

MERCADO FAIR TRADE COMO ALTERNATIVA DE COMERCIALIZAÇÃO DE CAFÉ PELA AGRICULTURA FAMILIAR

Data de aceite: 02/06/2023

Diogo Zappa Paiva

Fundação Getúlio Vargas (FGV)
São Paulo - SP
<http://lattes.cnpq.br/2117509772197190>

Thiago Reis

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP)
Tupã – SP
<https://lattes.cnpq.br/9870366261743402>

Thiago Fonseca de Assis

Universidade Federal Fluminense (UFF)
Volta Redonda - RJ
<http://lattes.cnpq.br/0136372204975427>

RESUMO: O café é uma das principais commodities comercializadas no mundo, sendo produzido em mais de 60 países em desenvolvimento e comercializado principalmente nos países desenvolvidos. Atualmente, o Brasil é um dos destaques mundiais na produção de café. Nos últimos anos vem crescendo a demanda mundial por cafés especiais, nos quais se incluem os cafés orgânicos, os cafés *Fair Trade*, *gourmet* e os que se utilizam de indicações geográficas (IG). Mais especificamente sobre a certificação *Fair Trade*, pretende-se descrever as vantagens da certificação

Fair Trade para agricultura familiar na produção de café no Brasil. Foi constatado que existem vantagens que abrangem a sustentabilidade econômica, ambiental e social. O prêmio pago aos produtores permite que o agricultor familiar faça investimentos em qualidade de vida, as exigências ambientais para que se obtenha a certificação, contribuem com aspectos ligados ao solo, recursos hídricos, utilização de fertilizantes e agroquímicos, auxiliando de forma geral na educação ambiental do produtor e na sustentabilidade ambiental da propriedade. Já na esfera social, observou-se questões ligadas à segurança do trabalho, utilização de equipamentos de proteção individual, investimentos na capacitação dos produtores, sua família e seus funcionários também são fatores diretamente ligados à obtenção da certificação *Fair Trade*.

PALAVRAS-CHAVE: Agricultura familiar. *Fair Trade*. Café

1 | INTRODUÇÃO

O café é uma das principais commodities comercializadas no mundo, sendo produzido em mais de 60 países em desenvolvimento e comercializado

principalmente nos países desenvolvidos, em que, pelo menos 14 desses países, tem o café como representante de 10% ou mais de suas exportações (TRAUER et al., 2017).

Atualmente, o Brasil é considerado o maior produtor de café do mundo, com uma produção de 3.556.638 toneladas no ano de 2018. Os estados de Minas Gerais, Espírito Santo, São Paulo, Rondônia, Bahia e Paraná de destacaram como os maiores produtores (AURIGLIETTI e TONIN, 2021).

Brainer (2018) acrescenta que quatro países concentram a produção total de café no mundo (67,6%), sendo eles: Brasil, Vietnã, Colômbia e Indonésia. Além disso, as maiores áreas de cultivo comercial de café se encontram no Brasil (1.995 mil ha), Indonésia (1.229 mil ha), Colômbia (866 mil ha) e Vietnã (598 mil ha).

Existem grandes diversidades de espécies que compõem o gênero *Coffea*, entretanto, apenas duas apresentam importância econômica: *Coffea arábica* (Café arábica) e *Coffea canephora* (Café conilon ou robusta). Especificamente no Brasil, o Café Arábica responde por 76,7% da produção total (BRAINER, 2018).

Ainda que possa ser considerado uma *commodity*, verifica-se que o café é um negócio bastante segmentado, envolvendo grãos de distintas qualidades e procedências, fazendo com que o mercado cafeeiro seja bem variado em relação a padrões de consumo, muito em função do fato de a bebida atravessar a todas as camadas sociais em todo o mundo, desde as mais altas sociedades até as populações com menor poder aquisitivo (FALEIROS; TOSI, 2019).

Em relação à agregação de valor, Pereira (2016) aponta que uma estratégia para que o café seja aceito e valorizado nos mercados reside na diferenciação aplicada à qualidade do produto. Existe uma crescente demanda mundial por cafés especiais, nos quais se incluem os cafés orgânicos, os cafés *Fair Trade*, *gourmet* e os que se utilizam de indicações geográficas (IG).

No que se refere a cafés especiais, especialistas acreditam que esses sejam a oportunidade para que pequenos produtores continuem na atividade. Outros especialistas destacam que os cafés especiais são um nicho de mercado apropriado por grandes empresas globais (FREDERICO; BARONE, 2015).

Um tipo de comércio que procura estabelecer ganhos mais justos aos produtores é o chamado *Fair Trade* (também chamado de Comércio Justo). O comércio justo no mercado internacional é composto por produtores, importadores, licenciados e lojas próprias (ou sites). Os licenciados são empresas que têm o direito de utilizar o selo de *Fair Trade* mediante o pagamento de licenças, concedidas através de iniciativas nacionais ou pela Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) (MENEZES, 2018).

Nesse contexto, a agricultura familiar mostra-se historicamente como importante fornecedora de insumos para a indústria de alimentos processados e grãos, principalmente por meio de associações de produtores. A união das forças por meio do associativismo permite a agricultores familiares a combater dificuldades advindas da baixa escala de

produção, acesso a crédito, comercialização e a possibilidade de agregação de valor ao produto (PEREIRA, 2016).

Ademais, em um contexto social, em que o alimento tem sido avaliado não somente por suas características sensoriais, mas também pelo seu significado simbólico e comunicativo. Através do procedimento de compra, o consumidor expressa a sua cultura e sua identidade. Por esse e outros motivos, o mercado está atento a questões ambientais e sociais ligadas diretamente à agricultura (GROOT, 2020).

Diante deste cenário, surgem questões que irão nortear o presente trabalho, sendo elas: Como tem se caracterizado as mudanças nos hábitos de consumo de café no Brasil? Qual é a contribuição a certificação *Fair Trade* tem para a agricultura familiar? Desta forma, o objetivo do presente trabalho reside em descrever as vantagens da certificação *Fair Trade* para agricultura familiar na produção de café no Brasil. Especificamente pretende-se identificar as mudanças no consumo de café no Brasil; estabelecer um histórico a respeito da certificação *Fair Trade* e analisar a contribuição a certificação *Fair Trade* têm para a agricultura familiar

2 | O CAFÉ E A AGRICULTURA FAMILIAR

2.1 Histórico da cultura do café no Brasil

No caso do Brasil, o café chegou ao território nacional em 1727, na cidade de Belém, através da Guiana Francesa. Devido ao clima favorável e à cultura escrava, seu cultivo foi propagado por vários estados brasileiros, dando origem a um parque cafeeiro no país, composto por 15 estados, trazendo o Brasil ao primeiro lugar mundial de produção e exportação cafeeira com maior desenvolvimento de seu plantio no interior de São Paulo e do Rio de Janeiro, principalmente na região do Vale do Paraíba (CARVALHO et al., 2017).

Atravessando o Vale do Paraíba, as plantações de café que já dominavam as paisagens fluminenses, penetraram no estado de São Paulo, que a partir da década de 1880 passou a ser o principal produtor de café do país. Ao final do século XIX, o Brasil já controlava o mercado mundial de café (ABIC, 2021).

A mão-de-obra escrava foi utilizada até 1888 (ano da abolição da escravatura), quando houve grande imigração de europeus (principalmente italianos), que acabaram por trabalhar nos cafezais, recebendo salário. Foi por meio do café que o Brasil entrou no mercado internacional, tornando-se *commodity* no século XIX (SILVA e SILVA, 2021).

Durante a primeira metade do século XX, o Brasil respondeu por mais da metade da oferta mundial de café, o que colocava o país no centro do mercado mundial. A respeito dos maiores estados produtores, Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro, comandavam a produção nacional em termos de volume, qualidade, logística e força política (FALEIROS e TOSI, 2019).

Por conta da Crise de 1929, o Estado precisou intervir na produção de café,

comprando todo o estoque de café dos produtores, a fim de equilibrar o preço do produto no país. Com a crise, os preços começaram a cair e a demanda pelo produto por parte de outros países diminuiu (RODRIGUES; DIAS; TEIXEIRA, 2015).

Após a crise de 1929, o poder político passa da esfera estadual para a federal, resultando em políticas cafeeiras de valorização e como consequência aumentando de forma significativa a produção. É realizado um novo encontro entre cafeicultores, onde nasce o Conselho Nacional do Café, que dá início a ajustes na capacidade produtiva em relação à demanda, impondo inclusive a queima de estoques, em que mais de 78 milhões de sacas de café foram queimados (NAGAY, 1999).

A partir do final da década de 1960 e início da década de 1970, os Planos de Renovação e Revigoração de Cafezais (PRRC), passaram a trazer uma série de iniciativas a fim de implementar mudanças definitivas no perfil da cafeicultura, com ações que se destacam como o Programa de Financiamento em Formação de Mudanças (1971), Programa de Financiamento ao Plantio de Cafezais (1969/1970), Programa de Incentivo ao Uso de Fertilizantes e Corretivos (1970/1971 e 1974/1975), dentre outros (SILVA e CORTEZ, 1998).

A década de 1970 também marca o deslocamento dos cafezais para o Cerrado Mineiro devido a uma geada que destruiu parte da cafeicultura paranaense e paulista. Nesta mesma época houve grande renovação da agricultura cafeeira, com intensa utilização de tecnologias de produção. Os produtores mineiros possuíam como característica marcante, propriedades de pequenas dimensões (NAGAY, 1999).

Destaca-se na década de 1980 uma mudança da geografia do café, ainda em destaque nos Estados do Paraná e São Paulo, para uma outra que acrescenta de forma crescente áreas do Cerrado, em função de avanços tecnológicos e inovações originadas da chamada Revolução Verde (IBGE, 2017).

O ano de 1994 marcou duas outras grandes geadas, que atingiram grandes produções de café no Estado do Paraná e grande parte do Estado de São Paulo e faixas consideráveis do Estado de Minas Gerais, sendo este um dos motivos para o deslocamento da produção para os estados ao norte do território paulista (IBGE, 2017).

Em 1996 foi criado o Programa Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento do Café, em parceria com instituições componentes do Sistema Nacional de Pesquisa Agropecuária (SNPA), universidades e institutos de pesquisa e iniciativa privada do agronegócio do café. Em 1997 foi criado o Consórcio Pesquisa Café, com o objetivo de planejar e executar as pesquisas, com a participação de várias instituições como a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), Empresa Baiana de Desenvolvimento Agrícola (EBDA), Instituto Agrônomo de Campinas (IAC), Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), dentre outras (EMBRAPA, 2022).

Nas décadas de 2000 e 2010, a cultura do café mantém a sua relevância, evidenciada por seus expressivos números. Entre os anos de 2008 e 2017, o Brasil foi responsável em

média por 32,88% da produção mundial de café, de acordo com dados divulgados pela Organização Internacional do Café (OIC) (SANTOS, 2020).

Em 2020, a pandemia de COVID-19 provocou queda de 1% no consumo mundial de café. O isolamento social provocou aumento do consumo dentro do lar, porém esse crescimento não foi o suficiente para reparar as perdas nas vendas de café fora do lar. Apesar das adversidades, o ano foi positivo para os produtores, em função da depreciação do real, em comparação com o dólar (ANDRADE, 2021).

Depois de um aumento de quase 80% ao longo do último ano, os preços do café chegaram desenhando uma trajetória de queda, em função da guerra entre Rússia e Ucrânia, ao qual tem pressionado as cotações do café, pelas incertezas acerca do consumo mundial, principalmente na Europa. Juntos, Rússia e Ucrânia consomem aproximadamente 3,5% da oferta de café no mundo (RIBEIRO, 2022).

Além disso, de acordo com a ABIC (2022), os números de consumo no Brasil, com destaque para as 21,5 milhões de sacas de café e o já citado aumento de 1,7% no consumo em relação ao ano anterior mostram como o café é importante para a mesa do brasileiro. Os números revelam que mesmo com a crise econômica agravada pela pandemia, que afetou diversos setores da economia desde 2020, a procura e o consumo de café seguiram em ascensão.

2.2 Agricultura familiar no Brasil

Entende-se a agricultura familiar como uma categoria social heterogênea, apresentando diferentes dinâmicas de produção agrícola e reprodução social. A sua realidade é resultante da capacidade de adaptação aos diferentes ambientes históricos e das variadas formas que o referido grupo encontrou e encontra para se reproduzir. As citadas características dificultam uma compreensão única a respeito de seu funcionamento, ou seja, cada localidade possui diferentes particularidades (DOURADO, 2021).

A partir da segunda metade da década de 1990, o segmento denominado agricultura familiar foi ganhando notoriedade e destaque e como consequência direta, tem-se a formulação de políticas públicas, leis e decretos.

Grisa e Schneider (2015) destacam a Lei n. 11.326, de 24 de Julho de 2006, chamada Lei da Agricultura Familiar que reconhece a agricultura como categoria social, além de definir sua estrutura conceitual.

Guanziroli, Buainain e Di Sabbato (2012) acrescentam que levando-se em consideração o Censo Agropecuário do IBGE de 1996 e de 2006, nota-se que o número de agricultores familiares aumentou de 4.139.000 para 4.551.855, o que representa 87,95% do total de estabelecimentos agropecuários no Brasil. O valor bruto da produção dos agricultores familiares no ano de 2006 correspondeu a 36,11% do total da produção agropecuária. A absorção de mão-de-obra do campo realizada pela agricultura familiar corresponde, de acordo com o Censo Agropecuário de 2006 a 78,75% da mão-de-obra

total empregada na agropecuária.

Englobando todas as informações citadas anteriormente, a agricultura familiar no Brasil pode ser dividida didaticamente em três períodos distintos. O primeiro período abrange os anos de 1990 a 1995, em que se destaca uma época de afirmação político-sindical e acadêmica na agricultura familiar. Pelo lado sindical, observou-se importantes ações do Movimento Sem Terra (MST) e o fortalecimento do sindicalismo de forma geral no Brasil. A segunda fase da agricultura familiar no Brasil pode ser destacada pelo ano de 1996 com a criação do PRONAF, estendendo-se até 2006, que por meio da Lei 11.326 de 24 de julho de 2006, institucionalizou o segmento da agricultura familiar. Já a terceira fase da agricultura familiar abrange o ano de 2006 até os dias atuais e o fato marcante para o início do período consiste na divulgação do Censo Agropecuário de 2006 (SCHNEIDER e CASSOL, 2014).

3 | METODOLOGIA

A pesquisa se mostra de caráter exploratório com pesquisa bibliográfica. A grande maioria das pesquisas exploratórias envolve levantamento bibliográfico e análises de exemplos que auxiliem na compreensão do tema em questão (GERHARDT e SILVEIRA, 2009; TOLEDO e SHIAISHI, 2009).

A pesquisa bibliográfica apresenta como vantagem o fato de que o pesquisador pode ter acesso a uma gama de fenômenos mais ampla, alertando que dados consultados podem conter erros e que a pesquisa bibliográfica pode reproduzir ou até mesmo ampliar tais erros caso não exista um procedimento cuidadoso de verificação das fontes, evitando assim incoerências e contradições (SOARES, PICOLLI e CASAGRANDE, 2018).

O Quadro 1 detalha de forma geral as etapas para que uma pesquisa bibliográfica seja realizada

1 ^a	Acervo inicial que indicará fontes de consultas mais específicas.
2 ^a	Leitura prévia que possibilitará a seleção de obras que passará para a próxima fase de leitura.
3 ^a	Leitura seletiva que indicará as leituras mais úteis para o trabalho em questão.
4 ^a	Leitura crítica que auxiliará na absorção de ideias fundamentais de cada texto para a construção de ideias fundamentais para realizar o trabalho em questão.

Quadro 1. Etapas para realização da pesquisa bibliográfica

Fonte: Adaptado de Soares, Picolli e Casagrande, 2018.

Inicialmente, para a realização da presente pesquisa, foram estabelecidos o tema e os objetivos, respectivamente. Foi realizada uma pesquisa abrangente no Google Scholar

(Google Acadêmico), com as seguintes palavras-chave: “Comércio justo”; “*Fair Trade*”; “Café *Fair Trade*”; “Agricultura familiar e Comércio justo”; “Agricultura familiar e *Fair Trade*” e “Mudanças no consumo de café no Brasil”.

Em outra etapa, foram coletados especificamente materiais que continham estudos de caso diretamente ligados à prática do *Fair Trade* e seus efeitos na agricultura familiar, incluindo também nesta etapa vídeos com declarações de produtores que são associados de cooperativas com o selo. Esta etapa visou averiguar a contribuição que o selo *Fair Trade* apresentou para os agricultores familiares.

Para isso, foram usadas as seguintes palavras-chave: “Contribuições selo *Fair Trade* para produtores de café”; “Estudo de caso *Fair Trade* café” e “Impacto certificação *Fair Trade* produtores de café”. Também foram utilizados portais na Internet que de alguma forma tem alguma relação com o café, o selo *Fair Trade* e a agricultura familiar, como por exemplo da Associação Brasileira da Cultura do Café (ABIC), Associação das Organizações de Produtores *Fair Trade* do Brasil (BRFAIR), sites de cooperativas que possuem a certificação *Fair Trade*, revista Globo Rural, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), dentre outros.

A partir dos artigos, revistas, dissertações, teses, trabalhos apresentados em congressos, vídeos com depoimentos e livros que resultaram da pesquisa realizada com as palavras-chave acima, foram executados os seguintes procedimentos detalhados no Quadro 2.

1º procedimento	Coleta de artigos, teses, dissertações, livros e artigos apresentados em congressos. Leitura do título e resumo do material coletado.
2º procedimento	Exclusão do material que não tenha conexão com os objetivos da pesquisa.
3º procedimento	Leitura do material obtido que tenha conexão com os objetivos da pesquisa.
4º procedimento	Procura de artigos, teses, dissertações, livros e artigos apresentados em congressos que contenham estudos de caso ou depoimentos de agricultores familiares sobre a certificação <i>Fair Trade</i> .
5º procedimento	Leitura dos títulos e resumo dos materiais coletados e exclusão dos materiais sem conexão com os objetivos da pesquisa.
6º procedimento	Leitura completa dos materiais selecionados que contenham estudos de caso sobre a certificação <i>Fair Trade</i>
7º procedimento	Visualização de vídeos com depoimentos de agricultores familiares de cooperativas que obtiveram o selo <i>Fair Trade</i> .

Quadro 2. Procedimentos para seleção do material de apoio para realização da pesquisa bibliográfica

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

4 | RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Mudanças no consumo de café no Brasil

Durante as últimas décadas, mudanças foram percebidas no mercado de consumo de café, especialmente pela busca de maior qualidade e as recentes formas de diferenciação do produto, fatores estes que foram se tornando relevantes para os consumidores. No Brasil, é observado um aumento expressivo no consumo de cafés especiais, muito em função da ocorrência de concursos de qualidade e eventos, impulsionando assim o consumo e procura por cafés especiais, com aumento no consumo de cafés especiais no Brasil percebido por volta do ano de 2005 (MACIEL, CARLOS e VILAS BOAS, 2019).

Com os novos hábitos dos consumidores, existe uma procura cada vez maior por qualidade e por diferentes sensações que o café possa oferecer. Devido ao crescimento de cafés especiais, o público tem mudado a forma de como escolher a bebida. O mercado de cafés especiais tem ficado cada vez mais com o perfil de jovens empreendedores, com maior participação das mulheres à frente do negócio (SIMÕES, 2021).

Em pesquisa realizada pelo Grupo de Estudos em Marketing e Comportamento do Consumidor (GECOM), foi averiguado que no momento do consumo do café especial, o valor mais determinante ao consumidor é o de diversão e prazer. Resumidamente, os consumidores de cafés especiais necessitam de envolvimento no ato de consumo e em todo ambiente que envolve o consumo (história, simbologia, local de consumo etc) (VIANA, 2013).

Cerca de 95% dos brasileiros consomem café em algum momento do dia. No entanto, verificou-se através de especialistas da área, que a maioria da população utiliza café de baixa qualidade e amargo (SILVA e SILVA, 2021).

Gonçalves (2018) acrescenta que o mercado de cafés especiais cresceu 19% em 2017 e atende majoritariamente ao consumidor que procura, em todos os aspectos, um produto que possua um conceito requintado e de significativo valor agregado. Fortes investimentos em marketing resultam também em aumento das vendas de cafés especiais. No caso do ano de 2018, as vendas de cafés especiais superaram em aproximadamente 23% o ano anterior.

Apesar de significativa parcela de a população consumir café de baixa qualidade por inúmeros motivos, dentre eles costume, cultura e situação financeira, existem pessoas que estão em busca de cafés mais elaborados, visando maior qualidade e experiências sensoriais únicas, além de se preocuparem com a sustentabilidade de toda a cadeia produtiva (SILVA e SILVA, 2021).

A atuação em mercados de nicho por diferenciação pode ser uma alternativa aos produtores que não conseguem competir em larga escala. Dessa forma, os produtores de cafés especiais podem impulsionar a demanda por seu produto, além de obter preços mais altos, crescimento de mercado e acesso a mercados internacionais (GUIMARÃES e

BÁNKUTI, 2019).

4.2 A oferta de café pela agricultura familiar

De forma geral, deve-se considerar que de acordo com o Censo Agropecuário de 2017, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), apontou que aproximadamente 76% dos estabelecimentos agropecuários do Brasil são caracterizados como familiares. Entretanto, a participação da receita gerada pela agricultura familiar é de apenas aproximadamente 23% do total gerado. De forma mais específica, no que se refere à cultura do café, a agricultura familiar contribui com aproximadamente 38% da produção de café em grão (verde). A Tabela 1 sintetiza as informações citadas (IBGE, 2017).

Tipo de agricultura	% de estabelecimentos no Brasil	% da receita gerada nos estabelecimentos agropecuários	Participação na % produção de café verde no Brasil
Familiar	76	23	38
Convencional	24	77	62

Tabela 1. Porcentagem de estabelecimentos, da receita gerada e da produção de café verde da agricultura familiar.

Fonte: Adaptado de IBGE, 2017.

A Tabela 2 destaca a diferença entre o número de estabelecimentos familiares e convencionais que produzem café arábica ou robusta de acordo com o Censo Agropecuário de 2006.

Especificação	Número de estabelecimentos Agricultura Familiar (2006)	Número de estabelecimentos Agricultura Convencional (2006)	Total de estabelecimentos (2006)	Percentual (%) Agricultura Familiar (2006)	Percentual (%) Agricultura Convencional (2006)
Café Arábica	156.992	42.500	199.492	78,7	21,3
Café Robusta	73.361	13.989	87.350	84,0	16,0

Tabela 2. Número de estabelecimentos familiares e convencionais que produzem café arábica ou robusta de acordo com o Censo Agropecuário 2006.

Fonte: Adaptado de IBGE, 2016.

Já a Tabela 3 evidencia as mesmas variáveis baseadas no Censo Agropecuário de 2017.

Especificação	Número de estabelecimentos Agricultura Familiar (2017)	Número de estabelecimentos Agricultura Convencional (2017)	Total de estabelecimentos (2017)	Percentual (%) Agricultura Familiar (2017)	Percentual (%) Agricultura Convencional (2017)
Café Arábica	144509	43883	188392	76,7	23,3
Café Robusta	61111	14858	75969	80,4	19,6

Tabela 3. Número de estabelecimentos familiares e convencionais que produzem café arábica ou robusta de acordo com o Censo Agropecuário de 2017.

Fonte: Adaptado de IBGE, 2017.

A Tabela 4 mostra a quantidade produzida em toneladas dos cafés arábica e robusta, comparando mais uma vez a agricultura familiar com a convencional, de acordo com o Censo Agropecuário de 2017.

Especificação	Quantidade produzida agricultura familiar (t)	Quantidade produzida agricultura não familiar (t)	Quantidade total produzida (t)	Percentual (%) Agricultura Familiar	Percentual (%) Agricultura Convencional
Café Arábica	655188	1225251	1880438	34,8	65,2
Café Robusta	236788	239585	476373	49,7	50,3

Tabela 4. Quantidade produzida de café arábica ou robusta de acordo com o Censo Agropecuário de 2017.

Fonte: Adaptado de IBGE, 2017.

A Tabela 4 destaca a discrepância da produção convencional em relação à familiar, destacando-se a diferença de 65,2% do café arábica sendo produzido pela agricultura convencional. Por outro lado, em relação ao café robusta pode-se verificar o equilíbrio entre a quantidade de toneladas produzidas tanto pela agricultura familiar quanto pela convencional.

A relevância da agricultura familiar para a produção de café também reside no número de pessoas que estão envolvidas com a atividade. São aproximadamente 2 milhões de pessoas que de alguma forma estão ligadas à produção de café pela agricultura familiar, movimentando a economia de seu entorno (OLIVEIRA, 2019).

No que se refere ao café arábica, aproximadamente 34% da produção vem da agricultura familiar. De forma local, municípios na Bahia (Barra da Estiva e Ibicoara), Minas Gerais (Manhuaçu, Santa Margarida, Ervália e Nova Resende) e Espírito Santo (Santa Maria de Jetibá, Domingos Martins, Afonso Cláudio e Muniz Freire) são os que mais se destacam em relação à quantidade de estabelecimentos familiares produtores de café arábica, com um total de 18.165 propriedades (IBGE, 2016).

4.3 A certificação *Fair Trade*

O movimento *Fair Trade* surgiu na Europa no século XX, mais exatamente na década de 1960, com o objetivo de desenvolver a sustentabilidade e o trabalho voluntário. O final da Segunda Guerra Mundial foi o marco deste movimento devido ao surgimento de programas de financiamento aos países que foram danificados financeira e estruturalmente durante o conflito (CHAVES et al., 2015).

O primeiro café comercializado com bases justas foi importado pela Holanda de cooperativas de pequenos produtores guatemaltecos, em 1973. Na década de 1980 o movimento foi impulsionado quando um missionário que trabalhava com pequenos produtores de café no México. A ideia era centralizada na criação de um selo para identificar o produto com origem e princípios de comércio justo. Contextualizando-se ao momento, na década de 1980 o preço do café estava abaixo dos custos de produção (SALGUERO e CLARO, 2015).

A *World Fair Trade Organization* (2022) preconiza também que o comércio *Fair Trade* é mais do que apenas comércio. De acordo com a organização, essa é uma visão de comércio que coloca as pessoas e o meio ambiente à frente dos lucros, além de combater a pobreza, as mudanças climáticas, a desigualdade de gênero e a injustiça.

Salguero e Claro (2015) acrescentam que o movimento *Fair Trade* apresenta como uma alternativa ao modelo de trocas internacionais, centralizados nas forças de mercado. Com o Comércio Justo, o consumidor está disposto a pagar um prêmio ao produtor (desde que os mesmos cumpram normas relativas à produção e aspectos socioambientais).

Destaca-se o fato de que não há preços mínimos definidos. Os preços do café, seja qual for a sua origem, são negociados entre as organizações de produtores e o próximo comprador. Um prêmio *Fair Trade* pré-determinado, igual a 15% do valor negociado é pago adicionalmente (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2021).

O comércio *Fair Trade* é representado por quatro atores: produtores, importadores, lojistas e certificadoras. Os produtores geram os diferentes produtos e artesanatos, os importadores aceitam pagar preço justo que premie a produção sustentável (SALGUERO e CLARO, 2015).

Dentre as características que diferenciam a certificação *Fair Trade* das demais reside na especificidade do produtor certificado, sendo exclusivamente agricultores familiares organizados em associações e cooperativas e em relação à política de preços, existe a definição de um preço mínimo a ser adotado nos processos comerciais, como uma exigência da certificadora (PEDINI, 2011).

O certificado *Fair Trade* surgiu na Alemanha no final da década de 1990, com a *Fair Trade Labelling Organizations International* (FLO). A FLO é uma organização em busca de maior equidade no comércio internacional, através da garantia dos direitos dos produtores e trabalhadores de países subdesenvolvidos (IBGE, 2017).

A FLO foi criada em 1997 por 17 associações de comércio justo na Europa. Atualmente, a FLO conta com 21 associações na Europa, Estados Unidos, Brasil, Japão, Austrália e Nova Zelândia. Em 2002 foi lançado um selo com marca de certificação do comércio justo e em 2004 dividiu-se em duas vertentes (FLO Standards para normas e padronização e FLO-CERT para atuar como certificadora de todos os agentes da cadeia (SALGUERO e CLARO, 2015).

A certificação *Fair Trade* visa auditar empreendimentos, propriedades e grupos de produtores através de critérios de desenvolvimento humano, social, ambiental e econômico. Para ser certificado, o empreendimento deverá apresentar um plano de ação para executar as melhorias nos quesitos social e ambiental, de acordo com as diretrizes da *Fair Trade*, que são baseadas nas Convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT), Agenda 21, Pacto Global e Metas do Milênio, além das normas SA 8.000, ISO 14.000, FLO entre outras (IBD, 2018).

Segundo a FairTrade International (2021), a obtenção do selo *Fair Trade* tem por objetivo proporcionar maiores benefícios aos trabalhadores, mantendo a credibilidade aos consumidores. Além disso, visa garantir ações que promovam a produção sustentável e o bem-estar de todos os envolvidos com a produção de café. Os objetivos também envolvem a garantia que as transações *Fair Trade* sejam realizadas em condições transparentes e justas, contribuindo para o desenvolvimento dos produtores.

Para a obtenção da certificação *Fair Trade* alguns critérios críticos determinam a suspensão ou cancelamento da certificação, sendo eles: quebra da rastreabilidade, existência de desmatamento em floresta primária desde 2016, lançamento de efluente em corpo hídrico em desconformidade com a Legislação Ambiental, existência de caça e captura de animais silvestres, exploração indevida do direito de propriedade, inexistência de remuneração aos funcionários, existência de discriminação racial, social, político, religiosa, sexual e por idade, trabalho infantil, trabalho forçado, exposição de riscos aos trabalhadores sem a utilização de equipamentos de proteção individual e uso de agrotóxicos deve ocorrer sob a responsabilidade de um profissional (IDB, 2018).

A Tabela 5 apresenta os critérios a serem cumpridos nas esferas econômica, ambiental e social para os candidatos a obter o selo *Fair Trade*.

Cr�terios econ�micos	Cr�terios ambientais	Cr�terios sociais
Promo�o do relacionamento comercial justo.	Adequa�o � Legisla�o Ambiental	Comprometimento com a transpar�ncia.
Melhoria do trabalho ou modo de vida dos agricultores favorecendo o seu empoderamento.	Conserva�o ambiental.	Adequa�o � legisla�o trabalhista e apoio ao trabalho sindicalizado.
Incentivar as negocia�es abertas, transparentes e duradouras.	Recupera�o ambiental.	Incremento da Seguran�a e salubridade no trabalho.
Fomento do desenvolvimento social e ambiental na cadeia produtiva atrav�s do pagamento do Pr�mio <i>Fair Trade</i> .	Gerenciamento adequado dos recursos h�dricos, res�duos s�lidos, efluentes l�quidos e efluentes gasosos. Redu�o de impactos ambientais advindos da atividade produtiva, redu�o da emiss�o de gases de efeito estufa.	Igualdade de benef�cios a trabalhadores fixos e tempor�rios e participa�o nos resultados.
Implanta�o de melhores pr�ticas de produ�o visando a qualidade do produto.	Fomento � educa�o ambiental.	Capacita�o de funcion�rios.

Tabela 5. Crêterios econ micos, ambientais e sociais para os candidatos a obten o da certifica o *Fair Trade*

Fonte: Adaptado de IDB, 2018.

Destaca-se ainda em rela o   questões ambientais, que sempre que possível os produtores devem reduzir o uso de fertilizantes químicos para um nível mínimo ótimo, além de evitar ou reduzir a utiliza o de materiais tóxicos ou poluentes e selecionar agroquímicos com a menor toxicidade possível. Deve-se incentivar ao máximo o uso de métodos de controle de ervas não químicas, como métodos mecânicos e gerenciamento de rota o de culturas. O uso de pesticidas deve ser feito de maneira a minimizar os danos   saúde humana, vida selvagem, biodiversidade e qualidade da  gua (IDB, 2018).

4.4 A certifica o *Fair Trade* na cultura do café com produ o familiar

Dentre os produtos agrícolas, o café   o produto com maior potencial para o comércio justo no Brasil. Em compara o a outros países produtores, o Brasil está   frente em termos de volume, qualidade e boas práticas de produ o, que estão diretamente relacionadas com questões sociais, ambientais e econ micas, de forma que a adequa o às normas de certifica o *Fair Trade* ficam mais fáceis. Acrescenta-se outro fator importante para o sucesso na certifica o *Fair Trade* sendo este a qualidade do produto, um atributo que não   mensurado diretamente no Comércio Justo (SALGUERO e CLARO, 2015).

Em rela o ao café, a certifica o *Fair Trade* atesta que o produto foi produzido de acordo com os princípios do comércio justo e como consequência trazendo retorno para a sociedade em seu entorno e para o produtor rural. Esse tipo de certifica o auxilia o fortalecimento da agricultura familiar por meio de associa es e cooperativas, dispensando o uso de atravessadores (OLIVEIRA, 2016).

Na cafeicultura brasileira, a certificação *Fair Trade* foi introduzida há pouco tempo e já alcançou relativa representatividade na cafeicultura *Fair Trade* mundial. A primeira organização brasileira a receber o selo *Fair Trade* foi uma cooperativa de cafeicultores, em 1998. No que se refere à representatividade global, o Brasil apresenta 1,4% dos cafeicultores *Fair Trade* no mundo. Além disso, é o sexto país do mundo com maior número de organizações *Fair Trade* no mundo (atrás apenas de Peru, México, Colômbia, Honduras e Costa Rica) e o décimo primeiro país com mais cafeicultores *Fair Trade* (ALVARENGA e ARRAES, 2020).

Mesmo com todo potencial, o Brasil tem capacidade para melhorar a sua produção de café *Fair Trade*, de acordo com a *Fair Trade International*. De acordo com a sua capacidade de melhoria, o Brasil pode ser capaz de ser o segundo maior fornecedor de café *Fair Trade* no mundo, podendo ofertar aproximadamente 88 mil toneladas. Essa projeção também passa pelo perfil do agricultor familiar brasileiro e sua representatividade na produção nacional de café (ALVARENGA e ARRAES, 2020).

A comercialização por meio do selo *fair trade* pode ser uma ferramenta importante para os produtores de café, já que potencializa benefícios como melhor condição financeira, manutenção de equilíbrio econômico, capacidade de realizar maiores investimentos no estabelecimento agropecuário e adoção de práticas mais sustentáveis (OLIVEIRA, 2016).

Entretanto, apesar de já estar há mais de 20 anos no Brasil, a iniciativa da certificação *Fair Trade* carece de levantamento de dados estatísticos, já que de maneira geral as organizações trabalham isoladamente, apesar das associações e cooperativas (SALGUERO e CLARO, 2015).

4.5 Benefícios da certificação *Fair Trade* na prática: depoimentos de produtores certificados

Cabe ressaltar que em um contexto mais abrangente, os resultados das pesquisas já publicadas indicam que a certificação *Fair Trade* tem interferido em diversas etapas da cadeia do café no Brasil, inclusive no que se refere à internacionalização e melhoria na gestão das propriedades cafeeiras (ALVARENGA e ARRAES, 2017).

De forma geral, os mecanismos de preço do *Fair Trade* permitem o desenvolvimento de um preço mínimo a ser pago aos produtores, impedindo que o valor pago seja menor que os custos de produção, e também apresenta um prêmio com um valor adicional pago por cada kg de café comercializado. O *Fair Trade* possibilita benefícios econômicos, sociais e ambientais aos produtores.

No que se refere ao campo econômico, a melhoria dos preços permite a produção de cafés de melhor qualidade e comercialização a um preço diferenciado, desestimulando a venda para atravessadores locais a preços mais baixos. Já no campo social, o prêmio pago permite que seja investido parte do valor da venda, na melhoria das condições de vida do produtor e sua família a partir de investimentos nas comunidades rurais, na educação

dos produtores, a partir de cursos de capacitação e com ações culturais. Finalmente, as melhorias ambientais, as regras estipuladas para se obter a certificação contribuem para a diminuição do impacto da produção de café no meio ambiente, auxiliando no desenvolvimento de soluções ecologicamente corretas (MÁRIO, 2020).

É importante ressaltar que o grau de benefício oferecido aos associados/cooperados é variável. Cada associação tem a liberdade de utilizar recursos originados do prêmio *Fair Trade* da melhor forma que julgar, com aprovação em assembleia. Isso significa que as associações e cooperativas que realizarem uma melhor gestão tem uma maior chance de impactar positivamente as famílias envolvidas (OLIVEIRA, 2015).

De forma mais específica, destaca-se o depoimento de representantes da Associação dos Cafeicultores de Divinolândia (APROD), localizada no interior do Estado de São Paulo. A APROD conta com 68 agricultores familiares. O representante da associação, Francisco Sérgio, destaca que as maiores vantagens do acompanhamento da Coordenadoria Latino Americana e do Caribe de Pequenos Produtores de *Fair Trade* (CLAC) (uma das redes parceiras que conduzem trabalho derivado da certificação *Fair Trade*) são os treinamentos, suporte operacional e comercial, além de acompanhamento técnico e verificação da certificação (SANMAX, 2022).

Ao estudar a Cooperativa dos Cafeicultores da Região de Lajinha (COOCAFÉ), Nunes et al. (2013) destacam que na percepção dos associados, os principais benefícios da certificação *Fair Trade* estão relacionados com o meio ambiente. Constatou-se também que os associados apresentam conhecimento e percepção a respeito dos benefícios propostos pela certificação *Fair Trade*.

Oliveira et al. (2017) realizaram pesquisa na Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo (COOPFAM) e foi constatado nas entrevistas com os produtores que a renda da comercialização *Fair Trade* acarretou em melhores condições para que os produtores rurais cheguem ao equilíbrio econômico. Os produtores rurais tem um significado para os produtores ligados diretamente a melhores condições financeiras, a possibilidade de maiores investimentos na propriedade, além de contribuir para que a família tenha um futuro promissor.

Aguiar, Romaniello e Pelegrini (2022) estudaram a influência do *Fair Trade* no desenvolvimento do capital social. Para isso, entrevistaram produtores de café associados à cooperativa “Dos Costas”, sediada em Boa Esperança – MG. Foi constatado que a certificação *Fair Trade* contribui no fomento ao trabalho coletivo, fortalecendo relações de confiança e cooperação entre os cafeicultores, auxiliando assim no desenvolvimento do capital social. O histórico dos 49 cafeicultores associados que vem crescendo após a obtenção da certificação *Fair Trade*, mostra que a filosofia empregada pelo *Fair Trade* e a aplicação de processos de gestão participativa, contribuíram para o crescimento e desenvolvimento do capital social na comunidade.

Barros (2018) analisou o impacto a partir adoção da certificação *Fair Trade* para

produtores de café, sob a ótica econômica e social em estudo de caso na COOPFAM. Os produtores se mostraram satisfeitos em relação ao nível de confiança que existe entre a cooperativa e os cooperados. O estudo ainda destaca que aproximadamente 95% dos entrevistados alegaram ter assessoria ou treinamento a fim de melhorar a qualidade do café produzido. Para contribuir com a qualidade do café, a COOPFAM possui parcerias com SEBRAE, Instituto Federal do Sul de Minas Gerais, Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR), EMATER – MG e Instituto Bio Sistêmico, além de oferecer cursos de gestão e administração rural.

Maduro (2017) observou na Cooperativa Agropecuária dos Produtos Orgânicos de Nova Resende – MG (COOPERVITAE) o efeito da certificação *Fair Trade* nos produtores de café e mostrou que a certificação trouxe a garantia de que o agricultor familiar terá a sua produção vendida.

Além disso, a página da COOPERVITAE na internet disponibilizou diversos depoimentos de seus cooperados, exaltando o que a certificação *Fair Trade* proporcionou a eles. Destacam-se em seus depoimentos a agregação de valor à produção, a possibilidade de produzir café de qualidade e a chance de prover aos cooperados e suas famílias uma melhor qualidade de vida (COOPERVITAE, 2020).

Menezes (2018) realizou estudo sobre as práticas de *Fair Trade* e cooperativismo na Cooperativa de Produtores Rurais Organizados para Ajuda Mútua (COOCARAM), localizada em Ji-Paraná – RO. Averiguou-se que com a introdução do selo *Fair Trade*, foram destacadas mudanças como: maior ganho em valores diferenciados e possibilidade de exportação do café.

A Associação das Organizações de Produtores *Fair Trade* no Brasil (BRFAIR) é a coordenadora nacional do comércio justo no país. Em seu site oficial, apresenta depoimentos de produtores e da importância da certificação *Fair Trade*, além da presença de suporte técnico ser um dos pontos destacados (BRFAIR, 2021).

Em suma, de maneira geral, dentro das situações investigadas, a certificação *Fair Trade* traz benefícios aos produtores familiares. No campo econômico, por meio do prêmio pago aos produtores, existe a possibilidade de melhoria da qualidade de vida da família. Por meio de suporte técnico, cursos, palestras etc, os produtores conseguem realizar melhor administração de seus negócios, fato este importante para a continuidade da atividade agrícola.

O incentivo à rastreabilidade também agrega valor ao café produzido, contribuindo para o aumento da qualidade do produto final, abrindo mercados internacionais para o café produzido pela agricultura familiar e com o selo *Fair Trade*. As questões ambientais, que envolvem uso consciente dos recursos naturais, por meio do gerenciamento de recursos hídricos e sólidos, além do gerenciamento dos efluentes e gerenciamento da utilização de fertilizantes e defensivos, contribui para a sustentabilidade ambiental e auxiliam na garantia de longevidade da atividade agrícola. No campo social, o incentivo a capacitação dos

funcionários, igualdade de benefícios e aumento da segurança de trabalho se destacam.

De forma geral, percebe-se os aspectos positivos da implantação do modelo *Fair Trade* em todas as dimensões da sustentabilidade, além de maior valorização e inserção da produção advinda da agricultura familiar na cadeia produtiva de café.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os objetivos da presente pesquisa envolviam a descrição das vantagens da certificação *Fair Trade* para a agricultura familiar na produção de café no Brasil. Especificamente, identificou-se as mudanças de consumo de café no Brasil, além de destacar o histórico da certificação *Fair Trade* e analisar a contribuição que a certificação *Fair Trade* tem para a agricultura familiar produtora de café.

Primeiramente, verificou-se que nos últimos anos a busca de maior qualidade do café aumentou, destacando-se as recentes formas de diferenciação do produto, que vão desde aspectos sensoriais, ambientais e até mesmo sociais. Acrescenta-se o fato de que o mercado de cafés especiais cresceu 19% em 2017, a partir também de fortes investimentos em marketing, que contribuíram para o aumento das vendas deste tipo de café.

Mais especificamente, o consumidor de café *Fair Trade* está em busca de envolver questões sociais, buscando transparência, solidariedade, cooperação e respeito entre os agentes da cadeia. Apresenta pagamento de prêmio pelo produto e suporte na comercialização.

Destaca-se a importância da agricultura familiar na produção de café no Brasil, com aproximadamente 76% dos estabelecimentos produtores de café no país se configurarem como agricultura familiar.

De acordo com a presente pesquisa, a certificação *Fair Trade* se configura em uma alternativa para o agricultor familiar produtor de café, tanto para a melhoria de suas condições financeiras, com o prêmio pago, auxiliando na melhoria da qualidade de vida de seu núcleo familiar como para questões ambientais no que se refere a uma gestão mais consciente dos recursos naturais disponíveis, impactando diretamente na continuidade da atividade agrícola e nas gerações futuras que porventura possam usufruir e sociais, com o incentivo à capacitação de funcionários, investimento em segurança e equipamentos de proteção individual são itens de destaque dentro da certificação *Fair Trade*.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, B.H.; ROMANIELLO, M.M.; PELEGRINI, D.F. A influência do *Fair Trade* no desenvolvimento do capital social: o caso dos cafeicultores da Cooperativa “Dos Costas”. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 60, n. 2, p. 1-21, 2022.

ALVARENGA, R.P.; ARRAES, N.A.M. Certificação *Fair Trade* na cafeicultura brasileira: análises e perspectivas. **Coffee Science**, v. 12, n. 1, p. 124-147, 2017.

- ALVARENGA, R.P.; ARRAES, N.A.M. Construção do mercado Fair Trade no Brasil: avanços e desafios. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 22, n. 13, p. 1-17, 2020.
- ANDRADE, L. **Cenário Incerto**. Revista Globo Rural, n. 422/423, p.36-37, 2021.
- AURIGLIETTI, L.M.M.; TONIN, J.M. Relação entre base, nitidez: evidências para o mercado futuro de café no Brasil. **Estratégias e Soluções**. v. 2, p 1-4, 2021.
- BATALHA, M.O.; BUAINAIN, A.M.; SOUZA FILHO, H.M. Tecnologia de gestão e agricultura familiar. **Gestão Integrada da Agricultura Familiar**, EDUFSCAR, p. 43-66, 2005.
- BRAINER, M.S.C.P. **Panorama setorial do café**. Caderno setorial ETENE. n. 48, 2018.
- CHAVES, C.R. et al. Principais aspectos do *Fair Trade* (Comércio Justo). **Textos para Discussão – Fundação de Ensino e Pesquisa do Sul de Minas**, v. 1, n. 1, p.1-14, 2015.
- COOPERVITAE. Cooperativa Agropecuária dos Produtores Orgânicos de Nova Resende e Região. Depoimentos, 2020. Disponível em: <<https://coopervitae.com.br/depoimentos/>>. Acesso em: 29 out. 2022
- FALEIROS, R.N.; TOSI, P.G.S.O café no Brasil: produção e mercado mundial na primeira metade do século XX. **História econômica e histórias de empresas**. v. 22, n. 2, p.309-343, 2019.
- FAIRTRADE INTERNATIONAL. Critério de Comércio Justo Fairtrade para café. Disponível em: <https://files.fairtrade.net/standards/Coffee_SPO_PT.pdf>. Acesso em: 18 out. 2022.
- GROOT, E. Conhecimento sobre os conceitos de selos de qualidade vinculados à agricultura familiar. **Estudos, Sociedade e Agricultura**, v. 28, n. 1, p. 136-155, 2020.
- GUANZIROLI, C.E.; BUAINAIN, A. M; DI SABBATO, A. Dez anos de evolução da agricultura familiar. **RESR**. v. 50, n. 12, p.351-370, 2012.
- GUIMARÃES, A.F.; BÂNKUTI, S.M.S. Coordenação de sistemas agroalimentares diferenciados do café: uma revisão à luz da ECT e ECM. **Desafio Online**, v. 7, n. 1, p.180-202, 2019.
- IBD CERTIFICAÇÕES. Programa de certificação *Fair Trade*: Programa IBD para relações justas em comércio de produtos com certificação socioambiental. 16ª ed, 90 p., 2018.
- IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **A Geografia do Café: Dinâmica territorial da Produção Agropecuária**, 2017. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/bibliotecacatalogo?view=detalhes&id=299002>>. Acesso em: 16 set. 2022.
- IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Agropecuário 2006: Agricultura Familiar – primeiros resultados**. Brasil, Grandes Regiões e Unidades da Federação, 2009. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/50/agro_2006_agricultura_familiar.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2022.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Agropecuário 2017: SIDRA – Sistema IBGE de Recuperação Automática, Tabela 6955**: Produção, Valor da Produção, Venda, Valor da Venda, Área Plantada e Efetivos das plantações da lavoura permanentes nos estabelecimentos agropecuários, por tipologia, produtos da lavoura permanente, condição do produtor em relação às terras e grupos de atividade econômica, 2017. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/tabela/6955>> Acesso em: 17 nov. 2022.

LIMA, T.C.S.; MIOTO, R.C.T. Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. **Rev. Katál. Florianópolis**, v. 10, n. esp, p. 37-45, 2007.

MADURO, E.T. **Certificação Fair Trade no Brasil: O caso das cooperativas de café do sul de Minas Gerais**. Monografia (Graduação), Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Florianópolis, 2017.

MENEZES, A.R.L. **Práticas de Fair Trade e cooperativismo: um estudo sobre a COOCARAM (Cooperativa Agropecuária de Comercialização de Café Orgânico e Fair Trade)**. Monografia (Graduação), Universidade Federal de Rondônia – UFRO, Cacoal, 2018.

NAGAY, J.H.C. Café no Brasil: dois séculos de história. **Formação Econômica**, v. 3, p. 17-23, 1999.

NUNES, A.C.M. et al. A percepção dos associados da cooperativa dos cafeicultores da região de Lajinha LTDA em relação aos benefícios propostos pela certificação *Fair Trade*. **Anais... X Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**. 23, 24 e 25 de outubro, 2013.

OLIVEIRA, M.B.G.B et al. Produção de café com certificação *Fair Trade*: uma alternativa para os produtores familiares. **Revista da Universidade Vale do Rio Verde**, v. 15, n. 2, p. 209-219, 2017.

OLIVEIRA, R.F.; ARAÚJO, U.P.; SANTOS, A.C. Efeito do *Fair Trade* na cooperativa de agricultores familiares de café de Poço Fundo, MG. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 10, n. 2, p. 211-225, 2008.

PEDINI, S.; MACHADO, R.T.M. Fair Trade: possibilidades de empoderamento de cafeicultores familiares no Sul de Minas Gerais. **Estud. Soc. e Agric.**, v. 22, n. 2, p. 457-481, 2014.

PEREIRA, M.E.B.G. **Coordenação na agricultura familiar e desenvolvimento territorial: o caso das indicações geográficas para o café**. Dissertação (Mestrado), Universidade Estadual Paulista, Tupã, 2016.

RIBEIRO, C. Novo Horizonte. **Revista Globo Rural**, n. 436, p. 64-68, 2022.

SALGUERO, J.; CLARO, J.A.C.S. O *Fair Trade* como alternativa para os empreendedores familiares: um estudo exploratório. **Revista em Agronegócio e Meio Ambiente**, v. 8, n. 1, p. 95-113, 2015.

SANTOS, P.V.S. Previsão da demanda por produção de café no Brasil: uma análise. **Latin American Journal of Business Management**, v. 11, n. 1, p. 19-28, 2020.

SCHNEIDER, S.; CASSOL, A. A diversidade e heterogeneidade da agricultura familiar no Brasil e algumas implicações para políticas públicas. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**. v. 31, n. 2, p. 227-263, 2014.

SCHWARTZMAN, F. **Vinculação do Programa Nacional de Alimentação Escolar(PNAE) com a agricultura familiar: caracterização da venda direta e das mudanças para os agricultores familiares em municípios do estado de São Paulo.** USP,2015. 141 f. Tese (Doutorado), São Paulo,2015.

SILVA, L.F.; CORTEZ, J.G. A qualidade do café no Brasil: histórico e perspectivas. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, v. 15, n. 1, p. 65-91, 1998.

SILVA, S.C.S.; SILVA, S.P. **A Gourmetização do café** no Brasil. Ciência e tecnologia de alimentos: pesquisa e prática contemporânea, Editora Científica, 2021.

SOARES, S.V.; PICOLLI, I.R.A.; CASAGRANDE, J.L. Pesquisa bibliográfica, pesquisa bibliométrica, artigo de revisão e ensaio teórico em administração e contabilidade. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 19, n. 2, p. 308-339, 2018.

TOSI, P.G.; FALEIROS, R.N. Domínios do café: ferrovias, exportação e mercado interno com em São Paulo (1888-1917). **Economia e Sociedade**. v. 20, n. 2(42), p. 417-442, 2011.

TRAUER, E. et al. O conhecimento e a cadeia produtiva do café. **Anais..VII Congresso Internacional de Conhecimento e Inovação**. 11 e 12 de setembro, Foz do Iguaçu, 2017.