



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO E GESTÃO SOCIAL
MESTRADO MULTIDISCIPLINAR E PROFISSIONAL EM DESENVOLVIMENTO
E GESTÃO SOCIAL**

JULIANA AZEVEDO DE SOUZA CARIBÉ

**COMÉRCIO JUSTO: UMA ANÁLISE DA SUA IMPLANTAÇÃO NO SISTEMA
BRASILEIRO DE AVALIAÇÃO DA CONFORMIDADE**

Salvador
2011

JULIANA AZEVEDO DE SOUZA CARIBÉ

**COMÉRCIO JUSTO: UMA ANÁLISE DA SUA IMPLANTAÇÃO NO SISTEMA
BRASILEIRO DE AVALIAÇÃO DA CONFORMIDADE**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Multidisciplinar e Profissional em Desenvolvimento e Gestão Social do Programa de Desenvolvimento e Gestão Social da Universidade Federal da Bahia como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Desenvolvimento e Gestão Social.

Orientador: Prof. Dr. Genauto Carvalho de França Filho.

Salvador
2011

Escola de Administração - UFBA

C277 Caribé, Juliana Azevedo de Souza

Comércio justo: uma análise da sua implantação no Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade / Juliana Azevedo de Souza Caribé. – 2011. 116 f.

Orientador: Prof. Dr. Genauto Carvalho de França Filho.

Dissertação (mestrado profissional) – Universidade Federal da Bahia, Escola de Administração, Salvador, 2011.

1. Comércio - Regulamentação. 2. Economia solidária. 3. Normalização. I. Universidade Federal da Bahia. Escola de Administração. II. Título.


CDD – 389.6




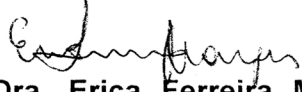
**ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE
JULIANA AZEVEDO DE SOUZA CARIBÉ DO CURSO DE
MESTRADO MULTIDISCIPLINAR E PROFISSIONAL EM
DESENVOLVIMENTO E GESTÃO SOCIAL DA
UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA.**

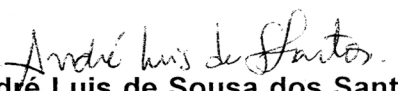
Aos trinta dias do mês de setembro de dois mil e onze a Comissão Julgadora, eleita pelo Colegiado deste Centro Interdisciplinar em Desenvolvimento e Gestão Social da Universidade Federal da Bahia, composta pelo **Prof. Dr. Genauto Carvalho de França Filho** (CIAGS/UFBA), orientador da aluna, e pelos membros titulares **Profa. Dra. Rosana de Freitas Boullosa** (CIAGS/UFBA), **Profa. Dra. Erica Ferreira Marques** (UFBA) e pelo **Dr. André Luis de Sousa dos Santos** (Inmetro) se reuniram para julgar o trabalho de dissertação intitulado: **“COMÉRCIO JUSTO: UMA ANÁLISE DA SUA IMPLANTAÇÃO NO SISTEMA BRASILEIRO DE AVALIAÇÃO DA CONFORMIDADE”** de autoria de **Juliana Azevedo de Souza Caribé**. Após a apresentação da dissertação a mestranda foi submetida à arguição pela comissão julgadora e ao debate. Em seguida, a comissão julgadora reuniu-se para analisar e avaliar o referido trabalho, chegando à conclusão que este merece ser APROVADA. Nada mais havendo a ser tratado, esta Comissão Julgadora encerrou a reunião da qual lavrei a presente ata, que após lida e aprovada, vai assinada por mim, orientadora, pelos demais membros da comissão e pela mestranda.

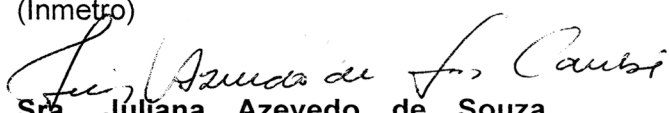
Salvador, 30 de setembro de 2011.


**Prof. Dr. Genauto Carvalho de
França Filho**
(CIAGS/UFBA - Orientador)


**Profa. Dra. Rosana de Freitas
Boullosa**
(CIAGS/UFBA)


Profa. Dra. Erica Ferreira Marques
(UFBA)


Dr. André Luis de Sousa dos Santos
(Inmetro)


**Sra. Juliana Azevedo de Souza
Caribé**
(Mestranda)

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter me propiciado tantas possibilidades durante a vida.

Aos meus pais por terem me ensinado, desde criança, valores inestimáveis como fé, dedicação, perseverança, respeito, cuidado e solidariedade.

Ao meu marido, pelo apoio e compreensão durante as minhas ausências, compreendendo que elas tinham um objetivo maior e simbólico para o meu crescimento como ser humano.

À minha prima Joana, pelas noites incansáveis de solidariedade e psicologia. Estamos sempre juntas.

Aos meus familiares e amigos pela celebração de mais uma importante etapa da minha vida.

Ao gerente Divisão de Orientação e Incentivo à Qualidade - Diviq, Luiz Carlos Monteiro, pela amizade, solidariedade e compreensão, liberando-me apenas para estudar nas semanas de aulas do mestrado.

Aos amigos da Divisão de Orientação e Incentivo à Qualidade do Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia – Inmetro, por nunca terem colocado empecilhos para que eu estudasse, mesmo diante da minha necessidade em viajar mensalmente do Rio de Janeiro para Salvador. A amizade, confiança, torcida e profissionalismo de vocês apenas ratificaram que somos verdadeiramente uma equipe e o quão especiais são para mim.

Às queridas amigas da turma 3 do mestrado Idimara Paes Dantas (Mara) e Elizabeth Régis de Albuquerque (Bebeth), por terem acolhido uma “estrangeira” em terras soteropolitanas com tanto carinho, amor e dedicação. Vocês são, com certeza, a materialização do amor. Jamais esquecerei a acolhida que recebi de vocês e os momentos de alegria que passamos juntas.

À Cooperativa Colibris Modas, do Bairro da Paz, o meu respeito e agradecimento pelos ensinamentos de “vida” que me foram passados. Em nenhuma escola, curso ou Universidade, eu poderia aprendê-los com tanta veemência e verdade.

A Nadine (CNAM), Jean Louis Laville (CNAM), Laurent Fraisse (CNAM), Gérald Godreuil (*Artisans du Monde*), Jérôme Schazman (*Tudo Bom?*), François Ghislain (Veja), Eugénie Malandain e Gaëlle Giffard (PFCE) pela disponibilidade em compartilhar informações, impressões e vivências sobre o Comércio Justo na França, durante a minha Residência Social em Paris.

À professora Dra. Tânia Fisher que, com o seu empreendedorismo social criou oportunidades de transformação pessoal e profissional para mim e para tantos outros alunos do Curso de Gestão Social.

À Professora Maria Tereza Franco Ribeiro por ter resignificado a minha definição de “desenvolvimento”. Seus ensinamentos contribuíram sobremaneira para que eu

compreendesse que cada povo, país ou grupo é legítimo para criar o seu próprio conceito de desenvolvimento e que, por isso devemos pensar esse conceito sempre no plural “desenvolvimentos”.

À Professora Neyde Marques por dar “o tom” à nossa turma e, principalmente, pela transcendência dos seus ensinamentos, com foco sempre no humano e nas “organizações gente”. Foi maravilhoso compartilhar da sua presença, generosidade e companhia.

Ao professor Dr. Genauto de Carvalho França Filho, querido professor e orientador que, com sua sabedoria e humildade, me ensinou que uma outra economia é possível, especialmente para quem, como nós, acredita em um mundo além do monetário, mais justo e solidário.

A todos os professores do Mestrado de Gestão Social pelos novos saberes que me foram propiciados durante o curso.

À turma 3 do Mestrado em Gestão Social pela alegria, dinamismo, companheirismo e presença. Nossos encontros me traziam a certeza de estar no lugar e caminho certos.

“Temos invocado o que consideramos que eram os três fatos constitutivos da consciência do homem ocidental: o conhecimento da morte; o conhecimento da liberdade e o conhecimento da sociedade. O primeiro, segundo a tradição judia, foi revelado na história do Antigo Testamento. O segundo pelos ensinamentos de Jesus Cristo, tal como nos mostra o Novo Testamento. A terceira revelação surgiu porque vivemos em uma sociedade industrial. Nenhum grande nome histórico está ligado a ela. É esta revelação – o conhecimento da sociedade – o que constitui a consciência do homem moderno”.

Karl Polanyi

RESUMO

A economia de mercado tem, ao longo do tempo, demonstrado a sua fragilidade. Primeiro por sua natureza excludente, colocando em pólos distintos os detentores do capital e os trabalhadores e; segundo, porque visa o excedente de capital, (lucro), transformando a própria relação de trabalho em capital. Nesse sentido, novas economias têm surgido como movimentos de resistência, na busca por uma ampliação das práticas econômicas para além do mercado, tendo como foco o homem e as suas relações sociais. Um desses movimentos é o Comércio Justo, que visa uma nova relação comercial entre os países do Norte e do Sul, com base na solidariedade e em negociações éticas e democráticas. Atividade comercial amplamente conhecida por consumidores europeus, o movimento do Comércio Justo ainda está em expansão no Brasil, tendo como principais desafios o reconhecimento de novas práticas econômicas e o estabelecimento de um mercado consumidor e de uma infraestrutura que o suporte. Assim, a atividade de avaliação da conformidade, enquanto uma ferramenta de gestão, pode auxiliar na disseminação dos valores e objetivos do Comércio Justo. Porém, como historicamente essa ferramenta foi criada para ampliar as práticas comerciais entre os países, servindo à lógica capitalista tradicional, é preciso avaliar a sua viabilidade e aplicação numa outra dinâmica: a da solidariedade, sendo esse o objetivo desse estudo: buscar uma interseção entre as duas dinâmicas econômicas, especialmente no que tange à avaliação da conformidade no Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade, de forma a beneficiar os produtos e processos dos empreendimentos econômicos solidários.

Palavras chave: Avaliação da Conformidade. Economia Plural. Economia Solidária. Comércio Justo. Certificação.

ABSTRACT

The market economy has, over time, demonstrated its fragility. First, by its nature exclusionary, putting poles in the different owners of capital and workers and, secondly, because it targets a surplus of capital, profit, making the proper ratio of labor into capital. In this sense, new economies have emerged as resistance movements in the search for an expansion of economic practices in addition to the market, focusing on the man and his social relations. One of these is the Fair Trade movement, which seeks a new trade relationship between the North and the South, based on solidarity and ethical and democratic negotiations. Commercial activity widely known by European consumers, the Fair Trade movement is still expanding in Brazil, having as main challenges the recognition of new economic practices and the establishment of a consumer market and an infrastructure that supports it. Thus, the conformity assessment activity as a management tool, can assist in disseminating the values and goals of Fair Trade. However, this tool was historically created to expand business practices between countries, serving the traditional capitalist logic, it is necessary to assess its feasibility and application in another dynamic: solidarity, which is the objective of this study: to seek an intersection between the two economic dynamics, especially in regard to conformity assessment in the Brazilian System of Conformity Assessment, in order to benefit products and processes of the solidarities economic enterprises.

Keywords: Conformity Assessment. Plural Economy. Solidarity Economics. Fair Trade. Certification.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|-----|
| Figura 2.1 - Princípios de integração econômica segundo Polanyi | 24 |
| Figura 2.2 - O campo da Economia Solidária no Brasil | 29 |
| Figura 2.3 - Vendas Mundiais de alimentos e bebidas do comércio justo por volume, 1997-2007 | 36 |
| Figura 2.4 - Evolução do valor das vendas de produtos certificados de comércio justo entre 2003 e 2007 | 36 |
| Figura 3.1 - Campus Laboratorial do Inmetro em Xerém/RJ | 41 |
| Figura 3.2 - Programas de Qualidade Setoriais fora do SBAC | 52 |
| Figura 3.3 - Desafio da elaboração de programas de Avaliação da Conformidade | 53 |
| Figura 3.4 - Funcionamento da acreditação no cenário da Avaliação da Conformidade | 57 |
| Figura 3.5 - Modelos de Etiquetas de Eficiência Energética do PBE | 59 |
| Figura 3.6 - Marcação CE | 61 |
| Figura 3.7 - Selos de Identificação da Conformidade | 67 |
| Figura 4.1 - Primeiro selo do comércio Justo, Max Havelaar/Holanda | 71 |
| Figura 4.2 - Diferença na receita de pequenos produtores do modelo tradicional e no modelo de comércio justo | 73 |
| Figura 4.3 - Produtos certificáveis pela FLO | 74 |
| Figura 4.4 - O Sistema do Comércio Justo | 76 |
| Figura 4.5 - Logomarca da FLO | 77 |
| Figura 4.6 - Orientações Gerais para Certificação FLO e para exportação ou comercialização no mercado interno | 78 |
| Figura 4.7 - Produtos certificáveis pela Comercio Justo A.C. | 79 |
| Figura 4.8 - <i>Sello</i> de Garantia Comércio Justo México, A.C. | 82 |
| Figura 4.9 - Funcionamento do processo de certificação da Certimex S.C. | 83 |
| Figura 4.10 - Fachada da <i>Mairie du 14ème Arrondissement</i> e a logomarca do Projeto | 86 |
| Figura 4.11 - Variabilidade do preço mínimo e prêmio | 92 |
| Figura 5.1 - Logomarcas dos PAC de Cerflor e da PIF | 99 |
| Figura 6.1 - Entendendo graficamente a proposta e os desmembramentos futuros desta pesquisa | 108 |

LISTA DE QUADROS

Quadro 4.1- Organizações internacionais de comércio justo

71

LISTA DE SIGLAS

| | |
|----------|--|
| ABIC | Associação Brasileira das Indústrias de Café |
| ABICAB | Associação Brasileira das Indústrias de Chocolates, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados |
| ABNT | Associação Brasileira de Normas Técnicas |
| AFNOR | Associação Francesa de Normalização |
| ANVISA | Agência Nacional de Vigilância Sanitária |
| BIPM | <i>Bureau International des Poids et Mesures</i> |
| CASCO | <i>Committee on Conformity Assessment</i> |
| CIAGS | Centro Interdisciplinar de Desenvolvimento e Gestão Social |
| CBAC | Comitê Brasileiro de Avaliação da Conformidade |
| CBM | Comitê Brasileiro de Metrologia |
| CBN | Comitê Brasileiro de Normalização |
| CE | Comunidade Européia |
| CERFLOR | Certificação Florestal |
| CNAM | <i>Conservatoire National des Arts et Métiers</i> |
| CONMETRO | Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial |
| DQUAL | Diretoria da Qualidade |
| EA | <i>European Accreditation</i> |
| EES | Empreendimentos Econômicos Solidários |
| EFTA | <i>European Fair Trade Association</i> |
| EIV | Estudo de Impacto e Viabilidade |
| FACES | Instituto Faces do Brasil |
| FBES | Fórum Brasileiro de Economia Solidária |
| FLO | <i>Fairtrade Labelling Organizations International</i> |
| FT | <i>Fair Trade</i> |
| FTF | <i>Fair Trade Federation</i> |
| GATT | <i>General Agreement on Tariffs and Trade</i> |
| GNV | Gás Natural Veicular |
| IAF | <i>International Accreditation Fórum</i> |
| IBGE | Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística |
| IDEC | Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor |

| | |
|---------|---|
| IEC | <i>International Electrotechnical Commission</i> |
| IFAT | <i>International Federation for Alternative Trade</i> |
| ILAC | <i>International Laboratory Accreditation Cooperation</i> |
| INMETRO | Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia |
| IPEM | Instituto de Pesos e Medidas |
| ISO | <i>International Organization for Standardization</i> |
| MCT | Ministério da Ciência e Tecnologia |
| MDIC | Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior |
| MPE | Micro e Pequenas Empresas |
| MRA | <i>Mutual Recognition Agreement</i> |
| TEM | Ministério do Trabalho e Emprego |
| NBR | Norma Brasileira Registrada |
| NEWS | <i>Network Fair Trade Association</i> |
| OAC | Organismos de Avaliação da Conformidade |
| OCA | Organismos de Sistemas de Gestão Ambiental |
| OCP | Organismos de Certificação de Produtos |
| OCR | Organismos de Sistemas da Gestão da Responsabilidade Social |
| OCS | Organismos de Sistemas de Gestão da Qualidade |
| OHC | Organismos Sistemas de Gestão da Segurança de Alimentos |
| OIC | Organismos de Inspeção |
| OIE | <i>International Office of Epizootics</i> |
| OIML | Organização Internacional de Metrologia Legal |
| OMC | Organização Mundial do Comércio |
| OPC | Organismos de Certificação de Pessoal |
| OPFCJS | Organizações de Produtores Familiares do Comércio Justo e Solidário |
| OVD | Organismos de Verificação de Desempenho |
| PAC | Programa de Avaliação da Conformidade |
| PBAC | Programa Brasileiro de Avaliação da Conformidade |
| PBE | Programa Brasileiro de Etiquetagem |
| PBQP | Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade |
| PFCE | <i>Plate-Forme pour le Commerce Équitable</i> |
| PIF | Produção Integrada de Frutas |
| RAC | Requisitos de Avaliação da Conformidade |

| | |
|------------|---|
| RBC / RBLE | Rede Brasileira de Laboratórios de Calibração e Ensaios |
| RBMLQ-I | Rede Brasileira de Metrologia Legal e Qualidade –Inmetro |
| REBLAS | Rede Brasileira de Laboratórios Analíticos em Saúde |
| RTQ | Regulamento Técnico da Qualidade |
| SBAC | Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade |
| SCJS | Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário |
| SEBRAE | Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas |
| SENAES | Secretaria Nacional de Economia Solidária |
| SIES | Sistema de Informações da Economia Solidária |
| SINMETRO | Sistema Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial |
| TBT | <i>Technical Barriers to Trade</i> |
| UE | União Européia |
| UFBA | Universidade Federal da Bahia |
| WS | <i>World Shops</i> |

SUMÁRIO

| | | |
|-----------|---|-----------|
| 1. | INTRODUÇÃO | 16 |
| 1.1 | Metodologia | 19 |
| 1.2 | Organização do Estudo | 21 |
| 2. | REVISÃO DA LITERATURA | 22 |
| 2.1 | A Economia de Mercado e outras formas de Economia | 22 |
| 2.2 | A Economia Solidária e o Comércio Justo | 25 |
| 2.2.1 | A Economia Solidária | 25 |
| 2.2.2 | O Comércio Justo | 29 |
| 2.2.2.1 | Histórico | 29 |
| 2.2.2.2 | Definições | 31 |
| 2.2.2.3 | Princípios | 32 |
| 2.2.2.4 | Atores | 33 |
| 2.2.2.5 | O crescimento do Comércio Justo no Mundo | 35 |
| 3. | O INMETRO, A QUALIDADE E A AVALIAÇÃO DA CONFORMIDADE NO SBAC | 39 |
| 3.1 | O Inmetro | 39 |
| 3.2 | As dimensões conceituais do termo “Qualidade” | 41 |
| 3.3 | A Qualidade no Mundo | 43 |
| 3.3.1 | Era da Inspeção | 43 |
| 3.3.2 | Controle Estatístico da Qualidade | 44 |
| 3.3.3 | Garantia da Qualidade | 45 |
| 3.3.4 | Engenharia da Confiabilidade | 46 |
| 3.3.5 | Zero Defeito | 46 |
| 3.4 | A Qualidade no Brasil | 47 |
| 3.4.1 | O Programa Brasileiro de Qualidade e Produtividade – PBQP | 48 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 3.5 | A Avaliação da Conformidade | 50 |
| 3.5.1 | O Programa Brasileiro de Avaliação da Conformidade - PBAC | 53 |
| 3.5.2 | Funcionamento da Avaliação da Conformidade | 55 |
| 3.5.3 | Classificação da Atividade de Avaliação da Conformidade | 56 |
| 3.5.4 | Mecanismos de Avaliação da Conformidade | 58 |
| 3.5.4.1 | Etiquetagem | 58 |
| 3.5.4.2 | Ensaio | 59 |
| 3.5.4.3 | Inspeção | 60 |
| 3.5.4.4 | Declaração do Fornecedor | 61 |
| 3.5.4.5 | Certificação | 62 |
| 3.5.4.5.1 | Certificação de Produtos | 63 |
| 3.5.4.5.2 | Certificação de Sistemas de Gestão | 65 |
| 3.5.4.5.3 | Certificação de Pessoas | 66 |
| 3.6 | Selos de Identificação da Conformidade | 66 |
| 3.7 | A Avaliação da Conformidade e o Acesso a Mercados | 67 |
| 3.8 | A Avaliação da Conformidade e a Organização Mundial do Comércio | 68 |
| 4. | A CERTIFICAÇÃO NO COMÉRCIO JUSTO | 70 |
| 4.1 | O Processo de Certificação da FLO | 73 |
| 4.2 | O Processo de Certificação da Comercio Justo A.C, México | 79 |
| 4.3 | Da teoria à prática: vivenciando o Comércio Justo por meio da experiência da Residência Social | 84 |
| 4.4 | Dilemas da certificação no Comércio Justo | 89 |
| 5. | A AVALIAÇÃO DA CONFORMIDADE NO SISTEMA BRASILEIRO DE AVALIAÇÃO DA CONFORMIDADE – SBAC E O COMÉRCIO JUSTO | 93 |
| 5.1 | Consumo Consciente | 102 |
| 6. | CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES | 106 |
| 7. | REFERÊNCIAS | 111 |

1. INTRODUÇÃO

No Brasil, novas estruturas organizativas têm surgido nos últimos anos. Essas, principalmente decorrentes de um modelo capitalista hegemônico detentor de uma racionalidade formal que tem, historicamente, demonstrado fomentar a desigualdade e a exclusão.

Busca-se hoje, de forma incessante, uma resignificação das relações econômicas, sociais e ambientais e uma renovação das políticas públicas, visando o resgate de valores éticos e ideais como a igualdade, a liberdade e a fraternidade, oriundos da Revolução Francesa.

Nesse contexto, estão inseridos movimentos como os da economia solidária e do comércio justo que, a partir da ampliação das práticas econômicas e do conceito de uma economia substantiva ou plural, visam um caminho solidário-sustentável baseado na valorização do território, na endogenia e numa ética da cooperação.

Assim, a atividade de avaliação da conformidade, enquanto um processo sistematizado com regras pré-estabelecidas, devidamente acompanhado e avaliado, tem se mostrado uma importante ferramenta de inserção competitiva para micro e pequenas empresas, bem como para empreendimentos econômicos solidários (EES) que buscam o atendimento de seus produtos, processos, serviços ou profissionais a normas¹ e/ou regulamentos técnicos² vigentes, traduzindo-se ainda em um eficaz instrumento de comunicação com a sociedade.

A avaliação da conformidade é uma ferramenta de gestão que permite aos seus usuários um maior conhecimento das práticas que envolvem o processo produtivo; o fortalecimento e a maturidade organizacional; a confiabilidade de produtos e/ou serviços; a economia do processo produtivo, a redução de desperdícios; a proteção do consumidor; a facilitação de negociações em âmbito nacional e internacional; dentre outros benefícios, além de informar ao consumidor sobre a proveniência, o atendimento a requisitos pré-

¹Norma técnica é um documento estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido que fornece, para um uso comum e repetitivo, regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando a obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto (ABNT ISO/IEC Guia 2).

²Regulamento técnico é um regulamento que estabelece requisitos técnicos, seja diretamente, seja pela referência ou incorporação do conteúdo de uma Norma, de uma especificação técnica ou de um código de prática (ABNT ISO/IEC Guia 2).

estabelecidos e condições de elaboração de produtos ou serviços, sendo, nesse sentido, um elo de comunicação entre quem produz (produtor) e quem consome bens ou serviços (consumidor).

Em 2009, uma instituição de grande relevância no cenário do comércio justo brasileiro, o Instituto Faces do Brasil, procurou o Inmetro com a finalidade de que esse Instituto pudesse auxiliar na inserção e disseminação dos produtos e valores do comércio justo por meio de um mecanismo de avaliação da conformidade denominado de certificação.

A demanda, inicialmente simples, foi demonstrando sua complexidade durante a exposição da representante do Instituto Faces do Brasil - FACES ao Inmetro, uma vez que restou nítida a necessidade de uma regulação para organizações desse segmento que significasse, ao mesmo tempo, uma oportunidade de desenvolvimento social para organizações até então excluídas pelo modelo dominante de economia.

Após um estudo preliminar, a demanda não seguiu adiante pela gama de produtos oferecidos por essas organizações, que vão, por exemplo, do café ao artesanato. Regular³ esses produtos no Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade - SBAC⁴, onde o Inmetro é o seu órgão executor, por meio da certificação, representaria a essas organizações não apenas uma necessidade de padronização e de controle de todo o processo produtivo, mas também a articulação de um sistema complexo e permanente, composto por laboratórios e organismos acreditados; o treinamento de fiscais e auditores em todo o território nacional; a adoção de sistemas de tecnologia rastreáveis para os selos de identificação de conformidade; a articulação de fontes de fomento para o subsídio de ensaios periódicos nos produtos; entre outros.

Mais do que isso, o estudo preliminar apontou a necessidade de um estudo complementar e mais detalhado, sobre o cerne da questão: a compatibilidade e/ou possibilidade de integração entre duas lógicas totalmente distintas: a lógica de mercado, (neste estudo representada pela atividade de avaliação da conformidade) e a lógica da

³A Regulação pode ser descrita como uma medida ou intervenção implementada sob a autoridade do Estado, que tem o propósito de disciplinar o comportamento dos agentes intervenientes que estão abrangidos por essa autoridade. A regulação inclui a legislação e outros instrumentos, aplicados por autoridades com competência legal para isso.

⁴O Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade – SBAC é um sistema criado pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - Conmetro, destinado ao desenvolvimento e coordenação das atividades de avaliação da conformidade, no seu âmbito.

solidariedade, lógica que predomina nos empreendimentos econômicos solidários onde o comércio justo está inserido.

Mapear a origem dessas duas lógicas, de valores, princípios, naturezas e objetivos tão distintos, buscando a possibilidade de integração ou de comunicação entre elas no que tange à avaliação da conformidade é o objetivo geral desse trabalho, que visa, não apenas atender à demanda do Instituto Fapes do Brasil, mas também a de toda a sociedade brasileira, especialmente após a instituição do Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário – SCJS, em novembro de 2010, pelo então Presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva, justificada pela diversidade brasileira e pela possibilidade da adoção e institucionalização de novos modelos de desenvolvimento local.

Com base no exposto, foram definidas como questões relevantes para a pesquisa:

- a) Existe possibilidade de convergência entre as lógicas de mercado e da solidariedade, em especial no que tange à avaliação da conformidade de produtos⁵ oriundos de empreendimentos econômicos e solidários?
- b) É possível sugerir um ou mais mecanismos de avaliação da conformidade para os produtos oriundos de empreendimentos econômicos solidários?
- c) Existem bases normativas que possam contribuir ou subsidiar a elaboração de um programa de avaliação da conformidade para o segmento?

Dessa forma, são objetivos deste trabalho:

Objetivo geral: analisar a possibilidade de interseção entre a economia de mercado e a economia solidária no que tange à atividade de avaliação da conformidade dentro do SBAC.

Objetivos específicos: (i) contribuir para difusão do conhecimento sobre a atividade de Avaliação da Conformidade, em especial a do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade – SBAC; (ii) estudar os fundamentos da economia de mercado, da economia solidária e do comércio justo; (iii) analisar, entre os mecanismos de avaliação da conformidade existentes, quais seriam os mais indicados para produtos oriundos de empreendimentos econômicos e solidários; (iv) estudar bases normativas que possam

⁵A conceituação de produto, referenciada na nota 1 do item 1.2 do ABNT ISO Guia 2 abrange também processo e serviço.

contribuir com a elaboração de um programa de avaliação da conformidade para produtos oriundos do comércio justo.

Resumidamente, o objetivo deste trabalho é analisar a compatibilidade entre dois modelos econômicos distintos (mercado e solidariedade), por meio da avaliação da conformidade do SBAC, buscando uma articulação entre as partes interessadas para o estabelecimento de um programa de avaliação da conformidade para produtos oriundos de empreendimentos econômicos solidários, bem como o estabelecimento de uma infraestrutura que o suporte, fortalecendo, nesse sentido, o Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário e o movimento do Comércio Justo no Brasil.

1.1. Metodologia

Inicialmente, o objetivo deste trabalho era estudar, por meio de um estudo de caso, um mecanismo de avaliação da conformidade que pudesse auxiliar o processo produtivo de um produto (sandália) de uma cooperativa de comércio justo localizada no Bairro da Paz, em Salvador.

Para tanto, foram realizadas visitas à cooperativa, com vistas à melhor conhecer o seu processo produtivo e funcionamento. Após as visitas, foi sugerida pelo orientador, a realização de um curso que pudesse explicar aos cooperados a importância do estudo, demonstrando a eles como a avaliação da conformidade poderia auxiliar na difusão dos valores do comércio justo, na diferenciação dos seus produtos em relação aos demais e na comunicação entre a cooperativa e o seu potencial consumidor.

O curso foi realizado em maio de 2010, na própria cooperativa, com duração de uma semana. Durante a sua realização, restou evidente que a cooperativa possuía inúmeros processos produtivos (sandálias, bolsas, blusas, estojos e etc. - o que dificultava a sua especialização); processos não normatizados (cada um produzia o mesmo de forma diferente); a ausência de um controle de qualidade (o que fazia com que a cooperativa perdesse clientes, uma vez que não havia uma padronização entre os produtos); poucos recursos econômicos; clientes esporádicos; uma forte dependência de recursos provenientes de projetos e número de cooperados reduzido e que dedicavam apenas parte do seu tempo à cooperativa, ora realizando trabalhos comuns, ora realizando trabalhos particulares. Ou seja, a cooperativa precisava de elementos de gestão para que pudesse se tornar sustentável, além

de uma maior articulação organizacional e no próprio bairro, pois a sua estratégia sempre foi a de vender “para fora” e não “para dentro” do bairro.

Nesse sentido, pensar em uma estratégia competitiva originária da economia de mercado para um cenário da economia solidária em um momento de fragilização econômica e organizacional da cooperativa, sem que os cooperados tivessem a ampla noção sobre a sua pertinência, aplicabilidade e efeitos seria, no mínimo, arrogante, já que essa era uma decisão que deveria ser tomada em conjunto pelos cooperados, após a análise de custo/benefício, considerando os desafios, as oportunidades e a visão de futuro da cooperativa. Dessa forma, o trabalho mudou de foco.

Ao invés de estudar um mecanismo de avaliação da conformidade para ser aplicado em uma produção do comércio justo do processo produtivo de sandálias da cooperativa, dever-se-ia, primeiro, estudar a compatibilidade entre dois modelos de natureza diferentes, o mercado e a solidariedade, especialmente no que tange à avaliação da conformidade.

O foco passou então a ser a compatibilidade entre os modelos econômicos, buscando, na avaliação da conformidade, mecanismos que pudessem auxiliar na disseminação dos valores do comércio justo e da economia solidária, bem como nos elementos culturais, territoriais e simbólicos incutidos nos produtos oferecidos pelos empreendimentos econômicos solidários brasileiros, no âmbito do Sistema Brasileiro da Avaliação da Conformidade sem, contudo, descaracterizar a sua natureza e princípios norteadores.

Assim, a metodologia utilizada neste estudo passou do estudo de caso ao levantamento bibliográfico nos temas da economia capitalista e da economia solidária, com foco no comércio justo e na atividade de avaliação da conformidade.

Além da pesquisa bibliográfica, foram realizados levantamentos secundários na internet e consultadas, por e-mail, duas organizações de certificação do Comércio Justo: a *Fairtrade Labelling Organizations International* - FLO e a Comercio Justo A.C, buscando, nas experiências internacionais, elementos que pudessem subsidiar uma proposta para o cenário brasileiro.

O estudo contou também com as impressões trazidas pela aluna durante o período de Residência Social, realizada em Paris, em janeiro de 2010, quando foram visitadas, além do *Conservatoire National des Arts et Métiers* - CNAM, quatro organizações de comércio

justo na França. Foram elas: a Plataforma Francesa de Comércio Justo - PFCE, a *Artisans du Monde*, a *Veja* e a *Tudo Bom*?

1.2. Organização do Estudo

O presente trabalho está organizado da seguinte forma:

O Capítulo 1 destaca a metodologia, os objetivos do estudo, a sua relevância e a estruturação dos capítulos seguintes;

O Capítulo 2 apresenta a fundamentação teórica que possibilita a análise entre as diferentes economias: a de mercado e a solidária, com especial foco para o comércio justo. Neste capítulo, são apresentados o histórico, as definições, os princípios e atores do Comércio Justo, bem como o seu crescimento no mundo;

O Capítulo 3 apresenta a fundamentação teórica da Avaliação da Conformidade. O estudo inclui ainda dados históricos sobre o movimento da qualidade no mundo e no Brasil, identificando as suas dimensões, fases, ferramentas, para depois estabelecer o conceito de qualidade defendido pelo Inmetro com o nome de Avaliação da Conformidade. Na temática da Avaliação da Conformidade, são destacados o seu funcionamento, classificação, mecanismos, selos de identificação, importância, facilitação quando do acesso a mercados, bem como a sua relação com a Organização Mundial do Comércio – OMC;

O Capítulo 4 avalia a ferramenta da avaliação da conformidade, no mecanismo da certificação, a mais utilizada no cenário do Comércio Justo, por meio de um estudo das experiências de certificação da *Fair Trade Labelling Organizations International* - FLO e da Comercio Justo A.C, analisando ainda os seus dilemas e/ou limitações;

O Capítulo 5 relaciona a atividade da avaliação da conformidade do SBAC ao Comércio Justo, evidenciando os seus benefícios e limitações e ressaltando a sua importância para uma pedagogia social, materializada por meio de um consumo consciente;

O Capítulo 6 apresenta as Conclusões do trabalho de pesquisa;

O Capítulo 7 apresenta as referências bibliográficas utilizadas no presente estudo.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1. A economia de mercado e outras formas de economia

Etimologicamente, o termo economia origina-se das palavras gregas *oikos* (casa) e *nomos* (normas). Na Grécia antiga, economia significava a arte de bem administrar o lar, levando-se em conta a renda familiar e os gastos efetuados em um determinado período de tempo (Nusdeo, 2000).

Modernamente, define-se economia como a ciência que estuda a utilização dos recursos escassos, com o fim de produzir bens e serviços úteis para a satisfação das necessidades dos consumidores. Porém, se os recursos disponíveis são escassos e as necessidades dos consumidores ilimitadas (Rosseti, 1977, p.52), há que se pensar em novas e sustentáveis formas de desenvolvimento, bem como em usos alternativos dos recursos disponíveis.

E, nesse ponto reside uma problemática. Isso porque, historicamente, o conceito de desenvolvimento que conhecemos sempre esteve associado à dinâmica econômica. Em um primeiro momento, entre as grandes potências que detinham o poder bélico. Após as grandes guerras e com o advento da Revolução Industrial, o potencial bélico foi transladado para a produção. Mais recentemente, o poder relaciona-se à tecnologia e à informação. Porém, em todas essas fases, verifica-se a associação direta entre o poder econômico e o poder político.

Na economia capitalista, dois aspectos constituem-se como fundamentais: a transformação da força de trabalho em mercadoria e a finalidade de obtenção de um excedente de capital, popularmente conhecido por lucro.

No que se refere às grandes categorias econômicas de Karl Marx, o modo de produção representa a forma estruturante de cada sociedade, por meio da qual são providas as suas necessidades materiais, em um dado estágio do seu desenvolvimento.

O modo de produção capitalista nasce da reunião de quatro características da vida econômica, até então separadas: a) um regime de produção de mercadorias, de produtos que não visam senão ao mercado; b) a separação entre os proprietários dos meios de produção e os trabalhadores, desprovidos e objetivamente apartados daqueles meios; c) a conversão da

força de trabalho igualmente em mercadoria, sob forma de trabalho assalariado; d) a extração da mais-valia, sobre o trabalho assim cedido ao detentor dos meios de produção, como meio para a ampliação incessante do valor investido na produção (GIANNOTTI, 1976).

O capital, por sua vez, é uma relação social que se caracteriza pelo uso do trabalho assalariado. Na empresa capitalista, o processo de trabalho manifesta-se como um meio de valorização do capital, sendo o local onde o capital produz e é produzido, visando o maior lucro.

O capitalismo funda-se numa relação social entre indivíduos desigualmente posicionados face aos meios de produção e às condições de posta em valor de sua capacidade de trabalho. Há uma relação classista, que se efetua, “através de uma colaboração ilusória, mas não menos real, das três classes básicas, os assalariados, os capitalistas e os proprietários fundiários, na qualidade de donos dos fatores responsáveis pelos custos da produção de mercadorias.” (GIANNOTTI, 1976).

A citação de Giannotti reforça o fato de que a dinâmica capitalista sempre dividiu o mundo em partes dicotômicas: desenvolvidos e subdesenvolvidos; ricos e pobres; Norte e Sul; capitalista e proletariado, evidenciando que nem todos teriam condições de apropriar-se dos bens, fomentando assim, um ambiente de desigualdade e exclusão.

Singer (2002) afirma que o capitalismo perpetua e aumenta as desigualdades, pois os ganhadores acumulam vantagens e os perdedores acumulam desvantagens na competição futura.

Sob esse aspecto, surge uma nova corrente, capitaneada por Karl Polanyi, que entende a economia de uma forma plural ou substantiva. A definição substantiva de Polanyi compreende a economia como um processo institucionalizado de interação entre o homem e a natureza que permite um aprovisionamento regular de meios materiais para satisfação de necessidades (CAILLÉ, 2003).

Essa corrente redefine o conceito de economia para além do mercado (lucro), considerando que este não pode ser a única instituição responsável pela organização das atividades econômicas de uma sociedade. Na economia plural, o pólo não monetário e não mercantil da economia também aparece como gerador de riqueza, como recurso simbólico e cultural, relações familiares e de vizinhança, integração e participação democrática.

Os estudos de Polanyi associam o princípio da economia plural a uma invariante histórica, já que, segundo ele, em cada tempo e lugar, conjugaram-se diferentes regimes. Para Polanyi, diferentes princípios regem o comportamento econômico: o mercado auto-regulado, a redistribuição, a reciprocidade e a domesticidade. A figura 2.1 abaixo reflete, graficamente, o pensamento de Polanyi.

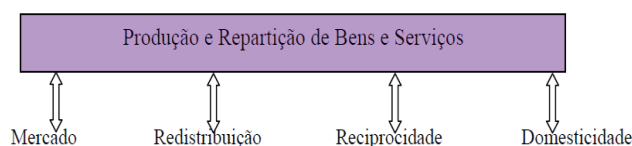


Figura 2.1 – Princípios de integração econômica segundo Polanyi

Fonte: Laville, 1992

O mercado é onde se dá o encontro entre a oferta e a procura de bens e serviços, tendo por finalidade a troca, que se materializa com a utilização de uma moeda para a equivalência.

A redistribuição implica que a sociedade tenha um centro, responsável por repartir os recursos depois de os ter recebido.

A reciprocidade corresponde aos atos de “dádiva” e “contra-dádiva”. A “dádiva” fundamenta-se na máxima de que os objetos não são dissociados de quem os oferece, representando um comportamento social.

A domesticidade consiste na produção para o consumo próprio, tendo por princípio a produção e armazenamento para satisfazer as necessidades de determinado grupo.

Comparando as características da economia capitalista com as da economia solidária, verifica-se que a principal diferença entre elas reside no fato de que a produção capitalista transforma a sua força de trabalho em mercadoria, enquanto que a produção solidária possui uma relação social com a produção. Dessa forma, os conceitos do capitalismo, na economia solidária tornam-se inapropriados, pois não expressam as relações sociais de produção que os caracterizam. Os trabalhadores produzem mercadoria, mas a sua força de trabalho não constitui-se em mercadoria. Outro ponto relevante é que a economia solidária visa retirar da economia capitalista a sua forma utilitarista, egoísta, trazendo para a sociedade, para o coletivo, uma análise mais ampliada das relações e motivações humanas.

No contexto da dinâmica capitalista, surgem movimentos de resistência como a economia solidária e o comércio justo, que objetivam reconhecer novas práticas e possibilidades de desenvolvimento, especialmente hoje, quando presenciamos o momento crítico que os Estados Unidos da América, historicamente a maior potência econômica mundial, tem enfrentado. Talvez eles sejam o exemplo maior da não sustentação do modelo capitalista neoliberal e da necessidade da emergência de novos modelos de desenvolvimento. E, dentre eles, a economia solidária, onde o comércio justo, objeto deste trabalho, está inserido.

2.2. A Economia Solidária e o Comércio Justo

2.2.1. A economia solidária

A economia solidária surgiu no final do século XVIII e início do século XIX como uma alternativa possível à situação de necessidade imposta pelo capitalismo aos trabalhadores europeus, sendo compreendida como um conjunto de atividades econômicas - de produção, distribuição, consumo, poupança e crédito - organizadas e realizadas solidariamente por trabalhadores sob a forma coletiva e autogestionária.

Para Singer (2000) ela é, adicionalmente, uma estratégia de luta contra as desigualdades sociais e o desemprego que aproveita a mudança nas relações de produção provocada pelo grande capital para lançar os alicerces de novas formas de organização da produção, com base em uma lógica oposta àquela que rege o mercado capitalista.

Para Laville (1994), a economia solidária representa um conjunto de atividades econômicas cuja lógica é distinta tanto da lógica do mercado capitalista quanto da lógica do Estado. Ao contrário da economia capitalista, centrada sobre o capital a ser acumulado e que funciona a partir de relações competitivas cujo objetivo é o alcance de interesses individuais, a economia solidária organiza-se a partir de fatores humanos, favorecendo as relações onde o laço social é valorizado a partir da reciprocidade e adota formas comunitárias de propriedade. Ela se distingue também da economia estatal que supõe uma autoridade central e formas de propriedade institucional. Laville configura a economia plural em três pólos: o mercado (organizado pelo princípio da troca); o monetário e não mercantil (organizado pela

redistribuição, representado pelo Estado) e, o não monetário e o não mercantil, (organizado pela reciprocidade).

É importante notar, em ambas as definições, que o objetivo da Economia Solidária é transformar as relações sociais entre os seres humanos e a natureza, por meio de melhores condições de trabalho, tendo como elemento central a solidariedade. Aqui, a solidariedade é mais do que um adjetivo, buscando resignificar a atividade econômica, já que na forma solidária de produção, o processo de produção de um determinado bem ou serviço também é um processo de reprodução de determinadas relações sociais (KRAYCHETE, 2010).

Na economia solidária, diferentemente do que o nome possa sugerir, a preocupação com a rentabilidade econômica não se exclui, mas suas operações se pautam no respeito aos valores éticos e humanistas.

Para que o projeto de Economia Solidária seja possível, França Filho e Laville (2004) propõem duas dimensões a ser consideradas. Primeiro, a ampliação da Economia Solidária para incluir nela também as relações monetárias, aumentando assim o seu campo de ação e público atingido. Em segundo lugar, os empreendimentos de Economia Solidária também devem tornar-se “espaços públicos de proximidade”, para que se estabeleçam laços entre os participantes, ao contrário das interações impessoais do mercado e, inclusive, do Estado.

No Brasil, a trajetória da economia solidária data do século XIX e, mais especificamente, da década de 90. Porém, foi apenas após a instituição da Secretaria Nacional de Economia Solidária – SENAES, no Ministério de Trabalho e Emprego - MTE, em 2003, pelo Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, que foi estabelecido o marco regulatório da economia solidária, transformando-a em uma dimensão política na agenda do governo federal brasileiro. A partir desse momento, as discussões sobre a economia solidária tomaram novas proporções.

O estabelecimento de uma Secretaria para tratar da temática Economia Solidária veio reconhecer e legitimar a possibilidade de novas formas de desenvolvimento, a importância da inserção de grupos até então excluídos pelo modelo econômico vigente no mercado de trabalho e as múltiplas possibilidades geradas pela diversidade brasileira. A SENAES, criada para promover o fortalecimento e a divulgação da economia solidária no

Brasil, busca fomentar a sua disseminação em todo o País, articulando os diferentes atores (figura 2.2) e fortalecendo políticas públicas de geração de trabalho e renda que visem o desenvolvimento local.

Até o ano de 2007, a Secretaria contava com mais de 21.859 empreendimentos econômicos solidários cadastrados em sua base de dados⁶, número 46% maior do que o registrado em 2005. A economia dos setores populares interage com os mercados e atividades econômicas situadas no “andar superior da economia” (SANTOS, 2004) em relação ao qual ocupa uma posição subordinada. Possui entretanto, uma lógica econômica peculiar, que a distingue da empresa tradicional.

Diferentemente da empresa capitalista, a racionalidade econômica dos empreendimentos populares está subordinada às necessidades da reprodução da vida da unidade familiar (CORAGGIO, 1998).

Estudo da SENAES⁷ (BRASIL, 2006) evidenciou que diversos são os motivos para a criação de empreendimentos econômicos solidários no Brasil, dentre eles a alternativa ao desemprego (45%); o complemento da renda dos sócios (44%); a possibilidade de obtenção de maiores ganhos (41%) e de gestão coletiva da atividade (31%), bem como as maiores condições para o acesso ao crédito (29%).

Por empreendimentos econômicos solidários entendem-se as organizações coletivas e/ou supra-familiares, cujos participantes ou sócios são trabalhadores dos meios urbano e/ou rural, que exercem coletivamente a gestão das atividades e a alocação dos resultados.

No que diz respeito à forma de organização, o estudo apontou ainda que, no Brasil, a maior parte organiza-se sob a forma de associação⁸ (54%), seguida dos grupos informais (33%), das organizações cooperativas⁹ (11%) e de outras formas de organização (2%). Tendo a pluralidade de origens e formas de expressão como bases simbólicas e econômicas (BRASIL, 2010, p. 5), os empreendimentos econômicos solidários possuem características

⁶ Dados obtidos no Sistema de Informações da Economia Solidária – SIES.

⁷ Atlas da Economia Solidária no Brasil, 2005. Brasília: MTE, SENAES, 2006.

⁸ De acordo com o Código Civil Brasileiro, as associações são pessoas jurídicas constituídas pela união de pessoas que se organizam para fins não econômicos. Não há, entre os associados, direitos e obrigações recíprocos, mas sim entre os associados e a associação.

⁹ Cooperativa é uma associação autônoma de pessoas que se unem, voluntariamente, para satisfazer aspirações e necessidades econômicas, sociais e culturais comuns, por meio de um empreendimento de propriedade coletiva e democraticamente gerido.

comuns. São elas: a cooperação, a autogestão, a atividade econômica e a solidariedade, abaixo descritos.

Por cooperação entende-se a existência de interesses e objetivos comuns, união de esforços e capacidades, propriedade parcial ou total dos bens partilha dos resultados e responsabilidade solidária diante das dificuldades. Por autogestão, o exercício de práticas participativas de autogestão nos processos de trabalho, nas definições estratégicas e cotidianas dos empreendimentos, na direção e coordenação das ações nos seus diversos graus e interesses.

A atividade econômica, por sua vez, é entendida como a agregação de esforços, recursos e conhecimentos para viabilizar as iniciativas coletivas de produção, prestação de serviços, beneficiamento, crédito, comercialização e consumo e; a solidariedade, como a preocupação permanente com a justa distribuição dos resultados, com a melhoria das condições de vida dos participantes, com o meio ambiente saudável, a comunidade, os movimentos emancipatórios e com o bem estar de trabalhadores e consumidores.

Adicionalmente, a SENAES fomenta o Fórum Brasileiro de Economia Solidária - FBES e outros 27 (vinte e sete) fóruns estaduais em todo o território brasileiro, de modo a abarcar as partes interessadas no campo da economia solidária. O conceito de uma rede de economia solidária significa a possibilidade de articulação de empreendimentos e iniciativas de economia solidária, com vistas à constituição de um circuito próprio de relações econômicas e intercâmbio de experiências e saberes formativos (França Filho; Cunha, 2009).

Como desafios da economia solidária no Brasil e de todas as partes interessadas neste campo, estão o avanço no reconhecimento do direito a uma outra economia, que possa conduzir a outros modelos de desenvolvimento (BRASIL, 2010, p.3); a sustentabilidade dos empreendimentos e iniciativas solidárias e o fortalecimento do potencial endógeno dos territórios. A figura 2.2 a seguir ilustra as diferentes partes interessadas no campo da economia solidária no Brasil.

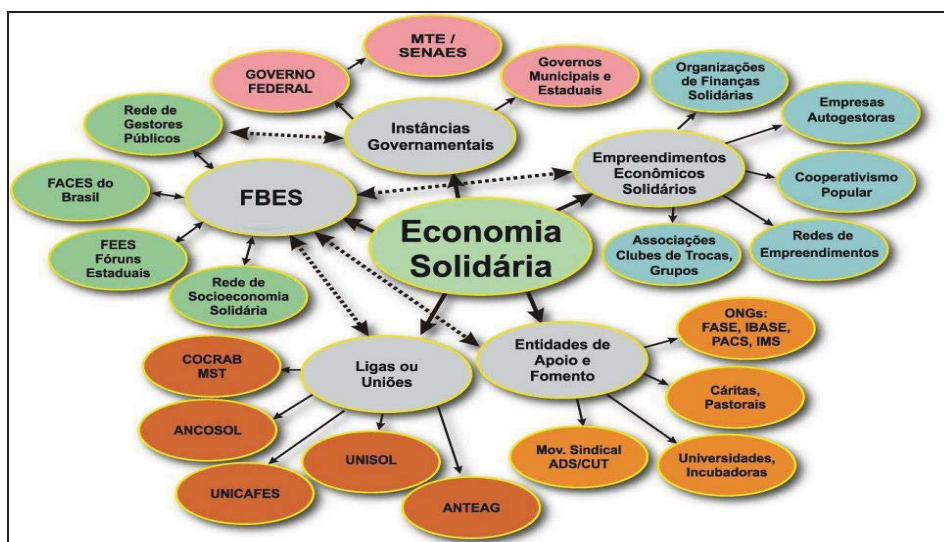


Figura 2.2 – O campo da Economia Solidária no Brasil
Fonte: SENAES, 2005.

2.2.2. O comércio justo

2.2.2.1. Histórico

O processo de globalização ocorrido na segunda metade do século XX foi marcado pela exploração de pequenos proprietários e suas famílias na Ásia, África e América Latina, causada principalmente pela competição internacional por *commodities*¹⁰ agrícolas.

Nas décadas de 1940 e 1950, foram registradas as primeiras ações concretas em busca de soluções para as injustiças decorrentes das relações de comércio internacional e o tratamento abusivo de trabalhadores nas colônias dos países europeus. Todos os movimentos partiram de iniciativas de missionários religiosos de caráter predominantemente filantrópico, que levavam o artesanato comprado em países do Sul para vender em países europeus.

Aos poucos, foram surgindo pontos de venda nas igrejas e depois, as primeiras lojas "worldshops". Com o aumento desse comércio, surgiram as *Alternative Trade*

¹⁰ Títulos correspondentes a negociações com produtos agropecuários, metais, minérios e outros produtos primários nas bolsas de mercadorias.

Organizations (ATO), organizações de comércio alternativo, inicialmente com motivação caridosa, política e ética, que buscavam ajudar os povos menos favorecidos.

Em 1978, ocorreu na Suíça o movimento Gebana (banana justa), abrindo espaço nos supermercados para os produtos "justos", isto é, comprados diretamente dos produtores de bananas dos países em desenvolvimento.

Na década de 80 o movimento ganhou novo impulso e em 1986, um apelo. Pequenos agricultores do México pediam que, ao invés de enviarem ajuda humanitária, comprassem o seu café a um preço justo já que ele, assim como outras matérias primas agrícolas estavam, no mercado internacional, abaixo de seus custos de produção. Esse movimento ficou conhecido como “*TRADE NOT AID*” (Comércio, não assistencialismo). (SEBRAE, 2007).

Gradualmente, as ATO foram transferindo o seu aspecto assistencialista para uma nova forma de comércio que pudesse minimizar os desequilíbrios entre o Norte e o Sul, buscando diferenciais no produto que iam além do mercado, visando valorizar a produção e o trabalho humano. Surgia então o *Fair Trade* ou o Comércio Justo.

O movimento do comércio justo faz parte de uma proposta integral da economia solidária, devendo-se articular com outros movimentos e esforços de promoção de atividades econômicas solidárias. Entre eles estão as finanças solidárias, o desenvolvimento local, o turismo responsável, o consumo ético, a troca e a moeda sociais, as trocas de saberes e serviços de proximidade, entre outros, que permitem gerar sinergias econômicas e sociais e propiciam, à economia solidária, fazer-se mais presente nos espaços públicos (Cotera;Ortiz, 2009).

Em 1988 surge o primeiro selo do comércio justo como estratégia de apoio à comercialização, o selo holandês Max Havelaar. No ano seguinte, também na Holanda, a primeira iniciativa nacional, a *International Fair Trade Association* - IFAT, seguida da *Network of European World Shops* - NEWS! e da *Fair Trade Federation* - FTF em 1994 e da *Fairtrade Labelling Organizations International* – FLO, em 1997.

Passados 23 (vinte e três anos) do primeiro selo de comércio justo, muitas organizações, governos, consumidores e demais partes interessadas tem apostado no comércio justo como uma alternativa ética, solidária e inclusiva, capaz de dinamizar e

transformar não apenas as relações econômicas entre as partes, buscando uma isonomia, mas também a sua relação social, sugerindo novos valores e formas de desenvolvimento.

2.2.2.2. Definições

Em 2001, durante a Conferência anual da *International Federation of Alternative Trade* - IFAT, as principais entidades internacionais atuantes no *Fair Trade* à época uniformizaram seus conceitos no sentido de elaborar um conceito comum para o termo “comércio justo”, tendo adotado como definição a de “*parceria comercial baseada em diálogo, transparência e respeito, que busca maior equidade no comércio internacional. 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*”.

Para a rede europeia de *world shops Network of European World Shops* – NEWS!, o comércio justo é uma parceria entre produtores e consumidores que trabalham para ultrapassar as dificuldades enfrentadas pelos primeiros para aumentar o seu acesso ao mercado e para promover o processo de desenvolvimento sustentável.

Uma terceira definição (Fretel; Simoncelli-Bourque, 2003) trata o comércio justo como um processo de intercâmbio comercial orientado para o reconhecimento e a valorização do trabalho e das expectativas dos produtores e consumidores, permitindo uma melhoria substancial na qualidade de vida, viabilizando os direitos humanos e o respeito ao meio ambiente, numa perspectiva de desenvolvimento humano, solidário e sustentável.

É importante notar, em todas as definições acima descritas, que o comércio justo surgiu como um movimento em busca de uma alternativa de cooperação comercial para os produtores excluídos dos países do Sul, representando um conjunto de práticas que rompe com o paradigma econômico e com a visão de desenvolvimento dominante, possuindo, sobretudo, um poder transformador que visa uma sociedade mais justa e inclusiva.

No mesmo ano, o conceito de comércio justo foi ampliado, incorporando ao conceito original o foco no comércio interno (dentro dos países) e o reconhecimento da dimensão territorial, ou seja, que o comércio justo opere a partir da escala local e regional

em uma perspectiva de desenvolvimento integrado (Acordos do I Encontro Latino - Americano de Comércio Justo, Consumo Ético, Troca e Moeda Social, Peru, março de 2001).

A experiência de trabalhar o comércio justo no mercado interno tem aspectos positivos no sentido tanto de romper com as barreiras de entrada no mercado, de reduzir a participação de intermediários, mas principalmente de criar a possibilidade de rede de produtores nacionais e de fortalecer em cada País uma cultura de uma alternativa viável de maior equidade social e desenvolvimento sustentável (COELHO, 2003).

2.2.2.3. Princípios

De acordo com o Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário - SNCJS, constituem-se princípios do comércio justo e solidário (FACES, 2010):

- **Princípio 1. Fortalecimento da democracia, respeito à liberdade de opinião, de organização e de identidade cultural.**

Deve-se primar pelo exercício de relações democráticas e autogestionárias no desenvolvimento das atividades relacionadas à produção e à comercialização justa e solidária.

- **Princípio 2. Condições justas de produção, agregação de valor e comercialização.**

A prática do Comércio Justo e Solidário deve garantir condições dignas de trabalho e remuneração, bem como, equilíbrio e respeito nas relações entre os diversos atores visando a sustentabilidade econômica, socioambiental e a qualidade do produto em toda a cadeia produtiva.

No Comércio Justo, pressupõe-se o pagamento de um “preço justo” ou “preço mínimo” pelo comprador no ato do recebimento do produto, além de um bônus destinado a beneficiar toda a comunidade e aplicado por ela, de acordo com suas necessidades. Quando necessário, pode haver também o financiamento da produção ou do plantio, ou a antecipação do pagamento da safra.

- **Princípio 3. Apoio ao desenvolvimento local em direção à sustentabilidade.**

A prática do Comércio Justo e Solidário deve estar associada ao compromisso comunitário, visando o bem-estar sócio-econômico e cultural da comunidade, promovendo

assim, a inclusão social através de condições geradoras de trabalho, renda e manutenção e recuperação da biodiversidade.

- **Princípio 4. Respeito ao Meio Ambiente.**

A prática do Comércio Justo e Solidário deve primar pelo exercício de práticas mais responsáveis e menos prejudiciais ao meio ambiente.

- **Princípio 5. Respeito aos direitos das mulheres, crianças, grupos étnicos e trabalhadores (as).**

A prática do Comércio Justo e Solidário deve promover entre todas as pessoas e entidades a ela ligadas, a equidade de gênero e a não discriminação baseada em raça, religião, geração, posição política, procedência social, naturalidade, escolha sexual, estado civil e/ou portadores (as) de necessidades especiais.

- **Princípio 6. Informação ao Consumidor.**

A prática do Comércio Justo e Solidário deve primar pela transparência nas relações de produção, comercialização e consumo, garantindo o respeito aos direitos dos consumidores e a educação para o consumo solidário.

- **Princípio 7. Integração dos elos da cadeia.**

A prática do Comércio Justo e Solidário deve estimular uma maior aproximação entre todas as pessoas e entidades a ela ligadas.

2.2.2.4. Atores do comércio justo

São atores do comércio justo (Fretel; Simoncelli-Bourque, 2003; Sebrae, 2004):

- **Produtores** - elaboram os produtos e/ou fornecem serviços de acordo com determinados requisitos (técnicos, organizacionais ou do próprio movimento do comércio justo). Estão no centro do movimento, são oriundos de países do Sul e buscam no comércio justo uma alternativa solidária e sustentável à marginalização em que se encontravam na economia tradicional;

- **Organizações de produtores** - cooperativas, associações de produtores, sindicatos e outros que representam os interesses dos seus associados nas negociações que envolvem o movimento do comércio justo;

- **Consumidores** - são todas as pessoas e organizações que consomem produtos oriundos do comércio justo. Esses consumidores entendem que o consumo não é uma mera

satisfação de necessidades, mas também um ato político consciente que visa o reconhecimento de outras formas de desenvolvimento;

- **Organizações de consumidores** - são as associações e cooperativas de consumidores que mobilizam e conscientizam os cidadãos quanto ao seu papel político relacionado ao consumo. Visam um consumo ético e responsável por parte dos consumidores e colaboram com o comércio justo na medida em que o enxergam como uma possibilidade de renovação dos valores da sociedade;

- **Governos** - São as administrações locais, regionais ou nacionais que colaboram com a elaboração e a validação de marcos jurídicos para o comércio justo;

- **Entidades internacionais** – organismos do comércio justo que visam importar, vender e promover o comércio justo, bem como redes que permitem que seus membros se inter-relacionem. Entre elas, estão entidades como a *Fair Trade Labelling Organizations* - FLO, a *International Federation for Alternative Trade* – IFAT, a *European Fair Trade Association* – EFTA, a *Network Fair Trade Association* – NEWS, entre outras;

- **Organizações de certificação** - As organizações de certificação podem ter natureza pública ou privada e objetivam validar/reconhecer o atendimento de produtos e serviços a requisitos pré-estabelecidos. Algumas entidades internacionais possuem também organizações de certificação em suas estruturas;

- **Distribuidores e pontos de venda** – são os sócios comerciais das organizações de comércio justo encarregados da distribuição dos produtos no mercado aberto;

- **Lojas do Comércio Justo** - As lojas têm por objetivo a venda direta de produtos/serviços do comércio justo ao consumidor. Além da venda dos produtos e serviços, também oferecem informações sobre o comércio justo e promovem eventos para a sua disseminação. As mais conhecidas lojas do comércio justo são as *World Shops*;

- **Financiadores** - são entidades de fomento públicas ou privadas que patrocinam estudos, práticas e/ou organizações do comércio justo, com vistas ao seu desenvolvimento.

2.2.2.5. O crescimento do comércio justo no mundo

De acordo com dados de março de 2004 da FLO, o Comércio Justo certificado cresceu mais do que 18% no período compreendido entre 1997 (ano de criação da FLO) e 2002.

O crescimento do comércio justo nos últimos anos se deve à crescente preocupação e indignação de alguns consumidores frente ao tratamento dado aos produtores dos países pobres. Um número sem precedentes de varejistas está oferecendo produtos do comércio justo e cada vez mais as comunidades pobres estão percebendo os benefícios (OXFAM, 2005).

Em 2003, foram vendidas mais de 77.248 toneladas de produtos alimentícios certificados, representando um aumento de 31% em relação ao ano anterior e uma movimentação financeira da ordem de US\$600 milhões, em 18 países (SEBRAE, 2004).

De acordo com o estudo do SEBRAE, os principais mercados de produtos certificados pela FLO são o Reino Unido, a Suíça, a Alemanha e a Holanda. Já o maior índice de penetração de mercado foi verificado na Suíça, sendo a França, a Áustria e a Noruega os países que apresentaram as maiores taxas de crescimento.

O produto com maior número de organizações certificadas é o café, seguido do chá, do mel, da banana, das frutas exóticas, dos sucos, do açúcar e outros (cacau, arroz, flores, vinho, bolas de futebol).

Os países com mais produtores registrados são o México, a Índia, o Peru, a Colômbia, a África do Sul e o Brasil, que é, segundo a FLO, um mercado potencial, dada a sua diversidade.

A figura 2.3 a seguir apresenta a evolução, em volume de vendas mundiais, de alimentos e bebidas oriundos do comércio justo, no período entre 1997 e 2007.

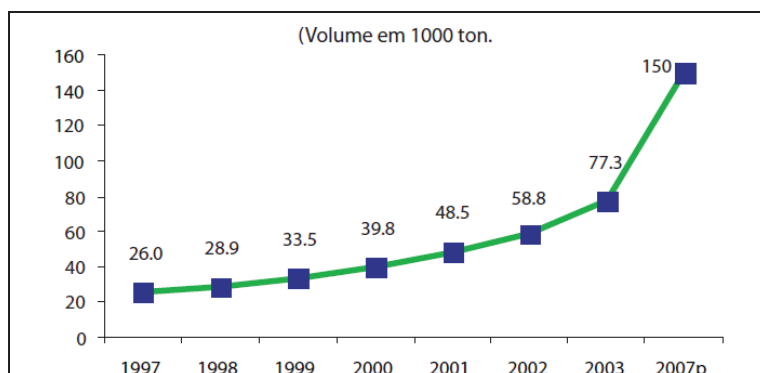


Figura 2.3. – Vendas Mundiais de alimentos e bebidas do comércio justo por volume, 1997-2007

Fonte: FLO *International Leatherhead Food International*

Dados da FLO (FLO, 2007) retratam que as vendas de produtos certificados atingiram os 2,3 bilhões de euros, representando um crescimento de 47% em relação ao ano anterior e um aumento de quase 70 vezes em relação a 1997, ano de nascimento dessa certificadora internacional.

A análise da Figura 2.4 abaixo, nos permite verificar que as vendas de produtos de Comércio Justo têm aumentado de ano para ano, com um crescimento médio anual de, aproximadamente, 40%.

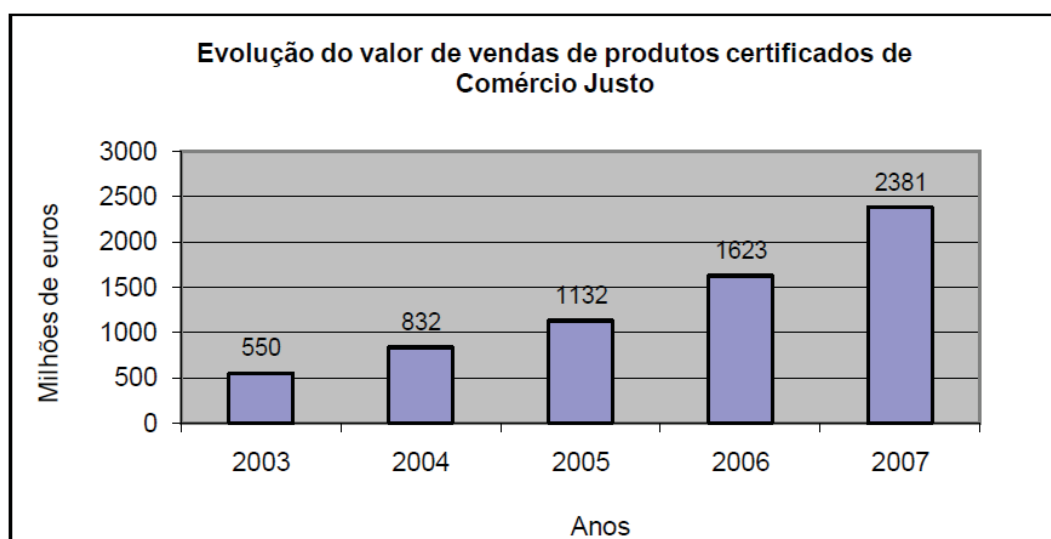


Figura 2.4. – Evolução do valor das vendas de produtos certificados de comércio justo entre 2003 e 2007.

Fonte: FLO, 2007.

Como resultado do crescimento do mercado do Comércio Justo, verifica-se também um aumento do número de organizações de produtores certificados, que, em 2007, já eram 632, abrangendo cerca de 1,5 milhões de trabalhadores. Deve-se destacar ainda que, no

mesmo ano, os produtos de Comércio Justo estavam disponíveis em mais de 60 países do mundo e que os valores alcançados com as suas vendas permitiram beneficiar cerca de 7,5 milhões de pessoas (FLO, 2007).

No que diz respeito à sensibilização dos consumidores, pesquisa realizada em 2008 pela EFTA demonstrou que os consumidores europeus estão dispostos a pagar um preço maior para produtos que reúnam critérios socioambientais. Na Inglaterra, por exemplo, 68% dos consumidores entrevistados declararam estar dispostos a pagar por esse tipo de produto; 86% dos ingleses conhecem os produtos do *Fair Trade*, assim como 84% dos suecos, 66% dos holandeses e 62% dos belgas.

Outros estudos corroboram com os resultados obtidos pela pesquisa da EFTA. No Reino Unido, estudo conduzido pela empresa *TNS Omnimas*¹¹, concluiu que 70% dos adultos conseguem identificar o selo de Comércio Justo e associam-no a uma forma de negócio mais benéfica para os produtores do Sul. Na Suécia, estudo promovido pela *Fairtrade Sweden*¹² afirma que os consumidores estão cada vez mais conscientes do movimento de Comércio Justo, sendo que o reconhecimento do selo de certificação aumentou de 49%, em 2005, para 70%, em 2007. Na França, um estudo baseado em compras efetivas (realizado pela IPSOS¹³, à pedido da *Max Havelaar França*), revelou que 23,6% dos 20 mil entrevistados compraram produtos certificados da marca *Max Havelaar* durante o ano de 2007.

Os Estados também possuem importante papel na disseminação do comércio justo. Na União Européia, por exemplo, existem iniciativas de comércio justo, normalmente ligadas às compras públicas. O próprio Parlamento Europeu consome café do comércio justo. No Reino Unido, Alemanha e França, os governos desenvolvem programas de cooperação com ONGs envolvidas com o comércio justo.

No Brasil, recentemente foi institucionalizada uma estrutura de comércio justo no âmbito federal (SENAES), por meio do Decreto nº 7.358, de 17 de novembro de 2010, o que tem contribuído para a sua disseminação e incremento. Já no que tange ao mercado brasileiro, representantes da FLO declararam ser o Brasil um mercado potencial, com um público-alvo de, pelo menos, 17% da população, informando ainda que existem

¹¹ Krier, Jean-Marie, *Op. cit.*, p. 107.

¹² *Idem*, p. 100.

¹³ *Idem*, p. 74.

compradores internacionais e locais interessados em adquirir produtos locais certificados. Face a essa nova situação, o movimento de comércio justo se pergunta se pretende manter-se como um mercado alternativo ou tornar-se um novo modelo comercial. (Jaffe, Monroy & Kloppenburg, 2004).

Redes de supermercado, especialmente as que possuem ambiente virtual, também mostram-se interessadas nos produtos oriundos do comércio justo. O *Walmart*, por exemplo, realizou recentemente (junho de 2011) uma parceria com a rede de varejo *Solidarium*, empresa que promove o comércio justo. Por meio da parceria, empreendimentos econômicos solidários de São Paulo, Minas Gerais, Paraná e Maranhão disponibilizam seus produtos e, mais do que isso, sua cultura e territorialidade.

Em entrevista a jornalistas do Instituto Walmart, o representante da mesma rede de supermercados afirmou que o objetivo do grupo é vender produtos mais sustentáveis e com apelo social, contribuindo para o desenvolvimento de comunidades. Informou ainda que, a cada encomenda feita no *Site de Vendas Walmart Brasil*, os fornecedores recebem 50% do pagamento antecipado.

Apesar do número de empreendimentos econômicos solidários brasileiros ter crescido nos últimos anos, ainda enfrentam dificuldades, especialmente na consolidação de redes de comercialização. Assim, faz-se necessário disseminar as suas práticas e objetivos de modo a estabelecer um mercado consumidor nacional, composto por consumidores, governos e organizações.

3. O INMETRO, A QUALIDADE E A AVALIAÇÃO DA CONFORMIDADE

3.1. O Inmetro

O Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia – Inmetro é uma autarquia federal vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC.

Criado em 11 de dezembro de 1973 pela Lei Federal 5.966, consubstanciada pela Lei 9.933 de 20 de dezembro de 1999 e pela Medida Provisória nº 541, de 03 de agosto de 2011, é o órgão executivo central do Sistema Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial – Sinmetro¹⁴, tendo como competências:

- a) elaborar e expedir regulamentos técnicos nas áreas que lhe forem determinadas pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial – Conmetro¹⁵;
- b) elaborar e expedir, com exclusividade, regulamentos técnicos na área da Metrologia, abrangendo o controle das quantidades com que os produtos, previamente medidos sem a presença do consumidor, são comercializados, cabendo-lhe determinar a forma de indicação das referidas quantidades, bem como os desvios tolerados;
- c) exercer, com exclusividade, o poder de polícia na área de Metrologia Legal;
- d) exercer o poder de polícia administrativa na área de Avaliação da Conformidade, em relação aos produtos por ele regulamentados ou por competência que lhe seja delegada;
- e) executar, coordenar e supervisionar as atividades de Metrologia Legal em todo o território brasileiro, podendo celebrar convênios com órgãos e entidades congêneres dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios para esse fim.

De forma resumida, é possível relacionar as atividades do Inmetro às áreas da metrologia (científica¹⁶ e legal¹⁷), articulação internacional¹⁸, acreditação¹⁹ de organismos e

¹⁴ O Sinmetro é um sistema brasileiro, constituído por entidades públicas e privadas, que exercem atividades relacionadas com a metrologia, a normalização, a qualidade industrial e a avaliação da conformidade.

¹⁵ O Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - Conmetro é o órgão normativo do Sinmetro, sendo presidido pelo Ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.

laboratórios, avaliação da conformidade²⁰, bem como à educação para a metrologia e a qualidade.

Para desenvolver as suas atividades em um país de dimensões continentais como o Brasil e cumprir com a sua missão de *“prover confiança à sociedade brasileira nas medições e nos produtos, através da metrologia e da avaliação da conformidade, promovendo a harmonização das relações de consumo, a inovação e a competitividade do País”*, o Inmetro conta com o apoio de seccionais (DF, GO, RS) e dos órgãos da Rede Brasileira de Metrologia Legal e Qualidade – RBMLQ-I²¹, os Institutos de Pesos e Medidas – IPEMs²², órgãos estaduais e municipais delegados do Inmetro e distribuídos pelos Estados da Federação.

Como o foco deste trabalho está relacionado à atividade de avaliação da conformidade e, em como essa ferramenta pode contribuir para a disseminação das práticas e valores do comércio justo, as demais atividades do Inmetro, apesar de citadas, não serão detalhadas nesse estudo.

A figura 3.1 a seguir apresenta uma foto do Campus Laboratorial do Inmetro, localizado em Xerém, Rio de Janeiro/RJ.

¹⁶ Metrologia Científica é a área da metrologia que trata, fundamentalmente, dos padrões de medição internacionais e nacionais, dos instrumentos laboratoriais e das pesquisas e metodologias científicas relacionadas ao mais alto nível de qualidade metrológica.

¹⁷ Metrologia Legal é parte da metrologia relacionada às atividades resultantes de exigências obrigatórias, referentes às medições, unidades de medida, instrumentos e métodos de medição, que são desenvolvidas por organismos competentes.

¹⁸ A atividade de articulação internacional realizada pelo Inmetro tem como objetivo prover os exportadores brasileiros de informações e soluções articuladas para superação de barreiras técnicas ao comércio, por meio de negociações e acordos de Cooperação Técnica Internacional e regional, visando ao acesso a mercados e à facilitação do comércio exterior.

¹⁹ Acreditação é o reconhecimento formal por um organismo de acreditação, de que um organismo de Avaliação da Conformidade - OAC (laboratório, organismo de certificação ou organismos de inspeção), atende a requisitos previamente definidos e demonstra ser competente para realizar suas atividades com confiança.

²⁰ A Avaliação da Conformidade, para o Inmetro, consiste em procedimento que objetiva prover adequado grau de confiança em um determinado produto, mediante o atendimento de requisitos definidos em normas ou regulamentos técnicos.

²¹ A RBMLQ-I é o braço executivo da Instituição em todo o território brasileiro, incumbindo-se das verificações e inspeções relativas aos instrumentos de medição, da fiscalização da conformidade dos produtos e do controle da exatidão das indicações quantitativas dos produtos pré-medidos, de acordo com a legislação em vigor.

²² Os IPEMs são órgãos estaduais, delegados do Inmetro para a realização de atividades de fiscalização nas áreas da metrologia e da qualidade (avaliação da conformidade).



Figura 3.1 - Campus Laboratorial do Inmetro em Xerém/RJ
Fonte: Inmetro, 2011

3.2. As dimensões conceituais do termo “Qualidade”

“Qualidade” é um conceito subjetivo que está relacionado diretamente à percepção de cada indivíduo. Assim, diversos fatores como cultura, modelos mentais, tipo de produto ou serviço prestado, necessidades e expectativas influenciam diretamente nessa definição (Caribé;Silva, 2011).

Qualidade para uma dona de casa relaciona-se à durabilidade de um produto ou serviço. Para um engenheiro, ao atendimento a determinados requisitos de construção e montagem e, para um advogado, à ausência de vícios.

Tecnicamente, a conceituação do termo não pode ser adotada de forma subjetiva, devendo ser objetiva e mensurável, representando assim o atendimento a normas e/ou regulamentos ou mesmo o atendimento às expectativas do cliente. Apesar disso, muitas são as dimensões técnicas para o conceito de qualidade: transcendente; baseada no produto; baseada no usuário; baseada no valor e baseada na produção.

A seguir são detalhadas cada uma dessas dimensões, bem como a sua viabilidade.

a) Transcendente - A qualidade é uma condição de excelência que implica em ótima qualidade, distinta da má qualidade e cujo objetivo é atingir ou o padrão mais alto, em vez de se contentar com o mal feito ou fraudulento (TUCHMAN,1980). Como essa dimensão define qualidade como sinônimo de excelência inata, absoluta e universalmente reconhecível, possui pouca orientação prática, dada a dificuldade em se alcançar tal nível de excelência;

b) Baseada no produto: Nessa dimensão, as diferenças de qualidade correspondem a diferenças de quantidade de algum ingrediente ou atributo desejado (ABBOTT, 1955), relacionando-se ao que a Lei 8.078/90, o Código de Proteção e Defesa do Consumidor – CDC, denomina de “*fato do produto ou serviço*”, sendo uma variável precisa e mensurável, oriunda dos atributos do produto. A dificuldade prática dessa dimensão reside no fato de que, nem sempre existe uma correspondência nítida entre os atributos e a qualidade;

c) Baseada no usuário: Nessa dimensão, a qualidade é uma variável subjetiva, associada à adequação ao uso. Ou seja, produtos de melhor qualidade atendem melhor aos desejos do consumidor (JURAN; GODFREY, 1999). Nessa dimensão, a dificuldade reside na gama de possibilidades decorrentes dos desejos do consumidor a ser atendidos pela organização;

d) Baseada no valor: Nessa dimensão, qualidade quer dizer o melhor para certas condições do cliente. Essas condições são: o verdadeiro uso e o preço de venda do produto (FEIGENBAUM, 2004). Essa abordagem é de difícil aplicação, pois mistura dois conceitos distintos: excelência e valor, destacando os *trade – off* qualidade e preço, dando ênfase à engenharia e à análise de valor;

e) Baseada na produção: Nessa dimensão, a qualidade é uma variável precisa e mensurável, oriunda do grau de conformidade do planejado com o executado. Ou seja, qualidade quer dizer conformidade com as exigências. Essa abordagem dá ênfase a ferramentas estatísticas (CROSBY, 1981).

Essa última dimensão, baseada na produção, é a que mais se aproxima do conceito de qualidade defendido e utilizado pelo Inmetro com o nome de avaliação da conformidade. Qualidade, no contexto da atuação do Inmetro, compreende o grau de atendimento (ou conformidade) de um produto, processo, serviço ou ainda um profissional a requisitos mínimos estabelecidos em normas ou regulamentos técnicos, ao menor custo possível para a sociedade, de modo a propiciar o incremento da indústria, a concorrência justa, a proteção à saúde e à segurança dos consumidores e do meio ambiente e o desenvolvimento do País.

3.3. A Qualidade no Mundo

Como conceito, a qualidade é conhecida há muitas décadas. Porém, foi apenas no século XX que ela surgiu como função gerencial. Para demonstrar a evolução do conceito de Qualidade, Garvin (2002) organizou-a em quatro fases distintas (Inspeção, Controle Estatístico da Qualidade, Garantia da Qualidade e Zero Defeito), o que chamou de “eras da qualidade”, brevemente descritas a seguir.

3.3.1. Era da Inspeção

Nos séculos XVIII e XIX, a fabricação de produtos era integralmente realizada por artesãos, a produção possuía pequena escala e o ajuste das peças era realizado de forma manual (ALGARTE; QUINTANILHA, 2000).

A inspeção só ocorria nos produtos prontos, com o objetivo de assegurar uma alta qualidade e, quando realizada, era feita informalmente.

Com o advento da Revolução Industrial, ocorreram mudanças radicais na administração das empresas e o processo industrial foi dividido em fases, ocasionando o distanciamento entre o produtor e o consumidor, originando os primeiros problemas de qualidade do produto (ALGARTE; QUINTANILHA, 2000).

Como a produção passou a ser executada em grande escala, a inspeção passou a ser necessária, já que não havia como encaixar as peças uma nas outras manualmente. O processo produtivo então começou a demandar uma mão-de-obra qualificada, o que era mais caro e demorado.

Com a chegada da 1ª Guerra Mundial, houve um aumento na demanda por material bélico e, dessa forma, a falta de qualidade dos produtos cresceu assustadoramente, sendo necessária a criação da figura do inspetor, que assumiu, à época, o papel de supervisor do controle de qualidade.

As atividades de inspeção foram relacionadas mais formalmente com o controle da qualidade em 1922, com a publicação da obra *The Control of Quality in Manufacturing*, de

G.S. Radford. Pela primeira vez a qualidade foi vista como responsabilidade gerencial distinta e como função independente (GARVIN, 2002).

A produção em massa, que substituiu a produção artesanal, surgiu no início do século XX. A indústria automobilística, que até então era totalmente artesanal, é um ótimo exemplo dessa revolução que mudou o mundo.

Na produção em massa, o operário da linha de produção tem apenas uma tarefa. Um símbolo desta era é o filme *Tempos Modernos*, protagonizado por Charles Chaplin. Nessa época, o controle da qualidade limitava-se à inspeção e a atividades restritas como a contagem, a classificação pela qualidade e os reparos.

3.3.2. Controle Estatístico da Qualidade

Em 1931 começaram a ser dados os primeiros passos para a criação do controle estatístico da qualidade. A obra “*Economic Control of Quality of Manufactured Product*”, de Walter Shewhart, foi publicada naquele ano, apresentando várias técnicas de controle estatístico da qualidade, sendo a mais importante carta de controle estatístico de processo.

Shewhart trabalhava para a empresa *Bell System* nos Estados Unidos e suas técnicas, juntamente com as de dois outros colegas de trabalho, Dodge e Roming, permitiram a realização da inspeção por amostragem, ao invés da inspeção de 100% dos produtos.

Segundo Garvin (2002, p.8), as técnicas de amostragem partem do princípio de que inspecionar 100 por cento é uma maneira ineficiente de separar os bons produtos dos maus. Uma alternativa clara é verificar um número limitado de um lote de produção e, depois, decidir com base nessa verificação se o lote inteiro é aceitável.

As técnicas de Controle Estatístico da Qualidade custaram a ser adotadas pelas empresas. Antes da 2ª Guerra Mundial, apenas 12 empresas nos Estados Unidos as adotavam. O método teve aplicação limitada, pois não era aplicado a todo nível da qualidade, mas sim a lotes de produção individual (GARVIN, 2002).

A 2ª Guerra Mundial consagrou o controle estatístico da qualidade por meio dos órgãos de controle da qualidade, criados por exigência dos organismos de compra das forças armadas das grandes potências mundiais.

No final dos anos 40, o controle da qualidade já estava estabelecido, porém por ser basicamente estatístico restringiu-se à fábrica. Somente nos anos 50 e início de 60 é que o cenário se modificou, após publicação de algumas obras, introduzindo a era da garantia da qualidade.

3.3.3. Garantia da Qualidade

Após a 2ª Guerra Mundial, a qualidade ganhou uma nova dimensão. A garantia da qualidade continuava se preocupando com a prevenção dos problemas, no entanto, os objetivos se expandiram para além da estatística. Havia quatro elementos distintos: quantificação de custos da qualidade, controle total da qualidade, engenharia da confiabilidade e zero defeito (GARVIN, 2002).

De acordo com Juran (1991), os custos podiam ser divididos em custos evitáveis e custos inevitáveis, considerando um determinado nível da qualidade. Até então a qualidade era vista como onerosa. Para se obter boa qualidade era preciso gastar muito dinheiro, encarecendo o preço final do produto.

Os custos inevitáveis eram os que se referiam à prevenção, como, por exemplo, amostragem, inspeção, classificação. Já os custos evitáveis seriam aqueles associados aos defeitos e falhas dos produtos, processamento de reclamações e à insatisfação dos clientes.

Esses custos evitáveis foram considerados por Juran como “ouro da mina”, pois poderiam ser reduzidos investindo-se na melhoria contínua da qualidade (GARVIN, 2002).

Já o controle total da qualidade proposto por Feigenbaum, em 1956, preconizava a criação de um Departamento de Engenharia da Qualidade para cuidar exclusivamente da qualidade. Sua contribuição relacionou-se à criação de um sistema eficiente para a integração do desenvolvimento da qualidade, da manutenção da qualidade e dos esforços de melhoramento da qualidade dos diversos grupos de uma organização, permitindo produção e

serviços mais econômicos, que levassem em conta a satisfação total do consumidor e mostrando que a qualidade era uma tarefa de todos.

Simultaneamente à proposta de “controle total da qualidade” de Feigenbaum, surgia a engenharia da confiabilidade, visando prevenir a ocorrência de defeitos.

3.3.4. Engenharia da Confiabilidade

A Engenharia da Confiabilidade surgiu com o objetivo de garantir que um produto apresentasse um desempenho confiável ao longo do tempo, conceito modernamente conhecido por durabilidade.

Diante dos defeitos que equipamentos e sistemas militares apresentavam, surgiu a necessidade de se prestar mais atenção ao desempenho dos produtos ao longo do tempo. A solução encontrada foi associar os recursos da teoria da probabilidade com métodos formais de desempenho de equipamentos ao longo do tempo (GARVIN, 2002).

O conceito de distribuição de probabilidade foi utilizado para realizar a análise da confiabilidade de um produto como função do tempo.

Assim como o controle da qualidade, a engenharia da confiabilidade visava a prevenção dos defeitos.

3.3.5. Zero Defeito

A era Zero Defeito surgiu em 1961, na empresa *Martin Company*, fabricante de mísseis, possuindo como foco as relações humanas e as expectativas de gerenciamento.

Ao receber um pedido de um míssil a ser entregue ao exército americano com um mês de antecedência (GARVIN, 2002), havia pouco tempo para a empresa realizar a inspeção usual e a correção posterior dos erros. Adicionalmente, agregava-se ao pouco tempo o compromisso de se entregar um míssil perfeito, sem problemas físicos, documentais e com todo equipamento preparado para operação em dez dias após a entrega.

Houve um comprometimento da empresa de forma que todos os envolvidos na construção do míssil o fizessem correto da primeira vez. O resultado foi surpreendente, pois conseguiu-se entregar um míssil perfeito. Essa experiência demonstrou a necessidade de investir na motivação e conscientização dos empregados.

Foi desenvolvido um programa com o objetivo de promover uma vontade, consciente, de fazer o trabalho (qualquer trabalho) certo da primeira vez. Esse programa foi chamado de zero defeito. Seu principal objetivo era a motivação e conscientização, dando menos importância à proposta específica e técnica de soluções de problemas.

A era da garantia da qualidade teve como seu último movimento o zero defeito. A partir desse momento, a área da qualidade passou a se preocupar com as atividades de projeto, engenharia, planejamento e serviços tanto quanto a estatística e o controle de produção (GARVIN, 2002).

3.4. A Qualidade no Brasil

Até a metade do século XIX, a base da economia brasileira era agrícola, porém durante a 1ª Guerra Mundial, o Brasil começou a se industrializar em decorrência da escassez de produtos importados.

Com a crise do café em 1929, o governo passou a adotar uma política protecionista para a indústria brasileira (ALGARTE; QUINTANILHA, 2000).

Em 1921, a Ford inaugurou a primeira linha de montagem de veículos no Brasil, seguida pela General Motors. A mão de obra das fábricas de carros era basicamente formada por colonos das fazendas de café que perderam seus empregos devido à crise da cultura cafeeira.

Nos primeiros 50 anos da indústria automobilística, o Brasil apenas realizava tarefas simples de montagem e produção de peças para reposição, uma vez que não havia indústria de base e as peças para montagem eram todas importadas.

Esse cenário começou a mudar a partir da implantação das indústrias de base por iniciativa do Governo de Getúlio Vargas.

As indústrias automobilísticas que se instalaram no Brasil nessa época estabeleceram controles para assegurar que os seus fornecedores de peças brasileiras tivessem um rígido sistema de garantia da qualidade, pois o segredo da produção em massa estava na intercambialidade das peças e na facilidade de ajustá-las entre si.

Esse fato desencadeou a cultura de qualidade na indústria brasileira, a qual foi absorvida pelas principais indústrias de bens de consumo. No caso das indústrias do petróleo, petroquímica, nuclear e de energia elétrica, a preocupação com a qualidade dos equipamentos estava diretamente ligada aos aspectos de segurança das pessoas, meio ambiente e dos equipamentos.

Essas indústrias passaram pelas eras de controle da qualidade, garantia da qualidade e pelos sistemas de gestão da qualidade, estando hoje preocupadas com os sistemas integrados de gestão.

Na área de bens de consumo, tanto a qualidade como a produtividade são vitais para que essas indústrias possam enfrentar a concorrência. Diante disso, essas indústrias adotam a Gestão pela Qualidade Total²³.

3.4.1. O Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade (PBQP)

No final da década de 80, esforços foram empreendidos na área da qualidade e produtividade no Brasil por alguns setores. Porém, a preocupação com esses temas ainda não havia atingido todos os segmentos da economia.

O país apresentava um cenário de carências sociais dramáticas e escassez de recursos. O desperdício deveria ser contido, pois as perdas já alcançavam 40% do produto industrial, o que significava valores da ordem de US\$ 50 bilhões/ano (ALGARTE; QUINTANILHA, 2000).

A abertura econômica e o fim das barreiras tarifárias aos produtos importados promovida pelo Governo Federal, ao mesmo tempo em que provocavam um choque no setor

²³ A Gestão pela Qualidade Total é um sistema permanente e de longo prazo, voltado para o alcance da satisfação do cliente através de um processo de melhoria contínua dos produtos e serviços gerados pela empresa.

produtivo, acostumado à concorrência de um mercado interno protegido, funcionaram também como indutores do uso das ferramentas da qualidade.

A competição internacional eliminou as tradicionais vantagens comparativas baseadas no uso de fatores de produção abundantes e baratos. Diante desse contexto, em 1990 o Governo Federal lança o Programa Brasileiro da Qualidade Produtividade - PBQP, com o objetivo de estabelecer um conjunto ordenado de ações indutoras da modernização industrial e tecnológica, contribuindo para a retomada do desenvolvimento econômico e social (ALGARTE; QUINTANILHA, 2000).

O PBQP foi lançado a partir do Decreto nº 99.675, de 7 de novembro de 1990 e a partir desse momento os temas “qualidade” e “produtividade” passaram a fazer parte da agenda nacional.

De acordo com Algarte e Quintanilha (2000), a fase de formulação e implementação do PBQP contou com cerca de 50 entidades privadas que representavam setores empresariais, consultores especializados, comunidade acadêmica e entidades de classe, juntamente com os órgãos de governo. Para esses autores, o PBQB pode ser dividido em três fases:

- a) **1ª fase:** Formulação e Implementação (de 1990 a 1995) – objetivava apoiar o esforço brasileiro de modernidade por meio da promoção da qualidade e produtividade, com vistas a aumentar a competitividade de bens e serviços produzidos no país;
- b) **2ª fase:** Reorientação Estratégica (de 1996 a 1997) – objetivava a geração de empregos, a preservação do meio ambiente, a melhoria da saúde e segurança no trabalho e a mobilização dos agentes envolvidos para o formato de gestão adotado pelo Programa;
- c) **3ª fase:** Realinhamento Estratégico (de 1998 em diante) – objetivava ampliar o conceito de qualidade para além das definições técnicas, inserindo neste também a idéia de qualidade de vida dos cidadãos.

Essa última fase foi realizada pelo Inmetro, contemplando quatro estratégias: o estabelecimento de metas mobilizadoras nacionais; a criação de uma expressão mobilizante; a implantação de um Sistema de Gerenciamento Integrado e a Coordenação Executiva Conjunta (órgão governamental e entidade civil).

“A estruturação do PBQP por Metas consistiu em selecionar temas de grande *importância e visibilidade para o Brasil, aplicando-lhes os conceitos de qualidade e produtividade*”. (ALGARTE; QUINTANILHA 2000. p.98).

As mudanças ocorridas após a implementação do PBQP promoveram a melhoria da qualidade e produtividade dos produtos, processos e serviços na indústria, comércio e administração federal. Foi nesta terceira fase também que o Inmetro ampliou o seu envolvimento com o setor produtivo para a consecução de suas atividades, bem como a sua relação com os consumidores, entendendo que estes, cientes da importância da qualidade para o incremento e competitividade da indústria, para a saúde e segurança dos consumidores, representariam um eficaz instrumento de indução à melhoria da qualidade de produtos e serviços no País.

3.5. Avaliação da Conformidade

“Países pobres diferem dos ricos na carência de instituições para certificar conformidade, estabelecer e aplicar normas e padrões e reunir e disseminar a informação necessária à realização de negócios” (Banco Mundial, 1999).

Cotidianamente, mesmo despercebidamente, a conformidade de produtos, serviços e pessoas é avaliada. São exemplos: uma comida que agrada ao nosso paladar; uma roupa ou corte de cabelo que “caem bem” a determinada pessoa; a definição quanto à compra de um carro com determinadas características e até mesmo a escolha de um (a) parceiro (a) ou curso a ser realizado são exemplos de avaliação da conformidade. Em todos esses casos, os requisitos da avaliação da conformidade são definidos pelo usuário e, por isso mesmo, subjetivos.

Tecnicamente, a avaliação da conformidade, definida como o processo sistematizado, acompanhado e avaliado, de forma a propiciar adequado grau de confiança de que um produto, processo ou serviço, ou ainda um profissional, atende a requisitos pré-estabelecidos em normas e regulamentos técnicos com o menor custo para a sociedade (INMETRO, 2006) deve ter natureza objetiva, de modo a propiciar a isonomia e a transparência do processo às partes interessadas.

O estabelecimento de programas de avaliação da conformidade se justifica para proporcionar uma concorrência justa; estimular a melhoria contínua da qualidade; informar e proteger o consumidor; facilitar o comércio exterior possibilitando o incremento das exportações; proteger o mercado interno e agregar valor às marcas.

O Brasil conta com uma estrutura formal para avaliação da conformidade, estabelecida pelo Sistema Brasileiro da Avaliação da Conformidade - SBAC. O Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia - Inmetro, agência executiva do Governo Federal, é o gestor do SBAC, obedecendo às políticas públicas estabelecidas pelo Conmetro.

Na área de avaliação da conformidade, o Inmetro é o único acreditador oficial do estado Brasileiro, contando com reconhecimento do *International Accreditation Fórum - IAF*, fórum de reconhecimento multilateral de organismos acreditadores na área de Sistemas de Gestão, que congrega dezenas de países membros, do qual o Brasil, por meio do Inmetro, é signatário desde 1995 (INMETRO, 2006).

No Brasil existem também outros sistemas de avaliação da conformidade. As diversas agências reguladoras podem optar por utilizar a infra-estrutura existente no Inmetro ou desenvolver suas próprias estruturas para viabilizar seus sistemas de avaliação da conformidade fora do âmbito do SBAC. Um exemplo disso é a Rede Reblas, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária – Anvisa.

Nada impede também que organismos de certificação atuem em território nacional e emitam certificados fora do âmbito do SBAC ou ainda, que determinados setores produtivos criem os seus próprios programas de qualidade setoriais, como, por exemplo, os programas da Associação Brasileira da Indústria de Café – ABIC (relativo à sua pureza) e o da Associação Brasileira da Indústria da Indústria de Chocolates, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados - ABICAB (relativo à inexistência de aflatoxina²⁴ no amendoim). Tais iniciativas, apesar de legítimas, não são reconhecidos no SBAC, onde o Inmetro é o seu órgão executor. Porém, apesar de não reconhecidas pelo Sistema, podem ser reconhecidas pelas partes interessadas. Exemplos de selos de qualidade fora do SBAC são apresentados na Figura 3.2 a seguir.

²⁴Aflatoxina é a denominação dada a um grupo de substâncias tóxicas para o homem e para os animais. Elas são produzidas, principalmente, por dois fungos (bolores) denominados *Aspergillus flavus* e *Aspergillus parasiticus*, que se desenvolvem sobre muitos produtos agrícolas e alimentos quando as condições de umidade do produto, umidade relativa do ar e temperatura ambiente são favoráveis.



Figura 3.2 – Programas de Qualidade Setoriais fora do SBAC

Fonte: ABIC; ABICAB, 2011

Pela complexidade de suas atribuições, atendendo diretrizes e políticas do Conmetro e devidamente acompanhado pelo Comitê Brasileiro de Avaliação da Conformidade – CBAC, o Inmetro atua com forte envolvimento dos diferentes segmentos sociais interessados nos programas de avaliação da conformidade a serem desenvolvidos.

Os princípios que propiciam a indispensável credibilidade aos programas são: imparcialidade, isenção, transparência, confidencialidade, independência (em particular na atividade de acreditação), divulgação, educação e conscientização dos diferentes segmentos da sociedade (INMETRO, 2007a).

Aplicam-se ainda, no desenvolvimento e adoção dos programas de avaliação da conformidade, as provisões do Acordo sobre Barreiras Técnicas ao Comércio (TBT), da OMC, em especial, a “Cláusula da Nação Mais Favorecida”, que consiste na determinação de que qualquer vantagem ou regra que um dos países pertencentes ao GATT/OMC conseguir ou tiver que seguir em relação a um produto tem, obrigatoriamente, que ser atribuída aos outros países contratantes. A observância de tais regras de comércio internacional é essencial para que fornecedores estrangeiros tomem conhecimento dos requisitos técnicos que os produtos importados devem cumprir para entrar no Brasil.

Dessa forma, os consumidores brasileiros têm acesso a produtos importados com os mesmos padrões de qualidade exigidos dos produtos nacionais, ficando protegidos de práticas enganosas. Além disso, contribui para que o Brasil consolide a credibilidade externa de seus programas de avaliação da conformidade e para seu reconhecimento nos fóruns internacionais, sendo fundamentais para o aumento das exportações brasileiras.

A avaliação da conformidade tem por finalidade atender à sociedade, sistematicamente fazendo com que produtos, processos, sistemas, organizações ou ainda pessoas estejam de acordo com requisitos especificados, sem que isso represente um

problema para o setor produtivo, visando não envolver recursos além daqueles que a sociedade estiver disposta a investir (INMETRO, 2006).

Este talvez seja o principal desafio do Inmetro: implementar programas de avaliação da conformidade com critérios mínimos que favoreçam a saúde e a segurança do consumidor e do meio ambiente, sem que sejam demasiadamente onerosos para a sociedade, conforme evidencia a Figura 3.3 abaixo.

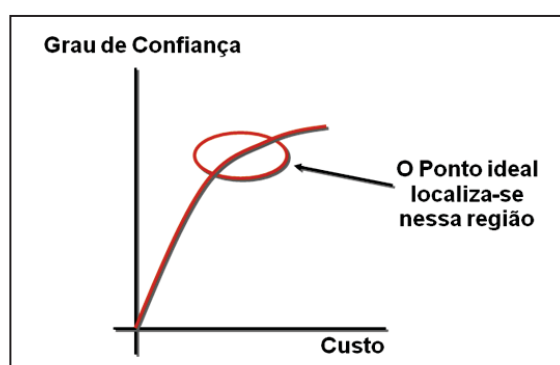


Figura 3.3 – Desafio da elaboração de programas de Avaliação da Conformidade
Fonte: Inmetro, 2011

3.5.1. O Programa Brasileiro de Avaliação da Conformidade – PBAC

O Programa Brasileiro de Avaliação da Conformidade (PBAC) se constitui em um dos elementos integrantes do eixo “tecnologia industrial básica”, e tem como objetivo promover uma visão de longo prazo para a gestão estratégica da atividade de avaliação da conformidade no país (INMETRO, 2007a).

Uma das orientações estratégicas do Programa Brasileiro de Avaliação da Conformidade (PBAC) tem por finalidade dar foco às questões ligadas à proteção do meio ambiente, bem como à saúde e à segurança do consumidor, além do desenvolvimento de programas de avaliação da conformidade com a melhor relação custo-benefício para os segmentos impactados, entre outros.

O tratamento sistêmico e integrado de todas as variáveis a serem consideradas nos diversos processos contidos no PBAC é um elemento fundamental que permeia todos os seus níveis – estratégico, tático e operacional. Dentro desse enfoque, é preciso que os programas de avaliação da conformidade sejam estabelecidos e desenvolvidos de acordo com os princípios gerais que nortearam a elaboração do Programa como um todo.

Esses princípios podem ser resumidos, em termos gerais, como a necessidade de uma interação harmoniosa com os principais atores envolvidos nas atividades de avaliação da conformidade. Na elaboração dos programas de avaliação da conformidade, portanto, devem ser respeitados: a legislação brasileira; o conjunto de políticas e diretrizes do Sinmetro; as práticas internacionais de avaliação da conformidade; e também a participação dos diferentes segmentos da sociedade atingidos pelo processo.

O Inmetro, órgão gestor do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade (SBAC), orienta o esforço brasileiro na formulação do Programa Brasileiro de Avaliação da Conformidade – PBAC. A implementação do PBAC visa contribuir para o desenvolvimento econômico brasileiro e a melhoria da qualidade de vida da sociedade, através da produção e comercialização de bens e serviços que atendam às necessidades dos consumidores, em um ambiente de justa concorrência, promovido pela atividade da Avaliação da Conformidade (INMETRO, 2008).

Segundo essa diretriz, o Programa Brasileiro de Avaliação da Conformidade foi idealizado e é desenvolvido com base na participação de diversos segmentos importantes da sociedade, em particular dos Agentes Reguladores, dos setores produtivos, das entidades públicas e privadas de defesa do consumidor, além do meio acadêmico e das entidades que constituem a infra-estrutura básica de Avaliação da Conformidade no País.

Além de questões estratégicas, o PBAC contempla questões de caráter operacional, materializadas pelo Plano de Ação Quadrienal, elaborado a partir de contribuições da sociedade, no qual são listados produtos e/ou serviços que deverão ser submetidos a um estudo de impacto e viabilidade (EIV), que poderão culminar no desenvolvimento de Programas de Avaliação da Conformidade.

Historicamente, os produtos e serviços que compunham o Plano de Ação Quadrienal eram selecionados de acordo com critérios que englobavam a segurança e a saúde do consumidor; a proteção do meio ambiente; a proteção do mercado interno, no que diz respeito à concorrência desleal e o impacto na balança comercial. Modernamente, os programas de avaliação da conformidade têm ampliado o seu foco para a esfera social e da sustentabilidade, principalmente em função de movimentos sociais que emanam do poder público regulador, uma atuação para além do mercado.

Regular, hoje, significa mais do que criar requisitos, mas também estabelecer marcos jurídicos que possam contribuir com o bem estar da sociedade, para novas regras de conduta e, sobretudo, para novas formas de desenvolvimento. Nesse sentido, muitos programas de avaliação da conformidade surgiram. Dentre eles: a certificação florestal, a acessibilidade para transportes públicos, a sustentabilidade de processos produtivos e etc. Outros em fase de desenvolvimento: Centro de Treinamentos de Cães Guia e Selo Amazônico.

Como visto, o demandante de programas de avaliação da conformidade migrou do setor produtivo para a sociedade brasileira, demandando à atividade de regulação do Inmetro e das outras 26 agências reguladoras, o estudo de novos programas, bem como a responsabilidade quanto aos seus efeitos.

3.5.2. Funcionamento da Avaliação da Conformidade

A avaliação da conformidade pressupõe uma relação de confiança e funciona com base em 2 pilares: o reconhecimento da competência técnica e a credibilidade.

Para que a confiança nesse processo de avaliação da conformidade seja mantida, necessário se faz que o processo seja supervisionado e periodicamente avaliado.

No caso de produto, a supervisão se dá pelo próprio fabricante, por meio de ensaios de rotina; pelo organismo de avaliação da conformidade, em ensaios de acompanhamento em produtos coletados na fábrica pelo órgão acreditador, por meio de programas de verificação da conformidade que coleta e ensaia produtos de diversos fabricantes, coletados no mercado, em diversos estados. A verificação da conformidade é um instrumento valioso na retroalimentação do sistema ao se desenvolver um Programa de Avaliação da Conformidade, pois permite avaliar sua eficácia.

A implantação de um programa de avaliação da conformidade no Inmetro se dá segundo as seguintes etapas: existência de demanda; estudo de viabilidade técnico-econômica; estruturação de subcomissão técnica para elaboração de regulamentação do programa; elaboração de documentos normativos; acreditação de organismos de avaliação

da conformidade; acreditação de laboratórios; treinamento de pessoal para a fiscalização; divulgação à sociedade e emissão de portaria implantando o programa; avaliação periódica do produto disponibilizado no mercado, a fim de verificar se o mesmo mantém as características originais, sob as quais teve sua conformidade avaliada.

3.5.3. Classificação da Atividade de Avaliação da Conformidade

A avaliação da conformidade pode ser classificada quanto aos agentes econômicos envolvidos, bem como quanto ao campo de utilização.

De acordo com o Inmetro (2006), dependendo do agente econômico, ou seja, de quem realiza a avaliação e, portanto, tem a responsabilidade de atestar a conformidade, a atividade de avaliação da conformidade pode ser classificada como:

- Primeira parte: Avaliação da Conformidade a uma norma, especificação ou regulamento, realizada pelo próprio fabricante ou pelo fornecedor; também denominada declaração do fornecedor.
- Segunda parte: quando é feita pelo comprador/cliente. É o ato em que o fornecedor (primeira parte) é avaliado segundo os critérios do comprador (segunda parte) de modo a verificar se o produto, processo ou serviço está em conformidade com uma especificação, norma técnica ou outro documento normativo especificado.
- Terceira parte: quando é feita por uma organização com independência em relação ao fornecedor e ao cliente, não tendo, portanto, interesse na comercialização do produto.

Quando o processo de avaliação da conformidade é realizado por uma terceira parte, o agente econômico, ou seja, a organização que atesta a conformidade deve ser acreditado. De acordo com a norma ISO/IEC 17.000, acreditação significa “Atestação realizada por terceira parte relativa a um organismo, exprimindo demonstração formal de sua competência para realizar tarefas específicas de avaliação de conformidade”.

A acreditação é o reconhecimento formal, concedido por um organismo autorizado, de que uma entidade foi avaliada, segundo guias e normas nacionais e internacionais e tem competência técnica e gerencial para realizar tarefas específicas de avaliação da conformidade de terceira parte.

Atualmente existem organismos acreditados pelo Inmetro nas seguintes categorias: Organismos de certificação de produto (OCP); certificação de pessoal (OPC); de Sistemas de Gestão da Qualidade (OCS); de Sistemas de Gestão Ambiental (OCA); Sistemas de Gestão da Segurança de Alimentos (OHC) de Sistemas da Gestão da Responsabilidade Social (OCR), de inspeção (OIC); de verificação de Desempenho (OVD).

São ainda acreditados laboratórios de ensaios e de calibração de instrumentos de medição, conforme evidenciado na Figura 3.4 abaixo.

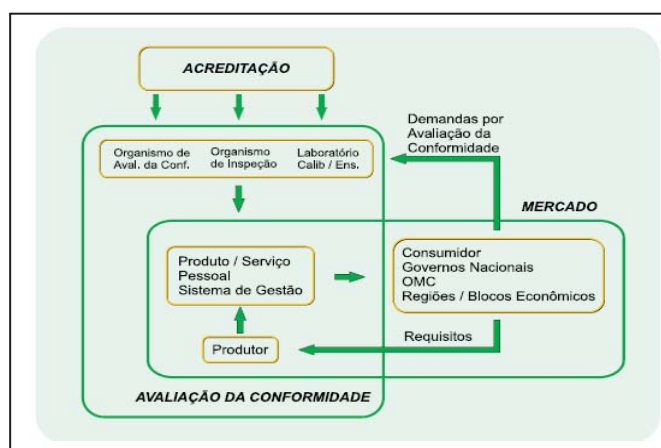


Figura 3.4. -Funcionamento da acreditação no cenário da Avaliação da Conformidade

Fonte: Inmetro, 2011

Quanto ao campo de utilização a Avaliação da Conformidade pode ser utilizada voluntária ou compulsoriamente. A avaliação da conformidade de caráter compulsório ocorre quando uma autoridade reguladora, por meio de um instrumento legal, estabelece a obrigatoriedade da realização de uma atividade, com o objetivo de determinar o atendimento a requisitos aplicáveis, por entender que um produto, processo ou serviço, pode oferecer riscos à segurança e saúde do consumidor ou ao meio ambiente ou ainda, em alguns casos, quando o desempenho inadequado do produto pode trazer prejuízos econômicos à sociedade (INMETRO, 2006).

A avaliação da conformidade de caráter voluntário ocorre quando qualquer parte integrante da cadeia de consumo utiliza-se, voluntariamente, da realização de uma atividade com o objetivo de determinar o atendimento a requisitos aplicáveis (BARROS, 2004). Esse tipo de avaliação da conformidade agrega valor ao produto, representando uma importante vantagem competitiva em relação aos concorrentes.

Tal procedimento é usado por produtores ou importadores, como meio de informar e atrair o consumidor e, conseqüentemente, aumentar sua participação no mercado. A avaliação da conformidade no campo voluntário vem aumentando sua importância, pois é uma forma de superar barreiras técnicas e de acesso a mercados mais exigentes (INMETRO, 2006).

3.5.4. Mecanismos de Avaliação da Conformidade

No Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade, a atividade de avaliação da conformidade possui diferentes mecanismos para atestar a conformidade de um produto, processo ou serviço em relação aos critérios estabelecidos em uma norma ou regulamento técnico.

Os cinco principais mecanismos praticados no Brasil são: certificação, declaração do fornecedor, inspeção, ensaio e etiquetagem.

Para selecionar um mecanismo de Avaliação da Conformidade em detrimento de outro é necessário realizar um estudo de impacto e viabilidade (EIV), de modo a considerar aspectos como o grau de risco do produto, processo ou serviço; o impacto desse risco; o volume de produção; a velocidade de mudança tecnológica no setor; o porte dos fabricantes envolvidos; a maturidade do setor; a existência de concorrência desleal, entre outros aspectos.

Abaixo são descritos cada um dos cinco mecanismos de avaliação da conformidade:

3.5.4.1. Etiquetagem

A etiquetagem é um mecanismo de Avaliação da Conformidade em que, por meio de ensaios, são determinadas e informadas ao consumidor certas características do produto, especialmente relacionadas ao desempenho. (INMETRO, 2007a).

No Brasil, a etiquetagem tem se destacado com o Programa Brasileiro de Etiquetagem - PBE, um programa de conservação de energia que atua por meio de etiquetas

informativas que visam prover os consumidores de informações, permitindo-lhes avaliar e otimizar o consumo de energia dos equipamentos, selecionar produtos de maior eficiência em relação ao consumo, possibilitando a economia nos custos de energia e a preservação do meio ambiente.

O Programa Brasileiro de Etiquetagem atualmente conta com 31 (trinta e um) programas, dentre os quais: aquecimento solar, chuveiros, lâmpadas, ventiladores de teto e de mesa, televisores, motores, fornos de microondas, fornos elétricos de padarias, transformadores, edificações (edifício completo, envoltória, iluminação e condicionamento do ar) e etc.

As etiquetas apresentadas na Figura 3.5 são exemplos de etiquetas para refrigeradores e automóveis, ambas do PBE. É importante destacar que cada linha de produtos possui a sua própria etiqueta, informando os consumidores sobre as características técnicas de cada produto do Programa.

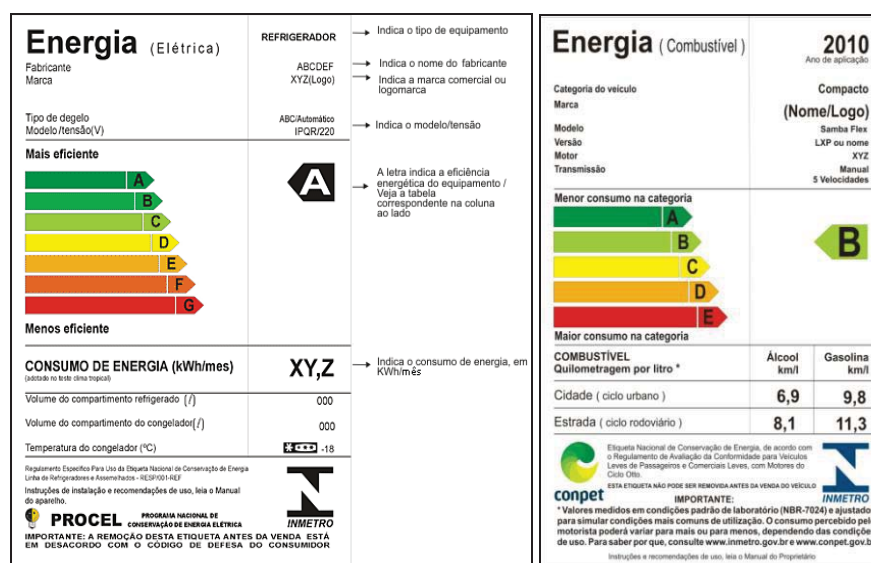


Figura 3.5. – Modelos de Etiquetas de Eficiência Energética do PBE

Fonte: Inmetro, 2011

3.5.4.2. Ensaio

A determinação de uma ou mais características de uma amostra de um produto, processo ou serviço, de acordo com um procedimento específico consiste em um ensaio.

Esse mecanismo de Avaliação da Conformidade é muito utilizado, sendo freqüentemente associado a outros mecanismos, como por exemplo, a certificação e a inspeção (INMETRO, 2007 a).

Para que os laboratórios de ensaios produzam resultados confiáveis é preciso que haja repetibilidade e qualidade. Esses laboratórios podem ser operados por uma variedade de organizações, incluindo agências governamentais, instituições de pesquisa e acadêmicas e organizações comerciais.

3.5.4.3. Inspeção

A inspeção é definida como: *“Avaliação da Conformidade pela observação e julgamento, acompanhada, conforme apropriado, por medições, ensaios ou uso de calibres”* (INMETRO, 2007 a, p.25). Seu objetivo é reduzir o risco do comprador, proprietário, usuário ou consumidor, quando do uso do produto.

Mecanismo de Avaliação da Conformidade muito utilizado para avaliar serviços após sua execução, suas atividades podem incluir o ensaio de produtos, plantas, instalações, processos, materiais, procedimentos de trabalho ou serviços, durante todos os estágios de vida desses itens, tendo como objetivo a determinação da conformidade em relação aos critérios estabelecidos por regulamentos, normas ou especificações, e o subsequente relato de resultados, podendo ser aplicada com foco em desempenho operacional e segurança e manutenção da segurança, ao longo de toda a vida útil do produto.

O mecanismo da inspeção é muito utilizado na avaliação da conformidade de segunda parte, quando compradores a executam, quer seja quando o produto sai da fábrica ou quando da chegada nas instalações do comprador. Como os resultados da inspeção podem ter conseqüências importantes para fornecedores e consumidores, a imparcialidade e a integridade dos organismos de inspeção são imprescindíveis.

As questões ligadas à segurança veicular são um exemplo de Programa de Avaliação da Conformidade que utilizam o mecanismo de inspeção.

3.5.4.4. Declaração do Fornecedor

A Declaração do Fornecedor é um dos mecanismos de Avaliação da Conformidade aplicado a produtos ou serviços que ofereçam baixo ou médio risco à saúde e à segurança do consumidor e do meio ambiente, possuindo diferentes campos de aplicação.

Para a adoção da Declaração do Fornecedor como um mecanismo de Avaliação da Conformidade, são levados em consideração o histórico da qualidade e o nível de maturidade nas relações de consumo apresentadas pelo setor.

A Declaração do Fornecedor apresenta como vantagens, quando comparada ao mecanismo de certificação, a intervenção mais branda e menos onerosa nas relações de consumo, já que não é necessária a participação externa (terceira parte), o que confere maior agilidade no atendimento às demandas da sociedade por programas de avaliação da conformidade.

Um exemplo muito comum de declaração do fornecedor é a marcação CE (marca evidenciada na Figura 3.6), largamente encontrada em produtos eletrônicos advindos da Europa. A marcação, de natureza comunitária, é realizada por fabricantes ou importadores (segunda parte) e significa que o produto atende a requisitos pré-estabelecidos pelo regulamentador (requisitos gerais definidos na Diretriz de Segurança Geral dos Produtos). Nesse mecanismo, quando verifica-se por quaisquer das partes alguma não conformidade em relação aos requisitos gerais, são tomadas as devidas sanções legais, que variam de acordo com o binômio potencialidade do risco x dolo. Porém, esse mecanismo pressupõe uma maturidade do consumidor, do setor regulamentado e do sistema em si (fiscalização), o que dificulta em muito a sua aplicabilidade no Brasil.



Figura 3.6. – Marcação CE
Fonte: Inmetro, 2011

De acordo com Inmetro (2007a), no Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade, a declaração da conformidade do fornecedor está implantada para os seguintes produtos/serviços:

- Isqueiros descartáveis a gás;
- Oficinas instaladoras de sistemas de GNV, para utilização em veículos bi-combustível;
- Cantoneiras de aço laminadas para torres de transmissão de energia elétrica;
- Oficinas de inspeção técnica e manutenção de extintores de incêndio;
- Sistemas não metrológicos de registro de avanço de sinal e;
- Oficinas reformadoras de pneus.

3.5.4.5. Certificação

Por definição, a certificação é um conjunto de atividades desenvolvidas por um organismo independente da relação comercial (terceira parte), com objetivo de atestar publicamente e por escrito, que determinado produto, processo, serviço, sistema de gestão ou profissional atende a requisitos especificados.

Para que um produto, processo ou serviço seja certificado compulsoriamente no âmbito do SBAC, todas as etapas do processo de implantação dos modelos devem ser atendidas. São elas:

- Demanda de certificação;
- Estrutura de uma subcomissão técnica;
- Elaboração de regras específicas;
- Elaboração de regulamento de Avaliação da Conformidade;
- Acreditação do OAC;
- Acreditação de laboratório para os ensaios;
- Treinamento de fiscalização;
- Divulgação à sociedade; e
- Emissão da portaria.

A certificação voluntária de terceira parte é uma decisão do solicitante de um setor e tem como objetivo garantir a conformidade com as normas técnicas brasileiras, regionais ou internacionais ou expressar que o produto possui itens diferenciais. Cada vez mais são exigidas pelo cliente garantias de qualidade, desempenho, durabilidade, etc. Esse é um

campo em franca expansão no país e no mundo. O fabricante que comprova que atende aos requisitos técnicos tem um diferencial no seu produto em relação aos concorrentes.

3.5.4.5.1. Certificação de Produtos

Dentro do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade (SBAC) e dependendo do produto, processo produtivo, das características da matéria prima, de aspectos econômicos e do nível de confiança necessário, determina-se o modelo de certificação a ser utilizado.

De acordo com o Inmetro os modelos mais utilizados são:

Modelo 1 – Ensaio de Tipo: é o mais simples dos modelos de certificação.

Fornece uma comprovação de conformidade de um item, em um dado momento. É uma operação de ensaio, única no seu gênero, efetuada de uma única vez, limitando aí os seus efeitos. É a forma mais simples e mais restrita de certificação. Os custos são mínimos, mas não se tem o acompanhamento da conformidade do restante da produção do mesmo modelo. Não é, portanto uma avaliação da conformidade tratada sistemicamente.

Modelo 2 – Ensaio de tipo seguido de verificação através de Ensaio em Amostras retiradas no comércio: é um modelo baseado no ensaio de tipo, mas combinado com ações posteriores para verificar se a produção continua sendo conforme. Essas ações compreendem ensaios em amostras retiradas no comércio.

Nesse modelo, a avaliação cobre também a influência exercida pelo comércio de distribuição e as condições em que o comprador final recebe o produto, mas não tem caráter preventivo, já que não leva em consideração o controle da qualidade da fábrica.

Modelo 3 – Ensaio de tipo seguido de verificação através de Ensaio em Amostras retiradas no fabricante: também baseado no ensaio de tipo, mas combinado com intervenções posteriores para verificar se a produção continua sendo conforme. Compreende ensaios em amostras coletadas na própria fábrica.

Esse modelo proporciona a supervisão permanente da produção do fabricante e pode desencadear ações corretivas quando são identificadas não conformidades.

Modelo 4 – Ensaio de tipo seguido de verificação através de Ensaio em Amostras retiradas no comércio e no fabricante. Combina os modelos 2 e 3, tomando amostras para ensaios tanto no comércio, como na própria fábrica.

Dependendo do número de amostras ensaiadas, esse modelo pode combinar as vantagens dos modelos 2 e 3, entretanto, torna-se mais oneroso.

Modelo 5 – Ensaio de tipo, Avaliação e Aprovação do Sistema de Gestão da Qualidade do fabricante, acompanhamento através de auditorias no fabricante e Ensaio em Amostras retiradas no comércio e no fabricante: é um modelo baseado no ensaio de tipo, mas acompanhado de avaliação das medidas tomadas pelo fabricante para o Sistema de Gestão da Qualidade de sua produção, seguido de um acompanhamento regular, por meio de auditorias, do controle da qualidade da fábrica e de ensaios de verificação em amostras coletadas no comércio e na fábrica.

O modelo 5 é o mais utilizado no Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade (SBAC) e proporciona um sistema confiável e completo de avaliação da conformidade de uma produção em série e em grande escala.

Modelo 6 – Avaliação e aprovação do Sistema de Gestão da Qualidade do fabricante: é o modelo no qual se avalia a capacidade de uma indústria para fabricar um produto conforme uma especificação determinada. Esse modelo não é adequado para a certificação de produto, já que não avalia a conformidade do produto final, e sim, a capacidade da empresa em produzir determinado produto em conformidade com uma especificação preestabelecida.

Modelo 7 – Ensaio de Lote: nesse modelo, submete-se a ensaios amostras retiradas de um lote de fabricação do produto, emitindo-se, a partir dos resultados, uma avaliação sobre sua conformidade a uma dada especificação.

Esse modelo baseia-se no método “passa, não passa” para a aceitação de um lote e é muito utilizado na importação de produtos com exigência de certificação compulsória. Aprovam-se cada um dos lotes importados.

Modelo 8 - Ensaio 100%: é o modelo no qual todo o universo de produtos é atestado quanto ao cumprimento dos requisitos estabelecidos na norma ou no regulamento técnico referente àquele produto.

Esse modelo só é utilizado quando envolve muitos riscos, já que os ensaios não podem ser destrutivos e seus custos são elevados (INMETRO, 2007 a, pág. 21).

3.5.4.5.2. Certificação de Sistemas de Gestão

A certificação dos Sistemas de Gestão atesta a conformidade do modelo de gestão das empresas em relação a requisitos normativos. (INMETRO, 2007 a).

As certificações com base nos critérios estabelecidos pelas normas NBR ISO 9001:2000 (Sistemas de Gestão da Qualidade – Requisitos) e NBR ISO 14001:2004 (Sistemas de Gestão Ambiental – Especificação e Diretrizes para uso) são as mais utilizadas e conhecidas. Outros exemplos são as normas ISO 22000: 2005 (Sistemas de gestão da Segurança de Alimentos) e NBR ISO 16.000, com o foco na Responsabilidade Social.

A certificação de sistemas de gestão é uma prática comumente adotada e incentivada pelas grandes empresas e, em alguns casos, torna-se obrigatória para determinados tipos de fornecimentos a essas empresas.

As normas de sistemas de gestão da qualidade têm caráter voluntário. Apesar disso, o Brasil contava, em 2008, com 9159 certificados ISO 9000 emitidos e cerca de 700 certificados ISO 14000, o que o colocava entre os países da América do Sul com maior número de sistemas de gestão da qualidade certificados (INMETRO, 2008).

É importante ressaltar que as normas de sistemas de gestão não ditam qual o produto a ser produzido ou como produzi-lo, mas apenas como estruturar os sistemas de gestão da organização, de forma a assegurar a repetibilidade dos resultados obtidos.

A certificação de sistemas de gestão não garante a qualidade dos produtos e serviços. Quem tem o dever de garantir a qualidade destes são os seus fabricantes e fornecedores. O que elas prevêm é a repetibilidade do processo produtivo, com base em algumas diretrizes de gestão.

No caso da ISO 9001, por exemplo, é importante destacar que se uma organização que fabrica canetas as fabrica com um design que causa danos aos consumidores, todas as canetas do processo produtivo também o farão.

A importância da certificação de sistemas de gestão, reside então na capacidade de entregar um produto ou serviço exatamente conforme suas especificações; no fato das organizações buscarem seguir as melhores práticas em garantia da qualidade e documentação em todos os estágios relevantes da produção; na adoção de procedimentos bem definidos e documentados para lidar com problemas logo que detectados; na rastreabilidade do processo e no engajamento para a melhoria contínua (UBQ - RJ, 2007).

3.5.4.5.3. Certificação de Pessoas

A certificação de pessoas avalia as habilidades e os conhecimentos de algumas ocupações profissionais, e pode incluir, entre outras, as seguintes exigências:

- **Formação** - a exigência de certo nível de escolaridade visa assegurar nível de capacitação;
- **Experiência Profissional** - a experiência prática em setor específico, permitindo uma maior compreensão dos processos envolvidos e a rápida identificação de oportunidades de melhorias;
- **Habilidades e conhecimentos teóricos e práticos** - a capacidade de execução é essencial para atuar e desenvolver-se na atividade.

No Brasil, atualmente são certificados os inspetores de soldagem, os inspetores de ensaios não destrutivos e os auditores de sistemas da qualidade.

3.6. Selos de Identificação da Conformidade

Produtos, processos ou serviços com conformidade avaliada, compulsória ou voluntariamente, no âmbito do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade ostentam o selo de identificação da conformidade, que pode estar apostado no produto, na sua embalagem ou ainda em forma de certificado.

Os selos têm como finalidade esclarecer o consumidor sobre o foco do programa (saúde, meio ambiente, segurança, conformidade, sustentabilidade ou desempenho), além de

distinguir os programas voluntários dos compulsórios e os de avaliação por primeira parte dos de avaliação de terceira parte.

A Figura 3.7 abaixo apresenta alguns exemplos dos selos de identificação da conformidade, de acordo com o Manual de Aplicação dos Selos de Identificação da Conformidade do Inmetro.



Figura 3.7. – Selos de Identificação da Conformidade

Fonte: Manual de Aplicação Selo de Identificação da Conformidade, 2007

3.7. Avaliação da Conformidade e o Acesso a Mercados

Com a dinâmica da globalização, as práticas inerentes à Avaliação da Conformidade vêm ganhando cada vez mais importância, uma vez que as mudanças intensas resultantes dos avanços tecnológicos provocaram alterações nas relações sócio-econômicas e nos processos atuais de liberalização de mercados, demandando o permanente acompanhamento das práticas comerciais para a conquista e manutenção de mercados. Sendo assim, os programas de Avaliação da Conformidade são relevantes para garantirem os melhores desempenhos na produção de bens e serviços em relações comerciais entre países e blocos econômicos.

Em termos industriais, as maiores potências voltam-se para outros mercados, desenvolvendo estratégias que objetivam fundamentalmente o aumento das escalas de produção e o acesso a recursos, particularmente matérias primas e mão-de-obra a baixos custos, procurando assim, garantir uma constante melhoria da competitividade e presença crescente no mercado. São considerados fatores imprescindíveis, o conhecimento científico e tecnológico como insumo principal para o sucesso econômico consistente e auto-sustentável, cada vez mais apoiado no desenvolvimento tecnológico e na capacidade industrial, para garantir a inserção na economia global de forma competitiva. (CAMBOIM, 2006).

Nesse contexto, percebe-se a importância da harmonização entre países das práticas de avaliação da conformidade. Essas práticas não devem ser tratadas como obstáculos tecnológicos a serem superados, mas, principalmente, como um mecanismo de melhora qualitativa e quantitativa do comércio interno de um país.

A partir dessa harmonização é que ocorrerá o estabelecimento dos denominados Acordos de Reconhecimento Mútuo como forma de minimizar os impactos das barreiras técnicas e incrementar o fluxo do comércio internacional.

Acordos de Reconhecimento Mútuo (MRA) são os instrumentos que trazem elementos e procedimentos práticos para o estabelecimento e manutenção de cooperações para aceitação de resultados. Esse tipo de acordo estabelece compromissos para seus signatários em termos de reconhecimento e aceitação, e promoção da aceitação em seus países, dos resultados de calibração, ensaios e certificações produzidos pelos organismos acreditados pelos signatários. (INMETRO, 2006).

O objetivo mais importante da avaliação da conformidade é prover confiança para os consumidores de que produtos, serviços e sistemas atendem a requisitos técnicos especificados em Regulamentos Técnicos ou Normas Técnicas.

A consagração em termos de reconhecimento da atividade de avaliação da conformidade está na aceitação de seus resultados entre pares, particularmente entre países. O reconhecimento mútuo entre os resultados de programas de avaliação da conformidade, em particular de produtos, é um instrumento facilitador das transações comerciais entre os países.

3.8. A Avaliação da Conformidade e a Organização Mundial do Comércio

No ano de 1995, a Organização Mundial do Comércio tornou-se uma realidade com inúmeros acordos com status de tratados; acordos estes que se estendem a todos os membros da OMC. Entre os acordos que compõem a OMC, situa-se o acordo sobre Barreiras Técnicas ao Comércio (TBT). Esse acordo reconhece que os MRA estabelecidos entre governos podem ser mecanismos aceitáveis para superar barreiras técnicas, como também insiste que haja uma política de transparência e de não discriminação aos membros da OMC.

O Acordo TBT trata das regras para preparação, adoção e aplicação dos regulamentos técnicos, procedimentos de avaliação da conformidade e normas técnicas, garantindo a eficiência da produção e o respeito às normas internacionais permitindo que cada país tome as medidas necessárias que assegurem qualidade às suas importações e exportações (CAMBOIM, 2006).

De acordo com o Acordo TBT, os Países Membros da OMC devem restringir sua atividade de regulamentação técnica ao cumprimento dos chamados “objetivos legítimos”, dentre os quais se encontram a proteção da saúde humana e animal, do meio ambiente, a segurança, a prevenção de práticas enganosas e o trato não discriminatório a outros Países Membros (OMC, 1999).

O principal objetivo das regras e diretrizes detalhadas pelo acordo é garantir que os procedimentos de avaliação da conformidade não sejam aplicados pelos países com o propósito de se criar obstáculos arbitrários ao comércio, o que é exemplificado pelo artigo 5º.

“5.1.2 - os procedimentos de avaliação de conformidade não serão elaborados, adotados ou aplicados com a finalidade ou o efeito de criar obstáculos desnecessários ao comércio internacional. Isto significa, inter alia, que os procedimentos de avaliação de conformidade não deverão ser mais rigorosos ou ser aplicados mais rigorosamente do que o necessário para dar ao Membro importador confiança suficiente de que os produtos estão em conformidade com os regulamentos técnicos ou normas aplicáveis, levando em conta os riscos que a não conformidade criaria.” (OMC, 1999).

As regras e diretrizes contidas nos acordos demonstram a crescente importância na implementação de regulamentos técnicos, procedimentos de avaliação da conformidade e normas técnicas que são primordiais para assegurar saúde e a segurança do consumidor, bem como a otimização da produção e o acesso a mercados.

4. A CERTIFICAÇÃO NO COMÉRCIO JUSTO

A certificação de produtos ou serviços, sistemas de gestão e pessoas é, por definição, um mecanismo de terceira parte, ou seja, realizada por uma organização independente acreditada para executar essa modalidade de Avaliação da Conformidade que, normalmente confere um selo (*label*) ou certificado aos produtos, empresas e profissionais que cumprem com requisitos definidos, estando esses, no comércio justo, vinculados a condições sociais de produção ou características específicas de produtos. Por esse mecanismo, é possível também monitorar as condições de produção e comercialização de cada produto.

Historicamente, foi a partir do final da década de 80 e início da de 90 que o tema do comércio justo começou a chamar a atenção dos consumidores e, conseqüentemente, de empresas convencionais e transnacionais. Com o incremento da produção, após a Revolução Industrial, foi necessário estabelecer padrões para os processos produtivos e produtos para que estes pudessem ser comercializados em maior escala.

O mesmo movimento ocorreu no cenário do comércio justo, quando em 1988, a organização holandesa Max Havelaar²⁵, a pedido de pequenos produtores de café mexicanos, que buscavam no mercado de consumo uma equiparação em nível de produção, lançou o primeiro selo do comércio justo, evidenciado na Figura 4.1.

A escolha do nome Max Havelaar foi simbólica e se deu em função de um personagem de um livro que, no ano de 1859, reclamava perante as autoridades do governo colonial das Índias Holandesas Orientais em função das condições desumanas vivenciadas pelos trabalhadores locais.

Com o selo da Max Havelaar, em um ano, o café certificado teve uma quota de mercado de 3%. Anos depois, outras organizações internacionais de comércio justo foram criadas, especialmente na Europa e nos Estados Unidos, conforme demonstra o Quadro 4.1 a seguir.

²⁵ Cabe destacar aqui que a Max Havelaar não representa uma marca, mas sim um selo de qualidade para o comércio justo.

| | FLO | IFAT | NEWS! | EFTA | FTF | FTA |
|----------------------|---------------------------------------|--|---|---|---|----------------------------|
| Fundada em | 1997 | 1989 | 1994 | 1990 | 1994 | 2003 |
| Tipo de associados | Iniciativas nacionais de certificação | Produtores e organizações de comércio alternativos (ATO) | Associações nacionais de <i>world shops</i> | Importadoras especializadas em Comércio Justo | Produtores, importadores, atacadistas, varejistas | Importadoras e atacadistas |
| Associados em países | 17 em | + de 200 em | 15 em | 12 em | 115 nos | sem definição |
| | 17 países | 55 países | 13 países | 9 países | EUA e Canadá | Austrália e N. Zelândia |
| Sede | Bonn, Alemanha | Oxford, Reino Unido | Utrecht, Holanda | Maastricht, Holanda | Washington, EUA | Canberra, Austrália |

Quadro 4.1- Organizações internacionais de comércio justo

Fonte: SEBRAE, 2004.

Apesar de as organizações terem surgido como movimentos independentes, as principais organizações do comércio justo hoje colaboram entre si, trabalhando unidas. No final dos anos 90 foi criada a FLO - *Fairtrade Labelling Organizations International*, responsável pela criação de padrões para a certificação e o monitoramento de produtos e herdeira do selo “Max Havelaar”. Paralelamente, o *International Fair Trade Association* - IFAT desenvolveu um sistema de monitoramento para as organizações de *Fair Trade*²⁶ - FT, contribuindo para o desenvolvimento da credibilidade dessas organizações junto aos envolvidos no sistema de comércio justo.



Figura 4.1. - Primeiro selo do comércio Justo, Max Havelaar/Holanda

Fonte: Max Havelaar, 2011

²⁶ Termo em inglês para o Comércio Justo.

As práticas internacionais de certificação no cenário do comércio justo pressupõem dois importantes pilares em seus requisitos/*standards*: o estabelecimento de um preço justo²⁷ e condições humanas de produção.

No que tange aos limites do preço justo, ainda não temos uma definição suficientemente clara sobre o que ele seria. Para o Instituto Faces do Brasil, preço justo é aquele que permite o atendimento das necessidades básicas dos produtores, proporcionalmente ao trabalho executado ou que cubra os custos de produção, as condições sociais de produção e os ativos ambientais. Já para as Organizações de Produtores Familiares do Comércio Justo e Solidário - OPFCJS, o comércio justo deve utilizar-se do conceito de “preço mínimo”, uma vez que não há um valor definido para todos os produtos industrializados. O preço mínimo seria, então, resultado de uma negociação envolvendo produção e consumo com arbitragem das organizações ligadas ao movimento (VENTURA; GASTEL, 2005).

Resumidamente, pode-se caracterizar preço justo por aquele que foi acordado entre as partes mediante diálogo e participação e, que cobre não apenas os custos de produção, mas que também permite uma produção socialmente justa e ecologicamente segura.

A diferença entre o preço justo e o preço de mercado é o prêmio pela qualidade do comércio justo no produto, atuando este como um mecanismo de justiça social e ambiental. De acordo com a definição de 1947 do *General Agreement on Tariffs and Trade* - GATT²⁸, o equilíbrio de mercado reside no respeito a três critérios fundamentais: a não discriminação (relacionada ao conceito de justiça); a transparência e a reciprocidade.

A implementação de um preço justo tem como objetivos a redução de riscos e incertezas; de custos de financiamento e a redistribuição de capital entre os elos mais fortes e mais fracos da cadeia produtiva. Assim, o preço justo tende, naturalmente, a ser mais elevado do que o preço convencional, já que nele está embutida a lógica da redistribuição de valor para os pequenos produtores (Voituriez, Florès, Eberhart & Chauveau, 2002).

A figura 4.2. a seguir demonstra a diferença entre os valores percebidos pelos pequenos produtores no sistema tradicional e no sistema de certificação do comércio justo para o produto café, em embalagem de 250g. No sistema tradicional, os produtores ganham

²⁷ Existem, no cenário do comércio justo, correntes que tratam de forma diferente o preço a ser estabelecido nas relações comerciais. Uns tratam o preço como “preço justo”, outros como “preço mínimo”.

²⁸ Termo em inglês para Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio.

o correspondente a 10% do valor da mercadoria embalada, enquanto que no sistema certificado, ganham 21% (mais do que o dobro), devido à ausência de intermediários no processo, bem como às negociações de preço justo e prêmio entre as partes interessadas.

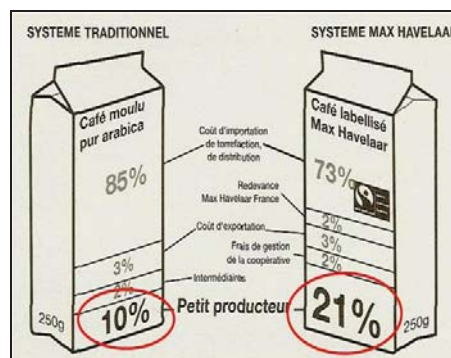


Figura 4.2 – Diferença na receita de pequenos produtores no modelo tradicional e no modelo do comércio justo

Fonte: Max Havelaar, 2003

Já a definição de condições de trabalho relaciona-se a um ambiente de trabalho seguro, saudável e em iguais condições para homens e mulheres, capaz de estimular melhores práticas ambientais e métodos responsáveis de produção.

De modo a favorecer a análise para uma proposta a ser adotada no Brasil, no âmbito do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade, foram estudadas como *benchmarking* duas experiências de certificação do comércio justo: a da *Fairtrade Labelling Organizations International* - FLO e a do Comércio Justo A.C, do México.

4.1. O processo de certificação da FLO

Em 1997, as diferentes correntes de certificação do cenário do comércio justo decidiram unir forças e organizar suas atividades sob uma única organização, a *Fairtrade Labelling Organizations International* – FLO.

Com sede em Bonn, na Alemanha, a FLO possui como principais funções a garantia de padrões (*Standards of certification*), a facilitação dos negócios entre as partes interessadas e o suporte aos produtores, sendo a organização internacional privada mais conhecida do cenário do comércio justo. Sua missão consiste em estabelecer os critérios internacionais de certificação dos produtos de Comércio Justo, inspecionar e certificar a

produção conforme aos critérios determinados. A FLO procura ainda harmonizar a mensagem do Comércio Justo por meio do estabelecimento de um selo único de certificação.

A FLO está dividida em duas partes independentes, mas relacionadas entre si: a FLO e a FLO Cert. Ltda. A primeira representa a aliança de diferentes iniciativas nacionais, sendo responsável pela elaboração dos requisitos para o comércio justo. A segunda, por sua vez, é o braço certificador da entidade, responsável pelas inspeções e certificações de produtos e produtores.

O processo de certificação na FLO pressupõe as iniciativas nacionais como o centro do processo, cabendo a elas: receber recursos e apoio de seus associados; ajudar a definir os critérios internacionais de certificação de produtos e produtores junto a FLO; realizar ações e campanhas de educação de seus associados; atuar na conscientização do público consumidor, além de desenvolver ações de *lobby* junto a órgãos governamentais; prospectar licenciados para a fabricação de produtos, para os quais são concedidas as licenças de uso do selo de *Fairtrade* e que receberão o controle regular e, por fim, oferecer apoio e orientação para o *marketing* das lojas.

São produtos certificáveis pela FLO Cert, conforme a Figura 4.3 abaixo: bolas de futebol, banana, cacau, café, frutas desidratadas, flores, frutas secas, sucos, mel, sementes, especiarias, quinoa, arroz, açúcar, algodão em rama, chá, uvas de vinho e vestuário de algodão certificado.



Figura 4.3. – Produtos certificáveis pela FLO
Fonte: FLO, 2011.

Os requisitos de certificação na FLO são, majoritariamente, para produtos, mas definem também alguns pontos sobre o processo democrático da organização. A FLO possui

ainda requisitos para organizações de produtores e organizações de comerciantes, abordando tanto os produtos quanto o processo.

Para ser certificada pela FLO, a associação ou cooperativa tem que cumprir com determinados critérios, como a democracia e a transparência interna, bem como com o desenvolvimento social, socioeconômico e ambiental das organizações.

Cabe à FLO estabelecer o preço justo que deve ser pago pelo cliente (mesmo que o preço do mercado esteja abaixo) e o prêmio que este deve pagar à associação ou cooperativa. A instituição beneficiada decide então, em coletivo, como o dinheiro vai ser usado em benefício de todos os seus membros.

O sistema funciona da seguinte maneira (ver o sistema graficamente representado na Figura 4.4 a seguir): o lojista oferece uma gama de produtos e o consumidor os compra. O licenciado dá apoio de *marketing* às lojas e paga o importador que, por sua vez, paga o produtor. Em contrapartida, o importador e os produtores se comprometem a seguir os critérios estabelecidos em suas relações.

A FLO, depois de definir os critérios, certifica e controla os produtores e os importadores.

Começando pelo produtor, o sistema financeiro do Comércio Justo funciona da seguinte forma: o produtor recebe do importador o preço mínimo definido para sua mercadoria, além do prêmio e, se for necessário, um financiamento para iniciar o plantio ou para antecipar a safra. O importador vende o produto ao licenciado, quando não for ele mesmo, acrescentado de suas respectivas margens. O licenciado, então, vende o produto ao varejista, que recebe o preço final do consumidor. O licenciado, paga a taxa de licença à Iniciativa Nacional que, por sua vez, recebe as contribuições de seus associados e paga suas contribuições para o funcionamento da FLO.

A FLO não certifica indivíduos, artesãos e nem empreendimentos de produtores urbanos, diferentemente do Sistema Brasileiro, onde é possível certificar pessoas para exercerem determinadas atividades.

A FLO garante ao consumidor que o produto encontrado em qualquer estabelecimento com o selo de comércio justo está de acordo com os princípios do comércio justo e contribui para o desenvolvimento de produtores e trabalhadores em desvantagem e

excluídos do mercado convencional. Sua lógica está em estimular a demanda promovendo a confiança do consumidor (GOODMAN, 2004).

No que tange à base normativa geral, é importante destacar a utilização do ISO Guia 65 - Requisitos Gerais para Organismos que operam Sistemas de Certificação, Guia internacional da ISO, que orienta o processo de acreditação. Como o Guia é uma referência geral, outras bases normativas são normalmente agregadas, tanto para os produtos quanto para os processos certificados.

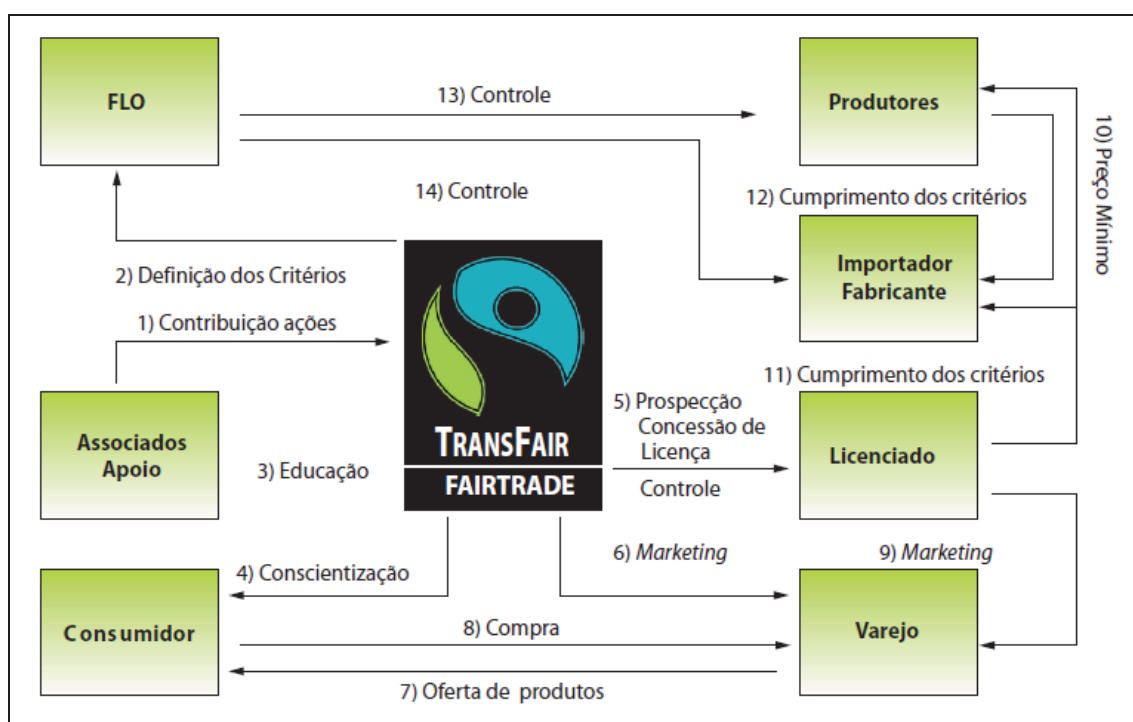


Figura 4.4. – O Sistema do Comércio Justo

Fonte: Sebrae, 2004.

Para se ter uma idéia dos custos de certificação da FLO, em 2010, a solicitação inicial custava 525 € (1 ano) e a certificação 1430 € para associações com até 50 membros e 2040 € para associações com até 200 membros.

São realizadas auditorias anuais, momento em que o auditor verifica os termos de preço justo e não discriminação em atas de reunião, entendimento dos membros do comércio justo, evidências de contratos *fairtrade* com os produtores e etc.

A logomarca da FLO, que representa a adequação aos requisitos, bem como as orientações gerais para a certificação FLO e exportação ou comercialização no mercado interno encontram-se nas Figuras 4.5 e 4.6, respectivamente.



Figura 4.5. – Logomarca da FLO
Fonte: FLO, 2011

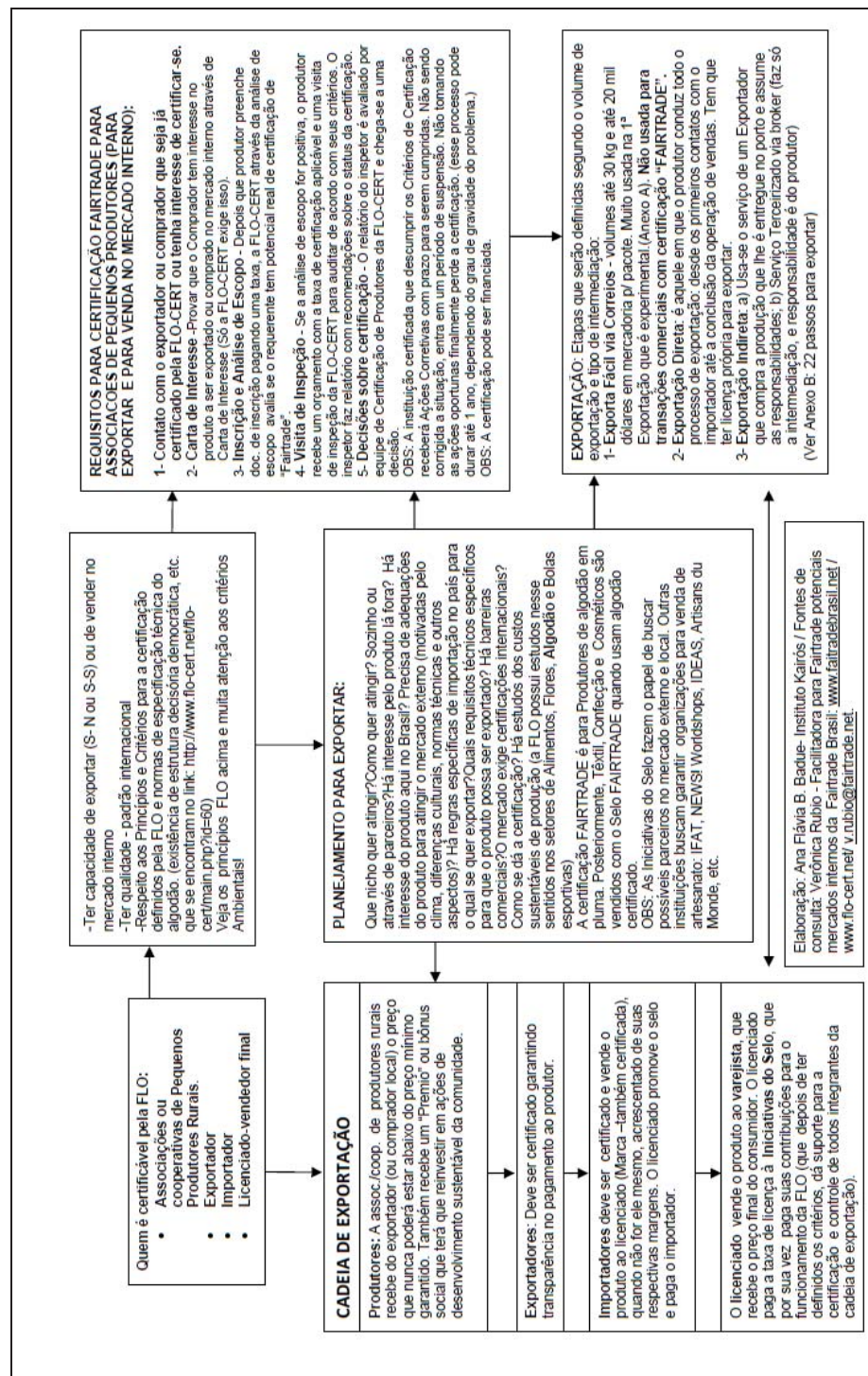


Figura 4.6. – Orientações Gerais para Certificação FLO e para exportação ou comercialização no mercado interno
 Fonte: Faces do Brasil, 2011.

4.2. O processo de certificação da Comercio Justo A.C. México

A Comercio Justo A.C é uma associação civil fundada em 1998, que reúne cerca de 125 mil famílias de pequenos produtores, organizadas em mais de 400 organizações não governamentais, tendo como missão a promoção dos produtos mexicanos nos mercados nacional e internacional de comércio justo.

Entre o período de outubro de 1999 e maio de 2001, a Comercio Justo México começou a desenvolver a normatização inicial para o comércio justo no País, tendo como desafios a criação de normas e sistemas de certificação regionais, a aplicação do *Sello de Garantia Comercio Justo México* nos produtos finais, a promoção adequada desses produtos, a capacitação dos pequenos produtores, a promoção do comércio solidário entre os diferentes atores sociais mediante os conceitos e práticas e a vinculação com iniciativas similares no México e no exterior.

A Comercio Justo México, A. C. está estruturada em um sistema de 3 tempos: a Comercio Justo A.C (associação civil) define os requisitos; a empresa Agromercados S.A. (sociedade anônima) presta serviços coletivos de comercialização e distribuição de produtos e a certificadora independente Certimex S.C. (sociedade cooperativa), realiza a inspeção e certificação das organizações e dos produtos. Suas atividades são realizadas com os recursos provenientes das receitas geradas pela inspeção, certificação e uso do selo e de aportes de organizações associadas.

São produtos certificáveis pela Comercio Justo A.C, conforme Figura 4.7 abaixo: café, azeite e sementes e mel.



Figura 4.7. – Produtos certificáveis pela Comercio Justo A.C.
Fonte: Comercio Justo A.C, 2011.

Na Comercio Justo A.C., existem diversas modalidades de certificação, dependendo da natureza da organização. As organizações de produtores podem certificar-se como organizações de comercio justo, podem ter reconhecidas o produto final, como também a matéria prima e a relação comercial com os compradores. Já as empresas (sociais ou privadas) podem certificar-se como entidades que cumprem as normas de comercio justo, como pontos de venda qualificados e podem também receber a certificação em seus produtos.

A estrutura para a certificação é composta pela Norma Geral de Comercio Justo, pelos Regulamentos de Produtos, pela Norma para os Pontos de Venda, pela Norma para a Empresa Mexicana de Comercio Justo.

A Norma Geral reflete os princípios e as regras gerais do comércio justo dos produtos de pequenos produtores para o mercado mexicano. Vale destacar, dentro da Norma Geral, além dos princípios enumerados anteriormente, os critérios gerais da Comercio Justo México:

- Os produtos do Comércio Justo são provenientes de organizações democráticas de pequenos produtores com uma administração independente e transparente;
- A estes produtores é pago, além de um prêmio social e ecológico, um preço de garantia que permite cobrir os custos de produção e obter rendimentos dignos pelo trabalho realizado;
- Privilegia-se nessa relação o compromisso com o desenvolvimento econômico, social, cultural e ecologicamente sustentável;
- Busca-se fomentar a participação da mulher e a promoção dos direitos das crianças;
- Objetiva-se estabelecer relações comerciais justas, co-responsáveis e duradouras;
- A garantia de qualidade é oferecida aos consumidores por meio de uma certificação independente.

As normas de Produtos determinam, por sua vez, as regras específicas para cada produto, complementando a Norma Geral. Até junho de 2002, apenas o café havia sido regulamentado, mas estava em desenvolvimento a regulamentação para produtos como o artesanato, grãos, mel, chocolate, dentre outros.

A Norma para Pontos de Venda Qualificados de Comércio Justo envolve os distribuidores que tem contato direto com o consumidor no sistema de certificação de comércio justo. Nessa norma, são estabelecidos critérios de admissão, comercialização, inspeção e certificação para os pontos de venda. Vale notar que, no caso do café, a margem bruta (a diferença entre o preço de venda e aquele de aquisição) deverá ser igual ou inferior a 25% sobre o preço de venda ao consumidor, segundo esse documento.

A Norma para a Empresa Mexicana de Comercio Justo se refere à comercialização coletiva entre diferentes grupos de pequenos produtores. Esse documento contém os critérios de estrutura e funcionamento, os objetivos e políticas empresariais, as regras e custos para a inspeção e certificação, bem como um código de ética.

Para a Comércio Justo México a certificação de comércio justo equivale à revisão documental e a inspeção física exaustivas que garantam ao consumidor o cumprimento das normas estabelecidas. As inspeções são realizadas anualmente, seguindo o mesmo procedimento todos os anos.

Um ponto interessante no mecanismo de certificação da Comercio Justo A.C é que a certificação com base nas normas da Comercio Justo México não vem necessariamente acompanhada pelo uso do “*Sello de Garantia Comercio Justo México*” (evidenciado na Figura 4.8), existindo a opção de que a organização e seus produtos se certifiquem como de comércio justo sem que pretendam utilizar o selo, dependendo do mercado no qual pretendem atuar. Essa é, definitivamente, uma grande diferença em relação ao cenário da certificação do Brasil, mostrando como o elemento cultural influencia nas práticas comerciais. Aqui no Brasil, todas as partes interessadas na certificação demandam a utilização do selo como condição *sine qua non*, entendendo que este é um diferencial competitivo de seus produtos e/ou processos, já que é o selo o instrumento de comunicação entre o fabricante/fornecedor e o consumidor. A evidência de desnecessidade em relação ao selo demonstra, no cenário mexicano, o estabelecimento de uma cultura para a avaliação da conformidade, que é o que se pretende alcançar no Brasil daqui a alguns anos.

A Figura 4.9 a seguir evidencia o funcionamento do processo de certificação da Certimex, o braço certificador da Comercio Justo A.C.



Figura 4.8.- Sello de Garantía Comercio Justo México, A.C.
Fonte: Comércio Justo A.C., 2011.

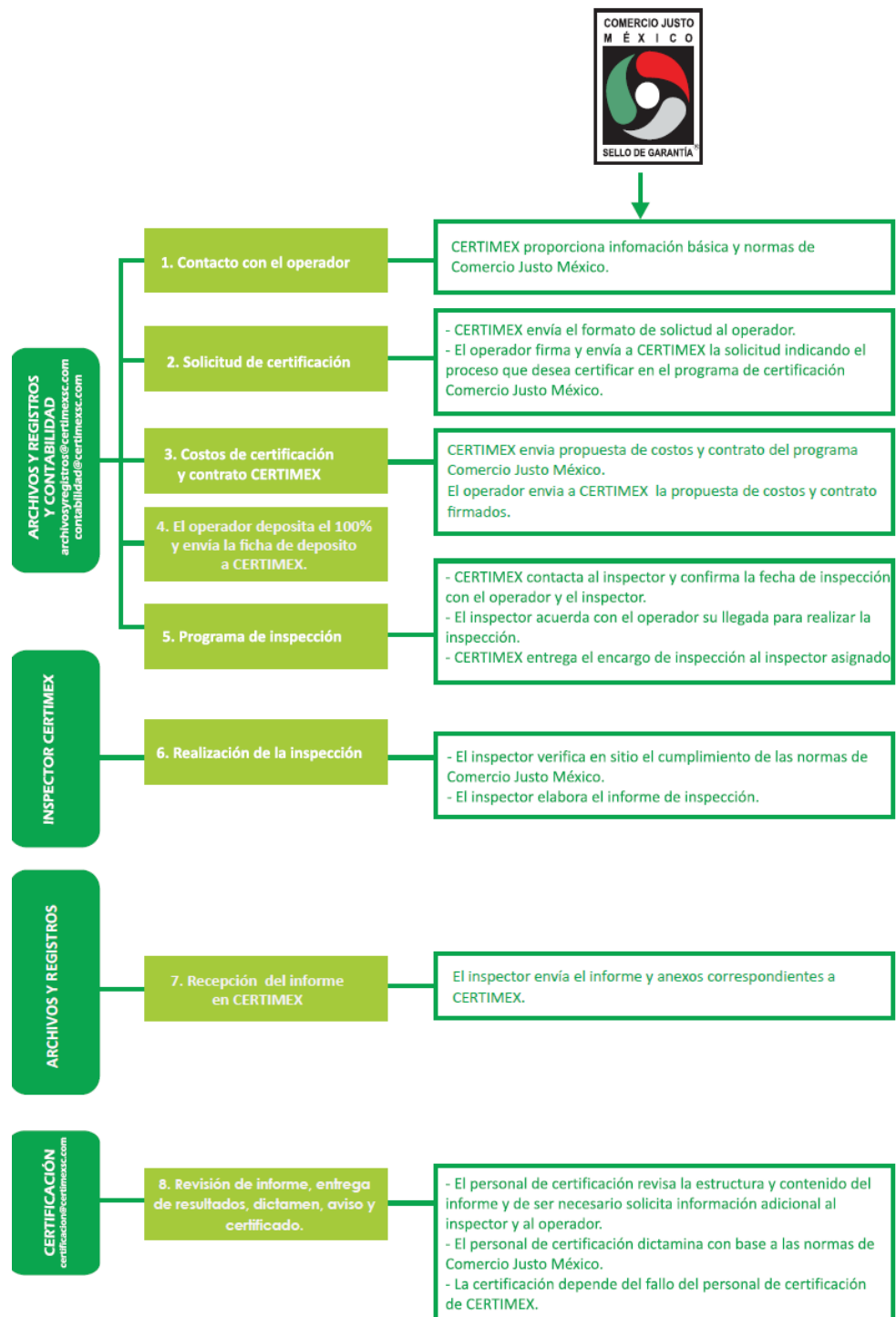


Figura 4.9. - Funcionamiento do processo de certificação da Certimex

Fonte: Certimex S.C., 2011.

4.3. Da teoria à prática: vivenciando o comércio justo por meio da experiência da Residência Social

O Curso de Mestrado Multidisciplinar e Profissional em Desenvolvimento e Gestão Social prevê, na sua grade curricular, uma disciplina denominada Residência Social.

A residência social é uma tecnologia de ensino desenvolvida por Fischer (2001), voltada à formação de gestores sociais do desenvolvimento e promovida desde o ano de 2001 pelo Programa de Residência Social do Centro Interdisciplinar de Desenvolvimento e Gestão Social (CIAGS), tendo por objetivo ser um espaço de articulação entre os saberes teóricos e práticos, na busca por uma aproximação entre diferentes setores e instituições da sociedade, integrando gestores sociais, profissionais, estudantes e pesquisadores no desenvolvimento de suas ações.

Assim, cabe a cada aluno, durante o curso, estabelecer, junto ao seu orientador ou aos professores responsáveis pela Residência Social, o período de sua residência, bem como a instituição a ser visitada. Uma vez que a Universidade recomenda como tempo mínimo um período de 15 (quinze) dias, foi definido que a minha residência social ocorreria em Paris, França, por um período de 28 (vinte e oito) dias, em janeiro de 2010.

A escolha da cidade se deu em função do seu histórico no que tange às organizações de comércio justo (*Commerce Équitable*²⁹), adicionada ao fato da possibilidade de conversar com o Professor Jean Louis Laville, sociólogo francês, professor do *Conservatoire National des Arts et Métiers* - CNAM e um especialista na temática.

Em Paris, foram visitadas 4 (quatro) organizações ligadas ao Comércio Justo: a Plataforma Francesa de Comércio Justo e Solidário - PFCE³⁰; a mais antiga organização de comércio justo da França: a *Artisans du Monde*³¹; a *Veja*³², fabricante de tênis e a *Tudo Bom?*³³, fabricante de camisas. Além disso, participei de uma audiência pública na Prefeitura do 14ème Arrondissement³⁴ (iniciativa municipal coordenada pela PFCE) denominada de “*Territoires de Commerce Équitable: Et si ma ville passait au commerce équitable?*” e de

²⁹ Termo em francês para o Comércio Justo.

³⁰ *Plate-Forme Pour Le Commerce Équitable*: <http://www.commerceequitable.org/>

³¹ *Artisans du Monde*: <http://www.artisansdumonde.org/index.php>

³² *Veja*: <http://www.veja.fr/>

³³ *Tudo Bom?*: <http://www.tudobom.fr/>

³⁴ Prefeitura do 14ème Arrondissement: <http://www.mairie14.paris.fr/mairie14/jsp/site/Portal.jsp>

uma reunião com os professores do CNAM, incluindo o Professor Jean Louis Laville sobre o tema.

No que diz respeito à Plataforma Francesa de Comércio Justo e Solidário – PFCE, organização privada, de natureza pública, fundada em 1997, pode-se constatar que, em função do histórico do País na temática, a Plataforma, apesar do número diminuto de funcionários, possui credibilidade nacional e muita articulação, buscando ser o elo de integração entre todas as partes interessadas no comércio justo (produtores, consumidores, governo, em suas diferentes instâncias e organizações).

Possuindo um *mailing* com cerca de 40 (quarenta) organizações francesas, de diferentes regiões e competências, a PFCE está organizada para atender a 3 (três) diferentes focos: fazer com que o comércio justo seja visto e reconhecido; consolidar a credibilidade das práticas entre os seus membros e valorizar as atividades e produtos oferecidos pelos membros.

A estrutura da PFCE é composta da seguinte forma:

- Assembléia Geral (37 membros) - responsável pelas diretrizes da Plataforma, reunindo-se, no mínimo, uma vez por ano;
- Conselho de Administração (16 membros) - responsável pela operacionalização dos trabalhos coletivos, reunindo-se a cada 2 meses;
- Escritório (4 membros) - órgão executivo, que se reúne todos os meses;
- Secretaria Executiva (5 membros permanentes e alguns pesquisadores complementares) – atendem a um contrato profissional com tempo determinado.

No que tange à atuação da PFCE, há que se destacar a sua similaridade com o Sistema Brasileiro de Comércio Justo e Solidário – SBCJS, do Ministério do Trabalho e Emprego, já que ambas as organizações visam à articulação entre os diferentes atores do cenário do comércio justo. No caso francês, a Plataforma possui muita credibilidade e constitui-se em um diferencial tanto para as organizações-parte, quanto para os franceses que pactuam com os valores do comércio justo.

Outro ponto que merece destaque é o acordo celebrado entre organizações da sociedade civil e o órgão de governo francês, a AFNOR (a Associação Francesa de Normalização, equivalente à ABNT no Brasil), em 2006, reconhecendo três princípios

básicos do comércio justo: relações comerciais equilibradas entre as partes; atividades de acompanhamento no apoio a produtores e suas organizações e; informação e geração de conhecimento sobre o comércio justo a consumidores, clientes e o público em geral.

Já na audiência pública realizada no *14ème Arrondissement* (Figura 4.10 abaixo), foi interessante perceber que a PFCE utiliza o engajamento local como uma das suas estratégias de sensibilização. Uma surpreendente constatação foi a ampla participação dos moradores do bairro/distrito na audiência pública. Pais, mães, comerciantes, representantes de empresas, organismos certificadores e políticos de diferentes instâncias do governo estavam presentes no mesmo espaço discutindo a importância da adoção do comércio justo como uma política pública, mas, sobretudo como um valor social para o desenvolvimento local.

Foi destacado pelo prefeito o papel do governo nesse movimento, informando este que 14 (quatorze) territórios franceses já trabalham institucionalmente com a perspectiva do desenvolvimento local por meio do comércio justo. Isso significa tanto a elaboração de políticas públicas quanto a preferência por produtos do comércio justo nas compras públicas (café, chá, roupas profissionais e etc).



Figura 4.10. – Fachada da *Mairie du 14ème Arrondissement* e a logomarca do Projeto.

Fonte: PFCE, 2010

As visitas às empresas *Veja* e *Tudo Bom?* trouxeram uma outra dimensão: a dificuldade de operacionalização do comércio justo. Ambas as organizações trabalham com cooperativas brasileiras e com a perspectiva do comércio justo voltada a um comércio alternativo. A *Veja*, com cooperativas de Novo Hamburgo/RS, que realizam o corte do couro e todo o processo de fabricação dos tênis da marca. Já a *Tudo Bom?* trabalha com cooperativas de costureiras de Petrópolis/RJ.

Tanto o representante da Veja quanto o da Tudo Bom? sinalizaram a dificuldade de negociação entre as partes no comércio justo (produtores/fornecedores e compradores). Isso em virtude da falta de engajamento político e/ou social dos produtores/fornecedores, até então excluídos pelo comércio tradicional.

O representante da *Tudo Bom?* relatou ainda a sua dificuldade quanto à sensibilização política das costureiras de Petrópolis/RJ relacionada ao estabelecimento do preço mínimo das mercadorias. Como elas eram acostumadas a fazer facção³⁵, não possuíam prática em estabelecer o preço justo pelo serviço realizado, pois no modelo anterior (capitalismo), o preço era definido pelo comprador e apenas aceito ou não pela cooperativa. mencionou então que a *Tudo Bom?* teve que realizar um trabalho de *enforcement* ou empoderamento junto às cooperativas para que eles pudessem negociar com transparência e nos valores do comércio justo. Dois ensinamentos importantes desse relato foram: 1) os atores que negociam não podem ser os mesmos que sensibilizam, dada a diferença de interesses entre as partes na mesa de negociação; 2) o estabelecimento do preço mínimo pelos produtores não se estabelece se não houver uma mudança de relações de poder no interior da cadeia produtiva.

Jerôme Schazman³⁶ informou que a *Tudo Bom?* demorou a compreender isso, mas que ao perceber a extensão do problema e a sua implicação para a efetividade do comércio justo, convidou um outro ator para o processo, uma ONG com a única finalidade de trabalhar o empoderamento das costureiras das cooperativas de Petrópolis.

O representante da Veja relatou ainda que, na Europa, existe mercado consumidor para o comércio justo, mas que os produtos oriundos desse tipo de comércio costumam ser mais caros do que os produzidos no comércio tradicional, dada a necessidade de adequação das organizações a questões ambientais, éticas e sociais.

Na visita à *Artisans du Monde*, a primeira organização de comércio justo francesa, o que mais chamou a atenção foi o destaque que a organização dá para a sua rede de comercialização (*Solidar'Monde*) e para a educação, que ocorre em 4 diferentes níveis (informativo – por meio da utilização da mídia; sensibilização do consumidor, a partir da elaboração de material pedagógico; educação política, realizada por meio da intervenção de

³⁵ A idéia da facção surgiu com a tendência de terceirização de serviços, sendo ela o nome dado às empresas que fazem serviços exclusivamente para confecções. Em outras palavras, a facção é uma confecção que não possui marca própria, estilistas, desenhistas, lojas, etc.

³⁶ Jérôme Schazman é Diretor Geral da *Tudo Bom?*

representantes da Federação nas escolas e, por último, a responsabilização do público consumidor quanto ao seu papel – associando o comércio justo aos direitos humanos).

A *Artisans du Monde* é uma associação de solidariedade internacional criada na França, em 1974, com o objetivo de promover um comércio mais justo entre os países do Norte e do Sul. Ela encontra-se inserida na plataforma do comércio justo francês (PFCE), reunindo diversos atores (importadores, distribuidores, rotuladores e etc.).

A Federação se organiza por meio de uma central de compras, a *Solidar'Monde*, importando produtos pelo sistema do comércio justo e repassando-os aos distribuidores e às lojas *Artisans du Monde*. Essa organização também trabalha com a perspectiva do comércio alternativo, sendo amplamente conhecida pelos franceses e possuindo grande credibilidade no cenário do comércio justo francês.

Durante as breves entrevistas realizadas, buscando uma percepção sobre o comércio justo na França, pode-se perceber que as grandes dificuldades das organizações de comércio justo relacionam-se à sua operacionalização em si e à comunicação do diferencial do comércio justo enquanto forma alternativa de produção (selo).

Já na Universidade com o Professor Laville e demais professores, o foco manteve-se no conceito “solidariedade”, corroborando que tanto na teoria, quanto na prática, a solidariedade é um elemento social complexo e ainda em construção.

A noção intuitiva da solidariedade, relacionada aos direitos humanos e à cidadania como um conceito ainda em construção foi destacada. Para Laville, a solidariedade pode assumir três diferentes dimensões: a material (regras de distribuição e contrapartida); a prática (investimentos sociais) e a política (princípios norteadores definidos pelos atores envolvidos).

Se de um lado a solidariedade internacional tem por objetivo promover a ajuda humanitária com foco no desenvolvimento, de outro ela se transformou em uma espécie de etiqueta, *marketing*. Então, até que ponto ela é mesmo efetiva? Quem determina as práticas como solidárias? As políticas públicas de solidariedade entrelaçam-se às políticas das organizações internacionais? Que tipo de comunicação é feita à população? Até que ponto a noção de solidariedade internacional não esconde o local?

Foi mencionada a existência de políticas públicas francesas de solidariedade, cenário diferente do que ocorre na América Latina, onde os sistemas de solidariedade restringem-se às políticas sociais. Porém, apesar da existência de um número significativo de políticas de solidariedade na França, de acordo com o grupo, elas mostram-se inadequadas ou contraditórias porque colocam em conflito dois pólos: o individual e o social.

Assim, a necessidade da reforma das políticas públicas francesas e européias foi amplamente discutida, tendo o grupo consensado dividi-las de três maneiras: a solidariedade como propulsora do princípio da promoção da atividade individual (indivíduos livres e autônomos); a solidariedade ligada aos direitos humanos e; por último, a solidariedade como um princípio social, uma norma de conduta.

Restou evidente que a solidariedade como base de uma outra economia (plural) é um conceito híbrido e muito mais complexo do que aparentemente parece (a começar pelo nome), possuindo várias dimensões que se inter-relacionam: a material, a prática e a política.

Em uma sociedade marcada pelo capitalismo e suas conseqüências, a solidariedade precisa sair conceito, materializando-se de infinitas formas em prol do bem estar social. Eis o grande desafio (indivíduos, organizações e governos).

4.4. Dilemas da certificação no Comércio Justo

A certificação de produtos no comércio justo constitui-se como uma importante ferramenta para a disseminação das suas práticas e valores, bem como para o estímulo a uma forma ética e sustentável de consumir. Entretanto, faz-se necessário compreender que a certificação é um instrumento de controle da economia capitalista e, como tal, demanda a observância de algumas limitações, a fim de que a sua utilização não descaracterize os princípios norteadores do comércio justo ou ainda, que a lógica de mercado seja transladada para o comércio justo. Esse limite tênue entre o que são práticas de comércio justo e o que são práticas de comércio capitalista está ficando cada vez mais incerto devido à busca dos atores de comércio justo pela sua auto-sustentabilidade, tentando adaptar-se ao mercado convencional e às expectativas do consumidor final (RENARD, 2005; WILKINSON, 2006).

Em outras palavras, é importante que a certificação seja encarada como uma ferramenta para a disseminação do movimento do comércio justo no Brasil e no mundo, mas não confundida com o seu objetivo. Nesse sentido, surgem alguns dilemas quanto à certificação no comércio justo:

a) Os requisitos definidos para a certificação no cenário do comércio justo foram, originalmente, validados por organizações internacionais oriundas dos países do Norte.

Pode-se afirmar que o processo de elaboração de requisitos foi democrático e transparente, contando com a participação dos países do Sul? Existe (iu) desequilíbrio nas relações de poder no que tange à elaboração dos requisitos adotados como padrão ou referência para o comércio justo (*standards*)? Sobre esse aspecto, é importante destacar o surgimento de movimentos contrários à certificação no comércio justo, como por exemplo, o da organização francesa Minga³⁷, que afirma, categoricamente, que a certificação, nesse cenário, apenas ratifica a desproporcionalidade histórico-comercial entre os países do Norte e do Sul, já que são as organizações internacionais de certificação do Norte as que determinam os requisitos/*standards* a ser seguidos pelos produtores dos países do Sul, não alterando em nada a relação de dependência histórica que o movimento do comércio justo quer contrapor.

b) Avaliar até que ponto os pequenos produtores estão preparados para a certificação, dada a sua menor escala de produção.

O comprometimento histórico do movimento com a pequena produção, com a preservação do meio ambiente, com a solidariedade e com a justiça social não devem ceder espaço apenas para a eficiência da média e grande produção na competitividade de preços, nos ganhos de escala e na certificação e padronização. Assim, qualquer ação referente à certificação no comércio justo só será efetiva se adotar como referência as necessidades dos pequenos produtores; fomentar incentivos ou parcerias para que esses possam se incluir nos padrões estabelecidos, já que serão necessários investimentos técnicos e tecnológicos para que a realidade produtiva do comércio justo seja auto-sustentável;

³⁷ Minga: <http://www.minga.net/>

c) Cuidado para não transformar a certificação de comércio justo em um novo nicho de mercado, tal como ocorreu com os produtos orgânicos.

O comércio justo, diferentemente, pretende manter-se como um mercado alternativo ou tornar-se um novo modelo comercial. (Jaffe, Monroy & Kloppenburg, 2004).

Em entrevista concedida em 2006 durante o I Fórum Brasileiro do Comércio Justo Certificado, realizado em Vitória/ES, o presidente da FLO, certificadora internacional de comércio justo, afirmou que a perspectiva é que em 25 anos o conceito do comércio justo deixe de ser uma prática alternativa de nicho de mercado, passando a ser um conceito praticado globalmente, onde a aplicação dos seus princípios pelas empresas convencionais modifique toda a esfera produtiva e comercial internacional (FLO, 2003; Renard, 2005).

O comércio justo deve configurar-se como uma alternativa de produção e consumo, onde o produtor estabelece uma relação social com a produção e a organização e o consumidor, ao adquirir esses produtos, adquire também os seus valores, contribuindo para as práticas do movimento e induzindo socialmente um consumo ético. Nesse sentido, não deve ser confundido como um nicho, moda, assistencialismo ou mesmo instrumento de *marketing*.

d) A variabilidade do preço mínimo estabelecido para produtos.

Algumas certificadoras, como, por exemplo, a FLO, reconhecem a variabilidade do preço mínimo estabelecido para produtos. Essa variabilidade faz com que os produtores sintam-se vulneráveis, uma vez que os valores podem alterar-se a qualquer tempo, o que de certa forma condiciona os produtos do comércio justo ao preço de mercado. Uma vez que as matérias-primas dificilmente reduzem o seu valor e que o preço mínimo foi definido pelo produtor, considerando a produção, a organização e o meio ambiente, essa variabilidade fragiliza a própria relação entre as partes. A figura 4.11 abaixo exemplifica a variação do preço mínimo e prêmio ao longo do tempo.

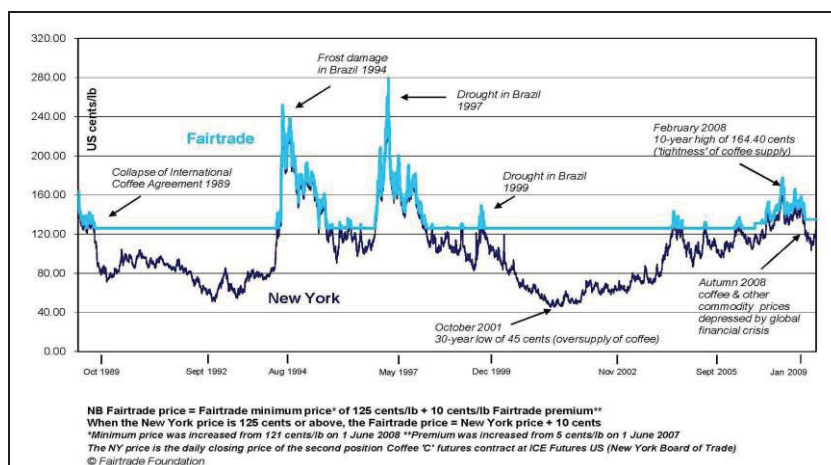


Figura 4.11. Variabilidade do preço mínimo e prêmio

Fonte: *Fairtrade Foundation*, 2010

e) A utilização da certificação como uma ferramenta disseminadora de práticas e valores deve ser uma atividade voluntária.

Nesse sentido, é importante compreender que nem todas as organizações ou produtos entrarão nessa dinâmica, uma vez que ela deve representar uma decisão consciente e voluntária de todos os seus membros/atores. Outro ponto relevante a ser compreendido é que os produtos não certificados não configuram-se, necessariamente, em maus produtos. Esses podem também atender aos valores e práticas do movimento, não sendo, contudo reconhecidos por uma terceira parte como tal, o que não invalida nem diminui uma negociação comercial em que haja confiança entre as partes.

A avaliação da conformidade é uma ferramenta que proporciona confiança nas relações de consumo, por meio da conformidade de produtos, serviços, processos e profissionais, em especial quando os atores não possuem vínculo anterior ou duradouro. Assim, uma vez que o comprador já conhece o empreendimento, os produtos e quem os fabrica, sendo que esses atendem à sua expectativa e a dos seus clientes, não necessariamente precisa valer-se da avaliação da conformidade para a aquisição de bens ou serviços, já que essa também representa um maior custo na produção, dada a necessidade de adequação, treinamento, auditorias, rastreabilidade e etc.

Aqui cabe também esclarecer que a atividade de avaliação da conformidade não garante a qualidade do produto, mas sim o atendimento desse a requisitos pré-estabelecidos, o que é um indício, mas não necessariamente representa a qualidade. Quem deve garantir a qualidade do produto ou serviço, por lei, é o fabricante/produtor/importador.

5. A AVALIAÇÃO DA CONFORMIDADE NO SBAC E O COMÉRCIO JUSTO

Como apresentado anteriormente, o Inmetro desempenha dois importantes papéis na sociedade brasileira: o papel de regulamentador (já que é uma autarquia federal) e o papel de único órgão acreditador oficial do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade. Isso significa que o Instituto, além de elaborar regulamentos para as atividades de metrologia legal e avaliação da conformidade, acredita organismos e laboratórios para a realização de ensaios em produtos, processos, serviços e profissionais. Essa característica híbrida e pública é um diferencial do Inmetro, especialmente quando comparado com outros Institutos correlatos no mundo.

Assim, pensar em como a atividade de avaliação da conformidade, dentro do SBAC pode colaborar com as práticas do comércio justo é de grande relevância para a disseminação dos valores e das práticas desse tipo de comércio no Brasil e no mundo. Nesse sentido, faz-se necessário destacar alguns pontos:

a. O fato do Inmetro ser um órgão público, atuar dentro do SBAC e ser o único acreditador oficial brasileiro é um diferencial para o cenário do comércio justo no Brasil.

O Inmetro é, no Brasil, o órgão brasileiro responsável pelo estabelecimento de programas de avaliação da conformidade. A avaliação da conformidade do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade significa credibilidade e reconhecimento nos níveis nacional, regional e internacional. Outro ponto a ser considerado é o fato de que os grandes certificadores internacionais de comércio justo são braços executivos e privados de instituições internacionais, como por exemplo, a FLO e a FLO Cert.

Essa característica é criticada por alguns atores do comércio justo que defendem ser essa a grande limitação da certificação para o segmento, já que são os países do Norte os que determinam os critérios e normas que devem reger as transações no comércio justo, sem um diálogo adequado com as organizações dos países do Sul. Assim, em sua visão, a transparência e o conceito de “justo”, que caracterizam o comércio justo como tal, não são evidenciados com a certificação, sendo essa meramente uma estratégia de *marketing* e de controle econômico dos detentores de capital e tecnologia (países do Norte).

b. A atividade de regulação representa, por si só, uma política pública.

Como a atividade de regulação só pode ser realizada por autoridade competente, ao elaborar um programa de avaliação da conformidade, o Inmetro realiza uma política pública. Políticas Públicas são um conjunto de ações e decisões do governo, voltadas para a solução (ou não) de problemas da sociedade. De outra maneira, as Políticas Públicas são a totalidade de ações, metas e planos que os governos traçam para alcançar o bem-estar da sociedade e o interesse público.

c. Ser o Inmetro um órgão de grande credibilidade nacional e internacional, possuindo acordos de reconhecimento mútuo com diferentes países.

Os Acordos de Reconhecimento Mútuos (*Mutual Recognition Agreement* - MRA) dos procedimentos de avaliação da conformidade existem com o objetivo de evitar custos adicionais, fazendo-se valer a máxima há muito almejada: "*testado uma vez, aceito em qualquer lugar*". Contudo, a obtenção desses reconhecimentos é muito difícil para os países em desenvolvimento. Para alcançá-los é essencial a promoção de programas de cooperação técnica que viabilizem a transferência de tecnologia e a experiência dos países desenvolvidos.

Somente por meio desses programas de cooperação técnica torna-se possível dotar a infra-estrutura de acreditação dos países em desenvolvimento, como o Brasil, do necessário nível de confiança de seus processos que lhes permitem buscar esses reconhecimentos internacionais. O Inmetro tem perseguido, continuamente, o reconhecimento das suas creditações em vários fóruns internacionais. Atualmente, alguns reconhecimentos muito importantes já foram obtidos: o do *International Accreditation Forum* - IAF³⁸, o do *International Laboratory Accreditation Cooperation* - ILAC³⁹, o da Agência Internacional de Pesos e Medidas - BIPM⁴⁰ e o da *European Accreditation* - EA⁴¹.

³⁸ O IAF é um fórum de reconhecimento multilateral de organismos credenciadores em vários escopos, congregando, na atualidade, os 28 países mais industrializados do mundo. Nas Américas, somente os EUA, o Canadá e o Brasil atingiram tal reconhecimento.

³⁹ O ILAC é um fórum internacional que engloba os credenciadores de laboratórios de calibração e ensaios. O Brasil é o único país da América Latina a obter esse reconhecimento.

⁴⁰ O *Bureau International des Poids et Mesures* - BIPM é um fórum que congrega os organismos nacionais de metrologia científica e industrial.

⁴¹ A *European Accreditation* – EA é um fórum que reconheceu o Inmetro, como instituição que credencia laboratórios dentro dos padrões internacionais. Tal feito, atingido ainda por poucos países industrializados, conferiu um "salvo conduto" para as exportações brasileiras para os países membros da União Européia.

d. A regulação pressupõe a implantação assistida⁴² de uma infra-estrutura que a suporte (laboratórios, auditores, organismos, fontes de fomento e etc).

A implantação Assistida de Programas de Avaliação da Conformidade busca identificar fatores facilitadores ou dificultares da implantação de Programas de Avaliação da Conformidade, a partir dos quais deve ser feito um Plano de Implantação Assistida, contemplando para cada ação sua natureza, meios, responsáveis e prazos, de forma a facilitar o entendimento, aceitação e adequação ao Programa por todas as partes interessadas que, por sua vez, contempla também as partes impactadas. Assim, cabe à Diretoria da Qualidade do Inmetro, no que tange à implantação assistida de programas de avaliação da conformidade:

- a) A viabilização da infra-estrutura/logística necessária a implantação do Programa;
- b) O envio e assessoramento na interpretação de informações relativas ao Programa às partes interessadas que possam facilitar sua implantação;
- c) A divulgação e a sensibilização das partes interessadas, em especial as Micro e Pequenas Empresas - MPE, em relação ao Programa;
- d) A capacitação das partes impactadas, em especial as MPE, para o melhor cumprimento dos requisitos de Programa;
- e) O assessoramento técnico às partes impactadas, em especial as MPE, para o melhor cumprimento do Programa;
- f) O auxílio na viabilização do investimento necessário à adequação ao Programa, por meio de entidades de fomento;
- g) A adequação da infra-estrutura de acompanhamento no mercado, em especial por meio do estabelecimento dos procedimentos de fiscalização e da capacitação dos fiscais.

e. Menores custos para os EES, em especial, no que tange à avaliação da conformidade para produtos, já que esses não precisariam ser ensaiados em laboratórios do Norte, mas sim no próprio País.

A disponibilização de uma infra-estrutura para o comércio justo significa não apenas menores custos para os empreendimentos econômicos solidários, mas também o

⁴²A implantação Assistida de Programas de Avaliação da Conformidade é uma metodologia desenvolvida pela Diretoria da Qualidade do Inmetro, com o objetivo de facilitar a circulação de informações e estimular a adesão da sociedade aos programas de avaliação da conformidade para produtos regulamentados pelo Instituto.

aperfeiçoamento de técnicas, medidas, profissionais, laboratórios, organismos e estudos vinculados à temática.

A normalização, a avaliação da conformidade e a metrologia formam um conjunto de ferramentas tecnológicas que provêm uma das bases para o desenvolvimento dos setores industriais e de serviços. Uma vez instalada, essa infra-estrutura fará parte do ramo de atuação da Tecnologia Industrial Básica – TIB⁴³, facilitando a sua disseminação, melhoria contínua e financiamento.

f. A adoção de um mecanismo de avaliação da conformidade representa, no cenário do comércio justo, uma orientação pública quanto a diretrizes e práticas capazes de propiciar aos empreendimentos econômicos solidários um desenvolvimento social, ambiental, comercial e organizacional.

O estabelecimento de um programa de avaliação da conformidade de natureza voluntária representa um guia, uma referência aos empreendimentos econômicos solidários sobre como o produto ou processo produtivo deve ser tratado e que práticas ou elementos contribuem para o seu atendimento.

g. A adoção de um mecanismo de avaliação da conformidade representa uma dificuldade a um possível protecionismo comercial por parte de países do Norte.

A atividade de avaliação da conformidade visa avaliar produtos, processos e pessoas quanto a determinados requisitos. Nesse sentido, uma vez comprovado o atendimento desses pelos EES, não há que se falar em assistencialismo, protecionismo comercial ou mesmo em eventual barreira técnica⁴⁴ aos produtos oriundos do comércio justo.

De acordo com o Guia de Boas Práticas de Regulamentação⁴⁵, a atividade de regulação demanda um estudo prévio da autoridade regulamentadora denominado de Estudo

⁴³De acordo com o Ministério de Ciência e Tecnologia (MCT, 2001), compõem a infra-estrutura de Tecnologia Industrial Básica (TIB) as seguintes atividades: metrologia (científica, industrial e legal), normalização e regulamentação técnica, avaliação da conformidade (inspeção, ensaios, certificação e procedimentos de autorização), tecnologias de gestão, propriedade intelectual e informação tecnológica.

⁴⁴Barreiras técnicas são barreiras comerciais derivadas da utilização de normas ou regulamentos técnicos não-transparentes ou não-embasados em normas internacionalmente aceitas ou, ainda, decorrentes da adoção de procedimentos de avaliação da conformidade não-transparentes e/ou demasiadamente dispendiosos, bem como de inspeções excessivamente rigorosas.

⁴⁵Guia que fornece orientações para o processo de elaboração, adoção e implementação da regulamentação técnica para as agências regulamentadoras nacionais.

de Impacto e Viabilidade (EIV). O estudo é uma prática recomendada à realização de uma avaliação do impacto da regulação nas dimensões econômica, social e ambiental, com o objetivo de proporcionar à sociedade uma boa regulação.

Assim, antes de regulamentar, deve a autoridade regulamentadora questionar-se:

- o problema está corretamente definido?
- que grupos são afetados pelo problema e como?
- quais são os pontos e aspectos cruciais a respeito do problema para o público e para as partes interessadas específicas?
- o que levou ao problema? Que eventos ou comportamentos contribuem para o problema?
- a ação do Estado pode contribuir com a disseminação de práticas, valores e/ou condutas?
- existem bases legais para a regulação?
- qual o nível de governo ou do Estado é mais apropriado para esta ação?
- os benefícios da regulação justificam os custos?
- a distribuição dos efeitos e consequências da regulação através da sociedade é transparente?

Por meio do EIV, espera-se que a autoridade reguladora possa confirmar que analisou criticamente a avaliação do impacto da regulação e se assegurou de que os impactos positivos superam os negativos, sejam econômicos, ambientais ou sociais, decorrentes da implementação da regulação.

Realizado o estudo de impacto e viabilidade para o desenvolvimento de um programa de avaliação da conformidade - PAC para o cenário do comércio justo e, levando-se em consideração os seus múltiplos atores e interesses, concluiu-se que a ferramenta avaliação da conformidade tem possibilidade de auxiliar na disseminação de valores e práticas do movimento do comércio justo, ao tempo em que também se configura como um poderoso instrumento de comunicação entre o produtor e o consumidor, comunicando aos consumidores através de um selo de conformidade, que tais produtos fazem parte de um movimento social que preza por novas relações comerciais e por uma nova proposta de desenvolvimento local.

As práticas internacionais de certificação estudadas, apesar de diferentes, demonstraram um elemento comum: a complexidade no estabelecimento de requisitos ou *standards* para o comércio justo, já que esses devem refletir características das organizações; aspectos do processo e/ou produto; negociações transparentes e democráticas entre as partes; o estabelecimento de preço mínimo ou justo; a solidariedade dos membros e etc. Ou seja, os requisitos devem ser uma mistura de valores e práticas de gestão, o que, por si só, já é um grande desafio para todas as partes interessadas. Tudo isso, além da comunicação, já que o consumidor consciente é o grande foco do movimento.

Os mecanismos de avaliação da conformidade que mostraram-se mais adequados foram a certificação e a etiquetagem. Porém, em um primeiro momento, recomenda-se a utilização do mecanismo de certificação, de natureza voluntária, uma vez que o mecanismo etiquetagem pressupõe uma maturidade do setor produtivo e das partes interessadas que ainda não se estabeleceu no cenário do comércio justo. Assim, apesar de mais custosa, a certificação firma-se como melhor alternativa para o atual momento, até que os atores possuam a autonomia e a cultura de avaliação da conformidade necessárias à migração para o mecanismo da etiquetagem (segundo momento).

A certificação no cenário do comércio justo, tal como ocorre em experiências internacionais, poderá referir-se ao produto, ao processo produtivo ou a ambos, levando sempre em consideração as características do movimento em todas as alternativas. De forma a criar uma ambiência social para os valores do comércio justo, recomenda-se que a certificação ocorra primeiramente no processo para, após a sua disseminação, migrar também para os produtos.

Um importante ponto a ser trabalhado pelo Inmetro e por outros agentes é o empoderamento e sensibilização das organizações, pois a dinâmica da certificação precisará ser compreendida, trabalhada e incentivada pelas partes envolvidas, para que os pequenos produtores não tenham a falsa impressão de que o programa não foi criado para eles ou, ainda, que eles não são capazes de atender aos requisitos estabelecidos.

Contudo, é importante ressaltar que, como um mecanismo voluntário, nem todos os empreendimentos econômicos e solidários se interessarão pela certificação no SBAC, o que, não descaracteriza o movimento, o processo produtivo e as negociações comerciais, já que a avaliação da conformidade deve ser vista como ferramenta de incremento ao movimento e

às práticas do comércio justo e não como uma obrigação ou necessidade imposta pelo mercado.

No que diz respeito ao selo de conformidade, como a proposta é de âmbito voluntário, devem as partes interessadas, definirem uma “marca” que simbolize a conformidade a requisitos do comércio justo, tal como ocorre nas marcas dos Programas de Certificação Florestal – Cerflor e Produção Integrada de Frutas – PIF, conforme evidencia a Figura 5.1 abaixo, já que não é possível apor a marca do Inmetro e da Acreditação nos produtos voluntários. De outra forma, a marca da acreditação é disponibilizada em todos os certificados de conformidade emitidos.



Figura 5.1. Logomarcas dos PAC de Cerflor e da PIF
Fonte: Inmetro, 2011.

A marca que representará o comércio justo deve representar os ideais de justiça e solidariedade que o movimento carrega, ser clara, de fácil assimilação e informar a que características se destina, de modo a facilitar a sua compreensão e, sua posterior seleção por parte dos consumidores.

O conteúdo típico de um programa de avaliação da conformidade engloba duas partes: base normativa (o que avaliar) e requisitos de avaliação da conformidade - RAC (como avaliar). Uma vez que as Boas Práticas de Regulamentação prevêm que os requisitos sejam construídos a partir de ampla discussão entre as partes interessadas, com vistas à sua efetividade, resta sugerir apenas algumas referências normativas que possam ser utilizadas como base para a regulação, a seguir descritas.

- Constituição da República Federativa do Brasil de 1988;
- Decreto Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943 - Consolidação das Leis do Trabalho (CLT);
- Decreto Lei 2.848, de 07 de dezembro de 1940 - Código Penal (trabalho infantil, escravo, discriminação);

- Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990 - Código de Proteção e Defesa do Consumidor (proteção comercial);
- Portaria Inmetro n.º 374, de 17 de setembro de 2010 - Requisitos Gerais para a Sustentabilidade de Processos Produtivos;
- Decreto n.º 7.358, de 17 de novembro de 2010 - Institui o Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário, cria a sua Comissão Gestora Nacional e dá outras providências;
- Lei n.º 5.764, de 1971 - Política Nacional de Cooperativismo e regime jurídico das cooperativas;
- ISO 9001:2008 - Sistema de Gestão da Qualidade (repetibilidade do processo);
- ISO 14001:1996 - Sistema de Gestão Ambiental (redução de impactos ambientais);
- ISO 22000:2005 - Sistema de Gestão de Segurança Alimentar (Controle de perigos para a segurança alimentar);
- ISO 26000:2010: Diretrizes sobre Responsabilidade Social;
- ABNT NBR 16001:2004 - Responsabilidade social - Sistema da Gestão – Requisitos;
- ABNT NBR 15.331:2005 - Gestão da Segurança em Turismo de Aventura;
- OSHAS 18001:2007 – Saúde Ocupacional;
- ABNT ISO/IEC Guia 2:2006 - Normalização e atividades relacionadas - Vocabulário geral;
- ABNT NBR ISO/IEC GUIA 65: 1997 - Requisitos gerais para organismos que operam sistemas de certificação de produtos;
- ABNT NBR ISO/IEC 17024:2004 - Requisitos gerais para organismos que realizam certificação de pessoas;
- ISO/IEC 17025:2005 - Sistema de gestão da qualidade em laboratórios de ensaio e calibração.

As referências normativas são apenas indicações prévias, devendo a elas ser agregadas outras referências pelas partes interessadas, assim como o estudo das práticas de certificação existentes no Brasil e no mundo. É importante esclarecer ainda que, não se

pretende, na elaboração de um programa de avaliação da conformidade, estabelecer requisitos de excelência que perpassem à totalidade desses e de outros elementos normativos. Primeiro, porque a atividade de avaliação da conformidade tem por objetivo estabelecer requisitos mínimos a ser atendidos e, segundo, porque se assim fosse, nem as empresas da economia de mercado e nem as da economia solidária conseguiriam atendê-los, dado o seu custo.

Caberá também ao Inmetro e seus parceiros favorecer mecanismos de auxílio e financiamento para que os pequenos empreendimentos possam agregar-se à certificação, como, por exemplo, a disponibilização do Bônus Avaliação da Conformidade logo após o estabelecimento do Programa de Avaliação da Conformidade, além do estímulo ao estabelecimento de uma infra-estrutura que o suporte.

O Bônus Avaliação da Conformidade é uma parceria entre o Inmetro e o Sebrae Nacional que objetiva a inserção das Micro e Pequenas Empresas nos Programas de Avaliação da Conformidade, com o objetivo de facilitar o acesso a esses programas, mediante a criação e implantação de mecanismos que possibilitem fazer face aos elevados custos que lhes são associados. Essa parceria financia até 70% dos custos da avaliação da conformidade nos 3 primeiros anos da sua adoção pelas empresas/organizações, representando um estímulo àqueles que querem adotá-la, mas não possuem recursos.

5.1. Consumo Consciente

*“Não há, propriamente, um sujeito histórico, não é a resistência do operariado, não é um socialismo de Estado, nem é o comunismo. Não é uma ideologia fixa. O que há é uma ideologia de resistência”.
(Boaventura de Souza Santos)*

Por consumo consciente, entende-se o consumo que busca o equilíbrio entre a satisfação do indivíduo e a sustentabilidade do planeta, entendendo que esta implica em um modelo ambientalmente correto, socialmente justo e economicamente viável (Akatsu, 2007).

A cultura do consumo consciente ainda é uma cultura em formação, já que a noção de sustentabilidade que emerge do seu conceito é contraditória ao modelo de desenvolvimento capitalista vigente, induzindo modelos de vida e hábitos de consumo.

Com a ampliação da indústria e do movimento da globalização, entra-se em uma nova era, onde se valoriza o novo, o ter e o descartável. O consumo deixa de representar o atendimento a uma necessidade, transformando-se, sobretudo, em elemento simbólico. Nesse sentido, Baudrillard (1995) afirma que o principal terreno da atividade social do mundo em que vivemos, deixa de ser a produção e passa a ser o consumo. Para ele, as mercadorias adquiridas pelos consumidores carregam consigo mais do que substância, mas também substrato, significados, corroborando com Derrida (1967), ao afirmar que todo significado é socialmente construído.

Assim, se o consumo é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos, por meio dele o indivíduo tem a oportunidade de construir, manter e comunicar conteúdos identitários e sociais. Nesse sentido, o consumidor que entende a sua posição enquanto destinatário final da cadeia de produção assume o papel de protagonista social, refletindo os movimentos da sociedade e induzindo a melhoria da qualidade de produtos e serviços.

No comércio justo, o consumidor consciente não adquire somente produtos, senão relações de compromisso com produtores ao ficar informado da origem do produto – em seus atributos ético e ambiental (GOMES, 2003; FRETTELL & ROCA, 2003). O consumo passa a ser um agir consciente, de pessoas e instituições (públicas, privadas e do terceiro setor) com o foco no bem estar coletivo.

Hoje, o comércio justo ainda destina-se a uma pequena parcela de consumidores, majoritariamente de classe média, residentes de países desenvolvidos e com bom nível cultural, mas pretende-se com ele, criar um novo mercado de consumo. Nesse sentido, Costabeber (1998) aborda um componente essencial: a ação social coletiva, apresentando esse como um processo de adesão de atores sociais a projetos coletivos baseados em seus interesses, expectativas, crenças e valores compartilhados. A ação coletiva deixa então, de ser consequência, para ser o motor do processo.

Como a cultura da solidariedade ainda não se instalou no Brasil, a atividade de avaliação da conformidade tem um importante papel na comunicação, por meio do selo de conformidade, dos valores e crenças do comércio justo para a sociedade, fomentando uma nova pedagogia social, a pluralidade econômica e a formação e/ou ampliação de redes de comercialização solidárias.

O Consumo Consciente representa, portanto, a ponta do comércio justo, já que esse não pode estabelecer-se sem a presença de consumidores conscientes que reconheçam os valores sociais incutidos nesses produtos como a sustentabilidade, a equidade, a qualidade de vida, a solidariedade, a justiça social e etc.

Para o Instituto Akatu (Akatu, 2011), um consumidor pode ser considerado consciente, se atender a 12 (doze) princípios. São eles:

1) Planeje suas compras. Não seja impulsivo nas compras. A impulsividade é inimiga do consumo consciente. Planeje antecipadamente e, com isso, compre menos e melhor;

2) Avalie os impactos do seu consumo. Leve em consideração o meio ambiente e a sociedade em suas escolhas de consumo;

3) Consuma apenas o necessário. Reflita sobre suas reais necessidades e procure viver com menos;

4) Reutilize produtos e embalagens. Não compre outra vez o que você pode consertar, transformar e reutilizar;

5) Separe seu lixo. Recicle e contribua para a economia de recursos naturais, a redução da degradação ambiental e a geração de empregos;

6) Use crédito conscientemente. Pense bem se o que você vai comprar a crédito não pode esperar e esteja certo de que poderá pagar as prestações;

7) Conheça e valorize as práticas de responsabilidade social das empresas. Em suas escolhas de consumo, não olhe apenas o preço e a qualidade. Valorize as empresas em função de sua responsabilidade para com os funcionários, a sociedade e o meio ambiente;

8) Não compre produtos piratas ou contrabandeados. Compre sempre do comércio legalizado e, dessa forma, contribua para gerar empregos estáveis e para combater o crime organizado e a violência;

9) Contribua para a melhoria de produtos e serviços. Adote uma postura ativa. Envie às empresas sugestões e críticas construtivas sobre seus produtos e serviços;

10) Divulgue o consumo consciente. Seja um militante da causa: sensibilize outros consumidores e dissemine informações, valores e práticas do consumo consciente. Monte grupos para mobilizar seus familiares, amigos e pessoas mais próximas;

11) Cobre dos políticos. Exija de partidos, candidatos e governantes propostas e ações que viabilizem e aprofundem a prática do consumo consciente;

12) Reflita sobre os seus valores. Avalie constantemente os princípios que guiam suas escolhas e seus hábitos de consumo.

Milton Santos (2008) afirma que estamos vivendo o início de uma nova cognoscibilidade do planeta, onde se faz necessário, para compreender o novo, conhecer dois elementos fundamentais na formação social das nações: a formação técnica e a formação política.

A primeira permite a compreensão dos elementos tecnológicos que formam as composições necessárias à produção, e a segunda indica os setores privilegiados com a organização possível da produção. Com essa compreensão, uma nova sociedade pode abrir uma nova época com o estabelecimento de um novo paradigma social: a superação da nação passiva pela nação ativa.

A nação em si é superada pela nação para si. Para isso, faz-se necessário que o velho/novo mundo periférico retome um projeto político, criando e recriando, em condições adversas, um novo jeito de produzir o espaço social, mostrando que a atual forma de globalização não é irreversível e que a utopia é pertinente. A partir dessa compreensão, uma nova globalização, com base em uma economia plural não representa apenas um projeto desejado por todos, mas também um movimento irreversível de cidadania, justiça social e de oportunidades de desenvolvimento para toda a humanidade.

6. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES:

O presente estudo constatou que, apesar das diferenças conceituais e práticas entre as economias capitalista de mercado e a solidária, é possível encontrar um elemento de ligação no que tange à avaliação da conformidade para produtos oriundos de empreendimentos econômicos solidários. Esse elemento funda-se no conceito de “bem estar social”, relacionando-se às três dimensões da sustentabilidade: a econômica, a social e a ambiental.

Os programas de avaliação da conformidade, nascidos para incrementar a indústria e promover uma maior competitividade de produtos, serviços, processos e profissionais no seio da dinâmica capitalista, foram, ao longo do tempo, ampliados para outras demandas da sociedade, visando tutelar bens como a saúde e a segurança dos consumidores; a proteção do meio ambiente; a concorrência justa e, principalmente, o bem estar da sociedade.

Nesse sentido, novos e desafiantes programas de avaliação da conformidade foram e estão sendo desenvolvidos, como, por exemplo, a acessibilidade aos transportes coletivos rodoviário e aquaviário, das pessoas portadoras de deficiência e com mobilidade reduzida; cadeiras de rodas; centros de treinamento de cães guia; concessão em Florestas Públicas; eficiência dos equipamentos que utilizam água (como torneiras, chuveiros, vasos e acessórios), visando à economia da água; implantes odontológicos e ortopédicos; sistemas de gestão de APPCC - Análise de perigos e pontos críticos de controle na área de alimentos, selo amazônico e etc.

Diante desse novo contexto, onde o cliente do Inmetro deixa de ser apenas o setor produtivo para ser a sociedade civil organizada, cabe, perfeitamente, a demanda da elaboração de um programa de avaliação da conformidade para produtos, processos, serviços e profissionais do comércio justo, ampliando dessa forma, a disseminação dos valores e princípios que o movimento carrega, bem como novas formas de desenvolvimento.

O Inmetro, na qualidade de regulamentador e órgão executivo do Sinmetro pode contribuir com o comércio justo e a economia solidária, por meio do estabelecimento de programas de avaliação da conformidade para o processo e produtos dos empreendimentos econômicos e solidários, reforçando a importância de outras economias para uma nova perspectiva de desenvolvimento.

No que tange ao mecanismo de avaliação da conformidade, dois modelos apresentaram-se como mais adequados: a certificação e a declaração do fornecedor. A primeira, contudo, é mais indicada para o cenário atual, uma vez que ainda não há um conhecimento social sobre o tema e sobre os seus princípios norteadores. Em um segundo momento, pode-se migrar para o mecanismo da declaração do fornecedor, pois a regulamentação e o selo de identificação da conformidade já terão tido tempo para uma comunicação entre as partes.

Para o estabelecimento de requisitos, foram sugeridas algumas referências normativas, as quais necessitarão ser complementadas pelas partes interessadas em reuniões de implantação assistida de programas de avaliação da conformidade, quando os elementos centrais do movimento e a infra-estrutura necessária à regulação serão amplamente discutidos.

Nesse cenário, é importante compreender que o mecanismo de avaliação da conformidade deve ter natureza voluntária e que, como tal, nem todos os empreendimentos econômicos solidários se manifestarão quanto à sua adoção, o que é legítimo e saudável. Porém, sua adoção transforma-se em elemento diferencial para os empreendimentos, especialmente quando da alegação de barreira técnica por países do Norte, visando o protecionismo de mercadorias, uma vez que representa uma conformidade a requisitos legitimada pelo Estado Brasileiro (Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade). A isso, associa-se o fato de que a avaliação da conformidade tem a capacidade de proporcionar aos atores do comércio justo noções de gestão referentes ao processo produtivo, o que hoje constitui-se em uma deficiência de grande parte dos empreendimentos econômicos solidários.

A implantação de um programa de avaliação da conformidade para o comércio justo possui grande relevância para o Brasil, mas deve ser encarada como uma “ferramenta” do movimento e não como o seu objetivo, devendo as partes interessadas tomar os devidos cuidados para que a economia de mercado não seja transladada para o comércio justo. Esse cuidado deve ser tomado por todas as partes interessadas no comércio justo no Brasil, pois a linha entre o mercado e a solidariedade, nesse caso em particular, é muito tênue, bastando transformar a “ferramenta” em “objetivo”, o que impediria a permanência de pequenos produtores e empreendimentos em detrimento dos grandes.

Sob esse aspecto, devem os atores de fomento às micro e pequenas empresas, como, por exemplo, o Sebrae, compreenderem que o fato de um empreendimento econômico solidário não ter processo ou produto certificado, via de regra, não os descaracteriza numa dinâmica de negociação, devendo o foco desses atores ser ampliado também para a sensibilização e o empoderamento dos membros dos empreendimentos econômico solidários.

A Figura 6.1. abaixo explicita como a dinâmica do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade deve ser considerada na elaboração de um programa de avaliação da conformidade para produtos oriundos de EES.

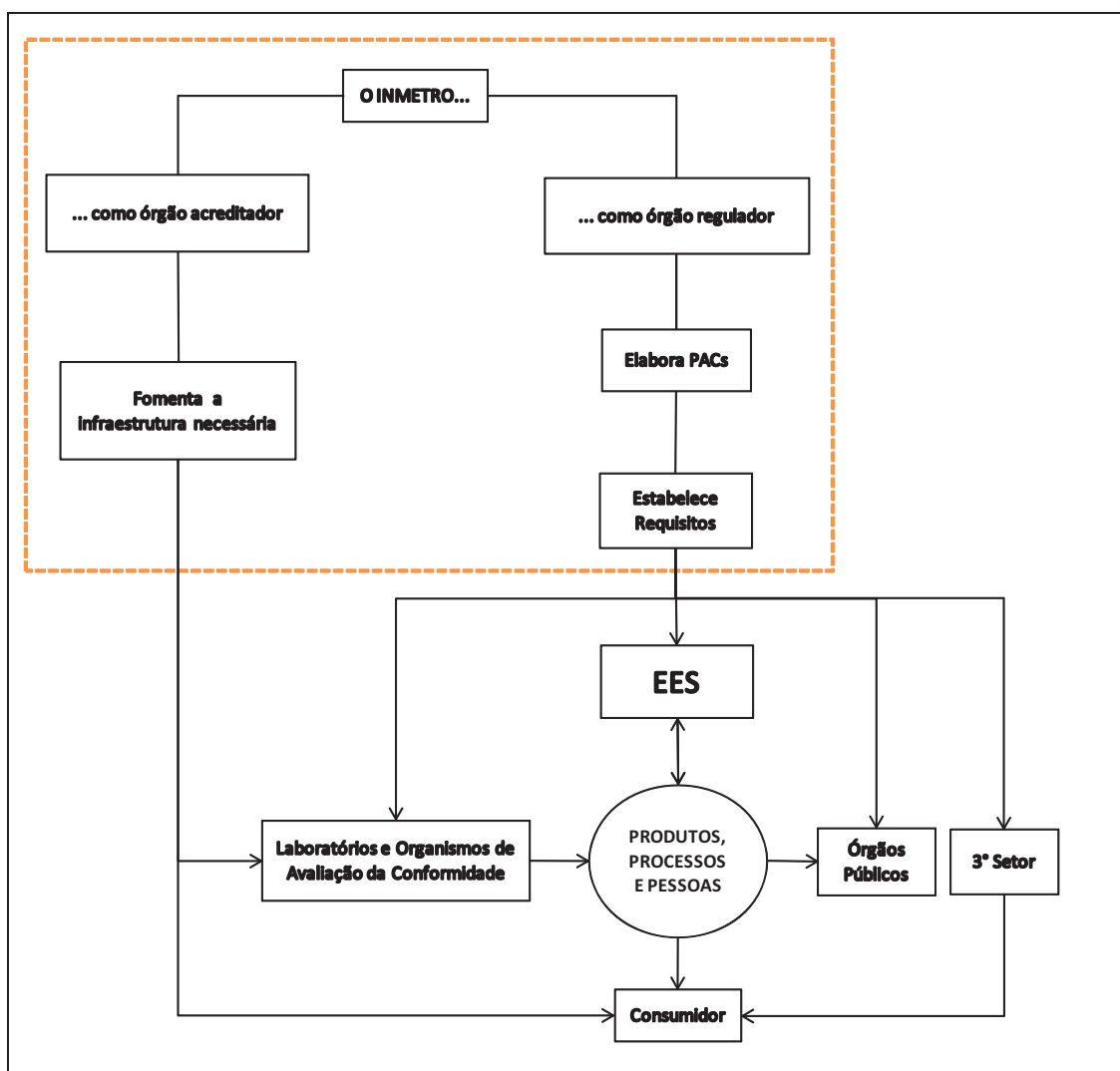


Figura 6.1. Entendendo graficamente a proposta e os desmembramentos futuros desta pesquisa
Elaborado pela autora.

Primeiramente, a figura evidencia a dupla atuação do Inmetro: como órgão acreditador e como órgão regulador. Como órgão regulador, o Inmetro estabelece junto às partes interessadas um programa de avaliação da conformidade para o comércio justo, com requisitos e forma de avaliação (o que e como avaliar). Como órgão acreditador, utiliza as bases normativas definidas na regulação, associa-as às boas práticas internacionais de acreditação e reconhece a competência de organismos e laboratórios para realizar ensaios específicos visando a conformidade à regulação, criando uma infra-estrutura que suporte o programa (auditorias, normas, procedimentos, verificações, unidades de medida e etc). É importante destacar que tanto laboratórios de universidades públicas ou privadas quanto entidades pertencentes às redes de economia solidária podem tornar-se laboratórios e/ou organismos de certificação acreditados, desde que comprovada documental e fisicamente a sua competência para tal atuação.

Uma vez que haja laboratórios e organismos acreditados, os produtos, serviços, processos e pessoas têm sua conformidade avaliada de acordo com os requisitos definidos na regulação e, atendendo a esses, recebem o selo de identificação da conformidade, garantindo o direito de comercialização. Os produtos são avaliados periodicamente no mercado, a fim de que o Inmetro possa garantir que a comercialização ou o processo continuam com as mesmas características que o fizeram obter a conformidade.

Outros pontos positivos da regulamentação relacionam-se à coerência política, harmonizando e ratificando a importância da temática a nível federal (MTE e MDIC); à facilitação de fontes de fomento; ao estabelecimento de uma infra-estrutura nacional para o comércio justo; ao desenvolvimento tecnológico (padrões, maquinário e etc); à redução de barreiras técnicas; ao incentivo de compras de produtos oriundos do EES por parte do governo (licitações), de organizações e do consumidor, fomentando uma pedagogia social; ao reconhecimento internacional da certificação pelos países onde há reconhecimento mútuo com o Inmetro e à conseqüente diminuição dos custos de certificação.

A avaliação da conformidade, enquanto ferramenta de política pública é importante e necessária, especialmente porque cria no Estado uma esfera jurídica, induzindo outras políticas públicas, porém não é suficiente. O que vai garantir a democracia social, política e econômica do processo não é a avaliação da conformidade, mas sim a sensibilização decorrente dela. Aqui reside a importância da comunicação do selo de identificação de conformidade, bem como das capacitações e elaboração de materiais educativos visando

sensibilização dos consumidores. Assim, outras iniciativas capazes de articular as dimensões coletiva, política, social e de gestão do bem comum devem ser fomentadas por outros atores, como, por exemplo, organizações do terceiro setor.

Durante a residência social e o estudo dos processos de certificação da FLO e do Comercio Justo A.C no México, ficou evidente que a sustentabilidade dos empreendimentos econômicos solidários requer ações convergentes de toda a sociedade, devendo as políticas públicas de comércio justo ser debatidas entre todas as partes interessadas, no âmbito de um projeto de desenvolvimento que incorpore a diversidade como um valor, colocando, no centro do desenvolvimento econômico, o trabalho como principal ferramenta para a produção de riquezas pela sociedade, já que ele constitui-se em elemento fundamental para a redução da desigualdade e a distribuição de renda.

E este estudo não termina, começa daqui em diante, com a proposta de uma agenda entre as partes interessadas no comércio justo para a discussão de requisitos para o programa de avaliação da conformidade, a ser desenvolvido pelo Inmetro, favorecendo a dinâmica do comércio justo no Brasil e no mundo.

REFERÊNCIAS

- ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR ISO 9001**. Sistemas de gestão da qualidade - Requisitos. Rio de Janeiro, 2008.
- ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR ISO 26000**. Diretrizes sobre Responsabilidade Social. Rio de Janeiro, 2010.
- ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR 16001**. Responsabilidade Social - Sistema de Gestão. Rio de Janeiro, 2004.
- ABBOTT, Lawrence. *Quality and Competition*, New York: Columbia University Press, 1955.
- AKATU. Pelo Consumo Consciente. **Os 12 Princípios do Consumidor Consciente**. Disponível em: <http://www.akatu.org.br/Content/Akatu/Arquivos/file/NOV-AKATU-VALEq_4_Fold.pdf>. Acesso em: 01 de junho de 2011.
- ALGARTE, W.; QUINTANILHA, D. **A História da Qualidade e o Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade**. Rio de Janeiro: Confederação Nacional da Indústria e Conselho Nacional do SENAI/ Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial, 2000. 143 p.
- ALGARTE, W.; QUINTANILHA, D. **O movimento da Qualidade no Brasil**. Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial – Inmetro. Editora *Essential Publishing*, Rio de Janeiro: 2011.
- ASTI, Ana Larronda. **Comércio Justo e o Caso do Algodão: A Cadeia Produtiva Têxtil Brasileira**. 2007. 236f. Dissertação Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ, Rio de Janeiro, 2007.
- BARROS, M. - **Estudo Comparativo do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade com o Sistema da Comunidade Européia**. 102f. Dissertação (Mestrado Profissional em Sistemas de Gestão) – Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2004.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Rio de Janeiro, Elfos, 1995, p. 68.

BRASIL. II Conferência Nacional de Economia Solidária. **Documento Base**. Brasília: Senaes/MTE, 2010.

CARVALHO Jr., P.R. C. **A aplicação da avaliação da conformidade na indústria alimentícia. Estudo de caso: setor produtivo de amendoim e produtos derivados**. 132f. Dissertação (Mestrado Profissional em Sistemas de Gestão) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, Rio de Janeiro, 2004. INMETRO - Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial.

CAILLÉ, A. Economia solidária e dádiva in Medeiros e Martins (organizadores). **Economia popular e solidária: desafios teóricos e práticos**. Recife, Editora Bagaço, 2003.

CAMBOIM, A. **A informação como instrumento para a tomada de decisão a partir da análise do Sistema Alerta Exportador**. 2006. 148f. Dissertação Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2006.

CARIBÉ, Juliana Azevedo de Souza; SILVA, Ana Valéria de Freitas. **Apresentação Evolução dos Conceitos da Qualidade**. Curso de Capacitação Contextual da Diretoria da Qualidade do Inmetro. 2011.

CATTANI, Antonio David; LAVILLE, Jean Louis; GAIGER, Luiz Inácio; HESPANHA, Pedro. **Dicionário Internacional da Outra Economia**. Série Políticas Sociais. Editora Almedina, CES, janeiro de 2009.

COELHO, Franklin Dias. **Comércio Solidário, Cadeia de Valor e Políticas Públicas**, 2003.

CORAGGIO, J. **Economia urbana. La perspectiva popular**. Quito: ILDES. FLACSO, 1998.

COSTABEBER, J.A. *Acción colectiva y procesos de transición agroecológica em Rio Grande do Sul, Brasil*. Cordoba, 1998 (Tesis de Doctorado). *Programa de Doctorado em Agroecologia, Campesinato e História*, ISEC-ETSIAM, Universidad de Córdoba, España, 1998.

COTERA, A. e ORTIZ, H. (2009) **Comércio Justo**. In **Dicionário Internacional da Outra Economia**, Cattani, A.D., Laville, J.-L., Gaiger, L.I., Hespanha, P., Série Políticas Sociais.

CROSBY, Philip B. *Quality is free*. New American Library, 1981.

DERRIDA, J. 1967. *De la grammatologie*. Paris: *Les Éditions de Minuit*. Tradução inglesa de Gayatri Chakravorty Spivak, *Of Grammatology*. *John Hopkins University Press*, 1998.

EFTA, **Fair trade in Europe - Facts and Figures on the Fair Trade Sector in 16 European Countries**, EFTA, 2008.

FACES DO BRASIL. **Princípios do Comércio Justo**. Conheça o Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário. Disponível em: < <http://www.facesdobrasil.org.br/sistema-nacional-de-comercio-justo-e-solidario/3-sncjs.html>> Acesso em: 23 de dezembro de 2010.

FAIRBANKS, Michael. **Arando o Mar - Fontes Desconhecidas do Crescimento**. Editora Nobel, 1999.

FAJARDO, Elias. **Consumo consciente, comércio justo: conhecimento e cidadania como fatores econômicos**. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2010.136p.

FEIGENBAUM, Armand V. *Total Quality Control*. 4ª edição, McGraw-Hill, 2004.

FISCHER, Tânia. **Projeto Programa de Desenvolvimento e Gestão Social**. Edital MCT/FINEP 01/2001/12 – Fundo Verde e Amarelo. Salvador, UFBA/FAPEX, 2001.

FLO - *Fairtrade Labelling Organizations International*, 2001. “*Fair Trade Criteria*”.

FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de; LAVILLE, Jean Louis. **A economia solidária: uma abordagem internacional**. Porto Alegre: UFRGS, 2004.

FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de; CUNHA, Eduardo Vivian da. **Incubação de Redes Locais de Economia Solidária: Lições e Aprendizados a partir da Experiência do Projeto Eco-Luzia e da Metodologia da ITES/UFBA**. O&S - Salvador, v.16 - n.51, p. 725-747 - Outubro/Dezembro – 2009.

FRETEL, A.C.; H.O. **Comércio Justo**. In: CATTANI, A.D. (Org.) **A outra Economia**. Porto Alegre: Veraz, 2003, p.33-44.

FRETEL, Alfonso Coteria; Simoncelli-Bourque, Eloise. **O Comércio Justo e o Consumo Ético**. Rio de Janeiro: DP&A: Fase, 2003.

GARVIN, D. **Gerenciando A Qualidade - A Visão Estratégica e Competitiva**. QualityMark, 2002. 376p.

GIANNOTTI, J. (1976). **Notas sobre a categoria “modo de produção” para uso e abuso dos sociólogos.** Estudos CEBRAP, São Paulo, 17:161-168.

GOMES, R. **Comércio justo: entre a solidariedade e a utopia.** Proposta. Rio de Janeiro: FASE, n.98, ano 30, p.46-54, set/nov de 2003.

GOODMAN, M. 2003. *“Reading Fair Trade: Political Ecological Imaginary and the Moral Economy of Fair Trade Foods”*. *Political Geography*, 2004.

JAFFEE, D., KLOPPENBURG J. e MONROY, M. 2004. *“Bringing the Moral Charge Home: Fair Trade Within the North and Within the South”*. Publicado em *Rural Sociology* 69 (2), 2004, Pg. 169-196.

JURAN, J.M.; GODFREY, A.B. *Quality Control Handbook*. 5ª edição, 1999, McGraw-Hill.

KRAYCHETE, Gabriel. **Economia Popular Solidária: Indicadores para qual Sustentabilidade?** Seminário Economia Popular Solidária: Indicadores para a Sustentabilidade. ITCP / UCSAL e ITES / UFBA, Salvador, 02 e 03 de dezembro, 2010.

KRIER, Jean Marie, Fair Trade 2007: *New Fact and Figures from an ongoing Success Story*. AC Culemborg, Dutch Association of Worldshops, August 2008.

LAVILLE, Jean Louis. *Les services de proximité en Europe*, Syros, 1992.

LAVILLE, Jean Louis. *L'économie solidaire: une perspective internationale*. Paris: Desclée de Brouwer, 1994.

_____. **Livreto de Avaliação da Conformidade.** Diretoria da Qualidade. Rio de Janeiro, 2007a, 52p.

_____. **Livreto de Avaliação da Conformidade.** Diretoria da Qualidade. Rio de Janeiro, 2006, 49p.

_____. **Manual de Aplicação Selos de Identificação da Conformidade.** Diretoria da Qualidade. Rio de Janeiro, 2007c, 36p.

MOTTA, Eugênia de Souza Mello Guimarães. **A outra economia: um olhar etnográfico sobre a Economia Solidária**. 2004. 110f. Dissertação Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Rio de Janeiro, 2004.

_____. **NBR ISO 14001**. Sistemas de gestão ambiental - Requisitos. Rio de Janeiro, 2004. 14p.

NUSDEO, Fábio. Curso de Economia. **Introdução ao Direito Econômico**. 2ª edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000.

OLIVEIRA, Fernanda Martinez de. **Comercio Justo México, A.C.: algumas lições a serem compartilhadas**. 2003.

OXFAM - *Oxford Committee for Famine Relief*. **Comercio con justicia**. Disponível em: <<http://www.comercioconjusticia.com/es/>>. Acesso em: 22 de dezembro de 2010.

POLANYI, Karl. **A Grande Transformação, as origens da nossa época**. Editora Campus Ltda. 2ª Edição, 2000.

_____. **Programa Brasileiro de Avaliação da Conformidade**. Disponível em: <<http://www.inmetro.gov.br>> Acesso em: julho de 2011.

RENARD, M.C. 2005. “*Quality Certification, Regulation and Power in Fair Trade*”. Editora Elsevier, Journal of Rural Studies 21 (2005) 419-431.

ROSSETTI, José Paschoal. **Introdução à Economia**. São Paulo: Atlas, 1977.

SANTOS, Milton. **O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos**. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 2004.

SEBRAE/SC – **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas**. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br>>. Acesso em novembro 2010.

SINGER, Paul, SOUZA, André Ricardo de (Orgs). **Economia solidária: um modo de produção e distribuição. A Economia Solidária no Brasil: A Autogestão como resposta ao desemprego**. São Paulo: Contexto, 2000.

SINGER, Paul. **Introdução à Economia Solidária**. São Paulo: Perseu Abramo, 2002. pp. 4.

TUCHMAN, Bárbara W. "*The Decline of Quality*", *New York Times Magazine*, 2 de novembro de 1980, p.38.

UBQ - RJ - União Brasileira para a Qualidade - Seccional Rio de Janeiro. **Treinamento em Gestão da Qualidade, Meio Ambiente e Segurança.** Rio de Janeiro, 205f. 2007.

VENTURA, L.; GASTEL, M. **Rumo a um sistema nacional de comércio ético e solidário no Brasil: proposta para desenhar o processo de construção.** Subsídios para discussão. Rio de Janeiro, 2005.

WILKINSON, J. 2006. "*The Mingling of Markets, Movements and Menus: the renegotiation of rural space by NGOs, social movements and traditional actors*". Publicação apresentada no seminário internacional: "*Globalization: Social and Cultural Dynamics*", organizado por Silvana de Paula e Ilana Strozemberg, MINDS.