos,

como as construções cognitivas e as regras normativas. Elas discorrem também sobre os processos regulativos realizados e formados pelo comportamento social.

Scott (1995) acrescenta que o principal caminho no qual a teoria institucional difere é o nível da aplicação. Os níveis identificados variam de acordo com o foco do pesquisador em um fenômeno mais micro ou macro. O ponto central do escopo abrange a mensuração em termo de espaço, tempo e número de pessoas afetadas. Para as instituições, o nível pode ser operacionalizado como a escala de jurisdição de uma instituição formal. Considerando a complexidade e a variedade do fenômeno social, alguns pontos de distinção podem ser um tanto arbitrários. No entanto, para discorrer sobre os níveis de análise da teoria institucional, seis categorias podem ser identificadas: sistema global, societal, campo organizacional, população organizacional, organização e sub sistema organizacional.

A maioria desses seis níveis são empregados nas análises sociais e todos são de interesse para os pesquisadores organizacionais. No entanto, o campo organizacional talvez seja o nível mais significativo para a teoria institucional. Segundo DiMaggio e Powell (1983), o campo organizacional refere-se àquelas organizações que, em geral, constituem uma área reconhecida da vida institucional: fornecedores chaves, recursos e consumidores de produtos, agências regulatórias e outras organizações que poduzem produtos e serviços similares. A virtude dessa unidade de análise é a atenção dada a todos os atores relevantes, compreendendo a importância das conexões e da equivalência estrutural.

A estrutura de um campo organizacional não pode ser determinada à priori, mas deve ser definida com base em investigação empírica. Os campos somente existem quando eles estão institucionalmente definidos. De acordo com DiMaggio e Powell (1983), o processo de definição institucional ou estruturação consiste de quatro partes: o aumento da interação entre as organizações do campo; a emergência de uma estrutura organizacional agudamente definida e de padrões de coalisão; o aumento da troca de informações entre as organizações do campo; e o desenvolvimento de uma consistência mútua entre os participantes envolvidos em uma mesma empresa.

Vieira e Carvalho (2003) apresentam um modelo com etapas de formação de um campo organizacional. Ele é composto por quatro etapas, sendo a primeira o campo em pré-formação que é constituído por organizações isoladas e independentes. Em seguida, tem-se o campo emergente, no qual observam-se enlaces interorganizacionais e alguma concentração de organizações. Na terceira etapa, aumentam os enlaces e valores convergentes, sendo chamado de campo em expansão. A última etapa, o campo institucionalizado, existe alto nível de enlaces interorganizacionais e valores compartilhados.

Uma vez que o campo organizacional está constituído, forças emergem de forma a tornar as organizações mais similares umas as outras. Segundo DiMaggio e Powell (1983), o conceito que mais captura o processo de homogeneização é o isomorfismo, que pode ser definido como o processo que força uma unidade da população a assemelhar-se a outras que apresentam as mesmas condições ambientais.

Dois tipos de isomorfismo podem ser observados: o competitivo e o institucional. O primeiro é fruto das pressões do mercado e das relações de troca entre os integrantes de um dado campo organizacional; o segundo reflete a luta pela legitimidade. Sendo o foco deste



artigo a análise do comércio justo internacional, maior ênfase será dada ao isomorfismo institucional.

O trabalho desenvolvido DiMaggio e Powell (1983) também foca como os campos organizacionais são estruturados. É baseado no argumento de que atores racionais tornam suas organizações cada vez mais similares, à medida que tentam transformá-las. Examinam como as organizações adotam estruturas similares e perseguem estratégias em comum.

DiMaggio e Powell (1983), com base no novo institucionalismo, analisam o impacto da centralização e da dependência de recursos, da ambigüidade de metas e da incerteza técnica sobre a formação do ambiente coletivo da organização. Argumentam que o ambiente organizacional é constituído de outras organizações e que as propriedades demográficas e estruturais existentes formam o ambiente. Grande atenção é dada às características normativas e culturais do ambiente, como fonte de legitimidade, reinvidicações profissionais e sistemas de acreditação.

Para concluir, vale ressaltar a possibilidade de associar várias escolas ou tipos de trabalhos por meio do cruzamento das diferentes ênfases e níveis de pesquisa. Como observado por Scott (1995), existem diferenças substanciais entre as diferentes linhas de pesquisa do institucionalismo. Sociólogos enfatizam a concepção cognitiva, direcionadores culturais e as forças do macro nível, enquanto que os economistas estressam a concepção regulativa, direcionadores estruturais e o nível micro.

### 3. MÉTODO

Como o comércio justo é um assunto ainda pouco estudado e apresenta particularidades com relação ao mercado convencional, viu-se mais apropriado o desenvolvimento de um estudo exploratório. Segundo Triviños (1987), esta abordagem permite ao investigador aumentar sua experiência em torno do problema pesquisado, aprofundando a investigação nos limites de uma realidade específica, como observado em um campo organizacional.

O campo organizacional é definido com base no conceito apresentado por Scott (1995). Ele o considera como uma rede complexa formada por várias organizações que mantêm uma relação de dependência mútua e que compartilham o mesmo sistema de valores, estão definidas pelos mesmos processos simbólicos e sujeitas aos mesmos processos regulatórios.

O nível de análise é o campo organizacional e as unidades de análise são os macroatores ou organizações internacionais do comércio justo e os microatores ou organizações nacionais do comércio justo. Entre as primeiras têm-se a FLO Internacional, a IFAT, a NEWS! e a EFTA. Entre as organizações nacionais do comércio justo dois grupos de atores foram considerados. O primeiro é constituído pelas organizações nacional de representação do comércio justo e a segunda pelas organizações de distribuição. Devido a dispersão dos macroatores, que têm suas sedes localizadas na Alemanha e Países Baixos, sua análise deu-se basicamente com base em dados secundários. Os microatores, por sua vez, foram analisados também com base em dados primários.

Como fontes de dados secundários foram utilizados diversos livros acadêmicos, revistas nacionais e internacionais, artigos em geral, documentos legais (como decretos e leis) e *sites* na internet, sobre tudo aqueles vinculados às organizações internacionais do comércio justo. Os dados foram utilizados no desenvolvimento do referencial teórico sobre instituições e campo organizacional. Também foram de suma importância para estabelecer um quadro geral sobre o comércio justo internacional, o que permitiu discorrer sobre sua evolução histórica, definições, principais cadeias comerciais, atores internacionais e nacionais integrantes.

Como o comércio justo compreende relações comerciais entre produtores de países em desenvolvimento e distribuidores de países desenvolvidos, o que pode variar consideravelmente de um país para outro, assim como de um produto para outro, optou-se por delimitar a análise ao caso do suco de laranja comercializado entre Brasil e França. No Brasil, o foco são os cinco grupos de citricultores e seus respectivos agentes exportadores, análise esta que se encontra em fase de desenvolvimento. Na França, a análise concentra-se nos importadores, transformadores e distribuidores de produtos fabricados com o suco de laranja brasileiro.

A escolha pelos grupos de citricultores, deu-se pelo fato de serem estes as organizações de produtores mais desenvolvidas no Brasil, em termos de comércio justo. Atualmente, somam cinco grupos de produtores localizados em diversos Estados. Eles tem atuado nas duas cadeias de comercialização existentes, o que permite uma análise mais

completa dos subcampos existentes. A escolha pela França deve-se por dois motivos maiores. Inicialmente, um dos autores deste artigo, realizou no ano de 2006 um doutorado *sadwich* no país, o que facilitou a busca de informações e o contato com as organizações inseridas no comércio justo. No entanto, deve-se considerar também que as vendas do comércio justo Francês somaram 149 milhões de euros em 2004, o que representa um crescimento de 103% com relação as vendas obtidas em 2003, sendo assim, um mercado em expansão e potencial para os países em desenvolvimento atuantes no comércio justo internacional (MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES, 2006).

Para desenvolver os dados primários, entrevistou-se na França, o presidente da Associação Max Havelaar France, que representa a iniciativa nacional de certificação associada à FLO Internacional e um representante da Federação Artisans du Monde que representa a iniciativa nacional relacionada a NEWS!. Vale ressaltar que as duas organizações agrupam o maior número de atores franceses inseridos ao comércio justo no país. Como ator desvinculados as duas cadeias de distribuição, certificada e de atores especializados, foi investigada, com base em dados secundários, a *Plata-Forme pour le Commerce Equitable* (PFCE), que trata-se de uma organização francesa de concentração de diversas iniciativas e atores do comércio justo nacional.

Com base nestes dados, pode-se aprofundar a compreensão sobre o campo organizacional do comércio justo internacional de suco de laranja entre Brasil e França, o que permitiu identificar os principais microatores do campo, tanto no Brasil como na França. Para aprofundar a análise um segundo questionário semi-estruturado foi desenvolvido, sendo o

**foco atores, tais como importadores, distribuidores e transformadores franceses do comércio justo de suco de laranja.**

No Brasil, uma análise mais aprofundada das relações com os atores franceses, será realizada em uma etapa posterior desta pesquisa. No entanto, para iniciar a análise das relações existentes, dados secundários foram coletados e uma entrevista telefônica foi realizada com os representantes de cada grupo de citricultor. Neste instante, o intuito foi atualizar e confirmar os dados secundários obtidos.

Os dados foram coletados entre os meses de março e dezembro de 2006. Dentre as organizações investigadas tem-se cinco organizações de citricultores brasileiros, que representam 100% das organizações de citricultores nacionais inseridas ao comércio justo de suco de laranja. No entanto, com base nas entrevistas, verificou-se que apenas duas tem distribuídos suco de laranja para os atores franceses e uma terceira OP foi certificada recentemente, não havendo negociações concretizadas até o momento da entrevista. Desta forma, foram incluídas ao campo organizacional estudado apenas as OPs Cealnor e Coagrosol. Também foram entrevistadas cinco organizações de importadores, distribuidores e/ou transformadores franceses que possuem relações com estas OPs. A síntese dos atores investigados está apresentada no Quadro 1.

Para analisar os dados, inicialmente foram identificadas e caracterizadas as organizações constituintes do campo organizacional. Em seguida, sua estrutura foi discutida com base na perspectiva institucional. Para tanto, considerou-se as ações desempenhadas por cada ator, a interação entre eles e os padrões estabelecidos. Tais informações permitem uma

análise inicial do campo organizacional do comércio justo internacional de suco de laranja, o que servirá de base para uma análise da estrutura governança e do processo de adaptação adotado, que serão desenvolvidos pelos autores no decorrer do ano de 2007.

**QUADRO 1 – Atores investigados no Brasil e na França.**

<b>Atores investigados</b>	<b>Tipo de organização</b>	<b>Principais atividades desenvolvidas no campo</b>
Associação Max Havelaar France	Associação	Iniciativa nacional de certificação associada à FLO Internacional
Federação Artisans du Monde	Federação	Iniciativa nacional de atores especializados no comércio justo associada à NEWS!
<i>Plata-Forme pour le Commerce Équitable</i>	Associação	Concentração e representação de atores do comércio justo frances
Apaco	Associação	Produtora de laranjas
Acipar	Associação	Produtora de laranjas
Cealnor	Central de associações	Produtora de laranjas
Coagrosol	Cooperativa	Produtora de laranjas
Ecocitrus	Associação	Produtora de laranjas
Alter Eco	Sociedade anônoma	Importadora e distribuidora de produtos do comércio justo
Ethiquable	Cooperativa	Importadora e distribuidora de produtos do comércio justo
Solidar'Monde	Sociedade de responsabilidade	Central de importação do comércio justo



	limitada	
Oxfam Wereldwinkels	Sociedade de responsabilidade limitada	Central de importação do comércio justo
Sunnyland	Sociedade anônima	Transformadora e distribuidora
Vitamont	Sociedade anônima	Transformadora e engarrafadora
Alterka Cooperativa	Sociedade anônima	Distribuidora

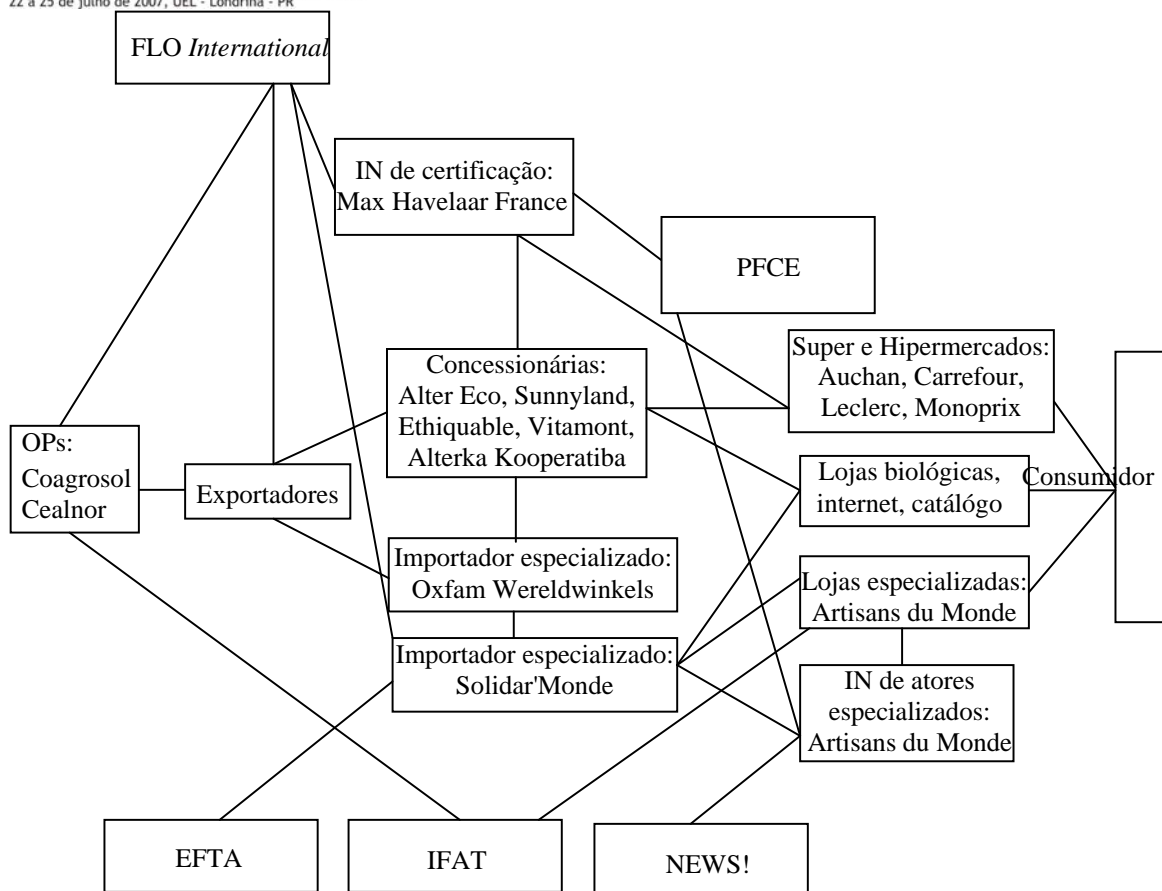
Fonte: elaborado pelos autores

#### 4 CAMPO ORGANIZACIONAL DO COMÉRCIO JUSTO INTERNACIONAL DE SUCO DE LARANJA ENTRE BRASIL E FRANÇA

O campo organizacional do comércio justo internacional de suco de laranja é composto por diversas organizações, que podem ser agrupadas em macro e microatores. Os macroatores correspondem aos atores internacionais do comércio justo e os micro aos atores nacionais de representação e de distribuição. O macroambiente é formado por quatro organizações centrais do comércio justo internacional: a FLO Internacional, a IFAT, a NEWS! e a EFTA. O micro ambiente é formado por atores de representação, como a Federação Artisans du Monde, a Associação Max Havelaar France e a PFCE. Ele é também constituído de atores de distribuição entre os quais duas cadeias de distribuição são identificadas. A primeira é constituída por organizações especializadas no comércio justo, ou

seja, OCJ, e a segunda por atores certificados, que podem ser OCJ e/ou empresas do mercado convencional. Segue na Figura 1 a representação do campo e suas ligações.

FIGURA 1: Campo organizacional do comércio justo internacional de suco de laranja entre Brasil e França



Fonte: elaborada pelos autores

A FLO Internacional foi criada em 1997 e agrupa iniciativas nacionais de certificação, com representantes em 20 países do mundo. Seu objetivo é centralizar o processo de certificação e auditoria do selo do comércio justo internacional. Em 2004, ela foi dividida em duas organizações: FLO Internacional e FLO-Cert. O objetivo da primeira é definir os padrões internacionais do comércio justo, auxiliar as relações entre as OPs certificadas e os atores comerciais agregados (importadores, varejistas, indústrias etc), oferecer suporte técnico aos produtores e realizar atividades de *lobbying* no nível internacional. A FLO-Cert tem como objetivo certificar os produtos do comércio justo de acordo com os padrões internacionais



XLV Congresso da Sociedade  
Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural.  
22 a 25 de julho de 2007, UEL - Londrina, PR

estabelecidos pela FLO Internacional e assegurar que as organizações de produtores atendam as condições para serem certificadas. Também realiza a auditoria de importadores, distribuidores e indústrias, em colaboração com as estruturas de controle das diferentes iniciativas nacionais (FINE, 2006). A Fundação Max Havelaar France, criada em 1992, é a iniciativa nacional de certificação na França.

A *International Federation for Alternative Trade* (IFAT) foi criada em 1989 e em 2003 alterou seu nome para *International Fair Trade Association* (IFAT). Trata-se de uma rede global de atores do comércio justo que inclui cooperativas e associações de produtores, exportadores, importadores, varejistas, instituições financeiras e de suporte. A IFAT é a maior rede internacional do comércio justo com 229 organizações em 59 países. No campo organizacional do suco de laranja entre Brasil e França tem como associados a loja especializada Artisans du Monde e a organização de produtores APACO (IFAT, 2007).

A NEWS!, fundada em 1994, é uma rede constituída por 15 associações nacionais de lojas especializadas no comércio justo, localizadas em 13 países. Tem como objetivo harmonizar os critérios do comércio justo, desenvolver os meios para verificar se as centrais de importação especializadas, lojas especializadas e produtores respeitam os critérios do comércio justo. Também coordena ações de sensibilização de consumidores e atores políticos. Na França, tem como associada a Federação Artisans du Monde.

A EFTA, estabelecida em 1987, trata-se de uma associação de importadores de produtos de comércio justo. Atualmente, agrupa 11 importadores de 9 países europeus: Austrália, Bélgica, França, Alemanha, Itália, Países Baixos, Espanha, Suíça e Reino Unido. Suas atividades podem ser agrupadas em duas principais: tornar os importadores de produtos do comércio justo mais eficientes e eficazes; e promover o comércio justo junto aos tomadores de decisão comerciais e políticas. Na França, tem como associada a central de importação Solidar'Monde e na Bélgica a Oxfam Wereldwinkels que atua como importadora de suco de laranja brasileiro para diversos atores franceses (EFTA, 2007). Segue no Quadro 1 as principais informações sobre as organizações internacionais do comércio justo supramencionadas.

Além dos macroatores, o campo organizacional do comércio justo internacional de suco de laranja entre Brasil e França é constituído por microatores, que são as organizações nacionais do comércio justo. Eles podem ser atores de representação ou de distribuição. Entre as organizações nacionais de representação tem-se, ligada à NEWS! a Federação Artisans du Monde e à FLO Internacional a Associação Max Havelaar France. Além disto existe a PFCE que agrupa essas duas organizações.

A PFCE é uma coletividade nacional de concentração e representação de atores do comércio justo francês criada em 1997. Trabalha em colaboração com diversos parceiros, dos quais vale destaque para as organizações internacionais do comércio justo (FINE), organizações nacionais e regionais, como Alter Eco, Ethiquable, Artisans du Monde e Max Havelaar France, coletividades de solidariedade internacional, sindicatos e grandes empresas.

**QUADRO 1: Organizações internacionais de comércio justo.**

<b>DADOS GERAIS</b>	<b>FLO</b>	<b>IFAT</b>	<b>NEWS!</b>	<b>EFTA</b>
Fundação	1997	1989	1994	1990
Tipo de associados	Iniciativas nacionais de certificação	Organizações de produtores, importadores etc.	Associações nacionais de lojas especializadas	Organizações de importação
Membros (total)	20 membros em 20 países	280 membros em 62 países	15 membros em 13 países	11 membros em 9 países
Membros na Europa	15 membros em 15 países	63 membros em 12 países	totalidade	totalidade
Sede	Bonn, Alemanha	Culemborg, Países Baixos	Mainz, Alemanha	Maastricht, Países Baixos

Fonte: IFAT (2006)

A PFCE é interlectora das instâncias governamentais de três ministérios franceses: o Ministério de Assuntos Estrangeiros (*Ministère des Affaires Etrangères*), o Ministério de Pequenas e Médias Empresas, do Comércio, do Artesanato e dos Profissionais Liberais (*Ministère de PME, du Commerce, de l'Artisanat et des Professions Libérales*) e o Ministério da Ecologia e do Desenvolvimento Durável (*Ministère de l'Ecologie et du Développement Durable*). Ela congrega diversos atores nacionais atuantes no comércio justo, inclusive outras iniciativas nacionais não vinculadas ao sistema FLO Internacional e aos atores especializados relacionados a NEWS!.

A Federação Artisans du Monde é a primeira cadeia de comércio justo francês. Constitui uma rede de distribuição, associativa e militante, criada em 1981. Sua origem remonta à criação das boutiques chamadas "Terceiro Mundo" (*Tiers-Monde*), entre 1970 e 1971. As primeiras associações locais, foram estabelecidas em 1974, o que gerou a criação das primeiras boutiques especializadas Artisan du Monde. Em 1981, 17 associações locais se agruparam formando a Federação Artisans du Monde. Com o passar do tempo e o aumento da distribuição de produtos, viu-se necessário a criação de uma central de importação. Com isso, em 1984, foi criada a Solidar'Monde, inicialmente chamada de Fam'Import.

Atualmente, a federação agrupa mais de 160 pontos de distribuição e trabalha com cerca de 1000 referências de produtos artesanais e 120 de produtos alimentares. Atua com 124 grupos de produtores em 43 países na África, Ásia e América Latina. No Brasil, dois grupos de citricultores exportam suco de laranja concentrado, a CEALNOR e a COAGROSOL (ARTISANS DU MONDE, 2007). No entanto, a importação é realizado pela central de importação Oxfam Wereldwinkels na Bélgica. Isto se deve, de acordo com as entrevistas



XLV Congresso da Sociedade  
Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural.  
22 a 25 de julho de 2007, UEL - Londrina - PR

realizadas, a busca de economia de escala. A Federação Artisans du Monde é membro da PFCE, da NEWS! e da IFAT.

A Associação Max Havelaar France é a iniciativa nacional de certificação associada à FLO Internacional. Foi criada em 1992 por três outras associações: os Engenheiros sem Fronteira (*Ingénieurs sans Frontières*), as Pessoas Solidárias (*Peuples Solidaires*) e o Centro Internacional de Cooperação para o Desenvolvimento Agrícola (*Centre International de Coopération pour le Développement Agricole*), transformados mais tarde nos Agrônomos e Veterinários sem Fronteira (*Agronomes et Vétérinaires sans Frontières*).

Esses dois microatores de representação, concentram os microatores de distribuição que serão apresentado como duas cadeias: a cadeia certificada e a cadeia de atores especializados, como ilustrado na Figura 2. Na cadeia certificada, o suco de laranja começou a ser distribuído em 2002. Entre as empresas concessionárias, ou seja, que tem o direito de usar uma determinada matéria-prima do comércio justo para produzir produtos com sua marca própria e o selo do comércio justo concedido pela iniciativa nacional de certificação, a exemplo da Max Havelaar France, tem-se: a Alter Eco, Auchan, Caraibos, Ethiquable, Solidar'Monde e Vitamont. As matérias-primas são importadas na forma de suco concentrado e suco puro (MAX HAVELAAR FRANCE, 2007). Como a Caraibos não utiliza o suco de laranja brasileiro, importa de uma cooperativa cubana, a mesma não será analisada neste artigo, assim como o Auchan que não foi até o presente momento entrevistado. A Solidar'Monde será melhor abordada entre os atores da cadeia especializada.

A Alter Eco é uma sociedade anônima criada em 1999. Tem o objetivo de importar e distribuir produtos e serviços do comércio justo. Inicialmente, distribuía seus produtos exclusivamente por meio de lojas próprias. Em 2002, devido a necessidade de aumentar sua distribuição passou a focar a grande distribuição. Na França, a Alter Eco é a primeira marca de produtos do comércio justo distribuídos em super e hipermercados. Atualmente, seu mix de produtos é composto por café, chá, chocolate, ervas aromáticas, arroz, suco de frutas, açúcar, entre outros.

A maior parte do suco de laranja importado vem das OPs brasileiras Cealnor e Coagrosol (70%), havendo também a importação de produtores cubanos (30%). As importações foram iniciadas em 2004 e tem sido realizadas pela Oxfam Wereldwinkels, na Bélgica. A maior parte dos produtos atende ao mercado francês, mas também são exportados para a Bélgica, EUA e Austrália. Os principais distribuidores são os super e hipermercados Carrefour, Leclerc e Moniprix, mas eles também são distribuídos para lojas de produtos biológicos e vendidos pela internet.

A Ethiquable é uma sociedade cooperativa, criada em 2003, especializada na fabricação e distribuição de produtos alimentares do comércio justo. A gama de produtos é constituída por café, chá, chocolate, açúcar, sucos, ervas, cereais e aperitivos, como castanha do cajú. Todo o suco de laranja importado é proveniente do Brasil. Já importou da Cealnor mas, atualmente, seu fornecedor é a Coagrosol. As importações já foram realizadas pela



Oxfam Wereldwinkels e por um importador especializado Alemão. Atualmente, tem sido realizada diretamente pela empresa. A distribuição é nacional, principalmente por meio dos super e hipermercados Leclerc, Système U, Champiom, Casino, Intermarché e Cora. Havendo uma pequena parcela também distribuída para lojas especializadas do comércio justo.

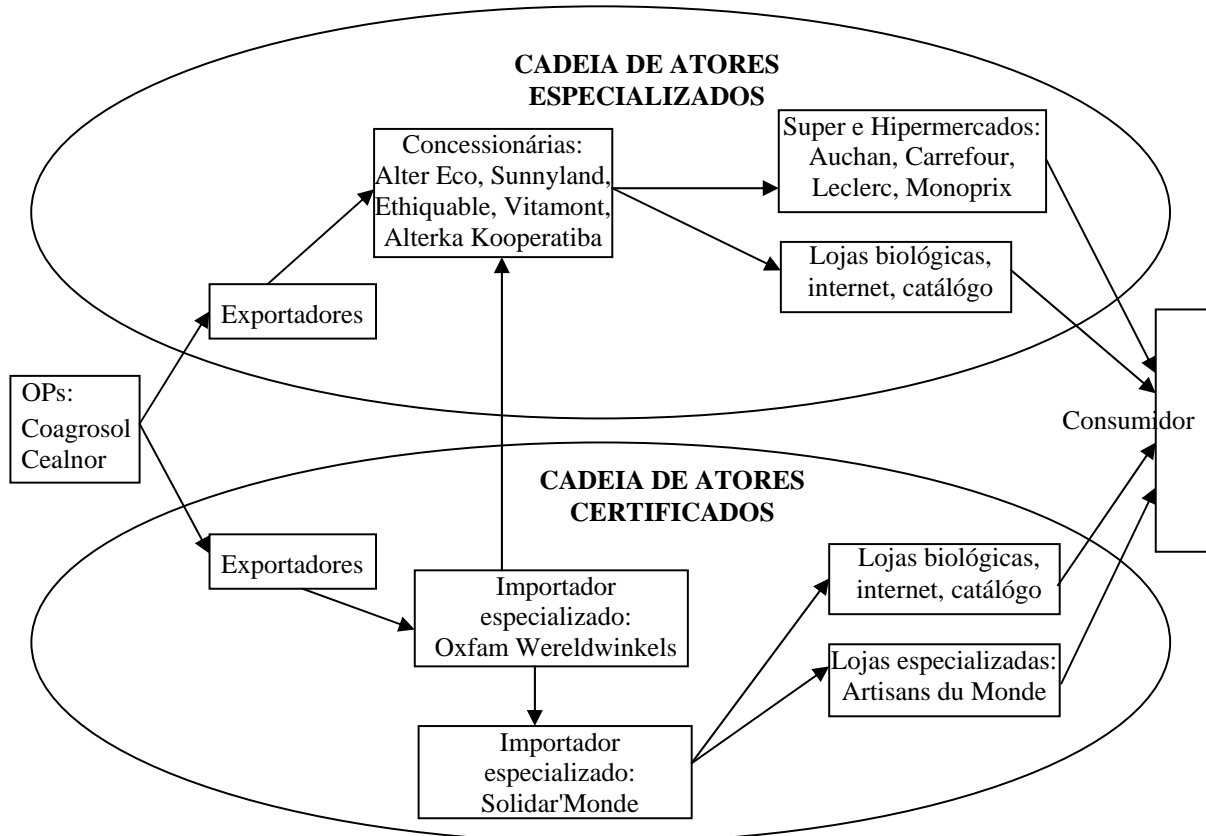


FIGURA 2: Cadeias de microatores de distribuição do comércio justo internacional

Fonte: elaborada pelos autores.

A Vitamont é uma sociedade anônima criada em 1985. Suas atividades envolvem a industrialização e engarrafamento de produtos alimentares. Iniciou suas atividades no comércio justo em 2004, como importador e distribuidor. Diferentemente da Alter Eco e da Ethiquable, que importam suco concentrado, trabalha apenas com suco de laranja puro. A OP com quem se relaciona é a Coagrosol e distribui seus produtos principalmente para boutiques de comércio justo e de produtos biológico. No caso das lojas de produtos biológicos, vale destaque para Biocoop, que distribuem produtos biológicos e do comércio justo. Na grande



XLV Congresso da Sociedade  
Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural.  
24 a 25 de julho de 2007, UEL - Londrina - PR

XLV CONGRESSO DA SOBER

"Conhecimentos para Agricultura do Futuro"

distribuição trabalha com o Leclerc, Auchan e Carrefour. O maior mercado de atuação é o mercado nacional, mas atende também a Bélgica e outros países.

Ainda no que diz respeito aos atores franceses de distribuição, outras duas organizações foram investigadas. Elas não são concessionárias para produzir produtos com marca própria certificada pela Max Havelaar France, mas atuam como atores de transformação e distribuição de produtos do comércio justo. A Sunnyland, criada em 1998, passou a industrializar sucos em 1992 e a industrializar sucos do comércio justo para o concessionário Auchan em 2003. Produz um mix de sucos que envolve suco de laranja, coquitéis de goiaba, maracujá, maçã e manga. O suco de laranja importado pelo Auchan é proveniente do Brasil e de Cuba, sendo a Cealnor e a Coagrosol as OPs.

A Alterka Kooperatiba é um distribuidor criado em 2005, especializado na distribuição de bebidas provenientes do comércio justo e biológico. Sua introdução no comércio justo remonta ao seu ano de criação. O suco de laranja distribuído é importado pela Oxfam Wereldwinkels e transformado em uma indústria terceirizada francesa. As OPs são provenientes do Brasil e de Cuba, sendo mais uma vez a Coagrosol e a Cealnor os fornecedores.

Na cadeia de atores especializados existem três organizações centrais: os produtores, os importadores e as boutiques de distribuição especializados no comércio justo. Assim como na cadeia certificada, a Cealnor e a Coagrosol são as OPs fornecedoras de suco de laranja. A central de importação especializada francesa é a Solidar'Monde mas, para obter economia de escala, é a central Oxfam Wereldwinkels a importadora. Esta última também se ocupa da industrialização do suco que é enviado para França já engarrafado e com o rótulo da Artisans du Monde. A Solidar'Monde se ocupa de distribuir o produto para as boutiques Artisans du Monde e em menor quantidade para boutiques biológicas e vendas pela internet.

A Solidar'Monde foi criada em 1984 pela iniciativa da Federação Artisans du Monde. Atua como importador e distribuidor de produtos artesanais e alimentares provenientes de produtores desfavorecidos. Seus produtos são distribuídos pelas boutiques Artisans du Monde e pela lojas Biocoop. Esta última, criada em 1986, agrupa 270 lojas e é líder na distribuição de alimentos biológicos na França e vem atuando no último anos, na distribuição de produtos do comércio justo.

Nesta cadeia de atores especializados o atendimento aos padrões e normas estabelecidas para o comércio justo são assegurados de forma voluntária e auto declarada. Ocorre por meio da assinatura de cartas e códigos de conduta. Em contrapartida, na cadeia certificada a relação entre as OPs e os atores comerciais é essencialmente contratual e segue os padrões estabelecidos pela FLO Internacional.

Para finalizar, cabe aqui expor brevemente algumas informação concernindo as duas OPs identificadas nesta análise. A Cealnor é uma central de associações e agrupa atualmente vinte e duas associações de cinco municípios do litoral norte da Bahia, das quais vinte produzem laranjas. Cerca de 830 produtores fazem parte da central, dos quais 170 são



XLV Congresso da Sociedade  
Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural.  
22 a 25 de julho de 2007, UEL - Londrina - PR

XLV CONGRESSO DA SOBER

"Conhecimentos para Agricultura do Futuro"

provenientes de projeto de reforma agrária. A área média cultivada pelos produtores associados é de 5 ha. Além da laranja, certificada em 1998, a organização foi certificada em

2000 para a exportação de suco de maracujá. A Coagrosol foi inscrita junto a FLO Internacional para a exportação de suco de laranja no ano de 2000. Posteriormente, outros produtos foram certificados: suco de maracujá e limão e polpa de manga e goiaba.

## CONCLUSÃO

Pela análise desenvolvida, observa-se que o campo organizacional do comércio justo internacional está em um processo de expansão. A influência das organizações internacionais tem sido predominante na trajetória do campo, principalmente no que diz respeito à emergência de estruturas de concentração e coordenação. As organizações nacionais desenvolvem-se por meio de duas cadeias comerciais diferentes, mas complementares.

Os macroatores realizam o importante papel de concentração e coordenação das diversas iniciativas nacionais de comércio justo existentes. Elas estão ligadas entre si pela organização informal FINE, que atualmente é reconhecida como a organização central do comércio justo internacional por grande parte dos atores atuantes neste mercado.

Entre os microatores as organizações nacionais de representação são os principais agentes de ligação entre os demais microatores e as organizações internacional do comércio justo. Na França, a PFCE passa a ser um microator de representação central, uma vez que agrupa integrantes das duas cadeias do comércio justo existentes. Quanto a Federação Artisans du Monde e a Associação Max Havelaar France, observa-se que suas estratégias são complementares, como observado pela existência de atores integrantes à cadeia de atores especializados também serem concessionários para a produção de suco de laranja certificado e os atores concessionários usarem a central de importação especializada como importadora principal. O diferencial entre as duas cadeias é o fato da cadeia certificada incluir atores do mercado convencional e a cadeia especializada apenas OCJ. A primeira é mais especializada em produtos alimentares e a segunda em produtos artesanais.

Com base na análise, observa-se que o campo organizacional do comércio justo internacional tem aumentado o grau de interação entre as organizações. Com o desenvolvimento dos macroatores, viu-se a emergência das estruturas de dominação e da busca de padronização das definições e formas de estruturação. Para aumentar as relações entre os micro e macroatores, ocorreu o desenvolvimento dos atores de representação nacionais, que são as federações de certificação ou de atores especializados no comércio justo.

O grau de integração no campo é moderado, um vez que cada organização internacional representa uma organização do comércio justo e entre elas existem laços que permitem uma complementariedade. Quanto a consciência mútua, observa-se que os atores do campo possuem vários interesses em comum, sendo a ênfase no desenvolvimento sustentável



XLV Congresso da Sociedade  
Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural.  
22 a 25 de julho de 2007, UEL - Londrina - PR

XLV CONGRESSO DA SOBER

"Conhecimentos para Agricultura do Futuro"

é a busca por melhores condições comerciais para os produtores de países em desenvolvimento. Devido aos trabalhos realizados pela FINE, diversos conceitos e estratégias

de desenvolvimento são comuns às duas cadeias de distribuição e a busca pela padronização e regulamentação do comércio justo internacional tem sido focada por todos.

Ao analisar os microatores, duas dinâmicas de desenvolvimento do comércio justo podem ser identificadas. A cadeia de atores especializado atua apenas com OCJ mas, as centrais de importação também buscaram a concessão para produzir produtos com a marca Artisans du Monde e o selo Max Havelaar France. Na cadeia certificada, atores do mercado convencional são integrados. Com isso, para garantir o atendimento das normas do comércio justo, um sistema de certificação de produto e auditoria de empresas convencionais foi desenvolvido.

De forma geral, os macro e microatores apresentam enlaces e compartilham diversos valores simbólicos e regulatórios. As estruturas de dominação verificadas nas organizações internacionais e nos microatores de representação nacional demonstram a busca por padrões de coalizão, assim como de uma consciência mútua no campo. Para aprofundar esta análise, está sendo desenvolvido pelos autores um estudo da estrutura de governança e do modo de adaptação, o que permitirá avançar no entendimento de questões importantes para o tema, como as relativas à coordenação de arranjos cooperativos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

- CCFD. **Kit Commerce Équitable** : comprendre le commerce équitable. Fev. 2005.
- DiMAGGIO, P. J.; POWELL, W. W. . The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. **American Sociological Review**. n. 48, p. 147-160, 1983.
- EFTA **Addresses EFTA members**. (2006). Disponível em: <http://www.european-fair-trade-association.org/Efta/Doc/addres-09-2006.pdf>. Acessado em: 25/02/2007.
- FINE. **Fair Trade Definition and Principles**: as agreed by FINE in December 2001. Disponível em: [www.eftafairtrade.org/pdf/Fair-TDAP.pdf](http://www.eftafairtrade.org/pdf/Fair-TDAP.pdf). Acesso em: 21/04/2006.
- FLO. **Annual report 2005/2006**. Disponível em: [http://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/FLO\\_Annual\\_Report\\_05.pdf](http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/FLO_Annual_Report_05.pdf). Acesso em: 01/09/2006.
- FLO-Cert. **List of Operators**. 2006. Disponível em: <http://www.flo-cert.net/lop.html>. Acesso em: 01/09/2006.
- HABBARD et al.. **Etat des Lieux et Enjeux du Changement d'Échelle du Commerce Équitable** : typologie des filières, marchés de consommation, gouvernance internationale et cohérence globale du commerce équitable, out, 2002.



XLV Congresso da Sociedade  
Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural.

22 a 25 de julho de 2007, UFPR - Londrina - PR

XLV CONGRESSO DA SOBER  
"Conhecimentos para Agricultura do Futuro"

IFAT. **Member:** find IFAT member. Disponível em:  
[http://www.ifat.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=6&Itemid=8](http://www.ifat.org/index.php?option=com_content&task=view&id=6&Itemid=8). Acessado  
em: 25/02/2007.

LAGENTE, S. **Panorama du Commerce Equitable au Brésil.** Campinas, jul. 2005.

MAX HAVELAAR FRANCE. **Le Label Max Havelaar:** la garantie d'un contrôle indépendant tout au long de la chaîne, mai, 2006.

MINISTÈRE DES AFFAIRE ÉTRANGÈRES. **Le commerce équitable en France.** 2006

POWELL, W.W.; DIMAGGIO P.J. **The New Institutionalism in Organizational Analysis.** University of Chicago Press, 1991.

SCOTT, W.R. **Institutions and organization.** London: Sage Publications, 1995.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais:** a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: 1987.