



MARINA DE BARROS

**IMPACTO GERADO PELA ADOÇÃO DA CERTIFICAÇÃO
FAIRTRADE PARA PRODUTORES DE CAFÉ: UMA ANÁLISE
SOBRE A ÓTICA ECONÔMICA E SOCIAL**

**LAVRAS - MG
2018**

MARINA DE BARROS

**IMPACTO GERADO PELA ADOÇÃO DA CERTIFICAÇÃO *FAIRTRADE* PARA
PRODUTORES DE CAFÉ: UMA ANÁLISE SOBRE A ÓTICA ECONÔMICA E SOCIAL**

Projeto de dissertação apresentado à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Administração, área de concentração em Gestão de Negócios, Economia e Mercado, para a obtenção de título de Mestre.

Prof. Dr. Luiz Gonzaga de Castro Júnior
Orientador

**LAVRAS - MG
2018**

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema de Geração de Ficha Catalográfica da Biblioteca Universitária da UFLA, com dados informados pelo(a) próprio(a) autor(a).

Barros, Marina de.

Impacto gerado pela adoção da certificação *fairtrade* para produtores de café: uma análise sobre a ótica econômica e social / Marina de Barros. - 2018.

71 p.

Orientador(a): Luiz Gonzaga de Castro Júnior.

.
Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Lavras, 2018.

Bibliografia.

1. Café. 2. Comércio justo. 3. Agronegócio. I. Júnior, Luiz Gonzaga de Castro. . II. Título.

MARINA DE BARROS

**IMPACTO GERADO PELA ADOÇÃO DA CERTIFICAÇÃO *FAIRTRADE* PARA
PRODUTORES DE CAFÉ: UMA ANÁLISE SOBRE A ÓTICA ECONÔMICA E SOCIAL**

**IMPACT GENERATED BY THE ADOPTION OF *FAIRTRADE* CERTIFICATION
FOR COFFEE PRODUCERS: AN ANALYSIS OF THE ECONOMIC AND
SOCIAL PERSPECTIVE**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Administração, área de concentração em Gestão de Negócios, Economia e Mercados, para obtenção do título de Mestre.

APROVADA em 08 de abril de 2018.

Dr. Antônio Carlos dos Santos UFLA

Dr. Sérgio Parreiras Pereira IAC

Prof. Dr. Luiz Gonzaga de Castro Júnior
Orientador

**LAVRAS - MG
2018**

Dedico esse trabalho a todas as mulheres da minha família. Mãe, irmãs, tias, avós, primas e irmãs de alma. Todas me trazem um orgulho que me enche o peito. Mas, em especial, à minha mãe. Ela merece o mundo inteiro. Ela merece o melhor.

Dedico

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, à minha família. Cada conselho, cada minuto de paciência e cada gesto de amor fizeram com que eu conseguisse terminar esse trabalho com sucesso.

À força, amor e palavras da minha mãe Mônica, em me manter firme. Ao meu pai João Batista, que ao longo desse trabalho me ajudou a crescer como pessoa.

Às minhas irmãs Karina e Juliana (*in memoriam*). Elas são minhas melhores amigas e sei que, mesmo com a distância que a vida nos trouxe, a qualquer momento posso contar com elas. Nossa conexão é inevitável e não há plano que nos separe.

Aos meus irmãos de alma. São tantos que gostaria de citar. Mas, sem a força do Nilmar Diogo Reis, tudo poderia ser diferente. Ele me faz acreditar num mundo melhor. À minha irmã de alma, meu porto seguro, Cibele Silva Tito Borges. Sem palavras por tudo que você faz por mim. Não imagino minha existência sem você.

Às repúblicas em que morei ao longo do período que estive em Lavras. Todas me aconchegaram de uma forma inexplicável e não tem como mensurar o tamanho da aprendizagem que tive ao longo de 8 anos tão bem vividos. Muito obrigada!

Ao Prof. Dr. Luiz Gonzaga de Castro Júnior, carrego muita gratidão por ele em mim. Um exemplo a ser seguido. Sua compreensão, força e paciência foram essenciais.

Aos doutores Antônio Carlos dos Santos e Sérgio Parreira Pereira que sempre foram solícitos em aceitar o convite para banca de qualificação e defesa, ofertando valiosos ensinamentos e contribuições à esta Pesquisa.

Ao Governo Federal e Estadual através das Agências de Fomento, respectivamente, CNPq e Fapemig, na contribuição para desenvolvimento da ciência e tecnologia, e em especial à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pela concessão da bolsa e financiamento desta pesquisa.

E, por fim, à Universidade Federal de Lavras (UFLA) e ao Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA), pela oportunidade em realizar o mestrado e para que tudo isso acontecesse.

RESUMO

A produção de café tem um destaque muito importante na economia brasileira. Além disso, o consumo do produto, ao redor do mundo, tem um crescimento constante (mesmo que com taxas decrescentes). Por isso, há necessidade de olhar para essa produção com olhares cautelosos. Tendo em vista que grande parte da *commodity* produzida provém de pequenos produtores, eis que surge a preocupação social e econômica na vida dessas pessoas. De acordo com Polanyi (1944), após a Revolução Industrial e adoção do mercado autorregulável, os trabalhadores deixam sua cultura de lado e passam a ser parte do sistema através do capital econômico. Dessa forma, o intuito da economia deixa de ser subsistência e tem como objetivo o lucro. Por conseguinte, a sociedade começa a enfrentar níveis de pobreza, uma vez que essa passa a se polarizar. Entretanto, para todo movimento econômico de sucesso, Polanyi (1944) afirma existir um contramovimento de proteção social. É afirmado nessa pesquisa que, para a proteção dos pequenos produtores de café, foi criado o movimento (ou contramovimento capitalista) do comércio justo (FT). FT é uma certificação com intuito de proteger pequenos e médios produtores do sistema comercial convencional. Essa certificação diz abrigar diversos benefícios para a qualidade de vida de quem produz certificadamente. Porém, como objetivo desse trabalho, a dúvida é: qual o impacto social e econômico que a certificação FT traz na vida dos produtores de café? Para averiguar tal impacto, foi feito um estudo de caso com uma amostra de produtores da cooperativa COOPFAM (Cooperativa De Agricultores Familiares De Poço Fundo). Foram aplicados questionários (survey), além da pesquisa bibliográfica. Averiguou-se que o impacto da certificação FT na vida dessa amostra foi positivo, uma vez que houve o aumento da qualidade de vida, do café produzido e do desenvolvimento na comunidade.

Palavras-chave: Café. Comércio justo. Agronegócio. Karl Polanyi. Certificações.

ABSTRACT

The coffee production has a very important highlight in the Brazilian economy. In addition, the coffee consumption around the world has a constant growth (even with decreasing rates). Therefore, there is an importance to look at this production with cautious perspectives. In view of large part of the commodity produced comes from small producers, thus there is a social and economic concern on the lives of these people. According to Polanyi (1944) after the industrial revolution and the adoption of the self-regulating market, workers leave their culture aside and become part of the system through economic capital. In this way, the purpose of the economy is no longer subsistence and its objective is profit. As a result, society begins to face levels of poverty once it becomes polarized. However, for any successful economic movement, Polanyi (1944) claims that there is a countermovement of social protection. It is stated in this research that for the protection of small coffee producers the movement (or capitalist countermovement) of fair trade (FT) was created. FT is a certification that aims to protect small and medium producers from the conventional trading system. This certification claims to have several benefits for the life quality of those who produce certified products. However, as an objective in this work, the question is which is the social and economic impact that FT certification brings to the lives of coffee producers? In order to investigate this impact, a case study was carried out with a sample of producers from *COOPFAM* cooperative (Cooperative of Family Farmers from *Poço Fundo*). Survey questionnaires were applied in addition to bibliographic research. It was found that the impact of FT certification on the life of this sample was positive, since there was an increase in the life quality, the coffee produced and development in the community.

Keywords: Coffee. Fair Trade. Agribusiness. Karl Polanyi. Certifications.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 -	Logo das certificadoras Fairtrade, Rainforest e UTZ.	24
Figura 2 -	Dados da certificação ao longo do mundo.	31
Figura 3 -	Capacidade de produção de café FT: os dez maiores produtores entre 2013 e 2014.....	32
Figura 4 -	Ambos movimentos da Revolução Industrial.....	36
Figura 5 -	Esquematização do movimento de Karl Polanyi (1944).	37
Figura 6 -	“O duplo movimento” de Karl Polanyi.	38
Figura 7 -	Frequência absoluta e percentual do tamanho da propriedade.	48
Figura 8 -	Percentual de proprietários que receberam treinamento.	53
Figura 9 -	Nível de compreensão do que é o movimento FT em porcentagem.	56
Figura 10 -	Qualidade de vida em percentual (amostra obtida).....	58
Figura 11 -	Crescimento em números de trabalhadores e produtores certificados entre 2013-2014.....	62
Figura 12 -	Crescimento entre 2010 e 2014 do número de organizações produtoras.....	63

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Tempo de certificado.	43
Quadro 2 - Número de pessoas na casa antes e depois de certificar.	44
Quadro 3 - Número de pessoas na casa antes e depois de certificar.	44
Quadro 4 - Número de pessoas que não são da família e trabalham na produção antes e depois de certificar.	45
Quadro 5 - Frequência e porcentagem do número de pessoas que não são da família e trabalham na produção.....	46
Quadro 6 - Média do tamanho da propriedade antes e depois de certificar	47
Quadro 7 - Frequência e percentual do tamanho da propriedade antes e depois de certificar.	47
Quadro 8 - Volume da produção (em sacas).	49
Quadro 9 - Volume da produção (em sacas) – valores absolutos e percentuais.	50

LISTA DE ABREVIATURAS

ABIC	Associação Brasileira da Indústria de Café;
ATO	Organizações de Comércio Alternativo;
CLAC	Coordenadora Latino-americana e do Caribe de Pequenos Produtores e Trabalhadores de Comércio Justo;
COOPFAM	Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo;
FACES	Plataforma de Articulação do Comércio Justo e Solidário;
FLO	<i>Fairtrade Labelling Organisations International</i> ;
FT	<i>FAIRTRADE</i> ;
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística;
ONG	Organização não-governamental;
UFLA	Universidade Federal de Lavras.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	REVISÃO DE LITERATURA	16
2.1	Impacto na família produtora	16
2.2	Mercado e produção	21
2.3	Desenvolvimento da comunidade	22
3	REFERENCIAL TEÓRICO	24
3.1	Certificação	24
3.2	Terminologia e definições	25
3.3	O que é comércio justo (FT)?	26
3.4	Origem do comércio justo	28
3.5	Vantagens de ser certificado	29
3.6	Organização de produtores	30
3.7	Fundamentação teórica	33
3.7.1	A teoria do movimento em dobro de Karl Polanyi (1944)	33
3.7.2	Karl Polanyi e o movimento do comércio justo	38
4	METODOLOGIA	40
4.1	Tipo de pesquisa	40
4.2	Objeto de pesquisa	41
4.3	Instrumento da coleta de dados	41
4.4	Análise dos dados	42
5	RESULTADOS E DISCUSSÃO	43
5.1	Caracterização dos produtores de café filiados em relação à propriedade, produção e da família produtora antes e depois de se certificar	43
5.2	Tempo de cooperado certificado	43
5.2.1	Número de pessoas na casa	43
5.2.2	Número de pessoas na família que trabalham na produção	44
5.2.3	Número de pessoas que não são da família e trabalham na produção	45
5.2.4	Tamanho da propriedade	46
5.2.5	Volume da produção	49
5.2.6	Produção de subsistência	51
5.3	Ponto de vista do produtor em relação às questões da vida pessoal	51
5.3.1	Você acredita que se cooperar e se certificar na cooperativa te trouxe benefícios?	51
5.3.2	Você recebeu treinamentos para melhorar o café produzido?	53
5.3.3	Você acredita que o preço que você vende o café seja o preço ideal?	54
5.3.4	Você compreende o que é FT?	56
5.3.5	A qualidade do seu café melhorou depois da certificação?	57
5.3.6	Sua qualidade de vida aumentou depois da certificação FT?	58
5.3.7	Você viu desenvolvimento na comunidade depois da cooperativa certificada? ...	60
5.4	Perspectiva teórica do movimento em dobro (Polanyi, 1944) e o comércio justo	61
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	65
	REFERÊNCIAS	66

1 INTRODUÇÃO

Não se trata de gênero de primeira necessidade. Pelo contrário, chega-se mesmo a afirmar que nossa saúde seria beneficiada sem o seu uso. É um simples produto de sobremesa (LAPA, 1983, p.7).

De fato, o café não é um gênero de primeira necessidade. Entretanto, não é o “um simples produto de sobremesa”. Atualmente o café é a segunda maior *commodity*¹ negociada mundialmente, gerando cerca de 20 milhões de empregos. Logo, o produto não é um bem de necessidade mas também não pode ser dito como “simples” quando o impacto desse é extremamente alto na sociedade global. Uma vez que esse produto tenha tamanha relevância, ele deve ser visto com criteriosas lentes – ele pode gerar positivos impactos, tal como negativos – e isso deve ser monitorado (LEWIN; GIOVANNUCCI; VARANGIS, 2004).

Segundo a Associação Brasileira de Indústria do Café (ABIC), o consumo interno brasileiro teve um crescimento de 1,24% entre os meses de novembro/2013 a outubro/2014, com a venda de 20,333 milhões de sacas nos 12 meses registrados. Tendo em vista que a tendência para os anos seguintes é o aumento da produção de café, seja para uso interno ou exportação, se faz importante o estudo de uma forma mais sustentável de se produzir tal *commodity*.

É importante assistir a esse mercado devido ao seu crescimento contínuo. Sendo consumidas aproximadamente dois bilhões de xícaras diariamente no mundo inteiro, será que ele tem tido um cuidado especial para sua produção? Já se sabe que não. Há muita pobreza dentro dos campos, pequenos produtores sendo pouco beneficiados e trabalhando muito para que grandes empresas fiquem com seus lucros. Será isso injustiça a eles? Sim. E é por isso que há um contramovimento global crescendo cada vez mais e se chama comércio justo ou FT (CAMERON; LOCKE, 2010).

A certificação do café comércio justo tem sido avaliada como uma saída alternativa de diferenciação do produto, que tem em seus fundamentos agregar valor econômico, social e ambiental na produção, bem como abertura de mercados para comercialização – acarretando uma melhor rentabilidade às famílias cafeeiras (LIMA, 2016).

¹ *Commodity* – conceito 1. Mercadoria em estado bruto ou produto básico de grande importância no comércio internacional, como café, cereais, algodão etc., cujo preço é controlado por bolsas internacionais. conceito 2. Qualquer produto em estado bruto relativo à agropecuária ou à extração mineral ou vegetal, de produção em larga escala mundial, dirigido para o comércio internacional. DICIONÁRIO Michaelis. Disponível em: <www.uol.com.br/michaelis>. Acesso em: 13 mar. 2018.

Ainda, o selo é um instrumento que responde à crescente demanda mundial por produtos politicamente corretos e baseia-se na ideia de que os consumidores são motivados a pagar um prêmio ou melhores preços para produtos que atendam a determinados padrões definidos e garantidos com precisão (WISSEL et al., 2010).

Sua trajetória provém de diferentes movimentos sociais e políticos em algumas partes da Europa ao longo da década de 1970. A princípio, o conceito era idealista, tendo como base que os mercados eram injustos e exploradores (entre produtores do Hemisfério Sul e consumidores conscientes do Hemisfério Norte), onde esses compradores eram capazes de mudar a situação - deixar de explorar e gerar benefícios aos produtores, promovendo qualidade no produto para o consumidor final.

Muitas histórias construíram o que essa movimentação se tornou atualmente. Muito mudou. O que nos referimos hoje como comércio justo seria praticamente irreconhecível para os pioneiros – que tinham uma ideia de que o movimento seria o início de uma revolução a partir da crença de que os mecanismos de comércio capitalistas convencionais eram ineficientes e que uma revolução socialista que se aproximaria iria varrer tudo e substituí-lo por um mundo de justiça. Fica claro que, desde o início dos impulsos por mudança até os dias atuais, o movimento tem tido desenvolvimento, adaptação, compromisso e confiança (BRETT, 2018).

Ou seja, a certificação FT tem como objetivo oferecer aos consumidores produtos baseados na ética de ajudar os pequenos produtores se aliviarem da pobreza. Atração do movimento é refletida pelo impressionante crescimento de importação de *commodities* certificadas nas últimas décadas. Desde 1997, as vendas de produtos FT têm apenas crescido. Hoje, mais de 1200 organizações produtoras são certificadas ao longo do mundo, onde empregam mais de um milhão de pessoas que se localizam em 74 diferentes países (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2015).

O FT tem como seus princípios básicos criar oportunidades para pequenos produtores que se encontram em desvantagens econômicas e sociais. Para isso, estabelece relações comerciais de longo prazo, oferece um preço justo pelo produto – esse preço inclui todas as despesas do produtor, bem como as despesas para desenvolvimento da comunidade –, rejeição do trabalho infantil ou forçado, não discriminação, liberdade de associação, desenvolvimento de habilidades e competências e sustentabilidade ambiental (COORDENADORA LATINO-AMERICANA E DO CARIBE DE PEQUENOS PRODUTORES E TRABALHADORES DO COMÉRCIO JUSTO -CLAC, 2016).

Então, esse movimento pode ser uma solução não governamental em prol do desenvolvimento humano. Tendo em vista que consumimos produtos agrícolas diariamente, caso o campo fosse favorecido de forma justa, esse ajudaria o mundo, problemas como a pobreza, fome, má-distribuição de renda, entre outros quesitos que o sistema capitalista destrói (ENELOW, 2012).

Conectado à prática e à teoria, Karl Polanyi (1944), autor da Teoria do Movimento em Dobro, diz exatamente que o sistema capitalista cada vez que cria uma destruição, há movimentos de proteção. Em suas palavras: “Empurrar e puxar as forças do mercado livre e da regulação social que é chamado de “duplo movimento”(POLANY, 1944)”. O movimento comércio justo é justamente autoproteção social do que é causado nas polarizações do livre comércio – um movimento dobrado.

Apesar de sua teoria ser bem antecedente ao movimento, ela se encaixa bem na conjuntura atual, tendo em vista que o movimento do comércio justo tem crescido anualmente. Ele não cita em seu trabalho a opção não governamental – que é o que será trabalhado aqui – mas cita a importância desse contramovimento que cerca a expansão do atual sistema.

Será evidenciado nesse trabalho o impacto do comércio justo em uma amostra de produtores certificados localizados no Sul de Minas Gerais. Por conseguinte, serão abordados quesitos econômicos e sociais para avaliar se a certificação FT realmente faz com que o produtor seja beneficiado com a adoção do selo. Foram aplicados questionários fechados (*survey*) e feita uma análise acerca desses dados com pesquisas prévias a essa (revisão de literatura).

Ao considerar as interferências que existem no mercado do café, eis que surge a questão da pesquisa: “Quais os impactos econômicos e sociais gerados pela adoção do movimento do Comércio Justo para os produtores de café da região específica do Sul de Minas, nos quesitos social e econômico?”.

Frente a esse questionamento, esta pesquisa tem como objetivo geral analisar o impacto da adoção da certificação para a amostra produtora de café certificado. Para alcançar o objetivo geral, foi necessário atingir os objetivos específicos que são: a) identificar os impactos no contexto econômico; b) identificar impactos no contexto social; c) verificar se os impactos estão condizentes com a Teoria do Movimento em Dobro (POLANYI, 1944).

Posto isso, o presente trabalho será uma maneira eficaz de averiguar as questões econômicas e sociais da certificação e esclarecer a comunidade produtora de café da região sobre a certificação, numa forma prática e conectada à realidade do Sul de Minas Gerais, uma

vez que será feita a comparação entre os tempos certificados e não certificados. É interessante que os produtores tenham conhecimento do impacto da certificação do café, dos possíveis benefícios que estão ligados à associação do Comércio Justo e se essa é positiva ou não no âmbito em que eles se encontram.

Destaca-se a importância deste tema pela emergência e expansão das práticas de Comércio Justo no Brasil e no mundo. São práticas recentes, mas que têm despertado interesse na sociedade, nos meios acadêmicos e também das empresas, que veem esse comércio alternativo como uma oportunidade de divulgação e ampliação das suas práticas de Responsabilidade Socioambiental (BOSSLE, 2011).

Mesmo com a tamanha importância do Brasil no mercado do café, pouco se conhece sobre as certificações na cafeicultura brasileira no que se diz a respeito dos resultados e consequências para o café nacional. Conhecer como está o desenvolvimento das instituições que certificam os produtores no Brasil é de suma prioridade, uma vez que o país é um dos que mais tem aumento de produtores certificados e, também, tem uma alta demanda para a produção (ALVARENGA; ARRAES, 2017).

Ademais, o agronegócio café é importante para a economia mundial e seus dependentes, sendo os produtores e torrefadores, os elos vitais dessa cadeia. Entendendo-os, é capaz de gerar dados que possam reduzir as assimetrias de informação, otimizando a cadeia de cafés de qualidade como um todo, gerando, assim, emprego, renda e bem-estar a todos.

2 REVISÃO DE LITERATURA

A revisão da literatura, também chamada “revisão bibliográfica”, “estado da arte” ou “estado do conhecimento”, tem como objetivo apontar a perspectiva presente da colaboração da Academia sobre um estabelecido contexto. Ela possibilita uma ampla interpretação de estudos e contribuições precedente, levando ao ponto preciso para estudos futuros e formação de trabalhos posteriores. Enfim, ela comprova a relevância acadêmica do trabalho realizado por um pesquisador (SANTOS, 2015).

Abaixo serão citados casos já estudados que abordam os impactos tidos pela certificação FT. Serão divididos em três diferentes tópicos: Impacto na família produtora, Mercado e produção e Desenvolvimento na comunidade.

2.1 Impacto na família produtora

O Comércio Justo representa uma nova abordagem importante para aliviar a pobreza no Hemisfério Sul global com base na estratégia de "*trade notaid*" (comércio não auxílio). O crescimento do movimento de Comércio Justo busca desafiar historicamente as relações de mercado internacionais desiguais, transformando o comércio Norte-Sul em uma potencial capacitação do produtor e alívio da pobreza. O movimento comércio justo tem como intuito oferecer aos produtores desfavorecidos a chance de "aumentar seu controle sobre seu próprio futuro, ter um pagamento justo por seu trabalho, estabilidade de renda e condições dignas de trabalho e de vida através do desenvolvimento sustentável" (FAIRTRADE FOUNDATION, 2015).

Ainda, o principal argumento do Comércio Justo é que há uma renda segura, um pré-pagamento - se necessário- e acesso a crédito e empréstimos que podem diminuir o índice de pobreza. Existem trabalhos previamente publicados que afirmam que a redução da pobreza nos campos está diretamente relacionada ao salário justo e outros benefícios financeiros ofertados pelo movimento pobreza (CALO; WISE 2005; IMHOF; LEE, 2007; LE MARE, 2008; RONCHI, 2002).

As ideias sobre o desenvolvimento social estão inseridas na filosofia do Comércio Justo e, sobretudo, os estudos de Comércio Justo sugerem que contribuem para melhorar o bem-estar geral dos produtores (BECCHETTI; COSTANTINO, 2005; LE MARE, 2008; MORSELLO, 2002; RAYNOLDS, 2002a).

O impacto do FT tem distintos resultados para diferentes regiões, de acordo com diversos recentes estudos realizados por diferentes autores. Casos detalhados na Costa Rica (RONCHI, 2002), Nicarágua (BACON, 2002; BACON et al., 2008) e México (CALO; WISE, 2005; JAFFEE, 2007; MILFORD, 2004), confirmam as premissas do movimento: há mudanças na qualidade de vida dos produtores, há maior renda, desenvolvimento na região, acesso a créditos, entre outros efeitos positivos. Além disso, notou-se aumento de produção, diminuição na mortalidade infantil e melhores preços para a *commodity* (RUBEN; FORT, 2012).

Entretanto, existem alguns autores que afirmam que há diversos fatores que influenciam na dimensão do impacto causado pelo FT, políticas nacionais e em qual organização tal produtor está inserido bem como as características individuais do produtor certificado (RAYNOLDS, 2002a).

Produtores de café da Nicarágua, que pertencem a cooperativas ligadas a mercados alternativos - incluindo comércio justo, orgânico e relações de vendas diretas - são quatro vezes menos propensos a reportar que estão em risco de perder suas terras do que outros produtores de café (RAYNOLDS, 2002b).

Bacon (2002), em um de seus estudos, encontrou que o FT pode trazer aumento de renda e segurança ao produtor; entretanto, não garante uma qualidade de vida. Ainda, modelos alternativos como o FT podem ajudar a reduzir a vulnerabilidade dos produtores do mercado de café convencional (BACON, 2002).

Em um estudo realizado em Monte Carmelo-MG por Moreira e Costa (2012), tais pesquisadores aplicaram questionários com quase 70% da população da cooperativa estudada. Assim, os autores afirmam que:

Quanto aos fatores motivacionais, 41,2% dos produtores consideram primordiais as necessidades básicas pessoais, que compreendem moradia, transporte, educação, saúde e interações sociais. A mesma percentagem de produtores acredita que as questões profissionais como conforto, carga horária, salário, premiações e afinidade com cargo, são mais importantes. Uma das atribuições da certificação é garantir boas condições de saúde e trabalho para os funcionários e conformidade com a legislação (MOREIRA et al., 2007). A motivação gera benefícios para o empreendimento, que vão além da questão ética. As condições de vida e de saúde oferecidas ao trabalhador impactam indireta ou diretamente a produtividade e os resultados alcançados pelas organizações (MOREIRA; COSTA, 2012, p. 34).

Entretanto, há outros autores que afirmam que o movimento não foi tão satisfatório para algumas regiões no México e Nicarágua. Alguns produtores, mesmo conectados ao

Comércio Justo, se mantiveram na pobreza e tiveram pouca melhora em seu salário. Ainda, notou-se que em alguns casos, produtores estavam gerando maior renda fora da fazenda do que com sua produção. Ao fazer uma comparação entre certificados e não certificados, foi percebido que algumas vezes era mais rentável não participar da certificação (BARHAM et al., 2011; VALKILA, 2009).

Em Bagladesh, segundo Le Mare (2008), pôde-se concluir uma aumento na qualidade das necessidades básicas da família produtora e não na qualidade de vida. Isto é, houve um impacto positivo, mas que não garantiu uma vida digna.

Morsello (2002) fez um estudo na Amazônia sobre óleo de castanha para comparar o impacto do Comércio Justo e do mercado convencional da vida dos produtores. Concluiu em sua pesquisa que as pessoas que tiveram acesso aos mercados de Comércio Justo tiveram mais segurança, uma renda melhor e menos diferenciação social do que as associadas aos mercados convencionais. Tais projetos eram tão populares que muitas pessoas se mudaram para a região que estava envolvida na produção do Comércio Justo (MORSELLO, 2002).

No plantio de ervas, na Quênia, Becchetti e Constantino (2005), fizeram um estudo econométrico e constataram que a associação ao Comércio Justo foi aliada ao maior consumo de alimentos de qualidade em tal comunidade e também menores taxas de mortalidade infantil e nível de escolaridade maior. Tais autores argumentam que o Comércio Justo funciona muito bem no quesito de melhorar o bem-estar dos agricultores. A combinação de uma renda relativamente segura e de capacidades aumentadas fez com que alguns produtores de Comércio Justo se encorajassem em novos mercados (BECCHETTI; CONSTANTINO, 2005).

O mercado boliviano do café também relatou algum tipo de sucesso em melhorar a vida de seus produtores; isso pode ser atribuído, em grande parte, à sua capacidade de remover muitos dos intermediários da sua cadeia de comercialização do café. Cooperativas credenciam maior rentabilidade graças à redução de intermediários e ao trabalho em estreita colaboração com compradores internacionais dedicados (ESTEVEZ, 2015).

Dahlberg (2011) fez um estudo empírico na Etiópia e concluiu que as cooperativas certificadas de Comércio Justo são relativamente fortes e funcionam muito bem, além de beneficiarem seus membros através de preços mais altos e maiores dividendos.

Um estudo conduzido por Mendez et al. (2010), que abarcou quase 500 produtores na região do México, Nicarágua, Guatemala e El Salvador, encontrou que o selo certificador da *commodity* trouxe preços unitários maiores e melhores receitas brutas do café, entretanto a média de volume produzido e comercializado ainda continuava baixa, assim, não havia um

impacto concreto e compreensível como positivo para quesitos sociais, tal como saúde e educação. Além disso, o estudo foi conduzido por testes não paramétricos para identificar diferenças estatísticas simples. Então, não conseguem mensurar o nível absoluto de impacto do envolvimento do movimento (MENDEZ et al., 2010).

Outro estudo conduzido no Peru, feito com 3 cooperativas certificadas pelo Comércio Justo e outras 3 cooperativas não certificadas, teve o objetivo de avaliar o impacto do movimento para a região. O que se encontrou de resultado foi que não houve um impacto significativo para quem tinha envolvimento com o FT no quesito ganho monetário familiar. A renda dos produtores é de certa forma, afetada pelos custos de contratação de terceiros e pela rentabilidade vinda de outros cultivos ou trabalho que não seja na agricultura. Entretanto, encontrou-se também uma grande diferença nos padrões de gastos domésticos para produtores certificados: maiores estoques, acesso a crédito e valorização das áreas agrícolas. Em termos de bem-estar social, os cooperados parecem ter melhor qualidade de vida. Além disso, têm um hábito mais rotineiro de melhoria na infraestrutura da fazenda, que gera maior estabilidade na renda (RUBEN; FORT, 2012).

Para Barone (2017), em seu estudo feito na COOPFAM, os quesitos mais importantes do impacto FT entre os pequenos produtores é o preço pago pelo café e o acesso ao mercado.

Lima (2016) realizou pesquisas documentais em arquivos disponíveis da COOPFAM e também fez um levantamento cronológico da evolução da cooperativa, além de entrevistas com os cooperados, gerentes e funcionários da cooperativa. Os resultados da pesquisa foram que processo de certificação trouxe bons resultados para os cooperados como, por exemplo, a eliminação dos 120 atravessadores por meio da exportação do café diretamente pela COOPFAM. Ainda, houve o aumento da produtividade, a qualidade do café se tornou melhor e houve uma melhora financeira aos cooperados, pois depois da certificação houve uma maior demanda do café.

Ainda, por Lima (2016, p. 120):

A COOPFAM proporcionou aos cooperados mais facilidades por meio de novos conhecimentos e de tecnologia como, por exemplo, mecanização e tecnologia de produção. O trabalho desenvolvido pela COOPFAM ganhou notoriedade no mundo inteiro e talvez ela seja mais conhecida no exterior do que no mercado interno.

Lopes et al. (2014b, p. 33) fizeram uma pesquisa na COOPFAM e apontaram que:

(...) o desenvolvimento rural sustentável não possibilita somente melhoria da qualidade ambiental, pois está emaranhado a questões socioeconômicas, éticas e culturais. Assim, a cafeicultura de base ecológica praticada na região de Machado e Poço Fundo tem proporcionado aos agricultores uma excelente oportunidade de alcançar mercados diferenciados e agregar valor ao café comercializado, melhorando a qualidade de vida das famílias envolvidas.

Oliveira (2016) afirma em seu estudo realizado também na COOPFAM, que o movimento fez com que a vida dos produtores se elevasse a um nível acima do que costumavam levar antes de se certificar. Verificou-se a partir de um estudo de caso que a renda vinda do café FT trouxe melhores condições para as famílias produtoras manterem o equilíbrio econômico, assim conseguindo investir nas suas áreas de produção. Ainda, além da união em cooperativa proporcionar maior tranquilidade nas transações comerciais, os produtores recebem um valor mais justo pelo café vendido. Também, após se tornar FT, foram adotadas práticas de cultivo mais sustentáveis.

Romaniello (2009) assume a posição de que a união dos cafeicultores dentro da cooperativa é uma forma de facilitar o desenvolvimento econômico e social para a comunidade e que a traz um empoderamento dos produtores por meio da cadeia na qual estão organizados.

Pedini (2011), em seu estudo que envolveu duas técnicas de pesquisa (*survey* e grupo focal), também afirma que, de fato, o movimento FT é uma chave de empoderamento aos cafeicultores e como isso ocorre.

De acordo com o *survey*, mesmo com as diferenças apontadas em termos de preço comercializado da *commodity*, “revelou que o que efetivamente os empodera, sob a própria perspectiva dos cafeicultores, é o aspecto cognitivo, ou seja, a noção da realidade em que vivem e a importância que depositam no ambiente associativo e no trabalho de grupo” (PEDINI, 2011, p. 145). Para o autor, a sociologia econômica ajuda a explicar esse movimento de empoderamento.

Ou seja, ao longo da literatura, pode-se perceber que há um impacto positivo dentro do movimento para os produtores certificados. Exemplos citados acima mostram que houve uma migração entre ser certificado e não ser certificado dentro de várias culturas em diferentes países do Hemisfério Sul. Isso comprova, por diferentes estudos, que o impacto da adoção do selo é importante para vida dos produtores.

Em suma, lista-se aqui que o movimento traz empoderamento aos produtores, melhor qualidade de vida para família bem como segurança na renda, que passou a ser maior. Tais exemplos validam as premissas do movimento.

2.2 Mercado e produção

O acesso ao mercado é frequentemente citado como um benefício fundamental da participação em acordos de Comércio Justo. Formam relacionamentos com compradores que comunicam as necessidades dos consumidores, apresentam um *feedback* à respeito da qualidade e estão dispostos a auxiliar as cooperativas a cumprir seus objetivos de desenvolvimento. Dessa forma, ajudam essas organizações a desenvolverem conhecimentos em produção que teriam sido impossíveis de se obter através de canais convencionais de venda (ENELOW, 2012).

A participação no Comércio Justo envia um sinal positivo ao mercado internacional de que uma cooperativa é um parceiro comercial confiável. Os efeitos de reputação da adesão no registro FLO - prova de que um grupo de agricultores foi capaz de se submeter a um rigoroso processo de aplicação e auditoria - aumentam ainda mais o acesso ao mercado internacional (NIGH, 2002).

Ainda, a evidência sugere que o apoio às cooperativas alcançado através da participação no comércio justo pode não só melhorar a qualidade do café, mas também a participação democrática e a cultura cívica (ENELOW, 2012).

Mesmo que os custos para aderir o selo à produção sejam altos, ainda que sejam aplicados a pequenos e médios produtores rurais, as vantagens advindas da certificação são mais que perceptíveis. Essas garantem informação ao consumidor sobre o produto comercializado, traz segurança em relação à qualidade, garantem um maior espaço no mercado internacional e, assim, gera um impacto positivo para quem se certificou (FREITAS, 2013).

Em 2015, a Cooperativa de Poço Fundo (COOPFAM), destinou cerca de 75% de sua produção total para exportação via Comércio Justo. Os principais países compradores do café da COOPFAM foram: Estados Unidos, Inglaterra, Alemanha, Austrália, Japão, Itália e Nova Zelândia (BARONE, 2017).

Ainda:

A Cooperativa realizou a venda direta e os trâmites de exportação de 41% do total exportado, o restante foi executado por traders e torrefadoras, tais como MC Coffee, Comexim e Master Blends (antiga Sara Lee). Entre os projetos de aperfeiçoamento da organização produtora, a Coopfam está disponibilizando um curso de inglês para seus funcionários serem capazes de se comunicar com agentes presentes em escalas internacionais, a fim de possibilitar maior autonomia nas negociações estabelecidas no mercado externo (BARONE, 2017, p.147).

2.3 Desenvolvimento da comunidade

O movimento FT tem como intuito a promoção de alianças entre consumidores e produtores, gerando um sistema de preços alternativos que se tem como base tanto na justiça econômica quanto na social, eliminando uma grande quantidade de intermediários. Assim, a comunidade é diretamente beneficiada, tida como uma alternativa sustentável para as famílias produtoras onde estas organizações rurais estão inseridas (SALGUERO; SANTOS, 2015 apud OLIVEIRA, 2016).

Lima (2016) afirma que a Cooperativa de Poço Fundo (COOPFAM) também atua em projetos sociais como, por exemplo, doações à comunidade, convênio odontológico, assistência às crianças carentes da comunidade, investimento em informática entre outros projetos, que é um dos requisitos para a certificação FT.

Serão citados dois casos explorados pela autora Barone (2017) com o impacto nas comunidades de Boa Esperança e Poço Fundo, que corroboram com o que Lima (2016) afirmou acima:

Primeiro, a comunidade de Boa Esperança. O Premium foi direcionado a projetos sociais e ambientais da comunidade rural de Boa Esperança. Entre várias atividades com objetivo do desenvolvimento social, cita-se algumas tal como doação de alimentos, materiais escolares, uniformes para 30 crianças de uma creche que atende à família de cafeicultores; estágio de trabalho temporário e remunerado na administração da cooperativa com objetivo de inserção dos familiares produtores; apoio financeiro à escola de futebol que atende cerca de 300 jovens das comunidades rurais da região; colocou em prática o projeto saúde no campo; geração do fundo de amparo ao produtor em dificuldade e organização anual dos membros. Além desses projetos sociais, também existem os projetos ambientais, que englobam ações como programa ambiental com crianças das escolas das comunidades, construção de alguns viveiros de árvores nativas com intuito de regenerar áreas degradadas, proteção das nascentes, realização de palestras sobre meio ambiente, execução de projeto para tratamento de esgotos, entre outros (BARONE, 2017, p. 104).

Ainda, por Barone (2017, p. 143), o segundo caso que a autora cita é sobre a comunidade de Poço Fundo – MG:

O Prêmio recebido pela comercialização via termos do Comércio Justo é uma importante fonte de renda para o desenvolvimento da Cooperativa e da comunidade rural. Em 2014, a Cooperativa arrecadou mais de R\$1,15 milhões em Premium do Comércio Justo. A maior parte desse valor foi usada em investimentos da organização, tais como a manutenção da estrutura administrativa, o custeio dos encargos da prestação de serviços da certificação, o investimento e a manutenção de ativos imobilizados, o custeio da participação de representantes em feiras nacionais e internacionais e o desenvolvimento de plano de negócios para a torrefação. Além disso, o dinheiro é usado com serviços diretos para os produtores, como o pagamento dos serviços com assistência técnica agrícola (diagnósticos ambientais, análises laboratoriais, disponibilidade de agrônomos e técnicos, entre outros), fornecimento de crédito e apoio a compras de insumos, gratificação aos líderes de comunidade e aos produtores com 100% de presença em assembleias, premiação para cafés especiais acima de 83 pontos na escala SCAA, e a realização cursos de capacitação de cooperados (manejo integrado de pragas e doenças, manejo de agrotóxicos, desenvolvimento da cafeicultura orgânica, produção de adubos orgânicos, entre outros) e concursos de qualidade com premiação, tais como insumos agrícolas e custeio aos eventos de agronegócio. A Cooperativa também usa o Prêmio com serviços para as comunidades rurais dos seus membros, tais como o pagamento de bolsas de estudos para filhos de cooperados, convênios médicos e odontológicos e a realização de ações filantrópicas (projetos de educação ambiental e de inclusão digital, apoio ao asilo, às escolas, aos grupos de mulheres produtoras e à associação de crianças com necessidades especiais).

Dahlberg (2011) reafirma os dados acima com dados obtidos em seus estudos feitos na Etiópia. As cooperativas que são certificadas pelo FT ofertam aos cooperados uma maior assistência e serviços que não se encontram em cooperativas não certificadas. Exemplos de serviços oferecidos pelas organizações FT são insumos agrícolas, crédito e poupança, fornecimento de itens escassos, entre outros. O prêmio de Comércio Justo foi usado nessa região para construir poços artesanais de água, salas de aula e estradas pelas cooperativas para ajudar os agricultores e a comunidade local.

Fort e Ruerd (2012), apontando resultados obtidos no Peru, afirma que cooperativas FT investiram a maior parte do prêmio em melhoria de estradas, serviços de educação (bolsas de estudo) e empréstimos internos. Entretanto, cerca de 10% dos agricultores entrevistados nas cooperativas FT não tinham conhecimento sobre a existência do prêmio FT.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

Referencial teórico representa a base teórica a partir da qual será feita a análise de dados da pesquisa. Ele contém conceitos importantes para a construção e compreensão do desenvolvimento do trabalho (AZEVEDO, 2016).

Foi organizado em 10 diferentes tópicos com o objetivo de compreender os principais elementos dessa pesquisa.

3.1 Certificação

A certificação é um meio formal que assegura que o produto foi realizado de acordo com padrões de qualidade preestabelecidos e é legitimada como uma ferramenta de suma importância para agregar credibilidade e confiança aos produtos, serviços e empresas. Por conta da transparência, tem como objetivo reduzir assimetrias informacionais e pode ser gerado pela própria empresa ou por terceiros, tal como organizações independentes, públicas ou privadas, internacionais ou nacionais (MACHADO, 2000).

Ainda, medidas como as certificações surgem como uma alternativa ao ganho de *expertise* frente ao modelo tradicional da comercialização (*commoditização*) do café, agregando valores não só financeiro, mas também ao social, de manejo e sustentabilidade ao produto. Diante disto, surgem as relações comerciais alternativas, como as certificações - Comércio Justo (FT), UTZ Certified, RainForest, entre outras.

Figura 1 - Logo das certificadoras Fairtrade, Rainforest e UTZ.



Fonte: Brigidine (2018).

A figura acima ilustra algumas das importantes unidades certificadoras mundiais. Como já se sabe, esse trabalho tentará averiguar o impacto da certificação FT na vida de uma amostra de produtores selecionados. Seu logo é o primeiro entre os logos apresentados acima.

3.2 Terminologia e definições

Será procurado, aqui, definir ao certo os termos “Fairtrade” e “FT”. Parecem ser iguais, mas são de visões distintas quando se referem às certificações. Os termos foram diferenciados pelos critérios estabelecidos por Fairtrade Internacional (FLO) que podem ser analisados abaixo por Badiyan-Eyeford (2013, p. 34):

O termo Fairtrade é usado para descrever o sistema de certificação e rotulagem governado pela FLO. O sistema Fairtrade permite que os consumidores identifiquem produtos que tenham cumprido os padrões Fairtrade. O termo Comércio Justo ou FT é usado para se referir ao movimento do Comércio Justo como um todo e pode ser usado para descrever produtos rotulados e não rotulados e o trabalho das Organizações de Comércio Alternativo (ATOs), Federações de Comércio Justo e redes como NOTÍCIAS, EFTA etc.

Fairtrade (com uma letra maiúscula e escrita como uma palavra) é uma marca registrada. O Comércio Justo pode ser usado por qualquer pessoa e significa mais ou menos o mesmo que o Fairtrade, mas sem a legalidade da marca. Todas as outras variantes (comércio justo, FT, comércio ético e assim por diante) são usadas por diferentes grupos com diferentes significados em diferentes contextos (BRETT, 2018).

Nota-se que, a diferença entre ambas é importante na categorização das certificações. FT ou Comércio Justo, é o movimento que se dá ao estabelecer critérios relacionados ao mesmo para concretizar a certificação. Fairtrade, uma única palavra com sentido composto, é o sistema de certificação governado pela FLO.

Nas literaturas encontradas, FT denota o movimento por inteiro. Fairtrade resume-se ao sistema FLO, especificamente. É comum construir confusões acerca das nomenclaturas, por isso, deixa-se claro a diferença entre ambas. Fairtrade (FLO) faz parte do movimento FT, mas não se define como único, e sim se engloba às outras instituições certificadoras (ENELOW, 2012).

Assim, produtores licenciados mediante o pagamento do passe da certificação, têm o direito de usar o termo Fairtrade, por intervenção de iniciativas nacionais - que também são ditas como movimentos organizados que condicionam a sociedade de certificação e

viabilizam as corporações e seus produtos (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE, 2016).

A seguir, será caracterizado e explicado o que é o movimento.

3.3 O que é comércio justo (FT)?

O Comércio Justo pode ser definido como uma forma alternativa ao comércio convencional, uma vez que esse respeita a carência dos mais necessitados na produção. Sua maneira de transacionar é pautada para os países mais pobres – em desenvolvimento – ao invés de dar força somente aos países desenvolvidos. Sua forma de comercializar é tida como uma “evolução natural do sistema capitalista”, uma vez que o movimento prega pela ética, confrontando o lucro e responsabilidade social em suas transações. É tomada como uma comercialização que se baseia no diálogo, transparência e respeito, além de que tem como objetivo uma maior equidade no comércio internacional (LEAL; OGASAVARA; MENEZES, 2017).

Além disso, coopera para o desenvolvimento sustentável, ofertando melhores condições comerciais assim como tem como intuito a proteção dos direitos dos produtores e trabalhadores marginalizados, sobretudo no Hemisfério Sul (JAFFEE, 2007).

O FT, na prática, ocorre da mesma maneira que o comércio convencional, pois há uma relação de compra e venda como outra qualquer, entretanto, de acordo com Faces do Brasil (2007):

As partes envolvidas se comprometem a seguir princípios já determinados, tais como o respeito e preocupação pelas pessoas e o meio ambiente, garantindo assim que os produtores não sejam prejudicados nas negociações comerciais. Toda relação comercial que se configure sob os princípios do consumo responsável, é “justa”. Esses princípios podem ser resumidos em três: a) o envolvimento dos produtores, voluntários e empregados nas tomadas de decisão que os afetam; b) a proteção e a promoção dos direitos humanos, nomeadamente os das mulheres, crianças e povos indígenas e c) o respeito e preocupação pelas pessoas e o meio ambiente. Contudo, estima-se que 80% do mercado FT (produtores, distribuidores e varejistas) trabalhe vinculado às organizações de certificação, que serão discutidas posteriormente.

O movimento tem como objetivo alcançar diversas metas. Uma delas é prover o preço mínimo do que é produzido que garante ao menos o básico para o meio de vida do produtor. Além disso, a certificação busca outras metas, tal como contrato de longo-termo entre produtor e comprador, facilitação de acesso ao crédito, melhora das condições de trabalho,

sustentabilidade e cuidado com o meio ambiente. Regularmente a região produtora certificada é avaliada para se ter certeza de que os requisitos estão sendo cumpridos para se manter dentro do comércio justo (DRAGUSANU; NUNN, 2014).

Ainda, tem como principal intuito determinar o contato direto entre o comprador e o produtor, tirando, assim, barreiras no comércio e evitando-os da necessidade de atravessadores e das instabilidades que o mercado sustenta. Por isso, foram determinados alguns princípios para que o comércio seja considerado justo. Esses foram explícitos pelo SEBRAE (2016), como apresentado abaixo:

1. Transparência e corresponsabilidade na gestão da cadeia produtiva e comercial;
2. Relação de longo prazo que ofereça treinamento e apoio aos produtores e acesso às informações do mercado;
3. Pagamento de preço justo no recebimento do produto, além de um bônus que deve beneficiar toda a comunidade, e de financiamento da produção ou do plantio, ou a antecipação do pagamento da safra, quando necessário;
4. Organização democrática dos produtores em cooperativas ou associações;
5. Respeito à legislação e às normas (por exemplo, trabalhistas) nacionais e internacionais;
6. O ambiente de trabalho deve ser seguro e as crianças devem frequentar a escola;
7. O meio ambiente deve ser respeitado.

De acordo com Cavino (2012), “o Comércio Justo contribui para desenvolver sustentabilidade e garantir vida digna e perspectivas de futuro aos pequenos produtores”. Nesse momento é que as organizações que apoiam o movimento entram em ação, elas estão comprometidas em ajudar os produtores, com o intuito de mobilizar as práticas convencionais do comércio internacional em benefício dos pequenos produtores.

Assim, é descrito como um movimento internacional em prol da proteção e apoio aos pequenos produtores rurais e trabalhadores, principalmente no Hemisfério Sul. Seu objetivo é fazer uma conexão entre produtores e consumidores de todo o mundo para promover melhores condições comerciais com mais justiça e solidariedade (CLAC, 2013).

Diversos agentes estão envolvidos nas dinâmicas do FT como pode ser visto nas afirmações dos autores acima e bem como se disseminaram nas mais diversas cadeias produtivas. Dessa forma, organizações foram originadas para contribuir e gerar padrões para as posturas baseadas no FT, além de criar mecanismos de regulação de mercado baseados nessas posturas (FREITAS, 2013)

Na Europa destacam-se, por exemplo, a Network of European World Shops – NEWS; International Federation for Alternative Trade/ Federação Internacional para o Comércio

Alternativo- IFAT; European FT Association – EFTA (associação de importadores); Max Havelaar (selo de produtos certificados); International FTL labelling Organization – FLO (coordena diversos selos de certificação) e as tendas ou lojas – World Shops que têm a finalidade de comercializar os produtos certificados (GOMES, 2003).

A organização que acompanha o desenvolvimento das atividades do movimento do FT no Brasil é o Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário do Brasil (FACES), que tem como seu objetivo maximizar a confiança nas práticas comerciais. É considerado que os produtores que têm o selo são de certa forma, uma parcela da indústria, deixando de lado os reais quesitos beneficiários que são os agricultores familiares. Ainda, a organização tem seu termo associado às práticas de Responsabilidade Social Empresarial de orientação somente do mercado, o que obstaculiza o processo aceitação da sociedade brasileira (GOMES, 2003).

A relevância dessas organizações consiste em criar instrumentos de planejamento, delineamento, implementação, monitoramento e de controle das atividades em FT. Do ponto de vista discursivo é importante considerar que, como projeto político e ético, existem parâmetros comparativos para descrever o que é adequado do ponto de vista dessas organizações (FREITAS, 2013, p. 55).

3.4 Origem do comércio justo

Diante do fiasco do sistema capitalista perante a sociedade global, alternativas sustentáveis surgiram para tentar frear o prejuízo causado no meio ambiente e na comunidade produtora. Assim, o Comércio Justo como um sistema social global, surgiu por volta de 1940 e 1950 com o objetivo de ser uma alternativa ao fracasso do modelo de comércio para os pequenos produtores (CLAC, 2016). A contrariedade de certos arranjos de pessoas que se localizavam nos países desenvolvidos em vista à situação de pobreza da maior parte dos pequenos produtores agrícolas dos países em desenvolvimento foi o que motivou as ações desses grupos pioneiros (MASCARENHAS, 2007).

O Comércio Justo teve várias origens - quando as igrejas cristãs eram responsáveis pelas Organizações Não Governamentais (ONGs) na América do Norte e na Europa. Elas vendiam artesanatos produzidos por produtores e artesãos dos países mais carentes do Hemisfério Sul. Na Europa, esse trabalho foi liderado pela Oxfam, um grupo holandês. Na América do Norte, pelo *Mennonite Central Committe* e por um programa da Igreja de *Brethren*. Entre os anos 1950 e 1960, essas ONGs formularam *Alternative Trade*

Organizations (ATOs) que iniciou o processo de importação e venda de artesanatos do Comércio Justo por solicitações via correio e grupos solidários da Igreja (BOSSLE, 2011).

Em 1988, na Holanda, teve-se a primeira iniciativa de Comércio Justo como algo para o desenvolvimento democrático e garantia de acesso ao mercado a pequenos produtores em países em desenvolvimento do Hemisfério Sul. Inicialmente o selo foi aplicado apenas ao café, mas a finalidade era aplicá-lo a diversos outros produtos. Assim, o objetivo era garantir que os produtos certificados tivessem padrões ambientais e de trabalho humano (RUBEN, 2012).

Todavia, nas décadas de 1980 e 1990, as ações filantrópicas começaram se formalizar. Para Tallontire (2000), o Comércio Justo transformou-se de um movimento ligado à solidariedade, em seus anos iniciais, para um movimento visando uma parceria comercial. O aumento de vendas de produtos provenientes do Comércio Justo fez emergir um maior esforço para conciliar as práticas comerciais com a sensibilização dos consumidores. Além disso, as exigências por maior segurança alimentar e padrões de qualidade e a concorrência com outras redes varejistas fizeram com que as Lojas do Mundo adotassem uma estrutura administrativa e comercial mais formal e burocratizada. Portanto, a ênfase deixou de ser apenas centrada nos produtores e passou a incorporar também as demandas dos consumidores (BARONE, 2017, p. 74).

No Brasil, somente no início dos anos 2000 que houve um movimento organizado para construir meios que pudessem auxiliar os produtores com a certificação. Diversas ONG's, empresas, representantes do governo e prestadores de serviço deram abertura à discussão de assuntos ligados ao então comércio alternativo. Em 2001 foi criada uma plataforma de articulação do comércio ético e solidário que, em 2002 se tornou o FACES. O FACES tem como intuito promover o Comércio Justo e solidário, garantindo assim uma economia solidária, inclusiva e sustentável (SEBRAE, 2012).

3.5 Vantagens de ser certificado

Como premissa (já citada nesse trabalho no tópico 2.5), o sistema de certificação promete “Pagamento de preço justo no recebimento do produto, além de um bônus que deve beneficiar toda a comunidade, e de financiamento da produção ou do plantio, ou a antecipação do pagamento da safra, quando necessário” (SEBRAE, 2016).

Primeiramente, vantagens financeiras para o produtor. O grupo de pesquisa *The Natural Resources Institute* fez um estudo entre 33 produtores e encontrou que desses, 31

tenham benefícios econômicos positivos. Fazendeiros certificados pelo Comércio Justo costumam ter maior estabilidade financeira do que os que não certificam (NELSON; POUND, 2009). Assim, como produtores tendem a ganhar mais, tendem também a gastar mais – gerando um ciclo para movimentar a economia local (BOWES, 2011).

Acesso a diferentes mercados é outra vantagem do produtor certificado. Muitos tinham suas vendas movimentadas somente no comércio local. Uma vez que o fazendeiro se certifica, as portas para outros “ares” são abertas e, assim, novos mercados são conhecidos e negociados (BOWES, 2011).

Dizer que o Comércio Justo empodera os agricultores também é muito pertinente. Antes, possivelmente, o comércio da *commodity* era desconhecido e desorganizado (BOWES, 2011).

3.6 Organização de produtores

As hipóteses de caracterização para se certificar perpassam pela gestão democrática. Dentre as manifestações de tal método democrático estão o direito de voto por parte de cada produtor, bem como o direito de representação por outro membro da organização, que postula em nome de um conjunto de produtores. Ainda na organização da Associação de Produtores, a composição deve possuir uma maioria simples de pequenos produtores (pelo menos 51%), e a maior parte dos produtos comercializados pela população de ser originário de pequenos produtores (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2015). Nesse sentido, não há obstáculo à associação de grandes produtores à organização, não importando o quão grande, desde que respeitados os requisitos acima (ALVARENGA; ARRAES, 2017).

Além dos benefícios de um Comércio Justo, os produtores membros da organização têm acesso a novos mercados, o que tem tornado a busca pela certificação cada vez maior. Segundo o último relatório da Fairtrade International, em 2014, tendo em vista os dados coletados em 2013, havia 1226 organizações de produtores certificados em 74 países. Destes, locados 52% (624) na América Latina e no Caribe, 33% (404) na África e no Oriente Médio e 15% (182) na Ásia e na Oceania. Há um dado aproximado de que 80%, dos 1,4 milhões de produtores e trabalhadores ligados à certificação, são compostos por pequenos e médios produtores (FAIRTRADEINTERNATIONAL, 2015). Abaixo se apresenta os dados disponibilizados pela FLO:

Figura 2 - Dados da certificação ao longo do mundo.

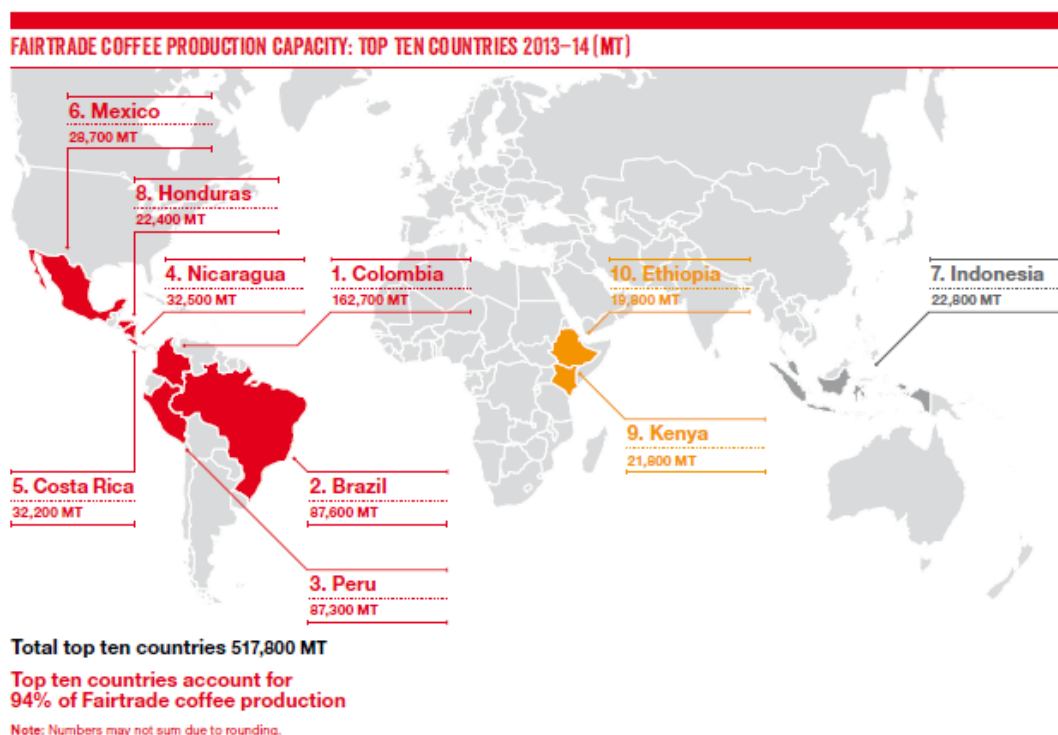


Fonte: FAIRTRADE INTERNACIONAL (2015).

O Brasil possui destaque no cenário da Fairtrade Internacional, sendo em 2012, por exemplo, o fato de ter recebido cerca de 4% do total da América Latina e Caribe, cerca de 2.528.300 Euros (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2015). Ademais, a cafeicultura se insere neste cenário com dados diferenciados: i) o sétimo país com mais organizações certificadas fairtrade; ii) o sexto país com mais organizações de cafeicultores certificados fairtrade; iii) considerado pela Fairtrade International como o segundo país com maior capacidade para ofertar café fairtrade.

Como analisado em 2015, o Brasil está entre os 10 maiores produtores de café FT ao longo do mundo (FAIRTRADE INTERNACIONAL, 2015):

Figura 3 - Capacidade de produção de café FT: os dez maiores produtores entre 2013 e 2014.



Fonte: FAIRTRADE INTERNACIONAL (2015).

O destaque brasileiro não é um caso isolado, tendo em vista as numerosas FTs de café em relação às demais culturas, pois atualmente as organizações de cafeicultores não representam mais da metade de todas as organizações certificadas nos países representados. Ressalva-se apenas Quênia (32%), Índia (14%), Costa do Marfim (23%) e África do Sul, que não possuem certificação fairtrade (ALVARENGA; ARRAES, 2017).

Há 44 organizações com certificação fairtrade no Brasil, sendo que 28 (63%) são de cafeicultores, distribuídas pelo país. São 16 associações em Minas Gerais, 05 em São Paulo, 03 em Espírito Santo, 01 no Paraná e 01 em Rondônia. Não obstante, cabe ressaltar que este é um fenômeno recente, pois até o ano de 2002 apenas a Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo (Coopfam) possuía certificação fairtrade no Brasil (ALVARENGA; ARRAES, 2017).

Foi a partir de 2012 que mais de 03 associações de cafeicultores obtiveram a certificação fairtrade. O ano de 2003 é que marca uma aceitação gradual dos produtores ao modo de organização fairtrade, que a partir de 2010 até 2015 se intensifica, já que 50% das cooperativas foram certificadas neste período. Atualmente, o Brasil conta com dez mil

cafeicultores com certificação fairtrade, alocados em poucas organizações (ALVARENGA; ARRAES, 2017).

Em apenas uma cooperativa estão 65% (6.203) de todos os cafeicultores brasileiros fairtrade. No outro extremo, onze cooperativas abrigam 4% (372) dos cafeicultores fairtrade. Os demais estão distribuídos da seguinte forma: 20% (1877) estão em seis cooperativas, 6% (565) estão em quatro cooperativas e 5% (514) estão em seis cooperativas. No que diz respeito às vendas do café fairtrade brasileiro, elas aumentaram aproximadamente em 18% entre os anos de 2013 (125.648 sacas) e 2014 (152.341 sacas) e aproximadamente 8% entre 2014 e 2015 (164.000 sacas) (ALVARENGA; ARRAE, 2017, p. 129).

A concentração de número elevado de cafeicultores em poucas organizações é idêntica à concentração no que tange as vendas de café. Contudo, com base na Figura 4, o Brasil é responsável por cerca de 30% das exportações de café do mundo. Todavia, em relação ao comércio mediante à modalidade de fairtrade apenas 5% das exportações do globo correspondem ao Brasil. Por outro lado, o Peru é excelente exemplo de modalidade de comércio FT, pois mesmo representando 3% do café do mundo, possui quase 25% do mercado mundial de café fairtrade (ALVARENGA; ARRAES, 2017).

3.7 Fundamentação teórica

Esse trabalho utilizou como fundamentação teórica os conceitos de Karl Polanyi (1944) e a Teoria do movimento em dobro que será analisada no tópico a seguir. Nesse tópico teórico também contém a explicação da relevância contemporânea de tal Teoria, bem como a apropriação dessa com o movimento do FT.

3.7.1 A teoria do movimento em dobro de Karl Polanyi (1944)

Em sua obra “A Grande Transformação” (POLANYI, 1944), o autor investiga a crise da sociedade moderna com uma análise crítica do capitalismo industrial britânico do início do século XIX. Ele defende que o capitalismo gerou a pobreza material dos fornecedores da mão de obra (trabalhadores) e rompeu a cultura ética a qual esses empregados pertenciam, assim perdendo sua identidade. Polanyi (1944) se aprofundou nas consequências culturais desumanizantes do sistema de mercado livre.

Feita uma comparação entre a sociedade primitiva² e a sociedade vivida numa economia de mercado, notou-se que, com a evolução do sistema econômico e criação de indústrias, houve degradação da vida das pessoas trabalhadoras que se viram obrigadas a vender sua força de trabalho para conseguir se enquadrar e sobreviver no mercado.

No passado, salienta Polanyi (1944, p. 63), “a divisão de trabalho origina-se de diferenças inerentes a fatos como sexo, geografia, capacidade individual e não da propensão do homem de barganha”. A atividade econômica estava fundamentada nas relações sociais que estabeleciam a comunidade como um todo. Essa “desfundamentalização” nas relações sociais é o que acompanha o pensamento de Polanyi, e é o que gera grande destruição social.

A natureza do núcleo institucional é indiferente: pode ser sexo, como na família patriarcal; localidade, como nas aldeias; ou poder político, como no castelo senhorial. E também não importa a organização interna do grupo. Pode ser tão despótica como a família romana ou tão democrática como a zadruga sul-eslava; tão grande como os imensos domínios dos magnatas Carolíngios ou tão pequenas como a propriedade camponesa média da Europa Ocidental. A necessidade de comércio ou de mercados não é maior do que no caso da reciprocidade ou da redistribuição (POLANYI, 1944, p. 71).

Como cita Polanyi (1944) acima, o princípio da reciprocidade ou da redistribuição tem como fundamento que as sociedades primitivas não trabalhavam por remuneração e sim por reciprocidade e redistribuição. O princípio da reciprocidade tem como base de que “se oferece hoje para se ganhar amanhã”, isto é, o homem faz seu trabalho com o objetivo de favorecer todas as pessoas que integram a sua sociedade, uma vez que a ideia de bem estar comum é mais importante do que o bem estar pessoal. Então, agrupam-se os indivíduos através do mecanismo de redistribuição, posto que o trabalho de uma determinada família na verdade é parte de um benefício geral da comunidade.

Dentro dessa perspectiva, “a produção ordenada e a distribuição dos bens eram asseguradas através de uma grande variedade de motivações individuais, disciplinadas por princípios gerais de comportamento. E entre essas motivações o lucro não encontrava lugar proeminente” (POLANYI, 1944, p. 73).

As motivações conectadas ao lucro ganham espaço quando aparecem os mercados e quando a produção começa a ser utilizada para propósitos comerciais. Assim, revolução traça o crescimento da autorregulação de mercado através dos movimentos de produção em massa na Inglaterra, onde fazendeiros com alto poder aquisitivo compravam grandes quantidades de

² Nas sociedades primitivas o homem é tido como um ser social, um ser que age de acordo com suas necessidades sociais e não de acordo com interesses pessoais. Permite-se compreender que nessas primeiras civilizações, que o homem age por motivações sociais e não econômicas.

terras oriundas de modestos produtores com o objetivo de acumulação de capital (lucro) em seus empreendimentos agrícolas.

Por sua vez, o mercado autorregulável, celebrado na Inglaterra no final do século XVIII, foi algo novo na história humana. “O capitalismo chegou sem avisar” (POLANYI, 1944).

O autor considera a Revolução Industrial uma catástrofe que ameaçou a vida e o bem estar da Inglaterra. Por Polanyi (1944, p. 60) “foi o progresso, na sua escala mais grandiosa, que acarretou uma devastação sem precedentes nas moradias do povo comum, uma verdadeira avalanche de desarticulação social”. Dessa forma, é analisado o impacto negativo desse sistema sob o mundo que vivemos. As pessoas (mão de obra – trabalho) e o ambiente natural (terra) passam a ser mercadorias do sistema industrial, onde são comprados e vendidos, usados e destruídos pelo sistema.

Assim, um movimento dos novos e grandes empreendimentos agrícolas, refletiu o primeiro longo estágio em direção a uma sociedade completamente inserida em funcionamento de mercado, o que significou uma desvantagem para a população, uma vez que o intuito já não era reciprocidade e redistribuição das necessidades – e sim o acúmulo desigual. O primeiro exemplo global dessa desigualdade foi o caso dos campos de ovelhas e produção de lã, onde o campo se tornou parte integrada direta do mercado. Para Polanyi (1944), além da *commodity* concreta (lã), passou a existir *commodities* fictícias – terra, trabalho e dinheiro.

Em sua crítica da economia emergente ao seu contexto, o sistema de mercado era um fenômeno moderno, onde sistema de mercado autorregulável era a sua preocupação, uma vez que uma economia controlada com a lei da oferta e procura não determina a vontade da sociedade.

Entretanto, ao analisar todos os pontos negativos, Polanyi (1944, p. 111) também mostra que:

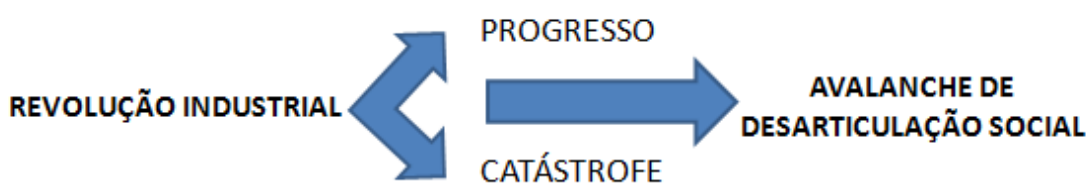
Um mercado de trabalho competitivo só foi estabelecido na Inglaterra após 1834; assim, não se pode dizer que o capitalismo industrial, como sistema social, tenha existido antes desta data. Quase imediatamente, porém, a autoproteção da sociedade manifestou-se – surgiram leis fabris e uma legislação social, assim como a movimentação política e industrial da classe trabalhadora. Foi justamente com essa tentativa de evitar os perigos totalmente novos do mecanismo de mercado que a ação protetora entrou em conflito fatal com a autorregulação do sistema.

Polanyi afirma que, nas fases de desenvolvimento humano da sociedade no passado, a atividade econômica tinha função social, isto é, contribuía para que a sociedade se instituísse

como um todo. A mão de obra, ou trabalho, estava alocada dentro das relações sociais. E o mercado autorregulável, por sua vez, era diferente e devastador à sociedade e suas consequências negativas fizeram com que surgisse uma significativa contra corrente com o objetivo de preservar a terra e a sociedade.

À vista disso, o autor chega à conclusão de que a sociedade capitalista moderna é composta por um “duplo movimento”, isto é, de um lado encontra-se o mercado suportado pelas classes comerciais e de proprietários dos empreendimentos; de outro se encontra a sociedade que visa a defesa e proteção social, que tem como objetivo a segurança humana, da terra e da cultura. A moderna sociedade prossegue na tentativa de se proteger das forças que atingem a solidariedade social e que ameaçam o ambiente natural. Esse contramovimento de proteção é aquilo que Polanyi (1944) chama de Grande Transformação.

Figura 4 - Ambos movimentos da Revolução Industrial.



Fonte: Adaptado de Polanyi (1944).

O movimento duplo é o resultado da ação permanente e contraditória de dois princípios que organizam a sociedade de mercado e as economias. Primeiramente, o princípio do liberalismo e o livre comércio. Em oposição, a autoproteção social, que não defende uma classe social em específico, e sim uma forma de defesa das ameaças que o mercado causa. Então, esses dois princípios supracitados têm fundamentos materiais e sociais que funcionam, necessariamente e permanentemente, de forma contraditória dentro do capitalismo.

Polanyi chama esse impulso e atração das forças de mercado livre e de regulação social de "movimento duplo". Sua teoria, formulada no final da Segunda Guerra Mundial, reflete a preocupação com a intervenção do governo para conter o caos causado pela operação irrestrita dos mercados. Entretanto, Polanyi em sua teoria não leva em consideração as organizações não governamentais de regulação social, que têm um papel substancial para a sociedade moderna.

Abaixo segue um esquema explicativo do movimento, onde a degradação proporcionada pela Revolução Industrial, junto ao surgimento da economia de mercado trazem prejuízos à sociedade e, assim, projetam um contramovimento de defesa a humanidade, construindo o movimento em dobro.

Figura 5 - Esquemática do movimento de Karl Polanyi (1944).



Fonte: Adaptado de Polanyi (1944).

Polanyi (1944) traz uma descrição da história moderna analisando o caos gerado entre os grupos sociais e políticos em torno das forças do mercado, que agia de forma irrestrita. Em sua teoria, o mercado é descrito como algo destrutivo e construtivo (movimento e contramovimento). Embora a sociedade de mercado permita algo muito mais organizado e com desempenho de crescimento econômico maior do que era antes (Feudalismo pré-moderno) acabou por criar uma desordem social gerada pelo mercado irrestrito.

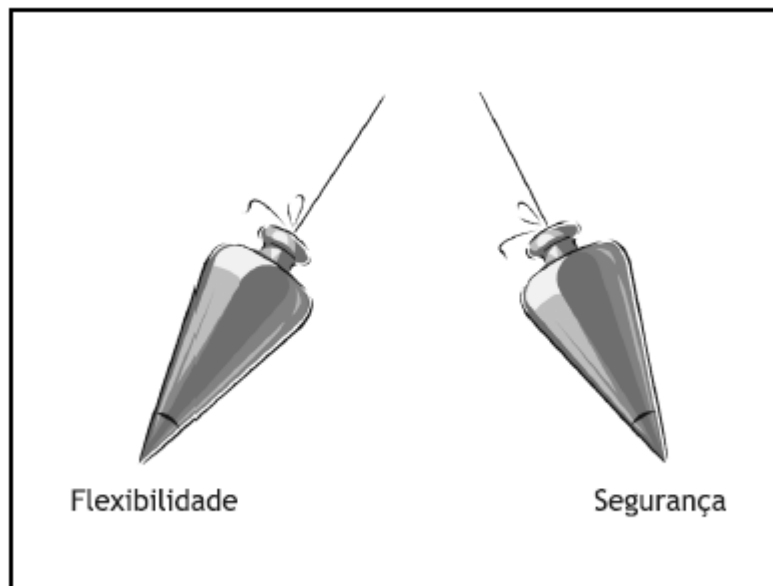
3.7.2 Karl Polanyi e o movimento do comércio justo

Polanyi (1944) argumenta que o movimento duplo é o resultado da ação permanente e contraditória de dois princípios que organizam a sociedade de mercado e as economias. Primeiramente, o liberalismo e o livre-comércio. Em oposição, a autoproteção social.

São duas fases do mesmo movimento – a primeira é que os processos globalizados são tratados como internacionalização de uma mentalidade de mercado sobre um comércio bruto. A segunda fase é qualquer atividade que ameace subverter o caráter neoliberal. Dessa forma, o movimento do FT são as diferentes sociedades se protegendo do mercado, assim comercializando de forma alternativa ao convencional.

A figura abaixo ilustra o “movimento duplo” entre flexibilidade (livre-comércio) e segurança (protecționismo).

Figura 6 - “O duplo movimento” de Karl Polanyi.



FONTE: Kalleberg (2009, p. 24).

Seguindo e construindo uma hipótese que já foi defendida por outros autores, tal como Conroy (2007) e Enelow (2012), é tido nesse trabalho que as certificações desenvolvidas por terceiros cumprem a função de proteção social causada pelos danos do mercado liberal. Ainda que o governo tente garantir as condições dignas de trabalho e resolver problemas sociais, é de conhecimento mundial que, muitas vezes, ainda mais frequente em países do Hemisfério Sul, que isso não acontece.

O desenvolvimento de diversos atos protecionistas à sociedade, tal como o FT, concebe uma disposição na sociedade que, para Polanyi, eram contramovimentos. Os intuitos dos projetos associados ao movimento FT não são econômicos. Pelo contrário, seu propósito é essencialmente social, como já descrito anteriormente nos tópicos explicativos do Comércio Justo.

Através do movimento FT, as comunidades interagem por meio de conversas e planejamento, tornam-se parceiras dentro de uma mesma iniciativa, desenvolvem amizade, além de encontrar sentido e motivação para suas vidas. Neste movimento, as pessoas são resgatadas de um papel meramente econômico e isolado. A decorrência disso é que passa a existir dentro da atividade econômica relações sociais.

4 METODOLOGIA

A metodologia do estudo é o ponto que conecta o pensamento à realidade. Isto é, ela une o conteúdo abordado, o pensamento do pesquisador e o objeto em estudo. A metodologia, partido da perspectiva prática, nada mais é que a estratégia que foi utilizada para se obter um conjunto de conhecimentos sobre um objeto de pesquisa (MINAYO, 2004).

Stake (1999) analisa que a realidade não pode ser mudada ou descoberta. A mesma só pode ser vista por diferentes ângulos de interpretação e, assim, construída. Há relevância usar, em certos tipos de pesquisa, a dicotomia da investigação qualitativa/quantitativa, no sentido de observar que essas metodologias não andam em sentido contrário e sim se complementam (MEIRINHOS; OSÓRIO, 2016).

A seguir serão apresentados os principais tópicos que delineiam como essa pesquisa foi construída. Optou-se por esse estudo ter duas etapas de concretização, no qual a primeira foi a revisão bibliográfica, enquanto a segunda foi composta de aplicação de questionários dentro da amostra desejada. A soma das duas atribuiu os resultados que foram discutidos nesse trabalho.

4.1 Tipo de pesquisa

Para alcançar os objetivos propostos, foi conduzida uma pesquisa de caráter qualitativo exploratório. Pesquisa exploratória tem como finalidade proporcionar mais informações sobre o assunto que está sendo investigado, assim possibilitando maior definição ao seu delineamento com pesquisas prévias. Assume, em geral, as formas de pesquisas bibliográficas e estudos de caso (PRODANOV; FREITAS, 2013).

O impacto da certificação FT nos cafeicultores foi avaliado a partir de um questionário contendo questões fechadas com escala binária ou questões pontuais de conteúdo pessoal ou da produção/propriedade. A escolha dos participantes da amostra foi realizada de forma não aleatória, isto é, no período da coleta dos dados foram abordados cafeicultores certificados que estavam disponíveis na Cooperativa. Assim, foi feita a amostragem não probabilística, uma vez que nem todos os elementos da população tiveram a possibilidade de serem conhecidos.

Para Bussabe Morettin (2013), a amostragem não probabilística deve ser usada em trabalhos quando há uma limitação de cunho operacional ao uso da amostragem

probabilística, tal como o fato da população ser infinita ou de não se ter acesso a todos os elementos da população.

Os questionários foram analisados utilizando análise de estatística descritiva. Ou seja, as análises foram feitas via média, moda, porcentagem e frequência. Soma-se aos resultados primários obtidos a revisão de literatura com dados secundários para corroborar os resultados aqui obtidos.

4.2 Objeto de pesquisa

O objeto de estudo do presente trabalho foram produtores de café filiados à Cooperativa dos Produtores Familiares de Poço Fundo– COOPFAM - situada na região sul de Minas Gerais. Esta cooperativa possui somente cafeicultores certificados pelo movimento FT.

Foi escolhida tal cooperativa por dois motivos: 1) Pela importância da organização dentro do assunto abordado, tendo em vista que é a pioneira em certificação do Comércio Justo no Brasil e um exemplo a ser seguido para outras cooperativas certificadas (BARONE, 2017); 2) Pela conveniência da localização da cooperativa ante onde foi produzido tal trabalho.

A amostra de produtores filiados foi escolhida de forma não probabilística. Foram aplicados 48 questionários numa população de 396 produtores (BARONE, 2017), atingindo então uma amostra de 12,12% da população total.

4.3 Instrumento da coleta de dados

Na presente pesquisa se utilizará o método *survey* (questionários) com escala binária para encontrar os dados que aqui se procura.

O método *survey* é caracterizado por obter dados do objeto de pesquisa normalmente com um questionário. Tem que ser aplicado a uma amostra representativa da população, assim a representatividade irá assegurar se os dados são confiáveis ou não (PEDINI, 2011). *Survey* pode ser descrito como obtenção de dados ou informações sobre ações, características, pontos de vista, entre outros, para uma amostra determinada de pessoas (sendo probabilística ou não), através de um instrumento de pesquisa – que costuma ser os questionários (FREITAS et al., 2000).

4.4 Análise dos dados

A análise será feita via perspectiva qualitativa. Para corroborar os dados obtidos, serão confrontados os resultados aqui encontrados com os resultados preexistente na literatura acerca dos quesitos pesquisados. Os dados foram tabulados e analisados via programa Microsoft Excel.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Abaixo serão discutidos os tópicos abordados, um a um, com o intuito do aprofundamento de cada um deles para a construção de uma ideia única relacionada ao impacto do Comércio Justo na vida dos agricultores da amostra estudada. Em todos os tópicos foram apresentados dados primários obtidos nessa pesquisa e, em alguns, dados secundários com o objetivo de corroborar e reforçar tais dados.

Os resultados foram divididos em 3 partes: 1) Caracterização da propriedade, da produção e da família produtora antes e depois de se certificar; 2) Ponto de vista do produtor acerca das questões qualitativas e 3) Perspectiva teórica do Movimento em Dobro (Polanyi, 1944) e o comércio justo.

5.1 Caracterização dos produtores de café filiados em relação à propriedade, produção e da família produtora antes e depois de se certificar

5.2 Tempo de cooperado certificado

O tempo médio de cooperado certificado foi de 9 anos. Ao fazer a frequência, metade da amostra se concentrou em mais de 10 anos de cooperado e apenas 21% têm menos de três anos de cooperado. Soma-se que cerca de 80% já tem no mínimo 4 anos de certificação.

Quadro 1 - Tempo de certificado.

	Frequência Absoluta	Frequência percentual
Até 3 anos	10	21%
Entre 4 e 5 anos	12	25%
Entre 6 e 9 anos	2	4%
Mais que 10 anos	24	50%
TOTAL	48	100%

Fonte: Autoria própria (2018).

5.2.1 Número de pessoas na casa

A importância desse dado é justificada para explicar se houve aumento de mão de obra familiar dentro das lavouras devido o crescimento da família ou se foi devido à necessidade de mais uma pessoa trabalhar para a produção.

Em números gerais, o número de pessoas na casa se manteve o mesmo.

Quadro 2 - Número de pessoas na casa antes e depois de certificar.

	ANTES de certificar FT	DEPOIS de certificar FT
Média	3,41	4,08
Moda	3	3

Fonte: Aatoria própria (2018).

Quando foi feita a média de pessoas na casa, foi encontrado que sim, houve um aumento de pessoas; entretanto, ao fazer a moda, se manteve o mesmo número de moradores na casa. Como pessoas não pode ser número com casa decimal (somente inteiro), a MODA se encaixa melhor nessa operação.

Logo, é confirmado que o tamanho da família, basicamente, se manteve o mesmo. A seguir foi utilizado esse dado para confrontar com o número de pessoas da família que trabalham com a produção de café. Já se sabe que a família não cresceu. Ou seja, se aumentou o número de pessoas trabalhando no campo, foi porque houve a necessidade de mão de obra extra. E então, far-se-á necessário explicar a razão de mais uma pessoa trabalhando.

5.2.2 Número de pessoas na família que trabalham na produção

Esse dado tem sua importância devido ao impacto na quantidade de mão de obra exigida nos campos de café.

Quadro 3 - Número de pessoas na casa antes e depois de certificar.

	ANTES de certificar FT	DEPOIS de certificar FT
Média	2,125	2,265
Moda	1	2

Fonte: Aatoria própria (2018).

Percebe-se que o número de pessoas da família que trabalham na produção cafeeira aumentou. Antes, se tinha que apenas uma pessoa da família desprendia da força de trabalho nas terras de realização. Após a certificação, nota-se que houve um crescimento na mão de obra. Ou seja, como exposto acima, o número de pessoas da família não cresceu com o Comércio Justo, entretanto, foi confirmado que houve necessidade de uma das pessoas que não trabalhavam passar a trabalhar.

Sabe-se que a mão de obra familiar é a unidade básica de produção na cadeia de suprimentos do café certificado. Para adotar a certificação FT, é necessário estar filiado a alguma cooperativa certificada. E para ser aceito por essas e ter o selo, é obrigatório que a

produção seja feita predominantemente por trabalho familiar, do que trabalho de terceiros – só são permitidos trabalhos temporários contratuais (ENELOW, 2012).

Gomes (2003) reafirma que como requisitos do FT, é de obrigatoriedade que as atividades do produtor e de seus familiares constituam a maior parte do trabalho agrícola total da propriedade. E a maior parte do tempo de trabalho do produtor tem que ser gasta realizando dentro das lavouras de suas terras. Que foi o que ocorreu nessa amostra: a certificação fez com que a família se movimentasse e, assim, fez se necessário mais uma pessoa trabalhando.

Então houve um impacto na mão de obra familiar. Será averiguado posteriormente se a produção teve um impacto positivo de aumento, se sim, essa questão poderá ser dissolvida facilmente, uma vez que quando se aumenta a produção há necessidade de mais mão de obra.

5.2.3 Número de pessoas que não são da família e trabalham na produção

Como já explicado acima, não é permitido a contratar mão de obra fixa que não seja familiar. Ou seja, só são permitidos trabalhos temporários (ENELOW, 2012; GOMES, 2003) que geralmente são necessários na época da colheita (BARONE, 2017).

Abaixo, a tabela demonstra a variação de mão de obra de terceiros dentro das propriedades familiares de café.

Quadro 4 - Número de pessoas que não são da família e trabalham na produção antes e depois de certificar.

	ANTES de certificar FT	DEPOIS de certificar FT
Média	0,29167	0,70833
Moda	0	0

Fonte: Autoria própria (2018).

Nota-se que houve um aumento na média de terceiros trabalhando na agricultura familiar. Entretanto na moda não houve aumento. O que se pôde concluir é que a agricultura não deixou de ser exclusivamente familiar na maioria das partes. Para confirmar tal dado foi feita a frequência e porcentagem desse tópico:

Quadro 5 - Frequência e porcentagem do número de pessoas que não são da família e trabalham na produção.

	Frequência	Porcentagem
Nunca teve	28	58,3%
Não tinha e passou a ter depois de certificar	8	16,7%
Teve antes de certificar e deixou de ter após certificar	2	4,2%
Sempre teve	10	20,8%
TOTAL	48	100%

Fonte: Autoria própria (2018).

Vinte e oito das 48 famílias pesquisadas alegaram nunca terem tido mão de obra externa à sua família dentro das suas terras. Ou seja, 58,3% nunca precisaram contratar trabalhadores para auxiliar na produção de café. Isso demonstra que o perfil dos produtores, em maior parte, é unicamente de agricultura familiar. Cerca de 17% passou a ter, após a certificação, e 20,8% sempre teve.

De acordo com Barone (2017) a época de colheita é uma relevante fonte de renda para os residentes locais devido à contratação de terceiros para trabalhar ao longo do período de colheita. Ainda, nos últimos anos, Poço Fundo recebeu um público externo à cidade para executar tal tarefa – provenientes, principalmente, da Bahia e Norte de Minas Gerais. O preço pago pelo feitiço é negociado entre empregador – empregado. Segundo a EMATER local, na safra de 2013/2014 foram pagos, em média, R\$12 por medida de 60 litros de café cereja (ou “café verde”) colhido (BARONE, 2017).

Valkila (2009) salienta que em seu trabalho feito na Nicarágua que também é incidente essa necessidade de trabalhadores sazonais na produção de café FT.

5.2.4 Tamanho da propriedade

Para Barone (2017), do total de famílias de produtores rurais na cidade, cerca de 97% possuem propriedade entre 5 e 10 hectares. Nota-se que ao fazer a média entre os períodos pré-certificação e pós-certificação, esse dado se encaixa muito bem como será mostrado abaixo.

Além disso, “segundo a estimativa da Cooperativa, a área média das propriedades é de onze hectares, cujas lavouras estão localizadas em áreas com altitude média de 1.000 metros, distribuídas em 30 municípios do Sul de Minas e no estado de São Paulo” (BARONE, 2017, p.144).

Então, quando questionado a respeito do tamanho da propriedade, 62,5% da amostra afirmaram que suas terras cresceram após a certificação. Em média, as propriedades tinham o tamanho de 5,56 hectares. Com a obtenção do selo para sua produção, a média absoluta de todos os produtores aumentou em quase 40% a dimensão da fazenda.

Quadro 6 - Média do tamanho da propriedade antes e depois de certificar .

	ANTES de certificar FT	DEPOIS de certificar FT
Média	5,56ha	9,20ha

Fonte: Autorial própria (2018).

Entretanto, somente a média pode esconder valores mais concretos. Por isso, destaca-se na tabela abaixo o crescimento dessa parcela de 62,5% que alegou ter crescido.

Quadro 7 - Frequência e percentual do tamanho da propriedade antes e depois de certificar.

Tamanho da propriedade	ANTES de certificar FT		DEPOIS de certificar FT	
	Frequência	Percentual	Frequência	Percentual
Até 3 hectares	20	41,7%	14	29,3%
Entre 3,1 e 6 hectares	4	8,3%	4	8,3%
Entre 6,1 e 9 hectares	16	33,3%	10	20,8%
Entre 9,1 e 12 hectares	6	12,5%	6	12,5%
Entre 12,1 e 15 hectares	-	0%	6	12,5%
Entre 15,1 e 18 hectares	1	2,1%	4	8,3%
Mais de 18 hectares	1	2,1%	4	8,3%
TOTAL	48	100%	48	100%

Fonte: Autorial própria (2018).

A tabela acima será analisada em 3 pontos diferentes: a parte verde, azul e amarela. Na parte verde, detentora de mais de 40% da amostra antes de certificar, era uma parte com a qual as pessoas ou não tinham terras e, se tinham, a propriedade era de até 3 hectares. Houve uma queda no número de produtores com a terra nesse tamanho em 12,4%. Isto é, essas 6 famílias saíram dessa categoria e passaram a ter um pedaço maior de domínio.

Na parte azul, na categoria antes de certificar, no total, haviam 26 famílias de produtores, no total de 54,2% de todos os fazendeiros. Ou seja, essa categoria foi a que teve um número maior de pessoas entre as divisões feitas até aqui. Mas, após se certificar, essa categoria ficou menos povoada. Passou-se a ter 20 produtores, 6 a menos do que havia antes.

Finalmente, na parte amarela, antes se encontravam apenas 2 produtores. Após a certificação, contam-se 14, 12 a mais.

Portanto, parte dos produtores teve um crescimento real na sua propriedade. Na seção verde houve uma diminuição de 6 produtores entre o antes - depois de certificar, bem como na seção azul, onde também teve uma redução de 6. Nota-se que na seção amarela houve o aumento de 12 produtores. Uma escala de crescimento foi feita e ficou nítida que, apesar da média não ser exata, ela foi verdadeira.

Então, é confirmado que houve um impacto positivo no crescimento do tamanho da propriedade após a certificação.

Esse resultado é enrijecido com estudo feito por Romaniello, Amâncio e Campos (2012), onde esse captou uma amostra de 40% da população e obteve resultados semelhantes:

Figura 7 - Frequência absoluta e percentual do tamanho da propriedade.

Caracterização das propriedades agrícolas de acordo com o tamanho.

Tamanho da Propriedade	Frequência		Acumulado (%)
	Absoluta	Percentual (%)	
Até 10 ha	29	72,5	72,5
10 a 50 ha	9	22,5	95,0
Acima de 50 ha	0	0	95,0
Não responderam	2	5,0	100,0
Total	40	100,0	100,0

Fonte: Romaniello, Amâncio e Campos (2012, p. 21).

Os dados dos autores acima (ROMANIELLO; AMÂNCIO; CAMPOS, 2012) foram captados 4 anos anterior a esse trabalho e ainda permanecem concretos. Dentro da amostra colhida pelo presente trabalho, tem-se que a média é de que 70,9% das propriedades têm até 12 hectares. Romaniello Amâncio e Campos (2012) afirmou que 72,5% tinham sua propriedade até 10 hectares. As porcentagens são diferentes, entretanto semelhantes. Mas, é notável que desde 2014 até os dias atuais, houve crescimento no número de cooperados e também no tamanho da propriedade.

Romaniello, Amâncio e Campos (2012) salienta necessidade do conhecimento do tamanho das propriedades para que a organização certificadora saiba como agir perante a oferta de serviços. Isto é, caso o perfil seja de pequenos e médios produtores (como é afirmado acima), os produtos têm que ser voltados a eles. Ou seja, a seleção dos cursos técnicos, palestras e informação sobre tecnologias têm que levar em consideração esses dados do sistema social abordado.

5.2.5 Volume da produção

Segundo a Cooperativa de Agricultores Familiares de Poço Fundo e Região (COOPFAM), Poço Fundo possui hoje 800 mil pés de café orgânico, cem por cento Arábica, que produzem em média 5.000 sacas por ano em altitudes que variam de 800 a 1200 metros (LOPES et al., 2014a).

Ainda, de acordo com Moreira, Fernandes e Vian (2011), a certificação FT é uma ótima opção para micro, pequenos e até médios produtores que tenham média (FT convencional) ou grande preocupação ambiental (FT orgânico) e que estejam organizados em associações ou cooperativas (COOPERATIVA DE AGRICULTORES FAMILIARES DE POÇO FUNDO - COOPFAM, 2007 apud MOREIRA;FERNANDES; VIAN, 2011).

Para saber se a produção cresceu entre os períodos não certificado - certificado foi feita a média de sacas vendidas por ano de todos os produtores. Entretanto essa metodologia não foi plausível para essa categoria uma vez que pode ser que poucos produzam muito ou muitos produzam pouco, assim alterando o verdadeiro impacto.

Quadro 8 - Volume da produção (em sacas).

	ANTES de certificar FT	DEPOIS de certificar FT
Média	99,13 sacas/ano	171,95 sacas/ano

Fonte: Autoria própria (2018).

Então, os números foram redistribuídos e uma nova tabela se formou com os dados mais concretos e visíveis para se obter um resultado plausível.

Abaixo é disposto o quadro do tamanho da produção em sacas. Os dados são apresentados via frequência com a qual a primeira coluna se dá a quantidade de sacas vendidas ao ano, a segunda coluna encaixa a quantidade de produtores que produzem valores dentro da porção antes de se certificar e a terceira são os mesmos fazendeiros e seus frutos, entretanto, após se certificar.

Quadro 9 - Volume da produção (em sacas) – valores absolutos e percentuais.

	Antes de certificar FT		Depois de certificar FT	
	Absoluto	Percentual	Absoluto	Percentual
30 sacas ou menos	6	12,50%	2	4,17%
31 a 60 sacas	16	33,33%	14	29,16%
61 a 90 sacas	8	16,67%	2	4,17%
91 a 120 sacas	4	8,33%	4	8,33%
121 a 150 sacas	6	12,50%	6	12,50%
151 a 180 sacas	2	4,17%	4	8,33%
181 a 210 sacas	2	4,17%	2	4,17%
211 a 240 sacas	0	0%	0	0%
241 a 270 sacas	0	0%	6	12,50%
271 a 300 sacas	4	8,33%	4	8,33%
301 a 400 sacas	0	0%	0	0%
401 a 500 sacas	0	0%	2	4,17%
501 a 600 sacas	0	0%	2	4,17%
TOTAL	48	100%	48	100%

Fonte: Autoria própria (2018).

Na segunda coluna, produção antes de certificar FT, a parte destacada em amarela detém 44 dos 48 produtores. Já a parte destacada em amarelo da segunda coluna detém 36 produtores. Nota-se que, a princípio, apenas 4 produtores tinham uma produção maior que 210 sacas. Após certificar, o número aumentou. Apresentam-se 12 produtores com uma produção maior.

Voltando à parte destacada, nessa amostra analisada, diminuiu o número de pessoas que produziam 30 sacas ou menos, e, ao longo da tabela, foram se redistribuindo.

É nítido que houve um crescimento na produção de sacas. Isso desencadeia uma série de questões que desvenda alguns dos problemas que estão sendo pesquisados aqui. Primeiramente, o aumento real da produção já justifica o porquê do aumento de mão de obra familiar dentro das lavouras. Antes se necessitava de apenas uma pessoa e, após certificar, o número dobrou.

O aumento real da produção também traz muitas questões em pauta. O aumento da propriedade somado ao aumento da produção já é algo que demonstra um impacto positivo na vida dos produtores. Ou seja, entre ser ou não ser certificado, já foram apresentadas aqui vantagens sólidas.

5.2.6 Produção de subsistência

Em linhas gerais, pouca coisa mudou. Antes de certificar, 36 famílias tinham produção de subsistência. Depois de certificar, houve um aumento de 5 famílias, somando 41. Ou seja, grande parte dessa amostra utiliza uma parte do seu espaço para uma produção própria, o que os deixa cada vez mais perto do perfil do produtor familiar. Mesmo que pequeno, o impacto foi positivo.

Entre as culturas mais produzidas estão: arroz, milho, café, hortaliças e feijão – sendo o café a principal produção. As lavouras de arroz, milho e feijão geralmente são plantadas para subsistência. Os animais geralmente criados são porcos, galinhas e bovinos, sendo na maior parte para subsistência também.

A produção de subsistência também serve como uma rede de segurança para produtores de café em tempos de queda de renda devido à queda dos preços do café (ENELOW, 2012).

Bacon (2002) afirma em seu estudo feito na Nicarágua que sessenta e um por cento dos agricultores pesquisados cultivam metade dos alimentos que eles comem. Muitos cafeicultores também produzem milho, feijão, banana, frutas, chayote e mandioca. A lista de alimentos comprados fora da fazenda, geralmente incluiu sal, açúcar, óleo e carne.

5.3 Ponto de vista do produtor em relação às questões da vida pessoal

A seguir serão abordadas questões qualitativas acerca do impacto na vida do produtor. Questões que avaliam se houve desenvolvimento em sua vida própria e como o produtor avalia o sistema de certificação. O objetivo dessas questões é mensurar o impacto na vida da família produtora e se há algum tipo de assimetria de informação, isto é, se o que o movimento prega de fato está sendo executado.

5.3.1 Você acredita que se cooperar e se certificar na cooperativa te trouxe benefícios?

100% dos questionados responderam que sim. A certificação lhes trouxe muitos benefícios bem como se cooperar. Todos alegaram com certeza no que dizia a respeito dessa questão.

Romaniello, Amâncio e Campos (2012, p. 26) afirma em um de seus estudos que:

Foi encontrada, na região de Poço Fundo, uma rede de cafeicultores mais densa e fechada, garantindo-lhes canais de comunicação confiáveis e que os protegem de um mercado e de comerciantes oportunistas.

Os indicadores confiança, cooperação e participação utilizados para identificar o capital social, demonstraram-se eficazes para a elaboração de dados padronizados sobre o comportamento dos cafeicultores, o que auxiliou e permitiu analisar a existência e a intensidade de capital social na região estudada.

A partir das observações, pode-se inferir que, no município de Poço Fundo, foram encontrados elevados níveis de confiança e cooperação entre os cafeicultores. Isso pode contribuir para o desenvolvimento de comportamentos participativos, com benefícios para todos os envolvidos, o que possibilitou consolidar suas metas em comum.

Conclui-se que os produtores estão de acordo em relação aos benefícios que a Cooperativa e a certificação os trazem. Corrobora-se esse resultado com a informação de que os cooperados estão satisfeitos pelo nível de confiança que existe entre cooperativa e cafeicultor (ROMANIELLO; AMÂNCIO; CAMPOS, 2012). Ou seja, há uma preferência em ser cooperado, uma vez que ser cooperado lhe traz conforto e segurança para comercialização e, portanto, para sua vida.

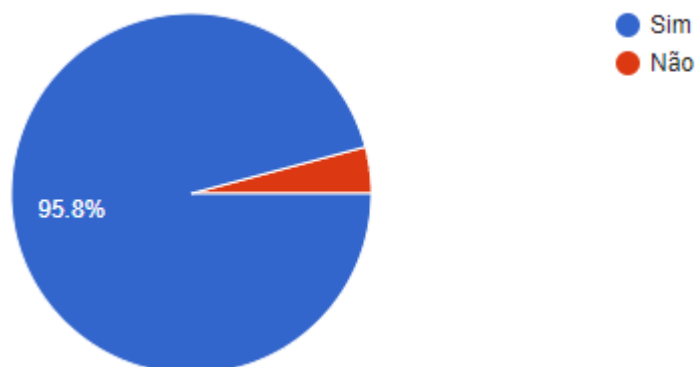
Contudo, esse dado não é o mesmo encontrado em um estudo de caso feito na Nicarágua (VALKILA, 2009). Baseado nas experiências da amostra de representantes e cooperados da Nicarágua, o sistema FT parece estar fragilizado, de uma forma vista de cima para baixo, onde em cima se encontram as regras e seus ditadores (Hemisfério Norte) e em baixo encontram os produtores e as organizações certificadoras. Embora a organização seja democrática e aparentemente organizada, agricultores e trabalhadores dessa amostra se encontram com alguns impedimentos devido um contexto institucional fraco que causam diversas limitações em suas operações. As organizações, nesse caso, prestavam mais atenção nos controles de preço do café e deixavam de lado as questões sociais, bem como assistência técnica aos produtores e mão de obra vulnerável (VALKILA, 2009).

Ou seja, não basta apenas ser cooperado de uma organização certificadora para apanhar os benefícios. Nota-se que é muito importante que a organização seja organizada e que traga segurança para os produtores para que o impacto seja positivo e como desejado. O fato da COOPFAM ter uma estrutura que traz confiabilidade para os cafeicultores, faz com que esses estejam satisfeitos por serem cooperados e, assim, absorvendo os benefícios da certificação.

5.3.2 Você recebeu treinamentos para melhorar o café produzido?

Dentre os 48 respondentes, 46 alegaram ter assessoria ou treinamentos para melhorar a qualidade do café produzido, como confirma a figura abaixo:

Figura 8 - Percentual de proprietários que receberam treinamento.



Fonte: A autoria própria (2018).

Para melhorar a qualidade do café produzido pelos cooperados, a COOPFAM conta com a colaboração do Instituto Bio Sistêmico, Instituto Federal do Sul de Minas Gerais, EMATER-MG, Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR) e SEBRAE.

Oliveira et al. (2017), em seus estudos relacionados à COOPFAM, concluíram que de acordo com entrevistas feitas com cooperados, a cooperativa oferece cursos para o aperfeiçoamento e atualização de informações, tal como aprendizagem relacionada à administração da propriedade para que os produtores sejam gestores dos seus negócios.

Também é interessante citar que tais produtores, na busca de uma qualidade de vida superior e conservação do meio ambiente, tiveram muitas dificuldades para se adaptarem às regras de inserção das certificadoras. Eram muitos os quesitos para se adequar e se inserir nesse mercado. Tais produtores não tinham os conhecimentos exigidos para alcançar as regras colocadas pela certificadora FT e orgânica. Até então, nas famílias, o conhecimento era basicamente passado de pai pra filho (LIMA, 2016). Dentre tantas dificuldades, pode-se ter certeza que houve treinamentos e cursos para auxiliar as famílias em tal dificuldade.

De acordo com SEBRAE (2016), uma das premissas do movimento é “relação de longo prazo que ofereça treinamento e apoio aos produtores e acesso às informações do mercado”.

Foi verificado durante as entrevistas, que 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 confirmam com os encontrados por Freitas et al. (2017), no que se refere aos cursos oferecidos pela COOPFAM, onde relataram 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, verificou-se que os cursos oferecidos aos produtores rurais são realizados por instituições de ensino e pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA (LIMA, 2016).

Dahlberg (2011) afirma que muitos produtores na Etiópia disseram que acesso a informação é um dos melhores impactos que eles sentiram, uma vez que quando se tem a informação é possível melhorar a qualidade e, logo, melhorar os preços de venda (DAHLBERG, 2011).

Então, é constatada verdadeira que tal premissa de assessoria e auxílio ao produtor deixada pelo movimento do Comércio Justo, de fato, faz muita diferença na vida dos fazendeiros. Tal impacto foi positivo e confirmado tanto pela literatura já existente (pesquisas anteriores) tanto pelos dados primários gerados nesse estudo.

5.3.3 Você acredita que o preço que você vende o café seja o preço ideal?

Essa pergunta fez com que muitos pensassem antes de responder. 20 dos 48 participantes dessa amostra disseram que não. O preço não é justo. Entretanto, 28 dos outros 48 respondentes, somando um total de 58,3% da amostra, alegaram que o preço é justo, pois é melhor que o convencional.

Barone (2017, p. 147), em seu trabalho afirma:

Diversos fatores influenciam na diferença entre os preços pagos pelo café, os principais são a variação da demanda e da oferta, o preço de cotação estipulado pelas bolsas de valores e a qualidade do grão. Em 2014, a média de diferença entre o preço do café do Comércio Justo e do convencional na Coopfam foi de R\$ 30 a R\$ 40 por saca. A Cooperativa estimou que a diferença entre o café do Comércio Justo convencional e do Comércio Justo orgânico em 2012 foi em média de R\$ 180 por saca, em 2013, de R\$ 200 e em 2014, de R\$ 250. No que diz respeito à diferença de comercialização para o mercado interno e externo, a Cooperativa afirmou que durante o período de pós-safra, quando há muito café disponível no mercado interno, o valor do café cai e a venda para o exterior é beneficiada. Entre janeiro e fevereiro, quando o mercado interno não possui muita oferta, o valor do

produto se eleva e o preço pago pelo mercado externo quase se iguala ao mercado interno.

O estudo feito pela pesquisadora Barone (2017) comprova que os valores estão acima da margem convencional. É óbvio que os produtores desejam que sua *commodity* seja mais bem valorizada, entretanto, perante o mercado que não é certificado, os preços pagos são superiores.

Além disso, para Oliveira, Araújo e Santos (2008), o princípio do preço mínimo promovido pelo Comércio Justo fez com que os produtores rurais sentissem diretamente uma diferença expressiva no seu desenvolvimento financeiro após a adoção do selo em sua produção. Ou seja, apesar de uma grande parte da amostra estudada ainda não estar completamente satisfeita com o preço recebido, há vantagens nítidas e financeiras para tais cooperados.

Ainda, para Oliveira, Araújo e Santos et al. (2008), evidenciou-se ao longo das entrevistas que a rentabilidade com a venda do café tem gerado aos produtores rurais um aumento em suas condições financeiras para preservar um maior equilíbrio econômico, pois possibilita investirem mais nas propriedades rurais, por receberem um valor mais justo pela venda do café.

Entretanto, Valkila (2009) argumenta que as descobertas de sua pesquisa ecoam as de outros estudos sobre café de Comércio Justo ao concluir que o sistema é ineficiente na transferência de renda de consumidores do Hemisfério Norte para agricultores Hemisfério Sul. As desigualdades na distribuição de valor são mais elevadas no café de Comércio Justo do que no café convencional, o que implica que, nas cadeias de valor do Comércio Justo, o controle de informações sobre os processos de produção traz benefícios limitados aos beneficiários pretendidos no Sul global. Embora, em termos absolutos, o Comércio Justo tenha oferecido preços ligeiramente mais altos às organizações de produtores, o Comércio Justo também suportou custos para eles diminuindo os benefícios globais.

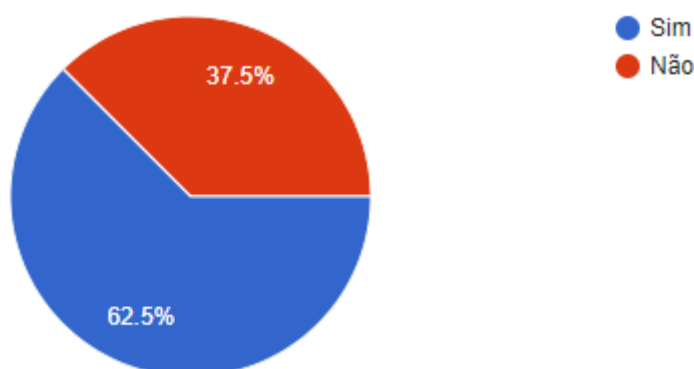
O que Valkila (2009) salienta é justamente o que os produtores sentem. Os valores recebidos pelo FT são superiores aos valores convencionais, mas não distribuem de forma correta o lucro total e, também, muitas vezes não suporta os custos operacionados pelos cafeicultores para se certificar. Ou seja, esse argumento abraça o que os produtores sentiram ao responder essa questão.

Unindo a literatura estudada junto aos dados primários aqui obtidos, é tido que os preços podem não ser o quanto os produtores desejariam que fosse, entretanto é incabível dizer que não seja melhor que os preços convencionais.

5.3.4 Você compreende o que é FT?

Como mostra o gráfico abaixo, 62,5% dizem entender o que é o FT. Porém, o número de respondentes que não compreende o que é o movimento na qual ele faz parte ainda é altíssimo. 18 de 48 não entendem ao certo o que é, mas sabem que é algo que lhes agrega. Essa questão fez surgir um novo questionamento acerca da razão pela qual o produtor faz parte da certificação sem entender ao certo quais são suas premissas.

Figura 9 - Nível de compreensão do que é o movimento FT em porcentagem.



Fonte: Autoria própria (2018).

Uma questão básica que enfrenta o Comércio Justo é se os milhares de pequenos produtores sabem do regime de comércio alternativo no qual eles participam e como isso afeta a capacidade do Comércio Justo de promover a democracia dentro das cooperativas e, assim, aprofundar seu impacto. O conhecimento é a essência de uma instituição democrática viável. No entanto, em todos os sete estudos de caso que foi feito pelo autor na América Latina, houve questionamento sobre a falta de compreensão sobre o funcionamento do Comércio Justo entre os membros cooperados. O Comércio Justo manteve-se um conceito abstrato para muitos produtores, enquanto o conhecimento sobre a produção orgânica, por exemplo, foi bem desenvolvido (TAYLOR; MURRAY; RAYNOLDS, 2005).

Um dos fatores contribuinte que faz o discurso sobre o Comércio Justo ser fraturado, tem justamente a ver com diferenças na visão de mundo, experiência de vida, situação socioeconômica, etc. Para os produtores pesquisados na Nicarágua, perguntas como "O que é desenvolvimento?" ou "O que é Comércio Justo?" são perguntas que não têm uma resposta única, uma vez que eles não sabem do que se trata muitas vezes. Os cafeicultores com os quais o autor interagiu não estavam explicitamente preocupados com o aspecto de

desenvolvimento social do Comércio Justo que o movimento defende, mas sim preocupados com a sobrevivência do dia a dia (ODEGARD, 2014).

Ou seja, como exemplificado e mostrado via dados produzidos nessa pesquisa, ainda é abstrato o conceito do Comércio Justo para muitos. Uma grande parcela da amostra estudada nessa pesquisa não soube responder o que era. Tendo em vista que a COOPFAM é uma cooperativa exemplo para muitas outras em como disseminar a certificação e se organizar, esse quesito parece estar um tanto quanto disperso em seu conceito.

5.3.5 A qualidade do seu café melhorou depois da certificação?

Mais uma vez, 100% dos respondentes tiveram uma resposta unânime em face dessa questão. Sim, a qualidade do café melhorou após adotar a certificação.

Segundo a COOPFAM, a média de qualidade dos cafés de seus cooperados é de 82 pontos na escala SCAA.

Em 2011, a Cooperativa recebeu o “Prêmio Exporta Sul Minas 2011”, reconhecida como uma das empresas que mais se destacaram no processo de exportação Free On Board (FOB), dentro dos 159 municípios que compõem a região Sul do Estado de Minas (PRADO et al., 2011).

Outra informação importante a se levantar foi que em 2014 a COOPFAM foi escolhida para ser a oficial fornecedora de café para a Copa do Mundo 2014 (LIMA, 2016).

De acordo com Alvarenga e Arraes (2017), entre os trabalhos já feitos sobre a certificação FT na produção de café brasileiro, a interferência mais direta entre certificação e impacto está relacionada a qualidade do produto. Entre a maioria dos pesquisadores houve consenso que a certificação auxilia a aumentar a qualidade do produto. Pode ser que esta afirmação seja totalmente relacionada às consequências indiretas do movimento, tal como estar afiliado a uma cooperativa e o retorno que esses trazem ao produto. Entretanto, mesmo que haja um consenso entre as afirmações sobre certificação e qualidade nos artigos publicados, pode-se afirmar que houve uma melhoria significativa da qualidade do café por conta da assistência técnica que os cafeicultores passaram a receber após se certificarem.

A COOPFAM proporcionou aos cooperados novos conhecimentos como, por exemplo, trabalhar melhor o solo, mecanização e tecnologia de produção, colheita e manejo, para conseguir produzir um café de qualidade. Além disso, houve melhoria da produtividade, da qualidade do café e dos resultados financeiros. Verificou-se que a certificação aumentou a confiança, dos consumidores e dos compradores nos produtos da COOPFAM. Os

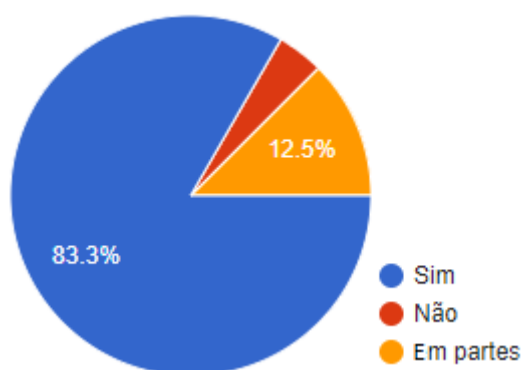
cooperados aprenderam sobre os mecanismos do mercado de café, o que possibilitou conquistar mais compradores e conseguir melhores preços no produto (LIMA, 2016, p. 122).

O movimento trouxe, indiretamente, através da assistência técnica e fornecimento de informações aos produtores, um impacto positivo na qualidade do café produzido. Ou seja, investir em cursos, aulas, ensinamentos sobre diversos assuntos que auxiliam sua produção ou gerência, fez com que o seu rendimento fosse maior.

5.3.6 Sua qualidade vida aumentou depois da certificação FT?

Ao questionar ao produtor tal questão, o entrevistador explicou ao certo e explicitamente que a qualidade de vida tem que ser direta na condição de vida da família e em seu dia a dia, contribuindo para o alívio da pobreza para toda a comunidade, além da melhoria da qualidade dos produtos e do sistema de produção.

Figura 10 - Qualidade de vida em percentual (amostra obtida).



Fonte: Autoria própria (2018).

Grande parte da amostra (83,3%) concordou que sua qualidade de vida melhorou após a certificação. 12,5% responderam que em partes e 4,2% (dois respondentes) responderam que não melhorou a qualidade de vida após a certificação.

Justifica o ponto concordância que houve melhor condição de viver, pois na crise da década 1990 do mercado cafeeiro fez com que um singelo grupo de cafeicultores se unisse com o objetivo de conseguir uma melhor qualidade de vida e melhores relações comerciais (LIMA, 2016). Assim, com uma história de luta e muita vontade, conseguiram atingir seu objetivo com sucesso. Hoje, quase três décadas depois, pode-se dizer com muito êxito que a

união fez a força e que o intuito de ter uma vida mais digna foi atingido para a amostra dessa cooperativa.

Para Oliveira, Araújo e Santos (2008, p. 221):

Quanto ao padrão de vida, os dados indicaram o acesso dos produtores da amostra a um conjunto de facilidades domésticas, de transporte, de produção e de utilidades. É razoável considerar que a renda do café (única ou principal renda das famílias) tem propiciado a esses produtores as condições para amearhar e manter um conjunto de bens que os tipificariam entre aqueles da classe média brasileira, dispondo de recursos como eletricidade, água encanada, celular, geladeira, televisão e parabólica, rádio, máquina de lavar ou tanquinho elétrico e pelo menos um meio de transporte motorizado. No que tange aos equipamentos da produção, o grau de mecanização própria medido pela posse de tratores e de pulverizadores de trator é pequeno, o que não os impediria de utilizar serviços de equipamentos de terceiros.

Segundo Salguero e Santos (2015), na produção de café o selo FT veio para promover melhorias nas condições de mercado entre países, consumidores e produtores de café, em desenvolvimento. Para os autores, o café com certificação FT 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.

Bacon (2002), em seus grupos de focais dentro da pesquisa feita em Nicarágua perguntou: "O que o café significa em sua vida diária?". Fazendeiros de café afirmaram que "o café é a esperança de um futuro melhor", "fornece sustento à nossa família", "o café dá valor à nossa terra". Estas citações sugerem alguns dos valores culturais associados ao cultivo do café (BACON, 2002).

A certificação FT significa para muitos uma melhor condição financeira, sustento e estabilidade financeira, maior poder de investimento na produção e na propriedade, adoção de práticas sustentáveis, ademais um futuro favorável para sua família (OLIVEIRA, 2016).

Oliveira (2016, p. 217) apresenta alguns relatos em seu trabalho relacionados a cooperados certificados da COOPFAM, a seguir citam-se dois deles:

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

Através da boa comercialização com o auxílio da cooperativa, houve um notável aumento no desenvolvimento econômico das famílias. Reformas foram realizadas nas propriedades e melhorou o desenvolvimento financeiro.

Além disso, Odegard (2014) afirma que os produtores rurais no Equador também apresentaram alto nível de satisfação com a certificação. Disseram ter uma “vida melhor”. Ao olhar do pesquisador, a vida melhor que eles levam é simplesmente ter uma renda estável com condições de ter um pouco mais de dinheiro, uma casa mais confortável, crianças estudando e sendo parte de um negócio organizado.

Em suma, tanto a literatura quanto os dados coletados nessa pesquisa deixam claro que a qualidade de vida de tais produtores foi aumentada de alguma forma.

5.3.7 Você viu desenvolvimento na comunidade depois da cooperativa certificada?

Na amostra obtida nesse estudo, 95,8% dos respondentes (46 pessoas) disseram ter visto melhoras no desenvolvimento da comunidade de forma direta (pelo prêmio recebido) ou indireta (como as famílias têm maior poder aquisitivo, fazem os negócios locais melhorarem e, assim, gerando avanços).

Barone (2017, p. 143) a seguir salienta claramente a forma como foi usado parte do prêmio:

O Prêmio recebido pela comercialização via termos do Comércio Justo é uma importante fonte de renda para o desenvolvimento da Cooperativa e da comunidade rural. Em 2014, a Cooperativa arrecadou mais de R\$1,15 milhões em Premium do Comércio Justo. A maior parte desse valor foi usada em investimentos da organização, tais como a manutenção da estrutura administrativa, o custeio dos encargos da prestação de serviços da certificação, o investimento e a manutenção de ativos imobilizados, o custeio da participação de representantes em feiras nacionais e internacionais e o desenvolvimento de plano de negócios para a torrefação. Além disso, o dinheiro é usado com serviços diretos para os produtores, como o pagamento dos serviços com assistência técnica agrícola (diagnósticos ambientais, análises laboratoriais, disponibilidade de agrônomos e técnicos, entre outros), fornecimento de crédito e apoio a compras de insumos, gratificação aos líderes de comunidade e aos produtores com 100% de presença em assembleias, premiação para cafés especiais acima de 83 pontos na escala SCAA, e a realização cursos de capacitação de cooperados (manejo integrado de pragas e doenças, manejo de agrotóxicos, desenvolvimento da cafeicultura orgânica, produção de adubos orgânicos, entre outros) e concursos de qualidade com premiação, tais como insumos agrícolas e custeio aos eventos de agronegócio. A Cooperativa também usa o Prêmio com serviços para as comunidades rurais dos seus membros, tais como o pagamento de bolsas de estudos para filhos de cooperados, convênios médicos e odontológicos e a realização de ações filantrópicas (projetos de educação ambiental e de inclusão digital, apoio ao asilo, às escolas, aos grupos de mulheres produtoras e à associação de crianças com necessidades especiais).

Outro caso de como o prêmio tem um impacto positivo na vida dos produtores é citado por Valkila (2009), que alega que foram concedidos subsídios a crianças de membros cooperados para auxiliar a formação escolar, bem como foram aprimorados serviços de saúde e construída uma escola.

Na seção “Revisão de literatura” desse trabalho há um tópico que discute o impacto na qualidade de vida dos produtores em outros lugares do mundo e, nesse tópico, é possível perceber que, em geral, o prêmio trouxe benefícios para diversas pessoas ao redor das cooperativas certificadas. Esse é outro ponto importante da certificação que, de forma direta, contribui para o desenvolvimento humano e redução da pobreza.

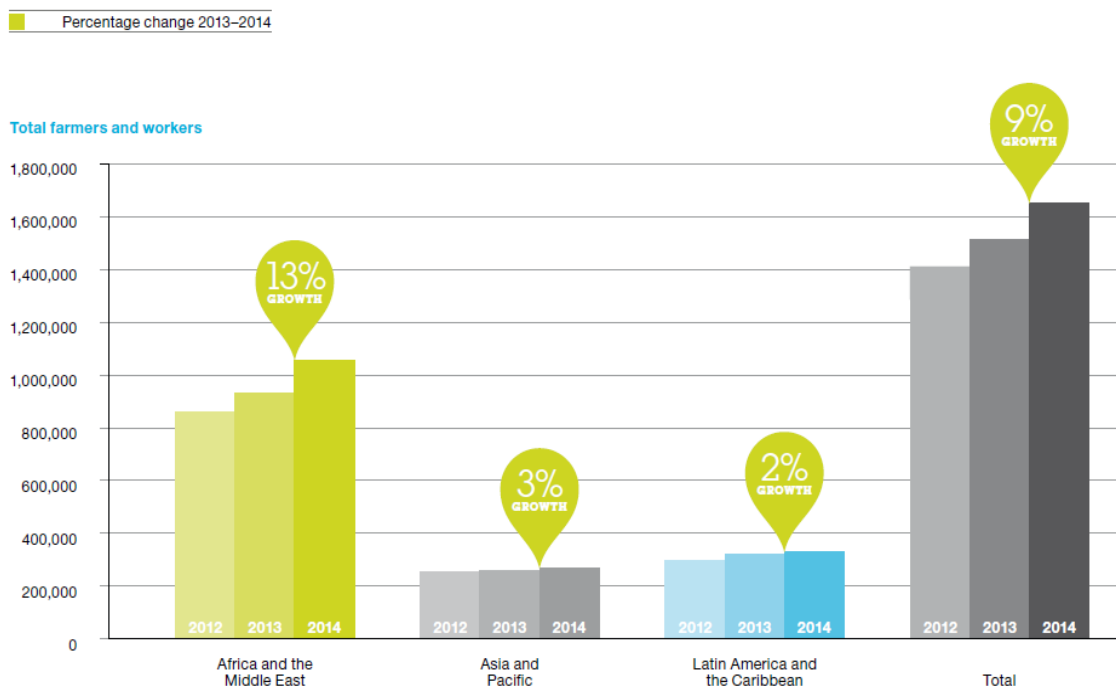
5.4 Perspectiva teórica do movimento em dobro (Polanyi, 1944) e o comércio justo

A Teoria do Movimento em Dobro de Karl Polanyi (1944) explica alguns fenômenos do Comércio Justo que se faz presente nesse trabalho:

- 1) O movimento tem crescido ao longo dos anos;
- 2) O movimento vai além de uma abordagem alternativa econômica;
- 3) O movimento tem como objetivo criar valor social.

Primeiro, o movimento tem crescido ao longo dos anos. Abaixo se apresenta o gráfico de crescimento do número de produtores e trabalhadores certificados ao redor do mundo, onde se pode observar que houve um impacto na quantidade de produtores certificados entre 2013-2014 (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2015):

Figura 11 - Crescimento em números de trabalhadores e produtores certificados entre 2013-2014.



FONTE: (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2015).

A imagem acima, disponibilizada no sétimo relatório de escopos e benefícios do FT (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2015), mostra que houve crescimento no número de trabalhadores e produtores certificados. Num total, houve crescimento de 9% entre os anos de 2013-2014. Na América Latina e Caribe, ocorreu o acréscimo de 3%; na África e Oriente Médio 13%; e na Ásia e Pacífico 3%.

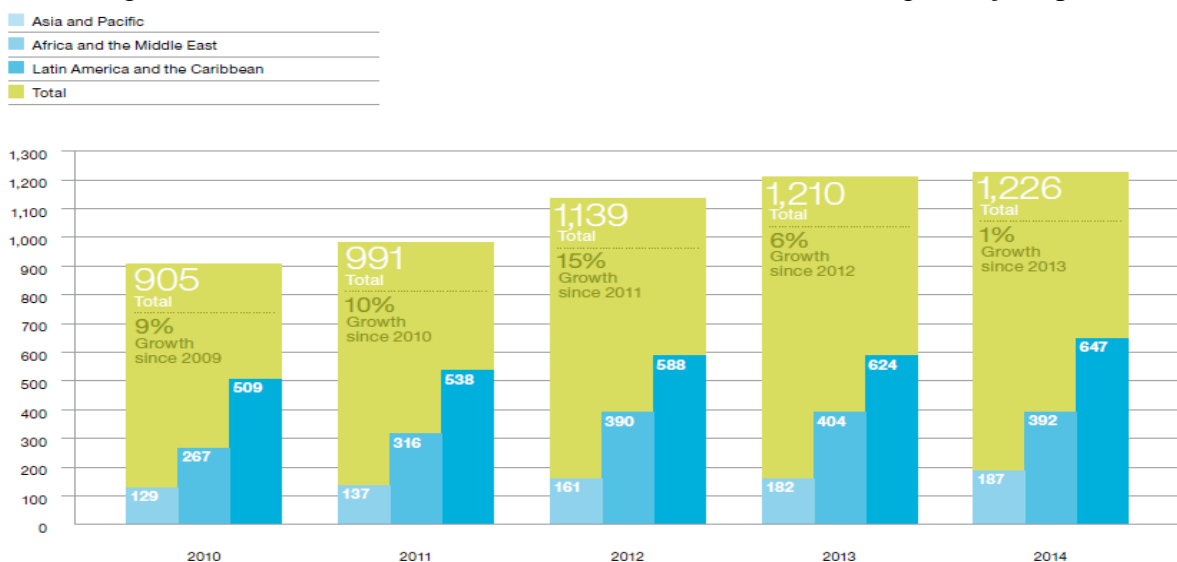
A participação do Brasil no FT tem evidenciado um contínuo crescimento ao longo das últimas décadas, tanto em quantidade de organizações certificadas quanto em variedade de produtos certificados. Em 2016, havia 46 organizações certificadas (FLO, 2015). Para SEBRAE (2016), se espera que o mercado FT permaneça se difundindo em grande potencial de crescimento, com taxas por volta de 20% a 25% (SEBRAE, 2016).

Ainda, a COOPFAM duplicou o número de cooperados ativos entre 2010 e 2016, somando 396 membros (BARONE, 2017).

Em números específicos para a cadeia do café, entre 2013 e 2014 houve um aumento de 10% no número de produtores certificados no mundo. Antes, em 2013, constatavam 737.100 produtores. Em 2014, o número cresceu para 812.500 (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2015).

Em uma comparação entre 5 anos de desenvolvimento do Comércio Justo, entre 2010 e 2014, constatou-se um aumento de 35% no número total de organizações certificadas. A seguir é apresentada a ilustração que mostra tal fato (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2015).

Figura 12 - Crescimento entre 2010 e 2014 do número de organizações produtoras.



Fonte: FLO (2015).

Como pode se ver, apesar do decréscimo de taxas em alguns dos anos, o crescimento ainda é notório e contínuo. Onde se tem maior número de organizações certificadoras é na América Latina e Caribe (FAIRTRADE INTERNATIONAL, 2015).

De acordo com os dados disponibilizados acima, fica claro que o movimento FT tem crescido ao redor do mundo. Se o movimento tem se pluralizado, isso significa que uma preocupação com as comunidades produtoras tem tido maior atenção devido a esse desenvolvimento. Logo, esse olhar cauteloso para produção ter taxas e expectativas de crescimento, é um êxito para o contramovimento de proteção social – o que afirma Polanyi (1944) em sua Teoria.

Ou seja, o progresso e evolução do sistema FT faz parte da segunda fase do movimento duplo do sistema capitalista, que é o momento onde a sociedade se protege do mercado que, felizmente, tem crescido e, assim, protegido um número maior de produtores.

Outra razão que fundamenta o uso da Teoria de Polanyi para justificar o movimento do Comércio Justo é que as premissas do movimento irão muito além de uma abordagem econômica. Observa-se, nesse modelo, uma preocupação quanto à sustentabilidade dos negócios e a forma como esses são concretizados. A alternativa em diminuir o número de

atravessadores para que o produtor tenha maior parcela da rentabilidade total do que é produzido, é uma forma de dar valor ao seu produto e ao seu desenvolvimento. Polanyi (1944), afirma que o mercado autorregulado cria prejuízos tal como o isolamento dos indivíduos e os torna mais competitivos, perdendo assim laços de solidariedade social e do bem-estar humano.

Isto é, ser participante de uma organização certificadora faz com que o produtor aumente seus laços de solidariedade social e aumente o bem-estar humano. Além de que o produtor tem maior conhecimento sobre o mercado que ele trabalha, bem como o número de atravessadores é menor. Então, com o modelo alternativo de negócio, a comunidade deixa de ser isolada e passa a ser parte do mercado.

Além das duas razões citadas acima, o movimento tem como objetivo criar valor social, que é outro ponto que a Teoria de Polanyi (1944) afirma. Para Polanyi (1944), os seres humanos são seres culturais onde o sistema capitalista rompe a cultura ética à qual os trabalhadores pertenciam e através da qual definiam sua identidade.

Ser um produtor certificado, faz com que o trabalho rural ganhe maior visibilidade e, também, faz com que o produtor se empodere. Isso resgata sua identidade e cultura, uma vez que quando certificados têm maior valor.

Romaniello (2009, p. 3) afirma que:

No município de Poço Fundo foram encontradas formas de capital social como um recurso coletivo e redes mais densas e fechadas, nas quais a confiança por meio de condutas de cooperação e solidariedade permitiu os cafeicultores orgânicos dessa região construir uma associação e, posteriormente, uma cooperativa com princípios de gestão participativa dentro da filosofia do FT. Essa rede criada entre os cafeicultores garantiu-lhes empowerment (empoderamento).

Como exposto por Polanyi (1944) e, posteriormente corroborado por Romaniello (2009), empoderar os produtores faz com que eles deixem de ser isolados – uma vez que se encontram em redes – e resgata seu valor cultural.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considera-se que o presente trabalho pôde contribuir para a compreensão e discussão acerca do impacto do Comércio Justo na vida dos produtores rurais. Tendo em vista as premissas do movimento, o presente trabalho teve como objetivo responder se os impactos gerados pela certificação FT eram reais e positivos para a amostra certificada escolhida. Como analisados nesse trabalho, encontrou-se que os impactos são positivos na vida dos produtores rurais em diversos quesitos.

Primeiramente, o tamanho da propriedade e produção aumentaram após o produtor aderir à certificação, bem como foi necessário escalar mais uma pessoa da família para trabalhar nas lavouras – o que é um bom sinal tendo em vista que a agricultura é familiar.

A qualidade de vida dos produtores aumentou, apresentaram um nível de satisfação relacionado aos cursos e quantidade de informação que recebem na Cooperativa para aprender a cultivar melhor o café. Indiretamente, através dessas aulas e cursos, o café certificado pela COOPFAM aumentou significativamente a sua qualidade.

Houve um impacto positivo na comunidade, onde foi afirmado que parte do prêmio auxilia o desenvolvimento local e de suas famílias de diversas formas: através da manutenção da Cooperativa, de auxílio a estudos de filhos dos produtores, com assistência à saúde, dentre outros pontos que foram esclarecidos no tópico de “resultado e discussões”.

Um *gap* encontrado nesse estudo é que nem todos os produtores têm conhecimento do que é o movimento e como ele funciona. Ou seja, muitos deles entendem que, na prática, a certificação traz uma melhoria em sua vida, mas, na maior parte das vezes, esses não entendem o fundamento desse modelo de negócio alternativo.

Corroborou-se os resultados primários obtidos nessa pesquisa junto à outras pesquisas já realizadas, tanto na COOPFAM, quanto em outras cooperativas espalhadas ao redor do mundo que se encontravam na literatura.

A Teoria do Movimento em Dobro (1944) explica tal movimento e o porquê de seu crescimento contínuo. Uma vez que o sistema capitalista funciona como mercado autorregulável e tem como objetivo final o lucro, acaba acarretando danos à vida de trabalhadores carentes. Em contrapartida, o Comércio Justo surge com o objetivo de protegê-los – que se caracteriza como contramovimento para promoção de pessoas que vivem em situações de pobreza. E o resultado disso também é positivo: movimento vem apenas crescendo de forma positiva para assisti-los. Essa é uma boa notícia, tendo em vista que grande parte da pobreza mundial vem de pequenos produtores rurais agrários.

REFERÊNCIAS

- ALVARENGA, R. P.; ARRAES, N. A. M. Certificação fairtrade na cafeicultura brasileira: análises e perspectivas. *Coffee Science*, Lavras, v. 12, n. 1, p. 124-147, jan./mar. 2017.
- AZEVEDO, D. **Revista de literatura. referencial teórico, fundamentação teórica e framework conceitual em pesquisas: diferenças e propósitos**. 2016. Disponível em: <<https://unisinus.academia.edu/DeboraAzevedo/PAPERS>>. Acesso em: 15 mar. 2018.
- BACON, C. Confronting the coffee crisis: can FT, organic, and specialty coffees reduce small-scale farmer vulnerability in northern Nicaragua? *World development*, Oxford, v. 33, n. 3, p. 497-511, 2002.
- BACON, C. M. et al. Are sustainable coffee certifications enough to secure farmer livelihoods? The millenium development goals and Nicaragua's FT cooperatives. *Globalizations*, Helsinki, v. 5, n. 2, p. 259-274, 2008.
- BADIYAN-EYFORD, J. **Direct trade coffee: prospects and pitfalls**. 2013. 160 p. Thesis (PhD Master of Arts) – University of Calgary, Alberta, 2013.
- BARHAM, B. L. et al. FT/organic coffee, rural livelihoods, and the “agrarian question”: Southern Mexican coffee families in transition. *World Development*, Oxford, v. 39, n. 1, p. 134-145, 2011.
- BARONE, M. **Cafés especiais e salto de escala: análise do circuito espacial produtivo e dos círculos de cooperação dos cafés especiais do Sul de Minas Gerais**. 2017. 215 p. Dissertação (Mestrado em Geografia)– Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2017.
- BECCHETTI, L.; COSTANTINO, M. **The effects of FT on marginalised producers: an impact analysis on Kenyan farmers**. Palma de Mallorca: Society for the Study of Economic Inequality, 2005. p. 665-696. (Working Paper, 41).
- BOSSLE, M. B. **Comércio Justo no Brasil e a comercialização de produtos do algodão ecológico**. 2011. 117 p. Dissertação (Mestrado em Administração) –Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.
- BUSSAB, W. D. O.; MORETTIN, P. A. **Estatística básica**. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.
- CALO, M.; WISE, T. A. **Revaluing peasant coffee production: organic and FT markets in Mexico**. Medford: Tuftes University, 2005.
- CAVINO, V. C. **O.A experiência de comércio justo de agricultores familiares da cooperativa COOPFAM de Poço Fundo (MG): identificando os obstáculos e as potencialidades da transição para a agricultura de base ecológica**. 2012. 102 p. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de São Carlos, São Paulo, 2012.
- COORDENADORA LATINO-AMERICANA E DO CARIBE DE PEQUENOS PRODUTORES E TRABALHADORES DO COMÉRCIO JUSTO (CLAC). **O que é comércio justo**. 2013. Disponível em: <<http://clac-comerciojusto.org/pt-br/comercio-justo-pt/que-es-el-comercio-justo/#top>>. Acesso em: 03 set. 2017.

COORDENADORA LATINO-AMERICANA E DO CARIBE DE PEQUENOS PRODUTORES E TRABALHADORES DO COMÉRCIO JUSTO (CLAC). **Princípios básicos**. 2016. Disponível em: <<http://clac-comerciojusto.org/pt-br/comercio-justo-pt/principios-basicos/>>. Acesso em: 1 set. 2017.

DAHLBERG, G. **Ethiopian Coffee and FT-An empirical study**. Gothenburg: Gothenburg University, 2011.

DICIONÁRIO Michaelis. Disponível em: <www.uol.com.br/michaelis>. Acesso em: 13 mar. 2018.

DRAGUSANU, R.; NUNN, N. **The impacts of FT certification: evidence from coffee producers in Costa Rica (Preliminary and Incomplete)**. 2014. Disponível em: <https://scholar.harvard.edu/files/nunn/files/fair_trade_draft_february_2018.pdf?m=1519315865>. Acesso em: 22 mar. 2018.

ENELOW, N. H. **FT Coffee, Agrarian cooperatives, and rural livelihoods in Northern Peru**. 2012. PhD(Doctor of Philosophy) - University of Massachusetts Amherst, Amherst, 2012.

ESTEVEZ, C. L. **A market study of organic and FT coffee in Bolivia**. 2015. 104 p. Thesis (Master of Science in Environmental Studies) - Florida International University, Miami, 2015.

FACES DO BRASIL. **Relatório de atividades Faces do Brasil**. 2007. Disponível em: <www.facesdobrasil.org.br/midiатеca/doc.../4-relatorio-de-atividade-2007>. Acesso em: 02 ago. 2017.

FAIRTRADE FOUNDATION. **About coffee**. 2015. Disponível em: <<http://www.fairtrade.org.uk/en/farmers-and-workers/coffee/about-coffee>>. Acesso em: 25 jan. 2018.

FAIRTRADE INTERNATIONAL. **Monitoringscope and benefits of Fairtrade**. 7th ed. 2015. Disponível em: <https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2015-Monitoring_and_Impact_Report_web.pdf>. Acesso em: 22 jan. 2018.

FORT, R.; RUERD, R. The impact of FT certification for coffee producers in Peru. **World Development**, Oxford, v. 40, n. 3, p. 75-98, Mar. 2012.

FREITAS, H. et al. O método de pesquisa survey. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 105-112, 2000.

FREITAS, M. N. **Métodos fisiológicos, bioquímicos e análise de imagem para avaliar a qualidade do café**. 2013. 165 p. Dissertação (Mestrado em Fitotecnia) – Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2013.

FREITAS, R. C. et al. **Inovações sociais em práticas de economia solidária e FairTrade: um estudo sobre pequenos agricultores no sul de Minas**. Disponível em: <<http://www.clac-comerciojusto.org/ulcj/wp-content/uploads/2014/06/Inova%C3%A7%C3%B5es-Sociais-em-Pr%C3%A1ticas-de-Economia-Solid%C3%A1ria-e-Fair-Trade-um-estudo-sobre-pequenos-agricultores-no-sul-de-Minas.pdf>>. Acesso em: 22 dez. 2017.

GOMES, R. Comércio justo: entre a solidariedade e a utopia. **Proposta**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 98, p. 46-55, 2003.

IMHOF, S.; LEE, A. **Assessing the potential of FairTrade for poverty reduction and conflict prevention**: a case study of Bolivian coffee producers. Bern: Swisspeace, 2007.

JAFFEE, D. Weak coffee: certification and Co-Optation in the FairTrade Movement. In: _____. **Brewing justice**: fairtrade coffee, sustainability and survival. Berkeley: University of California, 2007.

KALLEBERG, A. Precarious work, insecure workers. **American Sociological Review**, Chicago, v. 74, p. 1–22, 2009.

LAPA, J. R. A. **A economia cafeeira**. São Paulo: Brasiliense, 1983. (Coleção Tudo é História, 72).

LEAL, A. L. C. A.; OGASAVARA, M. H.; MENEZES, R. Á. G. O comércio justo como vantagem competitiva no processo de Internacionalização: um estudo de caso da justa trama fairtrade as a competitive advantage in the processo finternationalization: a case study of justa trama. **Revista Interfaces**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 13, p. 158-174, dez. 2017.

LE MARE, A. The impact of FT on social and economic development: a review of the literature. **Geography Compass**, London, v. 2, n. 6, p. 1922-1942, 2008.

LEWIN, B.; GIOVANNUCCI, D.; VARANGIS, P. **Coffee markets**: new paradigms in global supply and demand (English). Washington: World Bank, 2004. Disponível em: <<http://documents.worldbank.org/curated/en/899311468167958765/Coffee-markets-New-paradigms-in-global-supply-and-demand>>. Acesso em: 22 jan. 2018.

LIMA, A. O. **Transferência de conhecimento no contexto de uma cooperativa de produtores de café orgânico**. 2016. 183 p. Tese (Doutorado em Engenharia Agrícola) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2016.

LOPES, P. R. et al. Diferentes modelos de cafeicultura de base ecológica e suas implicações nas características químicas do solo. **Cadernos de Agroecologia**, Recife, v. 9, n. 1, p. 1-5, jun. 2014a. Disponível em: <<http://revistas.aba-agroecologia.org.br/index.php/cad/article/view/15511>>. Acesso em: 15 maio 2018.

LOPES, P. R. et al. Uma análise as consequências da cafeicultura convencional e as opções de modelos sustentáveis de produção–agricultura orgânica e agroflorestal. **REDD–Revista Espaço de Diálogo e Desconexão**, Genebra, v. 8, n. 2, p. 1-38, 2014b.

MACHADO, R. T. M. **Rastreabilidade, tecnologia da informação e coordenação de sistemas agroindustriais**. 2000. 224 p. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.

MASCARENHAS, G. C. S. **O movimento do comércio justo e solidário no Brasil**: entre a solidariedade e o mercado. 2007. 387 p. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Agrícola) - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, 2007.

MEIRINHOS, M.; OSÓRIO, A. O estudo de caso como estratégia de investigação em educação. **EduSer-Revista de educação**, Bragança, v. 2, 2, p. 49-65, 2016.

MÉNDEZ, V. E. et al. Effects of FT and organic certifications on small-scale coffee farmer households in Central America and Mexico. **Renewable Agriculture and Food Systems**, Cambridge, v. 25, n. 3, p. 236-251, 2010.

MILFORD, A. **Coffee, co-operatives and competition: the impact of FT**. Bergen: Chr. Michelsen Institute, 2004.

MINAYO, M. C. D. S. **Introdução à metodologia de pesquisa social**. São Paulo: Hucitec/Abrasco, 2004.

MOREIRA, A. P. M.; COSTA, C. Avaliação das ferramentas de gestão em fazendas certificadas de café na região de Monte Carmelo, MG. **GETEC**, Monte Carmelo, v. 2, n. 4, p. 25-43, 2012.

MOREIRA, C. F. et al. Certificação na cafeicultura brasileira: panorama, potencial e limitações. In: SIMPÓSIO DE PESQUISA DOS CAFÉS DO BRASIL, 1., 2007, Águas de Lindóia. **Anais...** Águas de Lindóia: SBI Café, 2007.1 CD-ROM.

MOREIRA, C. F.; FERNANDES, E. A. N.; VIAN, C. E. F. Características da certificação na cafeicultura brasileira. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v. 13, n. 3, p. 344-351, 2011.

MORSELLO, C. **Market integration and sustainability in Amazonian indigenous livelihoods: the case of the Kayapó**. Thesis (Ph.D) - School of Environmental Sciences/ University of East Anglia, Norwich, 2002. 301 p.

NELSON, V.; POUND, B. **The last ten years: a comprehensive review of the literature on the impact of Fairtrade**. London: Fairtrade Foundation, 2009.

NIGH, R. **Poverty alleviation through participation in FT coffee networks: comments on the implications of the Mexico reports**. Colorado: Colorado State University, 2002.

ODEGARD, R. M. **FairTrade in transition: evolution, popular discourse, and the case of the CADO Cooperative in Cotopaxi, Ecuador**. 2014. Disponível em: <<http://scholarcommons.usf.edu/etd/5287>>. Acesso em: 22 jan. 2018.

OLIVEIRA, M. M. B. G. B. **Produção de café com certificação fairtrade: uma alternativa para os produtores familiares**. 2016. 28 f. Dissertação (Mestrado em Sistemas de Produção na Agropecuária) - Universidade José do Rosário Vellano, Alfenas, 2016.

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

PEDINI, S. **FairTrade: alternativa ao mercado convencional de café e processos de empoderamento de cafeicultores familiares**. 2011. 174 p. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2011.

PRADO, A. S. et al. **Certificação FairTrade na cafeicultura**: estudo de caso da cooperativa dos agricultores familiares do município de Poço Fundo-MG." 2011. Disponível em: <http://www.sbicafe.ufv.br/bitstream/handle/123456789/6043/258_37-CBPC-2011.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 23 jan. 2018.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RAYNOLDS, L. T. Consumer/producer links in FT coffee networks. **Sociologia Ruralis**, Assen, v. 42, n. 4, p. 404-424, 2002a.

RAYNOLDS, L. T. **Poverty alleviation through participation in FT coffee networks**: existing research and critical issues. New York: Ford Foundation, 2002b.

ROMANIELLO, M. M. **Capital social e accountability em organizações cafeeiras no sul do estado de Minas Gerais**. 2009. 128 f. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2009.

ROMANIELLO, M. M.; AMÂNCIO, R.; CAMPOS, R. C. Análise da composição do capital social em uma estrutura organizacional cooperativa do sul de Minas Gerais. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v. 14, n. 1, p. 15-27, 2012.

RONCHI, L.etal. **The impact of FT on producers and their organizations**: a case study with Coocafé in Costa Rica. Sussex: University of Sussex, 2002.

RUBEN, R.; FORT, R. The impact of FT certification for coffee farmers in Peru. **World Development**, Oxford, v. 40, n. 3, p. 570-582, 2012.

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

SANTOS, R. M. S. **Estado da arte e história da pesquisa em educação estatística em programas brasileiros de pós-graduação**. 2015. 348 f. Tese (Doutorado em Educação) - Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação, Campinas, 2015. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?down=000963478>>. Acesso em: 10 jun. 2016.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Estratégias de mercado**: o que é FT (Comércio Justo). 2016. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-fair-trade-comercio-justo,82d8d1eb00ad2410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 03 set. 2017.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Relatório da pesquisa mundial de comércio justo**. Brasília, 2012. Disponível em: <<http://base.socioeco.org/docs/nt0004733a.pdf>>. Acesso em: 22 jan. 2018.

STAKE, R. E. **Investigación con estudio de casos**. Madrid: Morata, 1999.

TALLONTIRE, A. Partnerships in fairtrade: reflections from a case study of afedirect. **Development in Practice**, Oxford, n. 2, v. 10, p. 166-177, 2000.

TAYLOR, P. L.; MURRAY, D. L.; RAYNOLDS, L. T. Keeping trade fair: governance challenges in the FT coffee initiative. **Sustainable Development**, Sydney, v. 13, n. 3, p. 199-208, 2005.

VALKILA, J. FairTrade organic coffee production in Nicaragua: sustainable development or a poverty trap? **Ecological Economics**, Amsterdam, v. 68, n. 12, p. 3018-3025, 2009.

WISSEL , S. et al. Certification and labeling. In: _____. **The economics of ecosystems and biodiversity for local and regional policy makers**. Washington: United Nations Environment Programme, 2010. p. 161-171.