



Título: Impacto do selo certificação Fairtrade como estratégia no nível de negócios – Estudo de caso Megamatte

Aluna: Karina de Oliveira Dutra Chaves

Orientador: Dierci Márcio Cunha da Silveira

RESUMO

O *Fairtrade* (comércio justo) é uma alternativa que vem agindo diretamente sobre as operações de mercado, propondo uma nova forma de se fazer negócios, baseada na distribuição mais justa dos lucros obtidos através da cadeia pelos seus diversos agentes, valorizando, sobretudo o produtor. Sendo também uma estratégia para a diminuição da pobreza e o desenvolvimento sustentável. O objetivo do trabalho é o entendimento de “como” e “por que” a certificação *Fairtrade* facilita o acesso de um produto agroindustrial brasileiro aos mercados nacionais e internacionais, e se a adoção desta certificação atende não apenas aspectos sociais e ambientais, mas também aspectos econômicos, podendo ser identificado no planejamento estratégico como uma estratégia no nível de negócios, causando possíveis impactos. A franquia Megamatte foi escolhida para o estudo de caso devido a sua consciência sobre a importância de implementar ações de sustentabilidade ambiental, inclusive para o desenvolvimento do seu próprio negócio. Com uma proposta inovadora, a marca desenvolveu um modo de produção exclusivo para o mate, que se tornou seu diferencial de mercado, por minimizar custos, aumentar a lucratividade e incentivar o crescimento da unidade do franqueado (MEGAMATTE, 2013). Identifica-se que o principal desafio para concretizar o mercado *Fairtrade* a nível nacional é o de conscientizar e educar o consumidor, isto é, tanto o consumidor final quanto os elos na cadeia de comercialização. Verifica-se também em âmbito nacional a escassez de discussão do tema tanto no meio empresarial quanto no meio acadêmico. Conclui-se que é possível através dos princípios do *Fairtrade* estabelecer a integração das atividades, que podem ser utilizadas para criar valor aos clientes, demonstrando a utilização bem-sucedida de uma estratégia no nível de negócios integrada em liderança em custos/diferenciação. A partir do estudo de caso considera-se que a Megamatte possui diferenciação no mercado nacional e agregação no valor de seu produto, se enquadrando nos princípios do planejamento estratégico de Porter.

Palavras-chave: estratégia, *fairtrade*, megamatte, sustentabilidade, valor