

# PESQUISA BIBLIOMÉTRICA: UMA ANÁLISE SOBRE O FAIR TRADE DA BASE DE DADOS SPELL

## BIBLIOMETRIC RESEARCH: AN ANALISYS ABOUT FAIR TRADE IN THE SPELL DATABASE

## INVESTIGACIÓN BIBLIOMÉTRICA: UN ANÁLISIS DEL COMERCIO JUSTO EN LA BASE DE DATOS SELL

**Camila Fagundes, MSc**  
Universidade Feevale/Brazil  
[cfagundes.adm@gmail.com](mailto:cfagundes.adm@gmail.com)

**Dusan Schreiber, Dr.**  
Universidade Feevale/Brazil  
[dusan@feevale.br](mailto:dusan@feevale.br)

### RESUMO

Este trabalho tem como objetivo apresentar o estado-da-arte das publicações relacionadas ao Comércio Justo (CJ) encontradas na base de dados *Scientific Periodicals Electronica Library (Spell)*. No percurso metodológico foi realizado o estudo bibliométrico, com evidencição de dados como: ano de publicação, autores envolvidos, revista de publicação, classificação dos periódicos conforme a classificação Qualis da Capes, número de citações, índice H, as principais temáticas abordadas e os objetivos, resultados e considerações finais. Foram encontrados quinze artigos que, na sua maioria, eram estudos de caso com abordagem qualitativa, o que pode sugerir que se trata, ainda, de um tema, com pouco aprofundamento, tanto teórico, como teórico-empírico. Nesse sentido, este artigo visa contribuir para a disseminação do tema em tela, por meio da consolidação de estudos já existentes, com análise reflexiva dos dados e das informações, que possam facultar o direcionamento de novos estudos com enfoque no CJ.

**Palavras-chave:** Estudo Bibliométrico; *Spell*; Comércio Justo; Certificação.

### ABSTRACT

This paper aims to present the state-of-the-art of publication related to Fair Trade found in the *Scientific Periodicals Electronica Library (Spell)*. In the methodological course, the bibliometric study was carried out with data evidence such as: year of publication, authors involved, journals, journals classification according to Qualis Capes classification, number of citation, H index, the main themes, objective, results and finals considerations approach. Fifteen articles were found, most of which were case studies with a qualitative approach which may suggest that this is still a topic with little theoretical or theoretical-empirical deepening. In this sense, this article aims to contribute to the dissemination of the topic on the screen both through the consolidation of existing studies with reflective analysis of data and information that may provide the direction of new studies with focus in the CJ.

**Keywords:** Bibliometric study; *Spell*; Fair Trade; Certification.

### RESUMEN

Este documento tiene como objetivo presentar las publicaciones relacionadas con el estado del arte de Comercio Justo (CJ) que se encuentran en la base de datos *Scientific Periodicals Electronica Library (SPELL)*. En el curso metodológico se realizó el estudio bibliométrico con evidencia de datos como: año de publicación, autores involucrados, revista de publicación, clasificación de revistas según la clasificación de Qualis da Capes, número de citas, índice H, los principales temas abordados y los objetivos, resultados y consideraciones finales. Se encontraron quince artículos, la mayoría de los cuales eran estudios de casos con un enfoque cualitativo, lo que puede sugerir que todavía es un tema con poca profundidad, tanto teórico como teórico-empírico. En este sentido, este artículo tiene como objetivo contribuir a la difusión del tema en cuestión a través de la consolidación de los estudios existentes con un análisis reflexivo de los datos y la información lo que puede facilitar la dirección de nuevos estudios centrados en CJ.



**Palabras clave:** Estudio bibliométrico; Spell; Comercio Justo; Certificación.

## 1 INTRODUÇÃO

Considerado um novo conceito no Brasil, porém já disseminado em países desenvolvidos localizados na Europa, por exemplo, surge como uma nova tendência mundial para os próximos anos. Trata-se do *Fair Trade*, que pode ser traduzido, de forma literal para o português como “Comércio Justo” (CJ), que vem se apresentando como uma configuração comercial economicamente viável, ambientalmente correta e socialmente justa, orientada para o alcance do desenvolvimento sustentável, de acordo com pesquisas já realizadas (VIEIRA, AGUIAR, BARCELLOS, 2010; BOSSLE, PEDROZO, 2012; BASTOS et al., 2013 e BOSSLE et al., 2017).

O CJ é uma alternativa ao consumo exagerado de bens e serviços focado exclusivamente no crescimento econômico, o que sobrecarrega os recursos naturais. Hoje, para Stelzer e outros (2016) a sociedade pós-moderna é caracterizada como consumista, resultado do modelo de desenvolvimento econômico característico do sistema capitalista. Os impactos desse modelo, para Lazaretti, Olsson (2017, p. 13) “estão cada vez mais visíveis, não somente do ponto de vista da preocupação ambiental, mas no que diz respeito ao desenvolvimento social” também. “Nesta medida, o CJ é uma forma de consumo responsável que procura formar consumidores mais reflexivos e conscientes e de que as suas práticas de consumo têm impacto ambiental e social” (COELHO, 2015, p. 19). Há otimismo sobre o crescimento desse tipo de comércio no Brasil e no mundo, pois os consumidores estão cada vez mais atento a atributos de sustentabilidade nos processos de compras, embora algumas restrições ainda devam ser superadas (BOSSLE et al., 2017; LADHARI, TCHETGNA, 2015).

Diante disso, muitas empresas estão adotando gradativamente certificações ambientais que as reconheçam e as legitimam como empresas amiga do meio ambiente, e o CJ é uma delas. Entretanto Ladhari, Tchegnna (2015) e Oliveira e outros (2008) reforçam que apesar da atenção dada a essas questões ser grande, estudos pautados pela temática CJ ainda são limitados, o que reforça a importância do desenvolvimento de novas investigações como esta. Atualmente, se tem uma escassez de pesquisas científicas sobre o tema, falta de uma sistematização de dados adequada que permita uma análise mais detalhada do referido modelo de negócio como aponta a literatura consultada (MACHADO; PAULILLO; LAMBERT, 2008; MARTINS; UNTERSTELL, 2009; SILVA-FILHO; CANTALICE, 2011; FRANCA; TURANO; CHERMAN, 2016; BOSSLE et al., 2017).

Nesse sentido, esta pesquisa tem como problemática de estudo o seguinte questionamento: Qual o cenário das publicações científicas relacionadas ao *Fair Trade* na base de dados *Scientific Periodicals Electronic Library (Spell)*? Além disso, o estudo apresenta o seguinte objetivo geral: apresentar o cenário das publicações científicas da base de dados *Spell* sobre o *Fair Trade*. Vale ressaltar, que a base de dados *Spell* foi selecionada por permitir o acesso livre às produções científicas dos principais periódicos nacionais em todas as áreas de conhecimento, com destaque para a Administração, Turismo e Contabilidade. Além disso, essa base de dados está vinculada à ANPAD<sup>1</sup>, que é a Associação Brasileira dos Programas de Pós-graduação em Administração, representando a área do conhecimento que, atualmente, concentra o maior número de pesquisas sobre a referida temática (GALLON et al., 2008).

<sup>1</sup> Associação Nacional de Pós-graduação e pesquisa em Administração (ANPAD, 2019).

Com o intuito de alcançar o objetivo proposto, optou-se pelo estudo bibliométrico como percurso metodológico. Estudos com esse tipo de perfil são relevantes, pois contribuem para destacar as temáticas predominantes em determinada área, sua trajetória, demonstrar eventuais lacunas e delinear futuras pesquisas mais aprofundadas (GALLON et al., 2008; BOSSLE; PEDROZO, 2012; SILINSKE et al., 2014).

## 2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO FAIR TRADE

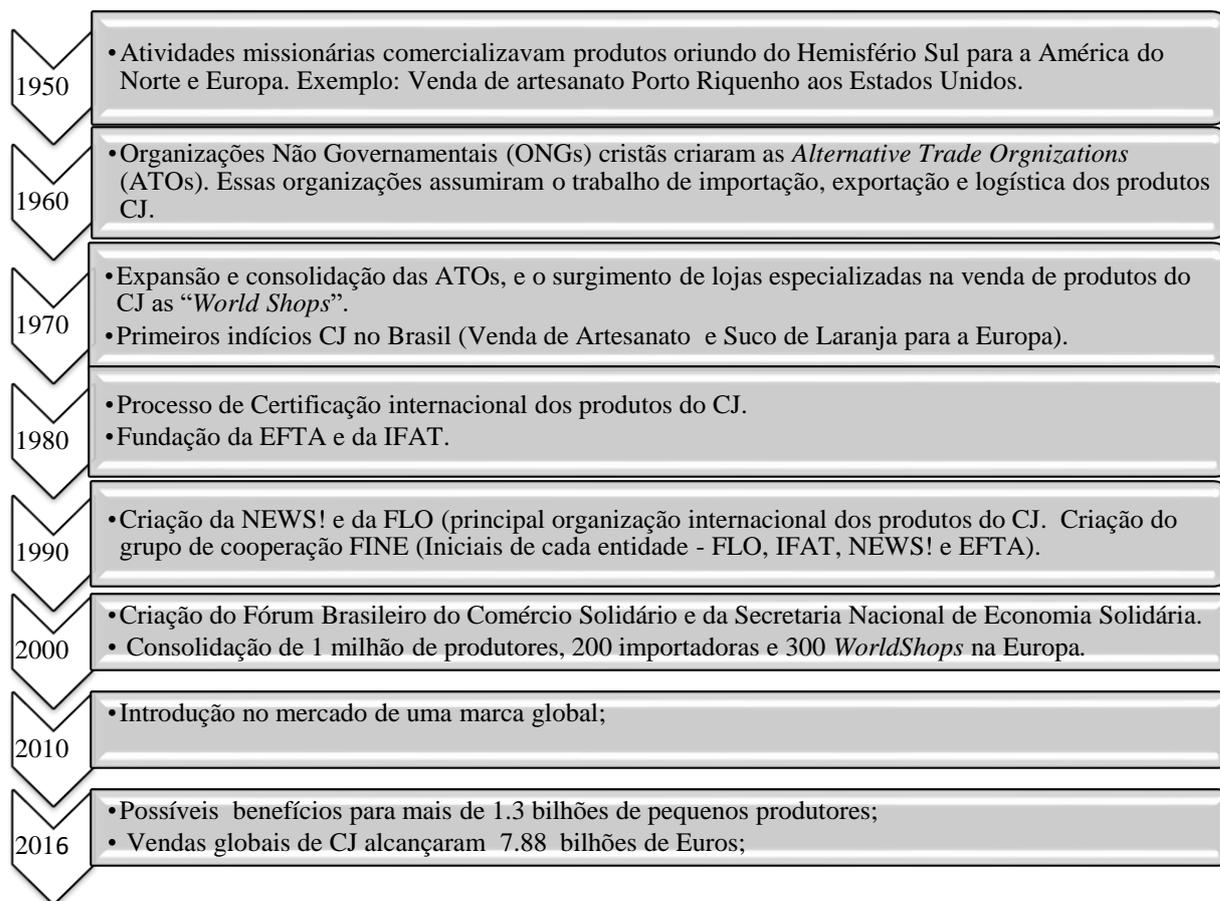
Para a conceituação de CJ, optou-se por uma definição mais ampla e frequentemente empregada pelas quatro principais organizações internacionais ligadas a esse mercado a saber: *FairTrade Labelling Organizations* (FLO), *International, Fair Trade Association* (IFAT), *Network of European World Shop* (NEWS!) e *European Fair Trade Association* (EFTA) (OLIVEIRA; ARAÚJO; SANTOS, 2008; MACHADO; PAULILLO; LAMBERT, 2008; SILVA FILHO; CANTALICE, 2011). Tais organizações definem o CJ, como:

Comércio justo é uma parceria comercial baseada em diálogo, transparência e respeito, que procura maior equidade no comércio internacional. Ele contribui com o desenvolvimento sustentável oferecendo melhores condições de comércio e ao garantir os direitos dos produtores e trabalhadores marginalizados, especialmente no Sul. As organizações de *Fair Trade* (apoiadas pelos consumidores) estão engajadas ativamente em ajudar os produtores, aumentar a conscientização e fazer campanhas para mudanças nas regras e práticas do comércio internacional (FINE, 2010).

Comércio Justo é uma abordagem alternativa ao comércio internacional convencional (CARVALHO, 2017; BOSSLE et al., 2017). Trata-se de uma proposta de aproximação entre produtores responsáveis e consumidores éticos, no qual ambos passam a ser beneficiados com trocas comerciais mais igualitárias e solidárias (MARTINS; UNTERSTELL, 2009; SHMITT; MORETTO NETO, 2011; KAMLOT; SCHMITT; 2015). Doane (2001) acredita que os consumidores envolvidos nesse processo de compra de produtos do Comércio Justo são aqueles que adquirem produtos que respeitam variáveis, tais como: direitos humanos, meio ambiente, condições de trabalho, entre outros.

Esse sistema teve início nos anos de 1950 através de atividades missionárias entre a América do Norte e Europa. Entretanto, como movimento social, o CJ foi ganhando espaço ao longo das décadas de 1960 com a criação das *Alternative Trade Organizations* (ATOs), em 1970 com a criação das *World Shops* e em 1980 com a concepção de algumas instituições internacionais como a EFTA e a IFAT, devido ao crescimento acima das expectativas do mercado. Em 1997 surge na Alemanha a FLO, considerada, atualmente, como a principal organização responsável pelos processos de certificação e identidade visual dos produtos do CJ. Só a partir dos anos 2000 o CJ começa a ganhar espaço no Brasil, como pode ser visto na Figura 1.

Figura 1 - Ordem cronológica do Comércio Justo



Fonte: Elaborado pela autora com base em Schmitt, Moretto Neto (2011); Bossle *et al.*, (2017) e Machado, Paulillo, Lambert (2008).

Desde seu início na década de 1950, o CJ possui o mesmo princípio, ou seja, oportunizar trocas comerciais justas entre diferentes produtores e consumidores. De um lado do CJ estão os produtores excluídos, ou em desvantagem comercial, localizados em países em desenvolvimento, na maioria das vezes no hemisfério Sul do planeta, que são beneficiados com melhores oportunidades de venda de seus produtos, principalmente no comércio internacional. (STELZER; GONÇALVES, 2017; HUYBRECHTS; DEFOURNY, 2011). E os consumidores, na outra ponta, localizam-se em países considerados desenvolvidos situados, normalmente no hemisfério Norte, os quais, por meio de suas compras diárias, pagam um preço considerado justo para a aquisição desses produtos certificados pelo CJ (SCHMITT; MORETTO NETO, 2011; VIEIRA, 2012; KAMLOT; SCHMITT, 2015).

O preço denominado como justo representa o valor a ser pago pelos consumidores na aquisição de algum produto certificado pelo CJ. De acordo com Brasil (2010) esse preço é definido por meio do diálogo, transparência e da efetiva participação de todos os agentes envolvidos na produção e comercialização desses produtos e que ainda resulte em distribuição equânime do ganho na cadeia produtiva (produtores, importadores, lojistas e certificadores) (VIEIRA; AGUIAR; BARCELLOS, 2010; VIEIRA, 2012). Esse valor é definido pela FLO com base na estimativa de custos da denominada produção sustentável, ou seja, quanto custa produzir de

acordo com as exigências da certificação, no qual se leva em consideração a dimensão ambiental, social e econômica da sustentabilidade. Ou seja, ser ambientalmente correto, socialmente justo e economicamente viável (SAMPAIO; ALVES; FALK, 2008; BASTOS et al., 2013; BOSSLE et al., 2017). A proposta de pagar um preço mais elevado no produto final fortalece a continuidade das relações de mercado, entre as organizações envolvidas no *Fair Trade* (produtores, importadores, lojistas e certificadoras), e ainda, promove aqueles produtores desfavorecidos ou que produzem em pequena escala (SAMPAIO; ALVES; FALK, 2008; BOSSLE; PEDROZO, 2012).

Ladhari e Tchegnna (2015) identificaram um número significativo de estudos que evidenciam o crescimento da procura de produtos com esse apelo e pelos quais os consumidores estão dispostos a pagar um valor *premium*. Vale ressaltar que a recente recessão da economia a nível mundial não impactou o crescimento na venda de produtos do Comércio Justo. Considerado, dessa forma, por Silva-Filho, Cantalice (2011) como um fenômeno mundial.

A certificação *Fair Trade* ainda garante, aos produtores envolvidos nesse processo, um “prêmio” em dinheiro, que é destinado a um fundo comunitário, o qual, por meio de uma decisão compartilhada, investe em melhorias nas condições sociais, econômicas e do meio ambiente (SAMPAIO; ALVES; FALK, 2008; BOSSLE; PEDROZO, 2012; VIEIRA; AGUIAR; BARCELLOS, 2010; VIEIRA, 2012). Vale ressaltar que o CJ opera por meio da união de diversas empresas, normalmente constituídas por um conjunto de ONG’s, cooperativas e associações (SCHMITT; MORETTO NETO, 2011). É comum a realização de investimentos em projetos econômicos para garantir a expansão das cooperativas, a fim de alcançar novos mercados; em projetos sociais para melhorar as condições de vida dos produtores e de suas famílias; e também projetos na esfera ambiental, a fim de preservar o meio ambiente natural para o uso das gerações futuras.

Em contrapartida, os produtores certificados precisam seguir princípios para conseguir a certificação internacional (VIEIRA; AGUIAR; BARCELLOS, 2010; VIEIRA, 2012). A *World Fair Trade Organization* (WFTO) foi constituída com o objetivo de disseminar os conceitos e orientar projetos relacionados ao Comércio Justo, atuando em mais de 70 países e foi responsável por definir os 10 princípios que as organizações, empresas e/ou cooperativas devem seguir no cotidiano de suas atividades, listadas no Quadro 1.

Quadro 1 - Os 10 princípios do Comércio Justo

Princípio	Descrição	Autores
Criar oportunidades para produtores em desvantagem econômica	Em função de muitos produtores estarem excluídos dos mercados tradicionais, existe um esforço na criação de oportunidades para a venda direta desses produtos ao consumidor final. Além disso, o Comércio Justo também visa o encurtamento da cadeia comercial, no qual se proporciona uma parcela maior no valor pago aos produtores.	Martins, Unterstell (2009); Martins (2011); Schmitt, Moretto Neto (2011); Vieira (2012); Franca, Turano, Cherman (2016);
Transparência e responsabilidade	Trata-se de um relacionamento ético entre todos os envolvidos nas atividades do Comércio Justo, desde a produção até a comercialização ao consumidor final.	Sampaio, Alves, Falk (2008); Oliveira, Araújo, Santos (2008); Martins, Unterstell (2009); Vieira, Maia (2009); Vieira, Aguiar, Barcellos (2010); Martins (2011); Schmitt, Moretto

		Neto (2011); Vieira (2012); Kamlot, Schmitt (2015); Franca, Turano, Cherman (2016)
Construir capacidades dos produtores	Disseminar os conhecimentos do Comércio Justo a comunidade e proporcionar a possibilidade de outras empresas também atuarem	Martins, Unterstell (2009); Martins (2011); Vieira (2012); Franca, Turano, Cherman (2016);
Promover o Comércio Justo	Promover as práticas do Comércio Justo entre seus trabalhadores, seu ambiente de negócios, a comunidade e a sociedade civil por meio de capacitações internas e divulgação dessas práticas a comunidade externa.	Martins, Unterstell (2009); Martins (2011); Franca, Turano, Cherman (2016);
Pagar um preço justo em todos os elos da cadeia	Pagar um preço considerado justo para os envolvidos, afim de garantir aos trabalhadores a cobertura de suas necessidades básicas, ter lucro, bem como conseguir manter relações duradouras de trabalho.	Vieira, Maia (2009); Martins, Unterstell (2009); Martins (2011); Schmitt, Moretto Neto (2011); Vieira (2012); Kamlot, Schmitt (2015); Franca, Turano, Cherman (2016);
Respeitar a igualdade de gêneros	Na prática do Comércio Justo deve-se promover a equidade de gêneros e a não discriminação por raça, religião, geração, posição política, procedência social, escolha sexual, naturalidade, estado civil e pessoas com necessidades especiais.	Oliveira, Araújo, Santos (2008); Martins, Unterstell (2009); Martins (2011); Franca, Turano, Cherman (2016);
Manter um ambiente de trabalho saudável e seguro	Promover práticas seguras e saudáveis nas empresas, respeitando as leis nacionais e internacionais e conscientizando os próprios trabalhadores a adotar.	Martins, Unterstell (2009); Martins (2011); Franca, Turano, Cherman (2016);
Não permitir trabalho infantil	Em todos os processos vinculados ao Comércio Justo, desde a produção até a venda ao consumidor final, não é permitido que haja envolvimento de crianças ou de trabalho forçado.	Oliveira Araújo, Santos, (2008); Martins, Unterstell (2009); Martins (2011); Kamlot, Schmitt (2015); Franca, Turano, Cherman (2016);
Respeitar o meio ambiente	Deve se preocupar em utilizar os recursos naturais de forma racional.	Sampaio, Alves, Falk (2008); Oliveira, Araújo, Santos (2008); Martins, Unterstell (2009); Vieira, Aguiar, Barcellos (2010); Martins (2011); Schmitt, Moretto Neto (2011); Vieira (2012); Kamlot, Schmitt (2015); Franca, Turano, Cherman (2016).
As relações comerciais devem visar o bem-estar dos produtores e não a maximização de lucros	A maximização do lucro não é o fator primordial nas trocas econômicas dos produtos vinculados ao Comércio Justo, mas sim a possibilidade de proporcionar qualidade de vida a quem está envolvido.	Martins, Unterstell (2009); Martins (2011); Franca, Turano, Cherman (2016);

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Os autores Fretel; Simoncelli-Bourque (2003) e Kamlot; Schmitt (2015) destacam que os objetivos do CJ são: promover a equidade social, a proteção ambiental e garantir segurança econômica nas trocas comerciais entre os envolvidos, aspectos que estão em destaque nos princípios do CJ, conforme pode ser percebido no Quadro 1. Para Bossle e outros (2017) o CJ oferece aos produtores uma oportunidade de melhorar suas vidas e continuar gerando renda na zona rural, onde muitos habitam. Para os consumidores, esse sistema oferece

informações suficientes para que possam fazer parte dessa iniciativa, visando aliviar a pobreza e proteger o meio ambiente através de compras de produtos com esse apelo.

Entretanto, adaptar a realidade vivida pelos produtores aos princípios do Quadro 1 pode ser considerado um desafio relevante, pois implica em diversas mudanças organizacionais. Empresas que não atuam com esses princípios justificam a sua decisão, principalmente, em virtude do elevado investimento para obter a certificação internacional, decorrente da necessidade de realizar mudanças na produção, comercialização, processamento e embalagem de produtos como aponta o estudo desenvolvido por Doherty; Smith; Parker (2015). Na percepção de Bossle e outros (2017) as maiores dificuldades encontradas nessas empresas representam a escassez de capital de giro, inadequação da infraestrutura física, alto custo para transportar as mercadorias, número reduzido de clientes, entre outros. Tais dificuldades também são comentadas por Bara, Pérez-Akaki (2015) e Jurado (2014). Se trata de fatores que dificultam o alcance da sustentabilidade empresarial, possivelmente pelo fato de serem, na sua maioria, pequenas empresas.

Viali (2010) ainda destaca que só no Brasil existem mais de 600 rótulos que informam ao consumidor que os produtos são ecologicamente corretos, porém o selo do CJ é o menos reconhecido pela sociedade, que representa mais uma dificuldade, evidenciada, principalmente, na venda de produtos. Além disso, para Silva; Ribeiro (2005) ainda persiste, na sociedade, a discussão sobre a efetividade da utilização de certificações ambientais voltadas para assegurar o alinhamento com os princípios de desenvolvimento sustentável, pois segundo alguns críticos da área, os procedimentos adotados para a certificação não eliminam totalmente os riscos.

Nesta perspectiva, as certificações internacionais representam uma forma para alcançar mercados diferenciados e promissores, no qual se demonstra uma relação de ganha-ganha para todos. Entretanto, um dos maiores desafios da certificação, de acordo com Taylor (2005), é realmente demonstrar para o mercado que o CJ pode assegurar ao consumidor final atuação das empresas com respeito à justiça social e qualidade ambiental.

### **3 CENÁRIO BRASILEIRO DO COMÉRCIO JUSTO**

No Brasil, a Portaria Ministerial n. 2060 de 30 de dezembro de 2014 do Ministério do Trabalho e Emprego, publicada em 08 de janeiro de 2015 no Diário Oficial, traz a mais recente definição de Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário, no qual o Comércio Justo no Brasil é conceituado.

Sistema ordenado de parâmetros que visa promover as práticas de relações comerciais mais justas e solidárias, articulando e integrando os empreendimentos econômicos solidários e seus parceiros colaboradores em todo o território brasileiro (BRASIL, 2014).

Essa definição, quando comparada à definição internacional proposta pelas quatro principais organizações internacionais ligadas ao CJ (FLO, IFAT, NEWS!, EFTA) apresenta uma diferença. Enquanto uma defende o comércio internacional de produtos, a outra define como devem ser as práticas de negócio justo em nível local, regional e nacional (BRASIL, 2015). O Comércio Justo não se limita apenas a trocas entre países do

Norte e Sul, pois muitas comercializações acabam acontecendo entre países apenas do Hemisfério Sul como também comenta Oliveira, Araújo, Santos (2008).

De acordo com Bossle e outros (2017), de um total de 277 empresas que atuam com o Comércio Justo no Brasil, 167 delas, ou seja, 71,7% comercializam localmente e na própria comunidade, e apenas 25 delas (10,7%) comercializam a nível internacional. Atualmente, o Brasil conta com 58 empresas certificadas com o selo *Fair Trade* (STARRICO, NARANJO, 2018). Dentre os produtos destacam-se o café, nozes, mel, vinho, roupas e artesanato que são comercializados para a América do Norte e países da Europa. Das 277 empresas que atuam no CJ no Brasil, de acordo com Bossle e outros (2017) 27,5% das organizações estão vinculadas a produção agroindustrial, 25% operam com artesanato e lembranças, 9,1% estão vinculadas ao comércio de produtos agroindustrial e 5,1% dedicam-se à fabricação e comercialização de vestuário. Os outros percentuais foram divididos em mais de 100 atividades listadas pelos autores. Para Machado, Paulillo, Lambert (2008) estes dados estatísticos evidenciam que o CJ ainda é recente no Brasil, quando comparado a outros países.

#### 4 METODOLOGIA

No que tange aos objetivos dessa pesquisa, a mesma é caracterizada como exploratória. A pesquisa exploratória “têm por objetivo familiarizar-se com o fenômeno ou obter uma nova percepção dele e descobrir novas ideias” (CERVO; BERVIAN; DA SILVA 2007, p. 61). Quanto aos procedimentos de coleta de dados, esta pesquisa é caracterizada como bibliográfica e documental, por apresentar dados secundários, ou seja, dados já publicados e disponíveis para consulta (PRODANOV; FREITAS, 2013). Além disso, foi adotado o método de pesquisa bibliométrico com análise qualitativa e quantitativa. Esta metodologia foi escolhida por se adequar ao objetivo geral definido, pois de acordo com Silinske e outros (2014) a bibliometria facilita o dimensionamento da produção científica nas diversas formas de publicação. Além disso, essa é uma alternativa para evidenciar estudos sobre alguma temática específica.

Inicialmente, o termo *Fair Trade* foi inserido no campo de busca principal da base de dados *Spell* no dia 10 de março de 2019. Importante destacar que na busca avançada, opção disponível na ferramenta, foram assinalados os filtros relacionados a tipos de documentos, no qual apenas artigos foram selecionados; área de conhecimento, no qual todas foram assinaladas (Administração, Contabilidade, Economia, Engenharia e Turismo) e idioma (Espanhol, Francês, Inglês e Português), buscando o maior número de publicações possíveis.

A busca resultou na identificação de 15 artigos. Todos eles foram lidos na íntegra. Ao longo da apreciação do texto foram destacadas informações, tais como: idioma, ano de publicação, autores envolvidos, revista de publicação, subtemas abordados junto ao Comércio Justo, tipo de metodologia empregada no estudo, bem como os objetivos, resultados e considerações finais que os artigos apresentavam. Finalizado a leitura, se optou ainda em pesquisar a classificação dos periódicos conforme a classificação Qualis da Capes, o número de citações dos periódicos e o índice H. Vale ressaltar que a consulta desses dados não tinha como objetivo ranquear os artigos ou os periódicos envolvidos, mas sim proporcionar uma visão geral sobre a sua relevância e influência em determinado campo de estudo. Por fim, por meio da consulta a Plataforma *Lattes* disponível pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) se consultou a origem dos estudos a

fim de conhecer e identificar autores com maior representativa na área, além de seus campos de estudos e se os mesmos estavam vinculados ao CJ.

Para o registro e gerenciamento dos dados obtidos foi utilizado o *Microsoft Excel 2010* para facilitar a tabulação, apresentação e interpretação dos resultados. A seguir apresentam-se os resultados alcançados, bem como a análise dos 15 artigos selecionados através do método empregado.

## 5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste tópico apresentam-se os dados coletados, bem como a análise dos mesmos. De início, no Quadro 2 estão evidenciados os dados estruturantes dos artigos encontrados, bem como o idioma no qual o mesmo estava escrito e o ano de publicação. Vale ressaltar que cinco estavam escritos no idioma inglês e dez estavam em português.

Quadro 2 - Portfólio Bibliográfico

Artigo	Título do Artigo	Idioma	Ano
A1	Inovação de Varejo Sustentável: E-commerce e Comércio Justo.	Português	2014
A2	<i>Fair trade in Brazil: current Status, constraints and opportunities.</i>	Inglês	2017
A3	Comércio Justo: em que estágio estamos?	Português	2012
A4	Conhecimento Científico sobre o Comércio Justo: Um estudo Bibliométrico de 2001 a 2013.	Português	2016
A5	O Comércio Justo nas práticas de Marketing Social das grandes empresas.	Português	2015
A6	Comércio Justo Internacional: O caso do suco de laranja entre Brasil e França.	Português	2008
A7	<i>Fair Trade Practices in the Northwest Brazilian Amazon.</i>	Inglês	2011
A8	Comércio Justo, saberes locais e articulação de atores: lições do Projeto Arte Baniwa no Brasil.	Português	2009
A9	Efeito <i>Fair Trade</i> na Cooperativa de Agricultores Familiares de Café do Poço Fundo, MG.	Português	2008
A10	Arranjo Socioprodutivo de Base Comunitária: Interconectando o Turismo Comunitário com redes de Comércio Justo.	Português	2008
A11	Associativismo, Comércio Justo e o Desenvolvimento Territorial Sustentável: a experiência da Toca Tapetes	Português	2011
A12	<i>Fair Trade</i> (Comércio Justo) como um “tópico quente” internacional e sua abordagem no Brasil.	Português	2011
A13	<i>The role of transnational retail on Fair Trade development</i>	Inglês	2012
A14	<i>Understanding the Coordination Mechanisms in Fair Trade Fruit Supply Chain</i>	Inglês	2010
A15	<i>The Governance of Fair Trade System: Evidence from Small Honey Producers in Rio Grande do Sul</i>	Inglês	2009

Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

As 15 publicações encontrados na base de dados *Spell* corresponde ao período de 2008 a 2017, com destaque para os anos 2008 e 2011, com 3 publicações cada um. Vale ressaltar que não foram encontrado artigos publicados em 2018 e 2019. A distribuição da quantidade de artigos dos demais anos pode ser conferido na Tabela 1.

Tabela 1 - Distribuição dos artigos por ano de publicação

2017	2016	2015	2014	2012	2011	2010	2009	2008
1	1	1	1	2	3	1	2	3

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Esse pequeno número de publicações, bem como o período contemporâneo dos trabalhos, pode ser justificado pela temática ser considerada ainda nova, como apontam Bastos, Feldmann, Fouto (2014) e Bossle, Pedrozo (2012). Além disso, Martins, Unterstell (2009) e Bossle e outros (2017) salientam a dificuldade de conhecer o *Fair Trade* de forma aprofundada justamente pela escassez de pesquisas, principalmente, no Brasil. Já Franca, Turano, Cherman (2016) argumentam que, apesar da temática ser nova, já é possível encontrar um relevante corpo de pesquisas internacionais, principalmente, na base de dados *Web of Science*, o que pode ser explicado pela disseminação do modelo de CJ em países do Hemisfério Norte do planeta, como Estados Unidos e Alemanha. Bossle, Pedrozo (2012) também complementam que por mais que a temática seja nova, ela já vem despertando o interesse de pesquisadores, empresas e do público em geral e que dessa forma, um número maior de estudos é esperado.

Ademais, apesar de evidências de introdução do conceito de CJ no Brasil já na década de 1970, foi apenas no começo deste milênio, com a criação do Fórum Brasileiro de Comércio Solidário e da Secretaria Nacional de Economia Solidária que o sistema passou a ganhar mais visibilidade nas discussões acadêmicas e empresariais, devido a sua relevância já em escala internacional (Figura 1). Questão essa também comentada por Kamlot; Schmitt (2015) e Oliveira, Araújo, Santos (2008).

Entre os autores que contribuem para a disseminação da temática *Fair Trade* no Brasil entre os anos pesquisados, merecem destaque Luciana Marques Vieira com três publicações, Marília Bonzanini Bossle, Rafael D'Almeida Martins e Valentina Gomes Haensel Schmitt, com duas publicações cada um, conforme Quadro 3.

Quadro 3 - Autores com publicações

Colocação	Autores	Total
1º	Luciana Marques Vieira	3
2º	Marília Bonzanini Bossle	2
3º	Rafael D'Almeida Martins	2
4º	Valentina Gomes Haensel Schmitt	2
5º	Andrea Cherman; Annie Lambert; Antônio Carlos dos Santos; Carlos Alberto Cioce Sampaio; Claudia Cristina Bitencourt; Daniane Mulling Neutzling e Daniel Kamlot	1

Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

Por meio da consulta ao Plataforma *Lattes* do CNPq no dia 24 de abril de 2019, atualmente apenas Marília Bonzanini Bossle possui projeto de pesquisa voltado, especificamente, para o CJ. Luciana Marques Vieira e Rafael D'Almeida Martins pesquisam temáticas relacionadas a cadeias globais de valor, principalmente, no setor agroindustrial, investigando as questões relacionadas a adaptações às mudanças climáticas e desenvolvimento sustentável, temáticas relacionadas com o CJ. Por fim, a autora Valentina Gomes Haensel Schmitt também não possui um projeto de pesquisa sobre o CJ, porém sua tese de doutorado estava intitulada como “As dimensões da sustentabilidade nas relações de poder: O Comércio Justo no setor alimentício brasileiro”, defendida em 2011, o que sugere a possível inserção de futuras pesquisas na área no meio acadêmico.

Os demais pesquisadores, com uma publicação cada um, evidenciam que o número de autores, que possam ser considerados renomados no tema, no Brasil, ainda é reduzido. Corroborando esta percepção ainda o fato dos autores apresentarem uma distribuição uniforme de artigos entre eles, ou seja, apenas 1. Franca, Turano, Cherman (2016) comentam que a alta proporção de pesquisadores que publicaram apenas um estudo no tema evidencia uma forte preocupação com o desenvolvimento de novas teorias e não o aprofundamento das já existentes por meio de estudos sistematizados, o que acaba por deixar a temática superficial.

Com o objetivo de evidenciar os subtemas abordados, nas publicações identificadas, no âmbito do tema Comércio Justo, foi elaborado o Quadro 4, no qual constam as especificidades das produções analisadas. Foi constatada a predominância de estudos de caso com foco na produção e comercialização de Mel, Café, Artesanato, Sucos e Tapetes.

Quadro 4 - Temáticas abordadas nos artigos

<b>Temáticas</b>	<b>Artigo</b>
Cenário atual do CJ no Brasil	Bossle et al., (2017).
Estudos Bibliométricos	Silva-Filho; Cantalice (2011); Bossle; Pedrozo (2012); Franca; Turano; Cherman (2016).
Estudos de Caso (Mel, Café, Artesanato, Suco de Laranja; Tapetes).	Machado; Paulillo; Lambert (2008); Oliveira; Araújo; Santos (2008); Vieira; Maia (2009); Martins; Unterstell (2009); Martins (2011); Schmitt; Moretto Neto (2011).
Outros: Cadeia de Suprimentos; Turismo; Marketing Social e Varejo	Sampaio; Alves; Falk (2008); Vieira; Aguiar; Barcellos (2010); Vieira (2012); Bastos, Feldmann, Fouto (2014); Kamlot; Schmitt (2015).

Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

A predominância em estudos de caso, a apresentação do cenário atual do CJ no Brasil e outros estudos bibliométricos, evidenciaram, também, de certa forma, o escasso conhecimento que ainda se tem a respeito do CJ. Tal constatação também reforça a necessidade de estudos sistemáticos e aprofundado (FRANCA, TURANO, CHERMAN, 2016). Do contrário as teorias não se desenvolvem. Os autores, Franca, Turano, Cherman (2016) ainda apontam que em estudos internacionais sobre o CJ, ainda predomina grandes compilações teóricas sobre o assunto, concordando com a pesquisa aqui apresentada.

Os outros cinco artigos que possuem como temáticas Cadeia de Suprimentos, Varejo, Marketing Social e Turismo, focaram o aspecto social do CJ, no qual se frisa a tendência de um consumo mais sustentável para os próximos anos, baseado em valores, princípios e preferências individuais. Ou seja, o consumidor está cada vez

mais atento aos atributos de sustentabilidade nas suas compras diárias, um dos objetivos disseminados pelo CJ e inserido nos princípios conforme apresentado no Quadro 1 (BASTOS; FELDMANN; FOUTO, 2014).

Durante a leitura dos artigos, também foi realizada a verificação da metodologia empregada, subdividida em: abordagem metodológica da pesquisa e método de coleta de dados utilizado. Os dados encontrados podem ser verificados no Quadro 5.

Quadro 5 - Metodologia Empregada

Artigo	Abordagem do Problema	Método de Coleta de Dados
A1	Qualitativa	Dados Secundários (Pesquisa Bibliográfica e Pesquisa Documental).
A2	Qualitativa/Quantitativa	Dados Primários (Entrevistas); Dados Secundários (Pesquisa Documental).
A3	Qualitativa/Quantitativa	Dados Secundários (Pesquisa Bibliométrica).
A4	Qualitativa/Quantitativa	Dados Secundários (Pesquisa Bibliométrica).
A5	Qualitativa	Dados Secundários (Pesquisa Documental).
A6	Qualitativa	Dados Primários (Entrevistas); Dados Secundários (Pesquisa Bibliográfica).
A7	Qualitativa	Dados Primários (Pesquisa Etnográfica e Observação Participante); Dados Secundários (Pesquisa Bibliográfica).
A8	Qualitativa	Dados Primários (Pesquisa Etnográfica e Observação Participante); Dados Secundários (Pesquisa Bibliográfica).
A9	Qualitativa/Quantitativa	Dados Primários (Questionário); Dados secundários (Pesquisa Bibliográfica e Pesquisa Documental).
A10	Qualitativa	Dados Primários (Pesquisa-ação Participativa); Dados secundários (Pesquisa Bibliográfica)
A11	Qualitativa	Dados Primários (Entrevistas); Dados Secundários (Pesquisa Bibliográfica).
A12	Qualitativa/Quantitativa	Dados Secundários (Pesquisa Bibliométrica).
A13	Qualitativa	Dados Primários (Entrevistas); Dados Secundários (Pesquisa Bibliográfica).
A14	Qualitativa	Dados Primários (Entrevistas); Dados Secundários (Pesquisa Bibliográfica).
A15	Qualitativa	Dados Primários (Entrevistas, Pesquisa Documental e Observação Participante); Dados Secundários (Pesquisa Bibliográfica).

Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

No que se refere ao método de abordagem do problema, do total de artigos selecionados, a maioria apresentava caráter qualitativo e apenas cinco utilizaram método misto, qualitativo e quantitativo. Considerando que a primeira publicação na *Spell* ocorreu no ano 2008, associado ao reduzido número de publicações, e sendo inexistente uma sistematização de dados como apresentam os autores Martins, Unterstell, (2009) e Bossle e outros (2017), com grande maioria dos artigos apresentando um estudo de caso único com o objetivo de aprofundar o conhecimento numa certa região sobre algum aspecto determinado, a abordagem qualitativa foi identificada como mais alinhada com os objetivos propostos e com maior alinhamento com o tema (PRODANOV; FREITAS, 2013; CERVO; BERVIAN; DA SILVA. 2007).

Entre os métodos de coleta de dados, dos artigos analisados, foram evidenciados a revisão bibliográfica, entrevistas, questionários, observação participante, pesquisa documental entre outros. Trata-se de métodos usuais e recorrentes em pesquisas com abordagem qualitativa (PRODANOV; FREITAS, 2013; CERVO; BERVIAN;

DA SILVA. 2007). A evidenciação das características das produções sobre o tema em tela, Comércio Justo, corrobora a necessidade de mais pesquisas sobre o assunto, com o intuito de contribuir para um amadurecimento e aprofundamento desta área de conhecimento.

Os 15 artigos encontrados na base de dados *Spell* estavam distribuídos em 11 periódicos conforme Tabela 2. Isso demonstra o grande espaço que o CJ ainda possui de disseminar a sua informação e não definição de um periódico com destaque para o CJ. Tal constatação também foi encontrada no estudo de Franca, Turano, Cherman (2016). Entretanto é possível perceber que os estudos demonstram que o CJ geralmente está associado à área de conhecimento em Administração. Esse dado confirma a concentração de estudos na área com o CJ.

Tabela 2 - Periódicos de Publicações

Título do Periódico	Quantidade	Qualis Capes	Citações	Índice H
Revista de Gestão Social e Ambiental	3	A3	364	7
<i>Brazilian Administration Review</i>	2	A2	547	9
Organizações Rurais & Agroindustriais	2	B1	293	6
Administração Pública e Gestão Social	1	A4	161	5
Amazônia, Organizações e Sustentabilidade	1	B1	42	2
<i>Journal of Operations and Supply Chain Management</i>	1	B2	75	3
Organizações & Sociedade	1	A2	1865	14
Revista de Administração da UFSM	1	A4	806	9
Revista de Gestão	1	A3	707	9
Revista Eletrônica de Estratégias & Negócios	1	A3	294	6
Turismo: Visão e Ação	1	A4	555	7

Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

Além do levantamento dos periódicos, no qual os artigos foram publicados, outras informações como, classificação conforme o Qualis da Capes 2017-2020, número de citações de cada periódico e o fator de impacto, mais conhecido como índice H, também foram conferidos. O índice H se "baseia na lista de publicações ranqueadas em ordem decrescente ordenada pelo número de citações. O valor de H será o número de artigos (N) na lista que tiverem N ou mais citações" (BOSSLE; PEDROZO, 2012, p. 37). De acordo com Bossle e outros (2017) apesar de existirem diversas críticas aos fatores de impacto dos periódicos e revistas acadêmicas, é preciso estabelecer algum tipo de classificação entre elas.

De acordo com a Tabela 2, apesar de apresentar a maior quantidade de artigos publicados, a revista Gestão Social e Ambiental, classificada de acordo com a Capes (2019) em A3, possui um número de citações igual a 364 e índice H igual a 7. Já a Revista Organizações & Sociedade com apenas 1 artigo publicado relacionado ao CJ, foi a mais citada delas, com 1865 citações e em consequência, o índice H maior, 14. Vale ressaltar que tais informações como número de citações e índice H, são dados que a própria *Spell* fornece aos leitores através da sua plataforma para consulta.

O número de citações por artigo também foram dados levantados pelos pesquisadores. De acordo com a própria *Spell*, os artigos aqui denominados de A11 e A13, ambos com 2 citações. Vale ressaltar que o artigo A13 está publicado na revista menos citada dentro da pesquisa e consequentemente com o Índice H mais baixo, a

Amazônia, Organizações e Sustentabilidade. Os estudos, A1, A5, A6, A7, A8, A10, A12 e A15 receberam apenas 1 citação. O restante dos artigos ainda não receberam citações, inclusive o artigo encontrado na Revista Organizações & Sociedade. Tais evidências também comprovam a necessidade de um maior número de publicações relacionadas ao *Fair Trade* e a disseminação de tais conhecimentos, principalmente, no Brasil, pois os dados ainda não se apresentam de forma lógica.

Por meio da consulta individual dos artigos através da Plataforma Sucupira, com relação à distribuição de artigos conforme o Qualis Capes, do total de 11 periódicos, três revistas podem ser classificadas como A3 e A4, duas revistas em A2 e B1, e por fim apenas uma revista é classificada como B2. De acordo com a Capes (2019) esse método é utilizado para estratificação da qualidade da produção intelectual, no qual os estratos indicativos de qualidade iniciam em A1 (para mais elevado) a C (peso zero), passando por A2, A3, A4, B1, B2, B3 e B4 na classificação de 2017-2020. Essa nova classificação é baseado nas recomendações feitas pela Comissão Nacional de Acompanhamento do Plano Nacional da Pós-graduação (PNPG).

Por fim, foram levantadas informações sobre resultados e considerações finais de cada de artigo. Além disso, em função de alguns artigos não apresentarem de forma explícita seu objetivo geral, se optou em também apresentar as problemáticas de pesquisa. Os resultados podem ser conferidos no Quadro 6.

Quadro 6 - Objetivo, resultados e considerações finais dos artigos selecionados

Artigo	Objetivo/Problema do Estudo	Principais Resultados e Considerações Finais
A1	Uma parceria entre uma empresa varejista e um negócio social de CJ configura uma inovação sustentável?	A parceria com a <i>Solidarium</i> permitiu um novo posicionamento de caráter sustentável pelo <i>Walmart</i> : o engajamento com responsabilidade socioambiental, o empoderamento de iniciativas comunitárias, os melhoramentos nas condições de troca e assim por diante.
A2	Como é organizado o CJ no Brasil e quais são os gargalos e oportunidades envolvidas?	Os resultados mostram que o CJ cresceu entre 2005 e 2012 em virtude do apoio de instituições e agências públicas, mesmo que as organizações ainda enfrentem dificuldades financeiras. Uma vez que o CJ cresceu como uma política pública, seu desenvolvimento reforçou o conceito e os grupos envolvidos, proporcionando uma boa perspectiva para o mercado interno. O CJ tem um papel social e natureza política, o que pode chamar a atenção dos formuladores de políticas sobre programas sociais e o apoio de organizações de CJ.
A3	Fazer uma revisão da literatura sobre os artigos da área temática do CJ.	Os resultados destacam Reino Unido e Estados Unidos como as principais regiões envolvidas na produção. A autora com mais artigos e a universidade em destaque são americanas. A Revista que mais se destacou foi a <i>Journal of Business Ethics</i> . Poucas revistas tem classificação no qualis da Capes, porém apresentam bons indicadores de impacto.
A4	Identificar os corpos teóricos dominantes nas pesquisas internacionais sobre o CJ.	Este trabalho culminou na descoberta de uma nova forma de estruturação e categorização das pesquisas sobre o tema. Os achados demonstram que o campo de pesquisas sobre CJ deve ser incentivado, enaltecendo-se a necessidade de se

		desenvolver estratégias mais consolidadas.
A5	Descrever o contexto de inserção do CJ nas práticas de Marketing Social das grandes empresas	A inserção do CJ nas práticas de Marketing Social envolve mudanças de valores, formas de atuação e gestão organizacional. Esse cenário pode contribuir para fortalecer a marca, entretanto cuidados com relação a divulgação dessas práticas precisa ser levado em consideração.
A6	Desenvolver uma análise inicial das estruturas de governança do CJ do suco de laranja brasileiro com os importadores franceses.	Duas redes comerciais foram identificadas. A rede integrada constituída de atores especializados e a rede certificada, no qual inclui organizações comerciais convencionais. Apesar de adotarem mecanismos de funcionamento diferentes, os importadores optaram por fazer parte da rede certificada.
A7	Descrever e analisar o Projeto Arte Baniwa. Um projeto de comercialização de cestaria indígena.	O projeto contribuiu para o aumento de oportunidades em financiamento, apoio político e institucional, defesa dos direitos indígenas, abertura de novos mercados, aumento do respeito social e cultural. A cada ano que passa novas artesãs se envolvem no projeto por meio da visualização de benefícios.
A8	Apontar as possibilidades de desenvolvimento de práticas de CJ no Brasil a partir de um estudo de caso realizado no Projeto Arte Baniwa.	O projeto é considerado inovador por buscar melhores condições de vida para os envolvidos. Entretanto ainda não se pode caracterizá-lo como comércio justo, devido aos diversos desafios que ainda precisam ser superados.
A9	Investigar o efeito do <i>Fair Trade</i> sobre o elo produtor da cadeia, tentando inferir a coesão propiciada por essa intervenção na Cooperativa de Agricultores Familiares de Café de Poço Fundo, MG.	Os resultados apresentaram alto nível de coesão, porém também demonstraram o surgimento de algumas diferenças entre os produtores antigos e os mais recentes, principalmente, no maior nível de comprometimento, o que impacta diretamente na sustentação da cooperativa.
A10	Justificar o conceito de arranjo socioprodutivo de base comunitária, proposto por Sampaio, Mantovaneli Jr. e Pellin (2004) e Sampaio, Mundim e Dias (2004), a partir de uma experiência em curso que privilegia o turismo comunitário e que se propõe articular com redes de CJ.	Conclui-se que o APL.Com, por sua vez, potencializa o chamado turismo comunitário, que é uma estratégia para que populações tradicionais, independente do grau de descaracterização frente à hegemonia das sociedades urbanas industriais, sejam protagonistas de seus modos de vida.
A11	Analisar a experiência de associativismo e inserção no CJ da organização Toca Tapetes como fator de contribuição ao desenvolvimento territorial sustentável no município de Araranguá-SC.	A Toca Tapetes contribui para o processo de desenvolvimento territorial sustentável, com viabilidade ecológica, amparado em princípios de pluralidade econômica e cidadã. A iniciativa tem possibilitado o resgate de elementos culturais da base local e a transmissão de atividades de pais para filhos. Foi constatado também o fortalecimento do associativismo, da troca complementar e da reeducação ética dos atores sociais envolvidos no processo produtivo, por meio da cooperação e, conseqüentemente, da contribuição ao desenvolvimento territorial.
A12	Analisar bibliometricamente o desenvolvimento do conceito de <i>Fair Trade</i> na literatura internacional e nacional, identificando a emergência do tema e analisando possíveis “barreiras” do tema no	Embora usando uma análise bibliométrica tenha se classificado o tema com “emergente”, os autores perceberam uma defasagem considerável da abordagem do tema no Brasil.

	contexto nacional.	
A13	Como o sistema de CJ é organizado para fornecer acesso ao mercado no contexto de um país emergente.	Existe uma assimetria entre produtores e compradores, entretanto a falta de certificação complica alguns aspectos. Nesse sentido, o varejo preenche uma lacuna institucional no estabelecimento de padrões sustentáveis para os pequenos produtores no contexto de um país emergente.
A14	Descrever a configuração e a coordenação de uma cadeia certificada pelo CJ no comércio de frutas entre o Brasil e o Reino Unido.	Os resultados sugerem que os varejistas do Reino Unido transferem a responsabilidade da coordenação das cadeias de fornecimento para seus parceiros comerciais no Brasil, que, por sua vez, são responsáveis pelo monitoramento do fluxo de informações e dos processos de rastreamento.
A15	O objetivo desse estudo é triplo. O primeiro é caracterizar o mercado de <i>Fair Trade</i> . O segundo é apresentar o papel de certificadores terceirizados como a FLO-CERT. E por fim, apresentar uma análise empírica das principais dificuldades que os pequenos produtores enfrentam para cumprir com o <i>Fair Trade</i> , utilizando evidências de produtores de mel no estado do Rio Grande do Sul.	O <i>Fair Trade</i> é entendido como um sistema de produção a fim de superar os desequilíbrios do mercado convencional para pequenos agricultores. A FLO-CERT apresenta critérios nas dimensões social, ambiental e econômicos. Essas regras contribuem para que os produtos sejam reconhecidos internacionalmente. As principais dificuldades encontradas pelos produtores são: Capacidade de exportação, licença do Ministério da Agricultura, falta de estrutura física e capital de giro.

Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

Os 15 artigos, com relação ao objetivo geral proposto, na sua maioria advindos de uma metodologia de estudo de caso com abordagem qualitativa, se limitava a identificar oportunidades e desafios de uma determinada região com relação ao CJ. Os outros artigos identificados como estudos bibliométricos, também apresentavam o cenário de publicações sobre o CJ, assim como esse, porém com foco em bases de dados internacionais, como: *Web of Science, Scopus e Ebsco*.

Diante dos principais resultados e considerações finais apontados pelos estudos selecionados, foi possível perceber que o CJ tem potencial de estruturar relacionamentos socioeconômicos em favor de pequenos produtores e contribuir para a conservação do meio ambiente (VIEIRA, 2012). Porém, para que isso ocorra, o mesmo necessita do apoio de organizações externas, do poder público e de pessoas qualificadas para se consolidar como apontam Bossle e outros (2017); Martins (2011) e Vieira; Maia (2009).

As organizações ainda estão em fase de descoberta com relação os seus reais benefícios e limitações, devido à temática ainda ser recente, questão essa também apontada por esse estudo. Nesse sentido, com relação aos desafios a serem superados pelo *Fair Trade*, mas, principalmente, pelos pequenos produtores envolvidos nesse processo destacam-se: problemas de infraestrutura, falta de capital de giro, dificuldades financeiras, capacidade de exportação, volume baixo de produção, pouca diversidade e regularidade na oferta, alto custo e demora nos processos de certificação, barreiras culturais entre outros. Além disso, merece destaque, a falta de políticas públicas, a baixa demanda e o grande número de rótulos, causando dificuldades de identificação por parte dos consumidores como mencionado nos estudos de Machado, Paulillo, Lambert, (2008); Martins,

Unterstell (2009); Vieira, Aguiar, Barcellos, (2010); Silva-Filho, Cantalice (2011); Franca; Turano; Cherman (2016) e Bossle e outros (2017).

Apesar do CJ ser considerado como um tema emergente, e por Silva-Filho, Cantalice como um “tópico quente”, se tem a necessidade de maiores e melhores pesquisas nesse campo, principalmente no Brasil, afim de desenvolver estratégias mais consolidadas entre os envolvidos, ou seja, conseguir superar os desafios apontados. Entretanto, vale destacar que o CJ é um grande aliado na disseminação de práticas pautadas pela sustentabilidade, como equidade social e proteção ao meio ambiente (SILVA-FILHO; CANTALICE, 2011; FRANCA; TURANO; CHERMAN, 2016).

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo geral apresentar o estado-da-arte das publicações relacionadas ao *Fair Trade* da base de dados *Spell*. Acredita-se que para isso, o método de pesquisa bibliométrico com abordagem qualitativa e quantitativa empregado foi o mais adequado, pois ele consegue oferecer um panorama, ou seja, uma visão geral sobre determinado assunto por meio das possíveis variáveis (idioma, ano, autores, subtemas, abordagem metodológica, método de coleta de dados, Qualis Capes, citações, Índice H, objetivo, resultados, considerações finais) a serem trabalhadas.

Os resultados desta pesquisa demonstram que o assunto ainda é pouco difundido e abordado por pesquisadores a nível nacional, o que pode ser constatado por meio do número reduzido de artigos publicados por autores diferentes, e, principalmente, com base no fato de a primeira publicação sobre o tema, na base investigada, ser do ano de 2008. Tal constatação vai ao encontro de outros estudos tais como: Machado, Paulillo, Lambert (2008); Martins, Unterstell (2009); Silva-Filho, Cantalice (2011); Kamlot, Schmitt (2015); Franca, Turano, Cherman, (2016); Bossle e outros (2017). Uma predominância de artigos em estudos de casos e outros que também apresentam o estado-da-arte do CJ com abordagem qualitativa demonstram que a temática ainda está em construção teórica e que um longo caminho ainda precisa ser percorrido.

Desse modo, se tem a necessidade da realização de um maior número de pesquisas exploratórias, justamente para oferecer aprofundamento sobre a referida temática e o desenvolvimento teórico sobre o CJ. Também existe a primordialidade de pesquisas sistemáticas sobre o CJ. Apenas assim, possíveis lacunas e desafios encontrados poderão ser solucionados.

Diante disso, é importante destacar a relevância desse artigo, no qual além de conseguir proporcionar uma visão geral sobre o CJ, direciona novas e futuras pesquisas na área, incluindo possíveis colaborações de autores e revistas a serem publicados os estudos. Contudo uma maior divulgação dos conceitos abordados pelo CJ, não apenas na academia pela forma de publicações de estudos, mas nas organizações e na sociedade como um todo, precisa acontecer.

Outra questão que merece destaque é a baixa citação dos artigos sobre o CJ, demonstrando novamente que o assunto ainda precisa ser mais explorado por pesquisadores. Apesar da Revista *Organizações & Sociedade* obter o maior número de citações entre os periódicos consultados, o artigo publicado nela não recebeu nenhuma citação até então. Já o artigo publicado com duas citações, o maior número, se encontra na Revista que possui o menor número de menções, *Amazônia, Organizações e Sustentabilidade* da Luciana Marques Vieira, uma

pesquisadora que não possui vínculo direto com o CJ, porém pesquisa temática relacionadas. Sugerindo ainda a falta de autores considerados de referência para a temática em questão.

Como sugestão de futuras pesquisas, acredita-se que a inclusão de outras bases de dados possa trazer maiores informações a respeito do *Fair Trade*, principalmente, por meio de base de dados internacionais, em função do assunto já estar disseminado em países do hemisfério norte como pode ser visto na Figura 1. A utilização de técnicas de estatísticas mais avançadas também seria interessante, o que não torna menos relevante a contribuição oferecida por esta pesquisa.

Por fim, acredita-se que este estudo conseguiu apresentar um panorama geral sobre as publicações relacionadas ao *Fair Trade* na base de dados *Spell*, otimizando o tempo de procura e direcionando o rumo das investigações científicas futuras com relação à referida temática norteadora desse estudo.

---

Artigo submetido para avaliação em 01/08/2019 e aceito para publicação em 24/03/2020

---

## REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO (ANPAD). Disponível em <<http://www.anpad.org.br/~anpad/>>. Acesso em: 25 abr. 2019.

BARA, Claudia; PÉREZ-AKAKI, Pablo. Status quo, challenges and opportunities of alternative coffee that is produced in México and consumed in Germany. **Agricultura, Sociedad y Desarrollo**, v. 12, n.1, p. 59-86, 2015.

BASTOS, Livia Tiemi; FELDMANN, Paulo Roberto; FOUTO, Nuno Manoel Martins Dias. Inovação de Varejo Sustentável: E-commerce e Comércio Justo. **Revista de Administração da UFSM**, v. 7, Edição Especial, 2014.

BOSLLE, Marília Bonzanini; PEDROZO, Eugênio Ávila. Comércio Justo: Em que estágio estamos. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 6, n. 2, 2012.

BOSSLE, Marília Bonzanini; NEUTZLING, Daiane Mülling; WEGNER, Douglas; BITENCOURT, Claudia Cristina. Fair Trade in Brazil: current status, constraints and opportunities. **Organizações e Sociedade**, v. 24, n. 83, 2017.

BRASIL. Decreto n. 7.358, de 17 de novembro de 2010. Institui o Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário – SCJS, cria sua Comissão Gestora Nacional, e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF, 18 Nov. 2010. BRASIL. Portaria MTE n. 2060, de 30 de dezembro de 2014. Institui os Princípios e Critérios e os mecanismos de avaliação da conformidade da prática de Comércio Justo e solidário e da gestão e organização do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário – SCSJ.

CARVALHO, Antonio Daniel Alves. O mercado do Comércio Justo. **Equatorial**, v. 4, n. 6, 2017.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto da. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2007.

COELHO, Sandra Lima. **Sobre a justiça no comércio e as escolhas morais de consumo: o caso dos consumidores de Comércio Justo**. Sociologia, 2015.

DOANE, Deborah. **Taking Flight: The Rapid Growth of Ethical Consumerism**. London, New Economics Foundation, 2001.

DOHERTY, Bob; SMITH, Alastair; PARKER, Sara. **Fair Trade market creation and marketing in the Global South**. Geoforum, 2015.

EUROPEAN FAIR TRADE ASSOCIATION. Disponível em <<https://www.newefta.org>>. Acesso em: 25 abr. 2019.

FAIRTRADE INTERNATIONAL. Disponível em: <<https://www.fairtrade.net/>>. Acesso em: 25 abr. 2019.

FRANCA, Letícia Santos; TURANO, Lucas Martins; CHERMAN, Andrea. Conhecimento científico sobre comércio justo: um estudo bibliométrico de 2001 a 2013. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 10, n. 1, 2016.

GALLON, Alessandra Vasconcelos; SOUZA, Flávia Cruz de; ROVER, Suliani; VAN BELLEN, Hans Michael. Um estudo longitudinal da produção científica em administração direcionada à temática ambiental. **Revista Alcance**, v. 15, n. 1, p.81-101, 2008.

HUYBRECHTS, Benjamin; DEFOURNY, Jacques. Exploring the diversity of fair trade social enterprises. **European Research Network**, v. 2, n. 10, 2010.

JURADO, Silvia Nuria. Nuevos espacios para la acción campesina. El mercado como horizonte de oportunidad para los pequeños cafeicultores mexicanos. **Argumentos**, v. 27, n. 76, 2014.

KAMLOT, Daniel; SCHMITT, Valentina Gomes Haensel. O Comércio Justo nas práticas de Marketing Social das grandes empresas. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 9, n. 3, 2015.

LADHARI, Riyadh; TCHETGNA, Nina Michèle. The influence of personal values on Fair Trade consumption. **Journal of Cleaning Production**, v. 87, n. 1, p. 469-477 2015.

LAZARETTI, Isadora K; OLSSON, Giovanni. Comércio Justo e desenvolvimento pluridimensional: um olhar sobre as possibilidades na sociedade em rede. **Revista de Direito, Economia e Desenvolvimento Sustentável**, v. 4, n. 2, 2018.

MACHADO, Melissa Dantas; PAULILLO, Luis Fernando; LAMBERT, Annie. Comércio justo internacional: o caso do suco de laranja entre o Brasil e a França. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 10, n. 3, 2008.

MARTINS, Rafael D'almeida. Fair Trade Practices in the Northwest Brazilian Amazon. **Brazilian Administration Review**, v. 8, n. 4, 2011.

MARTINS, Rafael D'almeida; UNTERSTELL, Natalie. Comércio justo, saberes, locais e articulação de atores: lições do projeto arte Baniwa no Brasil. **Administração Pública e Gestão Social**, v. 1, n. 4, 2009.

OLIVEIRA, Renato Ferreira de; ARAÚJO, Uajará Pessoa; SANTOS, Antônio Carlos dos; Efeito do Fair Trade na cooperativa de agricultores familiares de Café de Poço Fundo, MG. **Organizações Rurais e Agroindustriais**, v. 10, n. 2, 2008.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani César de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2013.

SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce; ALVES, Flávia Keller; FALK, Vanessa Cristina Venzke. Arranjo socioprodutivo de base comunitária: interconectando o turismo comunitário com redes de comércio justo. **Revista Turismo Visão e Ação**, v. 10, n. 2, 2008.

SCHMITT, Valentina Gomes Haensel; MORETTO NETO, Luis. Associativismo, comércio justo e o desenvolvimento territorial sustentável: a experiência da Toca Tapetes. **Revista de Gestão**, v. 18, n. 3, 2011.

SILINSKE, Jaqueline; MARQUETTO, Matheus Frohlich; GROHMANN, Márcia Zampieri; BATTISTELLA, Luciana Flores; MADRUGA, Lúcia Rejane da Rosa Gama. Estudo Bibliométrico sobre a Sustentabilidade na Área de Economia Empresarial. **AOS – Amazônia, Organizações e Sustentabilidade**, v. 3, n. 2, p. 101-120, 2014.

SILVA-FILHO, José Carlos Lazaro; CANTALICE, Flavio Leandro Batista de Moura. Fair Trade (Comércio Justo) como um tópico quente internacional e sua abordagem no Brasil. **Revista Eletrônica de Estratégia e Negócios**, v. 4, n. 2, 2011.

SILVA, Demétrius Antônio; RIBEIRO, Helena. Certificação ambiental empresarial e sustentabilidade: desafios da comunicação. **Saúde e Sociedade**, v. 14, n. 1, 2005.

STARRICO, Juan Ignacio; NARANJO, María Ayelén. Llevando justicia as comercio internacional? Una introdución a la propuesta de Fair Trade. **Trabajo y Sociedad**, v. 30, 2018.

STELZER, Joana; TODESCAT, Marilda. GONÇALVES, Everton das Neves. O Projeto Ilha Rendada e o Comércio Justo: princípios normativos, práticas e desafios. In: STELZER, Joana; GOMES, Rosemary. (Org.). **Comércio justo e solidário no Brasil e na América Latina**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração, UFSC, 2016, p. 19-54.

STELZER, Joana; GONÇALVES, Everton das Neves. Free Trade, Regionalismo e Comércio Justo: da exclusão à inclusão pelo comércio mundial. **Argumenta Journal Law**, n. 26, 2017.

TIBURCIO, Breno Aragão; VALENTE, Ana Lucia E.F. O comércio justo e solidário é alternativa para segmentos populacionais empobrecidos? Estudo de caso em Território Kalunga (GO). **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 45, n. 2, 2007.

VIALLI, A. Selos Verdes confundem consumidores. O Estado de São Paulo. 14 Jul. 2010. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticia/impreso.selos-verdes-confundem-consumidores.580855.0.htm>>. Acesso em 10 abr. 2019.

VIEIRA, Luciana Marques. The role of transnational retail on fair trade development. **Amazônia, Organizações e Sustentabilidade**, v. 1, n. 1, 2012.

VIEIRA, Luciana Marques; AGUIAR, Luís Kluwe; BARCELLOS, Marcia Dutra De. Understanding the Coordination Mechanisms in a Fair Trade Fruit Supply Chain. **Journal of Operations and Supply Chain Management**, v. 3, n. 2, 2010.

VIEIRA, Luciana Marques; MAIA, Tatiana. The Governance of Fair Trade System: Evidence from Small Honey Producers in Rio Grande do Sul. **Brazilian Administration Review**, v. 6, n. 4, 2009.

WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION. Disponível em: <<https://wfto-europe.org/>>. Acesso em: 25 abr. 2019.