

UNIVERSIDADE JOSÉ ROSÁRIO VELLANO – UNIFENAS
Maria Beatriz Gandini Bittencourt de Oliveira

PRODUÇÃO DE CAFÉ COM CERTIFICAÇÃO FAIR TRADE: UMA
ALTERNATIVA PARA OS PRODUTORES FAMILIARES

Alfenas-MG

2016

UNIVERSIDADE JOSÉ ROSÁRIO VELLANO – UNIFENAS
Maria Beatriz Gandini Bittencourt de Oliveira

PRODUÇÃO DE CAFÉ COM CERTIFICAÇÃO FAIR TRADE: UMA
ALTERNATIVA PARA OS PRODUTORES FAMILIARES

Dissertação apresentada à Universidade José do Rosário Vellano, como parte das exigências para obtenção do Título de Mestre em Sistemas de Produção na Agropecuária.

Orientadora: Profª Drª Roberta Bessa V. Silva
Coorientador: Prof. Dr. Leandro Carlos Paiva

Alfenas-MG

2016

Dados internacionais de catalogação na fonte

Biblioteca Central da UNIFENAS

Oliveira, Maria Beatriz Gandini Bittencourt de
Produção de café com certificação fair trade : uma alternativa para os produtores familiares. — Maria Beatriz Gandini Bittencourt de Oliveira.—Alfenas, 2016.
28 f.

Orientadora: Prof^aRoberta Bessa Veloso Silva
Dissertação (Mestrado)- Programa de Pós-graduação em Sistemas de Produção na Agropecuária -Universidade José do Rosário Vellano, Alfenas, 2016.

1. Preço justo 2. Cooperativismo 3. Café certificado
I. Universidade José do Rosário VellanoI. Título

CDU : 633.73(043)



Certificado de Aprovação

TÍTULO: "PRODUÇÃO DE CAFÉ COM CERTIFICAÇÃO FAIR TRADE: UMA ALTERNATIVA PARA OS PRODUTORES FAMILIARES"

AUTOR: Maria Beatriz Gandini Bittencourt de Oliveira

ORIENTADOR: Profa. Dra. Roberta Bessa Veloso Silva

Aprovado como parte das exigências para obtenção do Título de **Mestre Profissional em Sistemas de Produção na Agropecuária** pela Comissão Examinadora.

Roberta Bessa Veloso Silva

Profa. Dra. Roberta Bessa Veloso Silva
Orientadora

Eric Batista Ferreira

Prof. Dr. Eric Batista Ferreira

Douglas José Marques

Prof. Dr. Douglas José Marques

Alfenas, 11 de agosto de 2016.

Mário Sérgio Oliveira Swerts

Prof. Dr. Mário Sérgio Oliveira Swerts
Diretor de Pesquisa e Pós-graduação
UNIFENAS

Dedico a Deus pelo dom da vida, por conceder força, saúde e proteção.
À minha família pelo amor, apoio, confiança e constante motivação aos meus sonhos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ter concedido a oportunidade de estudo. Pela força, proteção e inspiração em todos os momentos.

Aos meus pais, por toda dedicação e esforço desde o início da minha vida.

A minha família, pelo grande apoio, incentivo, amor e fonte de motivação.

A minha orientadora Prof^a Roberta Bessa Veloso Silva, pela dedicação, pelos ensinamentos repassados, pela confiança e orientação.

Ao coorientador Prof. Dr. Leandro Carlos Paiva, pela instrução, auxílio e dedicação.

Aos colegas de mestrado, pelo companheirismo, ajuda e motivação.

À UNIFENAS, por todos os ensinamentos que me proporcionou.

À COOPFAM e seus cooperados, pela colaboração e auxílio na participação às entrevistas deste estudo de caso.

Ao IFSULDEMINAS, pela grande oportunidade concedida, incentivo e apoio a esse trabalho.

-

“A coisa mais indispensável a um homem é reconhecer o uso que deve fazer do seu próprio conhecimento” (Platão).

RESUMO

O Brasil é o maior produtor de café do mundo, sendo Minas Gerais, o estado responsável pela maior produção cafeeira no país. Nas últimas décadas, diversas mudanças têm ocorrido na produção e no consumo envolvendo o setor cafeeiro. Os consumidores e compradores de café estão mais exigentes quanto aos critérios sociais, ambientais, econômicos e qualitativos, ou seja, se os produtos adquiridos estão de acordo com o cumprimento das leis trabalhistas. Conseqüentemente, os produtores rurais sentiram a necessidade de buscar novos métodos para a produção de café para atender a esse novo nicho de mercado procurando agregar mais valor à produção. A certificação *Fair Trade* surgiu como uma boa alternativa para aumentar o benefício percebido pelos consumidores de um café diferenciado. Diante disso, foram entrevistados produtores rurais associados à Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo, em cinco ocasiões, nas reuniões dos cooperados. Verificou-se nesse estudo de caso que a renda, através da comercialização do café com a certificação *Fair Trade*, acarretou melhores condições para os produtores rurais manterem o equilíbrio econômico. Os lucros são revertidos para as suas propriedades rurais, pois recebem um preço mais justo pelo café. Destaca-se que a participação na cooperativa fortaleceu e deu a eles mais tranquilidade e segurança nas transações comerciais. Observou-se que, após a certificação *Fair Trade*, os produtores rurais adotaram práticas mais sustentáveis, levando-se em consideração, a preservação do meio ambiente.

Palavras-chave: Preço justo. Cooperativismo. Café certificado.

ABSTRACT

Brazil is the world's largest coffee producer, and Minas Gerais, the state responsible for most of the coffee production in the country. In recent decades many changes have occurred in the production and consumption involving the coffee sector. Consumers and coffee buyers are more demanding about the social, environmental, economic and qualitative criteria; if the product is in compliance with labor laws, that is. Consequently, seeking to aggregate more value to their coffee production, farmers felt the need to find new methods to meet this new market niche. The Fair Trade certification has emerged as a good alternative to increase the benefit which was perceived by consumers of a differentiated coffee. Therefore, farmers associated with the Cooperative of Family Farmers from Poço Fundo were interviewed on five occasions in the meetings of the cooperative members. The study case showed that the income obtained from the marketing of the coffee with the Fair Trade certification led the farmers to better conditions to maintain a greater economic balance. Since they receive a fairer price for their coffee, the profits are reinvested in their rural properties. It is noteworthy that the participation in the Cooperative strengthened the farmers and gave them more tranquility and the feeling of being safe in their commercial transactions. It was observed that after the Fair Trade certification farmers have adopted sustainable practices which take into account the preservation of the environment.

Key word: Fair Price. Cooperative Based System. Certified Coffee.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – Esquema de representação da relação entre consumidores e produtores rurais com os órgãos de certificação *Fair Trade*.....19.

FIGURA 2 – Faixa etária dos produtores rurais que tem as suas propriedades com certificação *Fair Trade*.....22.

LISTA DE ABREVIATURAS E SÍMBOLOS

AOC - Apelação de Origem Controladora

IAC - Instituto Agrônomo

ABIC - Associação Brasileira das Indústrias de Café

SNCJS - Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário

FLO- Fair Trade Labelling Organizations International

OIT - Organização Internacional do Trabalho

COOPFAM - Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	14
2.1 Importância da produção de café para a economia brasileira.....	14
2.2 O processo de certificação de café no Brasil	16
2.3 A certificação de café <i>Fair Trade</i>.....	17
MATERIAIS E MÉTODOS.....	21
RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	22
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	25
REFERÊNCIAS.....	27

1 INTRODUÇÃO

A produção cafeeira tem grande relevância na história do Brasil, tendo em vista que, foi durante muito tempo a nossa maior riqueza e proporcionou um rápido desenvolvimento do país. Após início da cafeicultura em diversos vales e montanhas, ocorreu a formação de várias cidades, construção de ferrovias, asfaltamento de estradas e a vinda de imigrantes para o país.

Vários setores da economia, inclusive a própria industrialização, se desenvolveram no alicerce de uma cafeicultura forte, competitiva internacionalmente e criadora de divisas, cujos recursos gerados pelas exportações foram aplicados em benefício do desenvolvimento do país.

Atualmente, este produto é o responsável pela geração de inúmeros empregos diretos e indiretos, no que se refere ao seu processamento, comercialização, transporte e mercado. Tem sido a força propulsora do desenvolvimento socioeconômico e, além de ter uma grande capacidade geradora de empregos, torna-se também importante fator de fixação de mão de obra na zona rural.

Nas últimas décadas, diversas mudanças ocorreram na produção e no consumo envolvendo o setor cafeeiro. Os consumidores e compradores da bebida estão cada vez mais exigentes quanto aos critérios que atendem aos métodos sustentáveis de produção, envolvendo os aspectos ambientais, sociais, econômicos, qualitativos e no que diz respeito às leis trabalhistas.

A partir daí, os produtores rurais sentiram a necessidade de buscar novos caminhos para adequação da produção de café, podendo-se destacar as certificações de café que conferem qualidades específicas quanto ao local de produção. Estes produtos apresentam uma qualidade única quanto às suas características naturais como solo, vegetação e condição climática.

O café com certificação *Fair Trade* atesta que o produto foi produzido conforme os princípios do comércio justo, trazendo retornos tanto para a sociedade quanto para os produtores rurais. Este tipo de certificação acarreta o fortalecimento da agricultura familiar através da organização em associações e cooperativas. Neste processo, dispensa-se o uso de atravessadores que

representa uma iniciativa que congrega responsabilidade social, sustentabilidade e competitividade para os produtores rurais familiares.

Desta maneira, o comércio justo torna-se uma abordagem alternativa ao comércio convencional baseado em uma parceria entre produtores e comerciantes, empresas e consumidores, com garantia de um preço mínimo.

Sendo assim, neste trabalho, objetivou-se identificar as mudanças ocorridas nas propriedades rurais, especificamente para a obtenção da certificação de café *Fair Trade*. Diante disso, foi possível destacar as adequações feitas nas propriedades rurais após a obtenção dessa certificação.

2 Referencial Teórico

2.1 Importância da produção de café para a economia brasileira

De acordo com pesquisa realizada pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – EMBRAPA (2013), em 2012, a produção de café no mundo foi cerca de 144,5 milhões de sacas de 60 kg. Referente a esse total, o Brasil produziu mais de 50,8 milhões, seguido pelo Vietnã (22 milhões) e Indonésia (10,9 milhões). A produção de café no Brasil é responsável por cerca de um terço da mundial, o que faz do Brasil o maior produtor e exportador de café.

Cerca de 80% do total produzido é da espécie café arábica. Os 20% restantes da espécie representam o café robusta que é originário da África, tendo um trato mais rude e podendo ser cultivado ao nível do mar (altitudes mais baixas).

Segundo dados da BSCA –*Brazil Specialty Coffee Association* - (2012), a demanda pelos grãos especiais cresce em torno de 15% ao ano. O crescimento anual no mercado do café convencional gira em aproximadamente 2%. Destaca-se a importância econômica deste segmento que representa cerca de 12% do mercado internacional da bebida.

Os principais mercados consumidores dos cafés especiais brasileiros são o Japão, Estados Unidos e União Europeia, havendo um crescimento

expressivo por parte da Coreia e Austrália. No que diz respeito ao consumo interno do produto, das 19,7 milhões de sacas consumidas no mercado interno, um milhão é de cafés especiais (BSCA, 2012).

Os cafés especiais possuem seus atributos referenciados por meio de certificações de origem e uso de selos de garantia. Existem vários programas de certificação e/ou verificação de cafés sustentáveis no Brasil e dentre eles destacam-se: *UtzCertified*, *Rainforest Alliance*, Certificação Orgânica, *Fair Trade*, Certifica Minas Café, Associação 4C, Nespresso AAA e *Starbucks C.A.F.E. Practices*. Cada uma dessas certificações possui características e exigências distintas.

De acordo com Gomes (2010), em 1935, foi estabelecida na França, a Apelação de Origem Controladora (AOC), inicialmente para vinhos e aguardentes. O selo AOC é o mais antigo selo oficial de qualidade de alimentos na França.

O selo AOC foi criado para proteger o uso dos nomes geográficos, referente à denominação de um país, região ou uma localidade que designa um produto originário daquele local, cuja característica deve-se ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos.

No Brasil, são exemplos de alimentos produzidos com registro de Indicação Geográfica (IG), o café do Cerrado Mineiro, o vinho do Vale dos Vinhedos e a cachaça de Paraty. A certificação confere qualidades específicas referentes ao local de produção, agregando valor e fortalecendo a marca, distinguindo os produtos em relação aos seus concorrentes. Estes produtos apresentam uma qualidade única em relação as suas características naturais como solo, vegetação e condição climática (GOMES, 2010).

A certificação é, desde então, uma exigência do mercado consumidor externo e interno, podendo-se encontrar vários tipos de certificações no Brasil. Cada uma delas possui normas que visam atender requisitos específicos e exigências de empresas e consumidores tornando-se um instrumento para dar maior confiabilidade aos produtos, serviços e empresas.

De forma geral, as certificações podem ser emitidas pelas organizações independentes, privadas ou públicas, nacionais e internacionais, dependendo do padrão aplicado. Àquelas empresas que estão dentro dos padrões previamente estabelecidos é emitido um certificado através de um organismo

certificador, que verifica e controla os produtos, atesta seus valores e os deixam visíveis para o consumidor pela presença de um símbolo (GOMES, 2010).

2.2 O processo de certificação de café no Brasil

Segundo Gomes (2010), no Brasil, ocorreu a necessidade de investimento, principalmente nos sistemas de produção cafeeira, visando a maior eficiência dos fatores produtivos, melhor qualidade e, conseqüente aumento da competitividade no mercado globalizado e de livre concorrência.

A regulamentação da oferta de café no mercado internacional e a necessidade de adaptação ao novo ambiente de negócios resultaram em uma reorganização do segmento cafeeiro.

De acordo com Oliveira et al. (2012), pesquisas apontaram que a situação econômica, cultural e social possui um papel fundamental na formação da mudança social. Pode-se observar que a constante mudança ao longo dos anos tem demonstrado que a segmentação do mercado e a diferenciação de produtos são estratégias que vêm mostrando sucesso dentro do sistema cafeeiro.

Os consumidores mais exigentes e conscientes mostram-se dispostos a pagar mais caro por um produto diferenciado. Existe um público-alvo que exige a garantia de que o produto esteja em conformidade com os requisitos especificados, surgindo-se, a partir daí o instrumento da certificação (BARBOSA et al., 2012).

Segundo Miranda (2012), a diferenciação de um produto por meio da incorporação de um atributo desejável pelos consumidores, cria uma maior fidelidade, possibilitando o ingresso em nichos de mercados mais rentáveis e mais atrativos.

Conforme Barbosa et al. (2012), o Brasil é o maior produtor e fornecedor de cafés certificados do mundo. Ao longo dos últimos anos, os cafeicultores brasileiros têm adequado suas propriedades às diferentes normas e códigos de

conduta vigentes adotando uma série de mudanças tecnológicas e metodológicas relacionadas à maneira de produzir e processar o café.

Muitos processos de certificação que dão abertura para a comercialização de produtos agrícolas no mercado internacional envolvem adequações das propriedades quanto às questões sociais, ambientais e a garantia da qualidade do produto.

Barbosa et al. (2012) relataram que a certificação agrícola informa ao consumidor a origem, procedência do produto e, assim, uma visão das etapas. A partir destas informações, consumidores poderão optar a pagar mais caro por esse diferencial. Dessa forma, torna-se uma alternativa para os agricultores neste mercado certificado, conseguindo maior rentabilidade e sustentabilidade, além de agregarem valor aos produtos comercializados e atenderem ao tripé econômico, social e ambiental.

2.3A certificação de café *Fair Trade*

Segundo Salqueiro e Santos (2015), o surgimento de produtos com certificação *Fair Trade* ocorreu na década de 1960, buscando desenvolver a sustentabilidade e o trabalho voluntário. Na produção cafeeira, originou-se para promover melhorias nas condições de mercado entre os países, consumidores e produtores de café, em desenvolvimento.

Para os autores, o café com certificação *Fair Trade* atesta que o produto foi produzido conforme os princípios do comércio justo que incluem justiça social e financeira para os produtores rurais, participação em cooperativa e sustentabilidade ambiental.

A certificação *Fair Trade* envolve aspectos políticos, levando à conscientização e, baseia-se na escolha política, no amparo ao consumo ético e valores ambientais. O comércio justo foi regulamentado no Brasil pelo Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SNCJS), por meio de decreto nº 7.358, de 17 de novembro de 2010.

O comércio justo tem como objetivo a efetivação de alianças entre consumidores e produtores, criando um sistema de preços alternativos que se baseiam tanto na justiça social quanto econômica, eliminando-se os

intermediários. Em consequência, a sociedade é beneficiada diretamente, sendo considerada uma alternativa sustentável para as comunidades onde estas organizações rurais estão inseridas (SALQUEIRO; SANTOS, 2015).

O Comércio Justo surgiu em 1988, na Holanda, com o objetivo de ajudar cafeicultores mexicanos a vender sua produção no exterior. A ideia cresceu em outros países e, consumidores europeus, norte-americanos e japoneses se mostraram dispostos a pagar até 20% a mais pelo café diferenciado.

Para fidelizar que os produtos possuem a agregação de diversos valores, surgiram os selos de certificação. Através do comércio justo afasta-se intermediários na comercialização e garante um preço mínimo para as transações das mercadorias, além do pagamento de um bônus para ser investido na infraestrutura local.

De acordo Prado (2011), em 1997, foi criada a *Fair Trade Labelling Organizations International (FLO)* que reuniu as entidades nacionais de certificação da época com sede na Alemanha. A *FLO* está presente em mais de 94 países produtores e consumidores de café. Trata-se de uma sociedade comercial sem fins lucrativos com base na responsabilidade social e que tem como finalidade garantir a equidade no comércio internacional.

A *Fair Trade Internacional* é a responsável pelos critérios da certificação e pelo controle do uso da marca, mas não é responsável pela auditoria da certificação. A auditoria é gerenciada pela *FLO-CERT*, devendo ser esse o primeiro órgão de contato para a certificação.

De um lado, os consumidores têm buscado produtos que cumpram um conjunto de normas relativas à forma da produção, atendendo princípios sociais e ambientais. Do outro lado, estão os produtores rurais que, por forças externas, devem fazer parte de cooperativas ou associações, conforme está representado na Figura 1, (PRADO, 2011).

Figura 1. Esquema da relação entre consumidores e produtores rurais com os órgãos de certificação *Fair Trade*.



Fonte: Prado (2011).

Conforme Prado (2011), a certificação *Fair Trade* é um dos instrumentos mais bem-sucedidos de acesso ao mercado. Desde a produção até a comercialização, as propriedades rurais recebem inspeções anuais como garantia da transparência nas transações comerciais *Fair Trade*, monitorando o impacto efetivo no desenvolvimento socioeconômico das comunidades beneficiadas.

Para um produto obter o selo *Fair Trade* é obrigatório que todos os elos da cadeia de produção estejam conformes as normas internacionais de certificação do comércio justo. Essas normas são determinadas por especialistas em certificação internacional da *FLO* e a *FLO-CERT*, que é um terceiro certificador independente que avalia toda a cadeia produtiva, desde as associações de pequenos produtores até o atacadista (PRADO, 2011).

Segundo Oliveira et al. (2012), a certificação *Fair Trade* é uma das certificações socioambientais que mais vem crescendo internacionalmente, pois os pequenos produtores conseguem ampliar sua comercialização, aumentar o valor econômico da sua produção e reduzir a instabilidade do mercado. Todo esse processo comercial possui a presença de exportadores e importadores. Os exportadores são responsáveis pelos aspectos logísticos e

burocráticos, desde a saída da mercadoria para o mercado exterior, por meio de um contrato de compra e venda internacional.

Os agentes importadores conseguem a diversificação do mercado e conseqüentemente, aumento da rentabilidade junto com a redução de custos operacionais. Estes agentes atuam como atacadistas, distribuidores ou representantes dos próprios varejistas; são responsáveis pela conscientização dos consumidores e, estão em contato direto com o consumidor final (BARBOSA et al., 2014).

A certificação de cafés sustentáveis é uma das exigências do mercado consumidor interno e externo. O Brasil possui o segundo maior mercado consumidor de café do mundo. O público interno começou um pouco mais recentemente a experimentar o nicho de cafés sustentáveis certificados. Percebe-se, entre os consumidores de café no Brasil, um percentual disposto a adquirir cafés com apelo pela sustentabilidade e aspectos sociais.

Observando isso, a Associação Brasileira da Indústria do Café (ABIC) passa a fortalecer esse segmento por meio do Programa Cafés Sustentáveis do Brasil - PCS, que tem como objetivo introduzir no mercado brasileiro uma nova tendência mundial de consumo consciente. Visa-se estimular a um segmento ainda pequeno no Brasil, mas com enorme potencial de crescimento.

O mercado externo busca na importação do café certificado Fair Trade, a garantia de que os produtos são produzidos de maneira socialmente correta e atendendo às normas ambientais e de sustentabilidade. Consumidores dispostos a pagarem mais por uma mercadoria que não houve trabalho exploratório e escravo em toda cadeia. Certeza de que os filhos dos agricultores frequentaram a escola e que houve a rastreabilidade em todas as fases, como conformidade com normas previamente estabelecidas.

3 Material e Métodos

Esta pesquisa foi desenvolvida após aprovação do Comitê de Ética, em Pesquisa Humana da Universidade José do Rosário Vellano/UNIFENAS, com número do CAAE: 46599515000005143.

Para levantar informações sobre as adequações feitas nas propriedades rurais durante o processo de certificação *Fair Trade*, foi conduzido um relato de caso na cooperativa – COOPFAM - situada na região sul de Minas Gerais. Esta cooperativa possui associados apenas produtores rurais com certificação de café *Fair Trade*.

A região de Minas Gerais é a maior produtora de café do país, sendo que o Brasil ocupa o primeiro lugar na produção mundial, recebendo o título de região que mais produz no mundo. Nesta região, a grande maioria dos produtores rurais de café é de pequeno e médio porte.

Para verificar o impacto da certificação *Fair Trade* nas propriedades dessas zonas, foram realizadas entrevistas com os produtores da COOPFAM.

O contato com a presidência da COOPFAM e, posterior agendamento da entrevista, possibilitou a realização das entrevistas junto aos agricultores que estiveram reunidos na cooperativa nos dias 06/09/2015, 04/10/2015 01/11/2015, 06/03/2016 e 07/03/2016, após a assinatura no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

A coleta de dados para a pesquisa qualitativa foi feita através de entrevista, e a escolha dos participantes foi feita de forma não-aleatória, ou seja, no período da coleta de dados foram abordados aqueles produtores rurais que estavam disponíveis nas reuniões realizadas na cooperativa. Logo, foi utilizada a amostragem não probabilística, pois nem todos os elementos da população-alvo tiveram probabilidade conhecida ou não nula de pertencer à amostra.

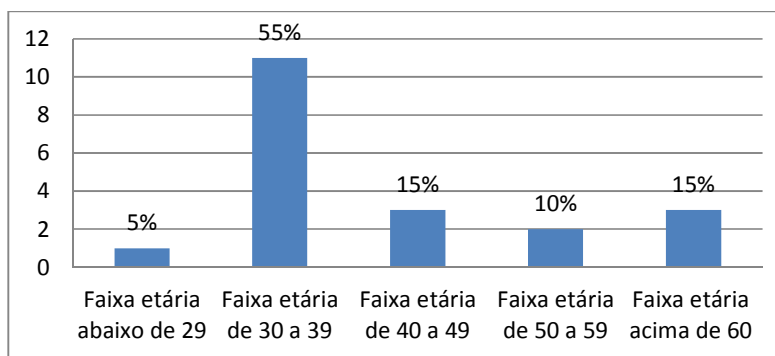
A amostragem não-probabilística deve ser utilizada em pesquisas quando existe uma restrição de cunho operacional ao uso da amostragem probabilística, como por exemplo, o fato da população ser infinita ou de não se ter acesso a todos os elementos da população (BUSSAB; MORETTIN, 2013).

Após a coleta das informações, os dados foram organizados de maneira a relatar a contribuição e a opinião dos entrevistados.

4 Resultados e Discussão

Pode-se observar, na Figura 2, que entre os produtores rurais, a idade menos prevalente foi na faixa etária de 20 anos, sendo apenas 5%; a maior frequência observada foi na faixa de 30 anos, com 55%, seguidos de 15% com 40 anos; 10%, com 50 anos; e 15%, com 60 anos. Dados obtidos através do registro da data de nascimento no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

Figura 2 - Faixa etária dos produtores rurais que tem as suas propriedades com certificação *Fair Trade*.



Fonte: (Autores, 2016)

Durante a entrevista, estes agricultores reforçaram que a participação na COOPFAM e a grande troca de experiências contribuem para a solução dos problemas diários. Além disso, existe utilização de métodos modernos e, também o uso de práticas tradicionais que foram passadas de geração em

geração, que auxiliam em todo o processo para a obtenção da certificação *Fair Trade*.

Os produtores rurais destacaram que o processo de certificação *Fair Trade* acarretou uma modificação nas condições de trabalho e, com o comércio justo, a garantia do preço mínimo comercializado pela saca de café.

O princípio do preço justo e o apoio da COOPFAM propiciaram a eles um aumento expressivo no desenvolvimento financeiro das suas famílias após as adequações realizadas nas propriedades rurais.

De acordo com o que foi verificado durante as entrevistas, a COOPFAM oferece aos cooperados cursos para o aperfeiçoamento e atualização, como por exemplo, cursos referentes à administração das propriedades rurais, contribuindo para que os produtores possam ser também gestores dos seus negócios.

Estes resultados corroboram com os encontrados por Freitas et al. (2014), no que se refere aos cursos oferecidos pela COOPFAM, onde relatou que esses cursos orientam sobre o processo produtivo, o espaço ambiental, social e econômico, no qual os produtores rurais estão inseridos.

Nas entrevistas realizadas na COOPFAM, Casimiro (2014) verificou que os cursos oferecidos aos produtores rurais são realizados por instituições de ensino e pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário - MDA.

Deve-se destacar a importância da conscientização das práticas ambientais e sustentáveis adotadas pelos agricultores e a grande preocupação com controle do uso do solo e da água. Com o maior controle do uso de agrotóxicos, eles relataram que aprenderam como podem manter o equilíbrio do solo através de uma nutrição balanceada e eficiente.

Foi evidenciado durante as entrevistas que a renda com a comercialização do café tem propiciado aos produtores rurais melhores condições para manterem um maior equilíbrio econômico, pois possibilita investirem mais nas propriedades rurais, por receberem um valor mais justo pela venda do café.

De acordo com Mendes et al. (2011), entre os benefícios observados após a certificação *Fair Trade* foi o aumento da renda familiar dos produtores rurais, maior orientação sobre o manejo de produtos tóxicos, redução do uso de agrotóxicos nas lavouras, entre outros.

Pode-se perceber que a comercialização de café com certificação *Fair Trade* significa para os agricultores melhor condição financeira; manutenção e equilíbrio econômico; maior investimento na propriedade; adoção de práticas mais sustentáveis, além de ser um futuro promissor para família.

Após a obtenção da certificação *Fair Trade*, os benefícios percebidos foram identificados, conforme o relato de um produtor rural, apresentado a seguir.

“Nossa situação mudou da água para o vinho após a certificação *Fair Trade*. Hoje, nossos filhos terminam os estudos e pensam em retornar para a agricultura familiar, pois enxergam os benefícios que a certificação *Fair Trade* tem proporcionado”.

Demais entrevistados relataram que, após a adesão ao café *Fair Trade*, a situação dos agricultores se transformou significativamente para melhor. Ocorreram maior participação e união dos produtores cooperados. Sempre unidos pelo cooperativismo. Também acrescentaram que a grande troca de experiência auxilia os problemas diários e no manejo da lavoura.

Informaram que a certificação trouxe a todos melhores condições de trabalho. O café *Fair Trade*, com o seu comércio justo, traz a garantia do preço mínimo a ser comercializada a saca do café.

Destacaram que, através da boa comercialização com a utilização da cooperativa, houve um notável aumento do desenvolvimento econômico das famílias. Reformas realizadas nas propriedades e melhora no desenvolvimento financeiro.

Ocorreram mais oportunidades para uma melhor administração das propriedades. Confirmaram que a COOPFAM proporciona aos cooperados inúmeros cursos de atualização, inclusive de administração. Contribuindo para além de produtores rurais, serem também administradores de seus negócios.

Muito importante é a conscientização da importância de práticas ambientais e sustentáveis adotadas por eles. Grande preocupação com o controle do uso do solo e água. Evidenciaram que passou a existir um maior controle com uso de agrotóxicos. Aprenderam que podem controlar o solo e o café através de uma balanceada e eficiente nutrição.

Oliveira et al. (2012) também desenvolveram um trabalho na COOPFAM com os produtores rurais que têm suas propriedades com certificação de café *Fair Trade*. Os resultados mostraram que os eles

conseguem manter um conjunto de bens típicos da classe média brasileira, sendo que 75% deles têm condições de investir sempre ou quase sempre na propriedade rural.

Oliveira et al. (2012) relataram, entre os resultados apresentados, os benefícios trazidos com a certificação do café. Pode-se destacar o aumento da renda familiar; maior orientação sobre o manejo de produtos tóxicos; redução do uso de agrotóxicos nas lavouras, entre outros.

Resultados semelhantes foram obtidos por Freitas et al. (2014), que descreveu sobre a argumentação dos técnicos agrícolas da cooperativa COOPFAM. Para esses profissionais que mantêm contato direto com os produtores rurais, o reconhecimento do real valor econômico do café com certificação *Fair Trade*, retorna.

Neste aspecto, as transformações ocorridas nas famílias dos produtores rurais associados à COOPFAM, através da realização de benfeitorias em suas propriedades rurais, 60% adquiriram mais terras; 86,7% relataram que investiram nas propriedades rurais, e 2/3 ampliaram a área de cultivo (FREITAS et al., 2014).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Verificou-se, neste estudo de caso, que a renda proveniente do café com certificação *Fair Trade* acarretou melhores condições para os produtores rurais manterem o equilíbrio econômico, retornando em investimento nas suas propriedades, além da união, em cooperativa, proporcionar maior tranquilidade nas transações comerciais e receberem um valor mais justo pelo café comercializado.

Após a certificação *Fair Trade*, foram adotadas práticas de cultivo mais sustentáveis, havendo maior preocupação com o meio ambiente e aplicação de medidas corretivas para preservação do solo e água.

A comercialização de café *Fair Trade* trouxe como benefícios para os produtores rurais, melhor condição financeira; manutenção do equilíbrio econômico; maior investimento na propriedade rural; adoção de práticas de cultivo mais sustentáveis, além de um futuro promissor para as famílias.

6 Referências

BARBOSA, A. A.; PEREIRA, P. R., ALVES P. O. L. H.O Processo de Conquista da Certificação *Fair Trade* por uma Associação de Cafeicultores do Sul de Minas Gerais. In: ENCONTRO DA ANPAD, 38, 2014, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 2014.

BUSSAB, W. O. ;MORETTIN, P. A. **Estatística Básica**.8.ed. São Paulo : Atual Editora, 2013.

BrazilSpecialtyCoffeeAssociation – **Bahia na vanguarda da produção de cafés especiais no Brasil**, 2014. Disponível em: <<http://bsca.com.br/noticia.php?id=311>>. Acesso em 04 maio 2016.

BrazilSpecialtyCoffeeAssociation - **Cafés especiais do Brasil atendem às diferentes demandas mundiais**, 2014. Disponível em:<<http://bsca.com.br/noticia.php?id=232>>. Acesso em 11 maio 2016.

Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária: Cafés **certificados do Brasil conquistam mercado interno e externo**. **Embrapa Café**, 26 nov.2014. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/2293393/cafes-certificados-do-brasil-conquistam-mercado-interno-e-externo>. Acesso em: 13 maio 2016.

FREITAS, R. C. et al. Inovações Sociais em Práticas de Economia Solidária e *Fair Trade*: um estudo sobre pequenos agricultores no sul de Minas. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DO CONSUMO-ENEC, 7., 2014, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC RIO), 2014.

GOMES, C.C.M.P. **Alternativas encontradas para superação das principais dificuldades no processo de certificação Fair trade**: um estudo multicase de organizações de pequenosBrasil. 2010. 110 f. Dissertação(Mestrado) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto, Ribeirão Preto (SP), 2010.

MIRANDA, B. V.; SAES, M. S. M. **Coordenação e Qualidade no sistema *Fair Trade*: O exemplo do café.** *Revista Eletrônica Organizações Rurais e Agroindustriais*, 2012. Disponível em: <<http://revista.dae.ufla.br/index.php/ora/article/view/571/380>>. Acesso em: 25 maio 2016.

PRADO, A. S. **Certificação *Fair Trade* na Cafeicultura:** o caso da cooperativa dos agricultores do município de Poço Fundo e região. 2011. Nº de 04 fls. (Monografia) -Universidade Federal de Lavras-UFLA, LAVRAS(MG), 2011.

SALQUEIRO, J.; SANTOS, A. J. C.. O *Fair Trade* como alternativa para os empreendedores familiares: um estudo exploratório. **Revista em Agronegócio e Meio Ambiente**, Maringá, v 8, n 1, p 95-113, jan/abr. 2015.