

A PERCEPÇÃO DOS ASSOCIADOS DA COOPERATIVA DOS CAFEICULTORES DA REGIÃO DE LAJINHA LTDA EM RELAÇÃO AOS BENEFÍCIOS PROPOSTOS PELA CERTIFICAÇÃO FAIRTRADE

Anna Cristina Miranda Nunes
annac_miranda@hotmail.com
DOCTUM

Lucyana Hubner Miranda
luhubner@hotmail.com
DOCTUM

Fernanda Matos de Moura Almeida
fernandamoura15@gmail.com
DOCTUM

Ítalo José Alves do Monte
italojamonte@hotmail.com
DOCTUM

Resumo:A presente pesquisa teve como objetivo geral avaliar a percepção dos associados da Cooperativa dos Cafeicultores da Região de Lajinha Ltda – Coocafé em relação aos benefícios propostos pela Certificação Fairtrade, sendo eles: benefícios voltados ao produtor, cooperativa e trabalhadores, meio ambiente e sociedade. Foram apresentadas no referencial teórico, a origem do cooperativismo, Certificação Fairtrade na Coocafé, sustentabilidade, certificação de café, Certificação Fairtrade, exigências e benefícios propostos pela FLO, Fair Trade USA, ações da Coocafé em relação à Certificação Fairtrade e pesquisas relacionadas com certificação de café. A metodologia utilizada para responder o problema de pesquisa e os objetivos propostos foi de pesquisa exploratória, descritiva, bibliográfica, documental e de levantamento. O instrumento de coleta de dados usado foi um formulário. Os dados coletados na pesquisa foram analisados qualitativa e quantitativamente. Os resultados desta pesquisa evidenciaram que dentre os benefícios propostos pela Certificação Fairtrade, os voltados para o meio ambiente são os mais efetivados pelos associados da Coocafé. Porém, nem todos os associados da Coocafé têm uma percepção correta sobre os benefícios propostos pela Certificação Fairtrade aos produtores, cooperativa e funcionários, meio ambiente e sociedade.

Palavras Chave: Certificação - Fairtrade - Coocafé - Associados -

1 INTRODUÇÃO

Em 1988, foi lançado o selo do Comércio Justo por meio da agência de desenvolvimento holandesa Solidaridad, idealizado por Max Havelaar que se opunha à exploração de catadores de café nas colônias holandesas. No final dos anos 80 e início dos anos 90, sua iniciativa foi replicada em vários outros mercados da Europa e da América do Norte (FAIRTRADE, 2012a).

A *Fairtrade Labelling Organizations International* (FLO) é a organização responsável pela definição dos padrões a serem seguidos para obtenção da Certificação *Fairtrade*, a qual foi criada em Bonn, na Alemanha. Com o intuito de facilitar os procedimentos de exportação, em 2002, o Comércio Justo Internacional lança o Internacional Mark Certificação de Comércio Justo e, em 2004, o mesmo se dividiu em duas organizações independentes FLO e a FLO-CERT que inspecionam e certificam organizações de produtores e comerciantes de produtos de gêneros variados (MACHADO, 2012; FAIRTRADE, 2012a).

O Comércio Justo passou a ganhar importância no Brasil em 2002 com a criação do fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário conhecido como “FACES do Brasil” (FACES DO BRASIL, 2012). A FLO propõe que uma cooperativa ao adquirir o selo deve favorecer todos os agentes envolvidos, ou seja: o produtor rural, a cooperativa, o meio ambiente e a comunidade (ROSA; MENDES, 2010).

Diante disto, este estudo procura responder o seguinte problema de pesquisa: Qual a percepção dos associados da Cooperativa dos Cafeicultores da Região de Lajinha Ltda – Coocafé em relação aos benefícios propostos pela Certificação *Fairtrade*?

O objetivo geral deste trabalho é avaliar a percepção dos associados da Cooperativa dos Cafeicultores da Região de Lajinha Ltda – Coocafé em relação aos benefícios propostos pela Certificação *Fairtrade*, tendo como objetivos específicos: - Apontar as propostas da Certificação *Fairtrade* para as cooperativas que possuem este selo, para os associados, o meio ambiente e a sociedade. - Verificar o conhecimento dos associados da Coocafé em relação aos benefícios propostos pela Certificação *Fairtrade*; - Listar os principais benefícios propostos pela Certificação *Fairtrade* que foram mais efetivados, os não efetivados e aqueles desconhecidos pelos associados da Coocafé.

Apesar de a Certificação *Fairtrade* propor diversos benefícios aos associados da cooperativa, é possível que nem todos tenham esta percepção. Alguns podem reconhecer a existência desses benefícios e outros podem não perceber nenhuma vantagem de se possuir a Certificação. Essa questão motivou a realização da pesquisa.

Além disso, este estudo é de fundamental importância para que os produtores rurais e a comunidade em geral possam validar o que propõe o selo *Fairtrade* e, ao mesmo tempo, as ações e a importância da atuação da cooperativa na região.

Pelo fato da região a ser pesquisada ter como base econômica a agricultura familiar, destacando-se a monocultura do café, esta pesquisa poderá ajudar a esclarecer a importância da Certificação *Fairtrade* para os produtores rurais, a cooperativa, o meio ambiente e a comunidade.

2 CERTIFICAÇÃO FAIRTRADE

Com a globalização e a atual velocidade da informação, os clientes e consumidores estão se tornando cada vez mais exigentes quanto ao serviço, ao produto e ao sistema de produção daquilo que estão adquirindo, estando conscientes de seus direitos e se mostram

dispostos a pagar mais por um produto diferenciado, o que geralmente acontece através da certificação (TOMAZ *et al.*, 2008).

Para que um produto seja certificado é necessário que avalie se o mesmo atende aos requisitos das normas dos códigos de conduta das certificadoras. Estas possuem técnicos que através de auditorias e inspeções elaboram laudos de avaliação (TOMAZ *et al.*, 2008).

Os cafés certificados, além de incorporarem a própria sustentabilidade econômica, social e ambiental, também incluem aspectos relacionados com a rastreabilidade do produto e melhores padrões de qualidade, na busca de atender a demanda dos consumidores por produtos especializados e seguros (OLIVEIRA; WEHRMANN, 2008).

Os quatro principais programas de certificação que se propõem de fato a promover a sustentabilidade na produção de cafés seguem no quadro abaixo:

Quadro 01: Principais programas de certificação de cafés sustentáveis

CERTIFICAÇÃO	DESCRIÇÃO
<i>Fairtrade</i> FLO	É um sistema de certificação que permite aos consumidores identificar produtos que seguem determinados critérios ambientais, de trabalho e de desenvolvimento.
Orgânico	O café orgânico provém de práticas de cultivo e manejo que estejam de acordo com a filosofia, princípios e normas técnicas da cafeicultura orgânica.
<i>Rainforest Alliance</i>	É uma organização não governamental (ONG) norte americana fundada em 1987. Busca conservar a biodiversidade e assegurar o meio de vida sustentável através de práticas de uso da terra, práticas de negócios e comportamento do consumidor.
<i>UTZ Certified</i>	É um sistema de certificação de abrangência mundial para a produção e fornecimento responsável de café, assegura a qualidade ambiental e social, garantindo aos trabalhadores acesso à saúde e à educação.
Amigo das Aves (<i>Bird Friendly</i>)	Processo de produção orgânico com proteção por cobertura florestal com intuito de oferecer um hábitat propício para as aves.
<i>EurepGap</i>	Criada em 1997, tem como objetivo assegurar alimentos sustentáveis e seguros para seus consumidores. Representa os mais importantes varejos europeus no setor alimentício, preza por Boas Práticas Agrícolas (GAP), através de certificação de frutas, verduras, grãos, café e animais (gados de corte, gado de leite, ovinos, suínos e aves).

Fonte: Adaptado de ZAMBOLIM, (2007); OLIVEIRA; WEHRMANN, (2008).

O Comércio Justo foi criado para beneficiar toda cadeia produtiva e propõe uma parceria comercial embasada no diálogo, transparência e respeito, buscando mais igualdade no comércio exterior. Sustenta-se em responsabilidade socioambiental, maior competitividade e melhoria na qualidade de vida de pequenos e médios produtores, promovendo o processo de produção ambientalmente correto e socialmente justo (SEBRAE, 2012).

Fairtrade é a nomenclatura dada à modalidade de venda direta entre produtos que possuem a certificação, o pequeno produtor e o comprador, tendo o pagamento de preços justos vinculados a padrões de produção sustentáveis, o respeito à legislação, às normas internacionais e nacionais e ao meio ambiente (SEBRAE-MG, 2012).

Segundo Tomaz *et al.* (2008), a FLO foi criada em 1997 e incorpora as 17 maiores certificadoras do Comércio Justo da Europa, Estados Unidos, Canadá e Japão. O primeiro produto a receber o selo *Fairtrade* foi o café.

Para se aderir ao sistema *Fairtrade* os pequenos produtores precisam estar organizados em grupos ou cooperativas, que sejam administradas democrática e economicamente independentes (BLISKA; GIOMO; PEREIRA, 2007).

No Brasil, 41 cooperativas possuem o selo *Fairtrade*. O Quadro 02 apresenta as 06 cooperativas atuantes na região da Zona da Mata Mineira e região Sul do Espírito Santo.

Quadro 02: Cooperativas do Brasil que possuem selo *Fairtrade* (Zona da Mata Mineira e Sul do Espírito Santo)

Nome da Cooperativa	Ano Fundação	Nº de sócios	Segmento	Ano Aquisição Selo	Localização
Cooperativa dos Cafeicultores das Montanhas do Espírito Santo (Pronova)	2004	217	Café	2007	Venda Nova do Imigrante/ES
Cooperativa dos Cafeicultores do Sul do Estado do Espírito Santo (Cafesul)	1998	128	Café	2008	Muqui/ES
Cooperativa Regional Industrial e Comercial Produção Povo que Luta (Coorpol)	2006	128	Café	2006	Manhuaçu/MG
Cooperativa dos agricultores familiares do território do Caparaó (Coofaci)	2005	194	Café	2005	Iúna/ES
Cooperativa dos Cafeicultores de Cafés Especiais do Espírito Santo (Cocaes)	2010	33	Café	2011	Brejetuba/ES
Cooperativa dos Cafeicultores da Região de Lajinha Ltda (Coocafé)	1979	5.585	Café	2005	Lajinha/MG

Fonte: Consultora PSR - *Fairtrade Internacional* (Informação verbal)¹

Para Bliska; Giomo; Pereira (2007), os custos diretos da Certificação *Fairtrade* para os pequenos produtores podem ser considerados mais baixos do que os das outras certificadoras e os indiretos de adequação, são baixos pois o selo *Fairtrade* é mais enfatizado nos preços do que nas práticas de produção.

Segundo o Critério *Fairtrade* (2011), a FLO afirma a intenção de beneficiar o pequeno produtor e familiares, a cooperativa e seus trabalhadores, o meio ambiente e a comunidade. Diante disto, são feitas algumas exigências e propostos os seguintes benefícios:

- **Produtores:** quem determina o preço mínimo pago aos produtores na venda de produtos certificados é o Comércio Justo. O objetivo da determinação deste preço é assegurar que os produtores sejam capazes de cobrir seus custos médios de produção sustentável. E quando o preço mínimo do Comércio Justo for inferior ao preço de mercado, deve-se pagar o preço mais alto (FAIRTRADE, 2012b).

De acordo com o Critério *Fairtrade* (2011), o produtor não poderá ser discriminado na cooperativa e na venda de seu produto no Comércio Justo, sendo rejeitado por distinções de raça, cor, sexo, orientação sexual, deficiência, estado civil, idade, religião, opinião política, linguagem, propriedade, nacionalidade ou origem social.

Juntamente com o preço *Fairtrade* existe o prêmio do Comércio Justo o qual vai para um fundo comum para os trabalhadores e agricultores e deve ser utilizado na melhoria das condições sociais, ambientais e econômicas. Este prêmio é pago à cooperativa e sua destinação deve ser monitorada. A utilização de tal prêmio deve ser definida e aprovada na Assembleia Geral. No ano seguinte os resultados da utilização do prêmio deverão ser apresentados em Assembleia Geral de sócios (FAIRTRADE, 2012b; BLISKA; GIOMO; PEREIRA, 2007; CRITÉRIO FAIRTRADE, 2011).

O associado também poderá ser beneficiado com o selo *Fairtrade*, pela participação na administração das cooperativas que são sócios, tendo o direito de expressar sua opinião nas Assembleias Gerais. (CRITÉRIO FAIRTRADE, 2011).

- **Cooperativa e trabalhadores:** na cooperativa, quando há vendas de produtos *Fairtrade*, devem-se separar os produtos que foram cultivados por sócios, dos não sócios até que o produto seja vendido, pois os produtos dos não sócios podem ser vendidos, mas não como produtos do Comércio Justo. Os produtos de sócios devem ter registros que comprovem que

¹ Informações obtidas por meio de conversa informal com uma Consultora PSR – *Fairtrade Internacional*.

os mesmos são do Comércio Justo e no ato da venda deve existir a identificação clara nos documentos cabíveis que este produto é do Comércio Justo (CRITÉRIO FAIRTRADE, 2011).

A FLO declara proporcionar benefícios à organização de pequenos produtores, esperando que o apoio concedido à organização através da participação da mesma no Comércio Justo seja capaz de torná-la economicamente sustentável e mais forte. Para a FLO, o produto comercializado tende a aumentar sua qualidade, conseqüentemente aumentando suas vendas, considerando que a demanda por produtos certificados é cada vez maior facilitando a inserção do mesmo no mercado internacional (ROSA; MENDES, 2010).

Os funcionários também devem ter o direito de se filiarem a sindicatos trabalhistas para que o mesmo defenda seus interesses e direitos. Na política de empregos da cooperativa devem estar especificados os salários para todas as funções e o pagamento deve ser feito em intervalos regulares em moeda legal, devendo ser documentados através de folha de pagamento. Quanto à saúde e segurança no trabalho, as instalações devem ter caixas de primeiros socorros, equipamentos acessíveis e pessoas devidamente treinadas para oferecer atendimentos necessários (CRITÉRIO FAIRTRADE, 2011).

Quanto aos trabalhadores, o selo *Fairtrade* busca garantir benefícios aos funcionários da cooperativa, proibindo a discriminação de raça, cor, sexo, orientação sexual, deficiência, estado civil, idade, religião, opinião política, filiação a sindicatos e outras organizações representantes de trabalhadores, ascendência nacional ou a origem social na contratação, promoção, acesso a treinamento, remuneração, alocação de trabalho, demissão, aposentadoria ou outras atividades. Não é permitido também o trabalho infantil e o trabalho forçado (CRITÉRIO FAIRTRADE, 2011).

- **Meio ambiente:** de acordo com o Critério *Fairtrade* (2011), o Comércio Justo apoia práticas ambientais e de agriculturas que sejam seguras e sustentáveis e que a biodiversidade seja protegida e melhorada com o intuito de se atingir a meta de um sistema de produção sustentável. Deve assegurar através de treinamento e manuseio seguro de pesticidas, o uso de equipamentos de proteção individual (EPI) e de ferramentas integradas no controle de pragas, visando à redução da quantidade de pesticidas utilizadas nas lavouras principalmente perto de nascentes e alimentos que serão consumidos por produtores e seus familiares.

O meio ambiente poderá ser beneficiado com a obtenção do selo *Fairtrade*, pois este propõe a exploração sustentável do meio ambiente. Incentiva-se o uso de pesticidas menos tóxicos e que sejam economicamente e tecnicamente viáveis, o reflorestamento, a preservação de matas virgens, a regeneração da flora e da fauna naturais, controle da erosão e o uso de compostagens de coberturas vegetais em detrimento aos agrotóxicos. As embalagens de produtos químicos devem ser mantidas em uma área de armazenagem segura evitando a contaminação do meio ambiente e das pessoas, e não é permitida a produção de organismos geneticamente modificados - OGM (CRITÉRIO FAIRTRADE, 2011).

- **Comunidade:** quanto à sociedade as cooperativas de produtores são incentivadas pela FLO a apoiar projetos de infraestrutura de autoridades locais e regionais ou outras organizações não governamentais, programas para melhoria da condição de vida de seus associados e projetos ambientais. Diante disso, procura auxiliar nas condições de moradia, estradas, reflorestamento, abastecimento de água potável, coleta de lixo e resíduos, tratamento de água residual, transporte e infraestrutura da comunidade. O incentivo oferecido às cooperativas para que as mesmas ofereçam para a população cursos de diversas áreas, promovendo inclusive a geração de emprego o que também pode ser considerado como outra forma que a FLO procura beneficiar à sociedade (ROSA; MENDES, 2010).

No ano de 2011, a FLO-CERT se separou da *Fair Trade USA*. Desde então, passou a existir uma sede da Certificação *Fairtrade* na Europa e uma nos EUA, porém o selo continua o mesmo. Ao contrário da FLO-CERT, a *Fair Trade USA* certifica grandes fazendas de café. Com o intuito de garantir o rigor e a credibilidade pela qual a marca da Certificação *Fairtrade* é conhecida, a *Fair Trade USA* continuará prestando serviços de auditoria. A *Fair Trade USA* aceita o certificado da FLO-CERT e apoia as vendas do café das organizações inscritas para seus parceiros. A Coocafé foi inscrita no *Fair Trade USA* no ano de 2011 (informação verbal)².

No Brasil existem poucos trabalhos referentes à Certificação *Fairtrade*, há uma necessidade de uma maior divulgação deste tipo de certificação através de publicações, divulgação na mídia e trabalhos acadêmicos, com o objetivo de expandir o conhecimento sobre *Fairtrade* (ROCHA, 2011).

3 METODOLOGIA

Este estudo procurou avaliar a percepção dos associados da Cooperativa dos Cafeicultores da Região de Lajinha Ltda – Coocafé em relação aos benefícios propostos pela Certificação *Fairtrade*, a qual foi o objeto de estudo desta pesquisa.

A escolha em desenvolver o trabalho na Coocafé apesar de existirem outras cooperativas da Zona da Mata Mineira e do Sul do Espírito Santo, foi devido ao fato da mesma possuir o maior número de cooperados dentre as demais e estar entre as primeiras cooperativas da região a adquirir o selo da Certificação *Fairtrade*. A Coocafé é uma cooperativa certificada pelo selo *Fairtrade* desde 2005 e desenvolve diversas ações favoráveis à sua permanência na certificação.

Com base nos objetivos, a presente pesquisa classifica-se como exploratória e descritiva. Quanto aos procedimentos de coleta de dados, classifica-se como bibliográfica, documental e de levantamento (GIL, 2002; MARCONI; LAKATOS, 2006).

A população da presente pesquisa é composta por todos os associados da Coocafé do município de Lajinha/MG, pois é onde se encontra a matriz da cooperativa. Esta população é composta por 1.122 cooperados que têm propriedade registrada no município de Lajinha-MG. Entretanto, optou-se por oportunizar a participação na pesquisa aos associados que compareceram nos postos de atendimento da Coocafé em Lajinha no período de 03 a 30 de setembro de 2012. A amostra foi composta por 200 associados que aceitaram participar da pesquisa. O instrumento utilizado para coleta dos dados foi um formulário elaborado pelos próprios pesquisadores.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

A seguir, estão apresentados os resultados obtidos com esta pesquisa, cujo objetivo geral foi avaliar a percepção dos associados da Coocafé em relação aos benefícios propostos pela Certificação *Fairtrade*. Em determinadas perguntas, os associados entrevistados optaram por mais de uma resposta, situação flexibilizada pelo instrumento aplicado. Isso justifica o fato de algumas respostas ultrapassarem o total de 100%.

Com relação ao perfil dos associados participantes da pesquisa, verificou-se que 97% são do sexo masculino e 3% do sexo feminino; 13,0% estão na faixa etária de 18 a 30 anos, 29,5% na faixa de 31 a 40 anos, 32,0% na faixa de 41 a 50 anos, 18,0% na faixa de 51 a 60 anos e 7,5% têm acima de 61 anos.

² Informações obtidas por meio de conversa informal com a Gerente de Programas e Serviços *Fair Trade USA*.

Quando ao município de residência, 73,0% dos associados entrevistados pertencem à Lajinha/MG, 14,0% à Chalé/MG, 11,5% à Mutum/MG, 1,0% à Conceição de Ipanema/MG e 0,5% pertencem ao município de Iúna/ES. Estes resultados estão relacionados com o local em que foi realizada a pesquisa (matriz da cooperativa, em Lajinha/MG).

O formulário foi aplicado a 200 associados ativos na cooperativa, sendo que 63,0% já comercializaram café *Fairtrade* e 37,0% ainda não comercializaram. Nota-se que um percentual significativo de produtores já comercializou café *Fairtrade*. Assim, entende-se que esses produtores reconhecem a valorização e qualidade do café que produzem e, conseqüentemente, buscam um melhor preço na comercialização de seus produtos.

Com relação à produção de café anual, a Tabela 01 apresenta o resultado das respostas dos associados que já comercializaram e que não comercializaram café *Fairtrade*.

TABELA 01 – Produção de café anual dos produtores entrevistados

Produção de café Anual	Percentual de produtores que já comercializaram café via <i>Fairtrade</i>	Percentual de produtores que não comercializaram café via <i>Fairtrade</i>
Até 100 sacas	20,6%	44,6%
De 101 a 400 sacas	54,9%	51,3%
De 401 a 700 sacas	8,7%	1,4%
De 701 a 1000 sacas	7,1%	2,7%
De 1001 a 3000 sacas	7,9%	0,0%
Acima de 3001 sacas	0,8%	0,0%

Fonte: Dados obtidos na pesquisa

Através dos dados acima, é possível perceber que a maioria dos produtores produz em média 101 a 400 sacas de café anualmente em sua propriedade, aqueles que já comercializaram café *Fairtrade* representam 54,9% e os que não comercializaram café *Fairtrade* representam 51,3%. Nota-se que a minoria produz acima de 401 sacas por ano.

Por meio dos resultados, constata-se que a proposta da Certificação *Fairtrade* para os pequenos produtores que busca trazer competitividade viabilizando uma comercialização mais rentável para os mesmos pôde ser evidenciada através do percentual de pequenos produtores (75,5%) que já comercializaram café *Fairtrade*. Portanto, a Coocafé tem materializado a proposta da Certificação no que diz respeito ao porte dos produtores atendidos.

Com relação ao tipo de café colhido nas propriedades dos produtores verificou-se que 100,0% dos entrevistados produzem café arábica e um percentual de 4,5% produzem ainda café conilon. O que se observou nesta pesquisa é que a produção do café arábica é significativamente elevada se comparada à produção do café conilon, e isto se justifica pelas características regionais.

Ao indagar os associados que já comercializaram café *Fairtrade* se *houve aumento na renda familiar em função desta comercialização*, observou-se que 77,0% dos respondentes reconhecem que a renda familiar aumentou depois que comercializaram café no Comércio Justo e 23,0% disseram que não.

Os entrevistados que responderam que *houve um aumento na renda familiar* (77,0%) disseram ainda que com a venda *Fairtrade* tornou-se possível melhorar a infraestrutura da propriedade, adquirir imóveis rurais e urbanos, veículos, maquinários, assim como obtiveram vantagens comerciais por conseguir um preço melhor no seu produto. Entende-se com esses resultados, que a proposta do *Fairtrade* quanto à determinação de um preço justo para o café,

tem se materializado com os produtores do município de Lajinha-MG que participaram da pesquisa.

Visando entender os motivos pelos quais alguns produtores ainda não participaram da Certificação *Fairtrade*, questionou-se daqueles produtores que sinalizaram a não comercialização a respeito do padrão de café exigido pela Certificação *Fairtrade*, e foram obtidos os seguintes percentuais: 77,0% - não uso de agrotóxicos proibidos pelo *Fairtrade*; 43,2% - cafés produzidos socialmente e ambientalmente sustentáveis; 2,7% - produzir café há mais de 20 anos; e 25,7% - o café tem que ser despulpado.

De acordo com os padrões estabelecidos pela Certificação, duas opções de resposta apresentadas eram corretas e duas incorretas. E verificou-se, dentre as opções corretas, com 77,0%, que o padrão de café exigido é aquele que não possui o uso de agrotóxicos proibidos pelo *Fairtrade*. Os resultados deixam claro que os produtores, embora não tenham participado do comércio *Fairtrade*, têm algum conhecimento a respeito das exigências da Certificação.

Ao fazer o questionamento sobre o motivo dos respondentes não produzirem café no padrão *Fairtrade*, obteve-se os seguintes resultados: 5,4% não tem interesse em produzir café no padrão *Fairtrade*; 23,0% disseram que não produzem por falta de informação; 16,2% não conseguem preparar o café de acordo com as exigências; 18,9% não possuem mão de obra qualificada; e a maioria (50,0%) respondeu que não produz café no padrão *Fairtrade* por falta de informação do selo. Diante disso, percebe-se que muitos produtores não têm trabalhado para produzir um café no padrão do selo *Fairtrade* por não terem conhecimento sobre os procedimentos de comercialização e benefícios que a Certificação oferece.

Segundo alguns associados, a cooperativa deveria realizar um melhor trabalho de divulgação a respeito dos benefícios propostos pela Certificação *Fairtrade*. Entretanto, o que se observou via contato com a cooperativa é que o selo *Fairtrade* não só é divulgado entre os produtores, como a cooperativa por meios dos técnicos agrícolas, incentiva a participação dos associados. E, além disso, a destinação do prêmio *Fairtrade* é definida em Assembleia Geral, onde todos os associados são convidados a participar. Logo, entende-se que falta interesse por parte dos produtores em conhecer melhor a Certificação.

A partir daqui todas as informações apresentadas, se referem aos produtores que já comercializaram café no padrão *Fairtrade* e aos que não comercializaram.

Questionou-se a respeito da existência de custo adicional para se produzir o café que atenda o padrão *Fairtrade*. As respostas estão apresentadas a seguir no GRAF. 01:

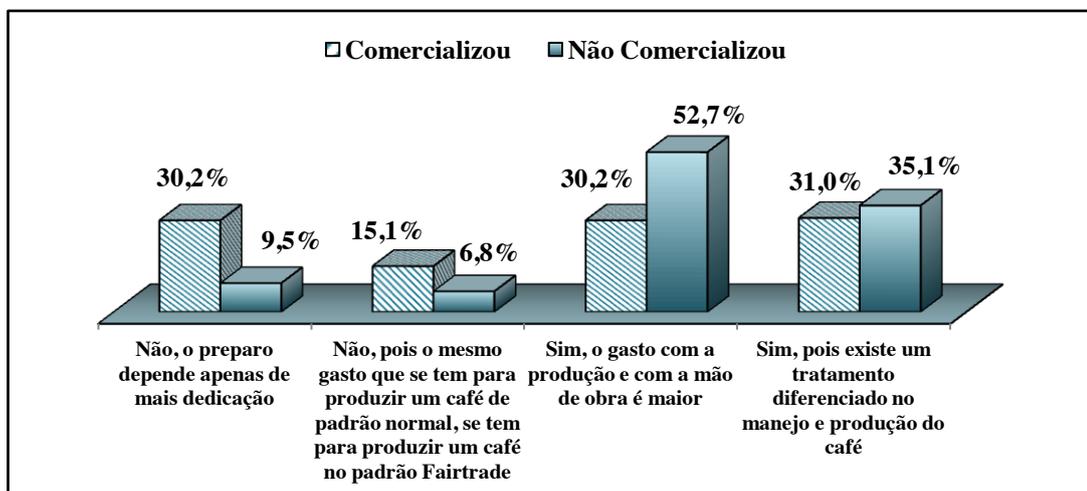


GRÁFICO 01 – Custo adicional para produzir café *Fairtrade*

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

Analisando os resultados dos produtores que já comercializaram o café *Fairtrade*, observou-se que em um percentual de 45,3% dos produtores entendem que *o preparo do café depende apenas de mais dedicação e que o custo é o mesmo para comercializar via Fairtrade ou não*. E um percentual de 61,2% respondeu que *o custo se altera para atender o padrão da certificação, em função da mão de obra e manejo do café*.

Os pesquisadores questionaram aos respondentes sobre as ações desenvolvidas pela cooperativa que proporcionam benefícios quanto ao prêmio *Fairtrade*. O GRAF. 02 apresenta os resultados:

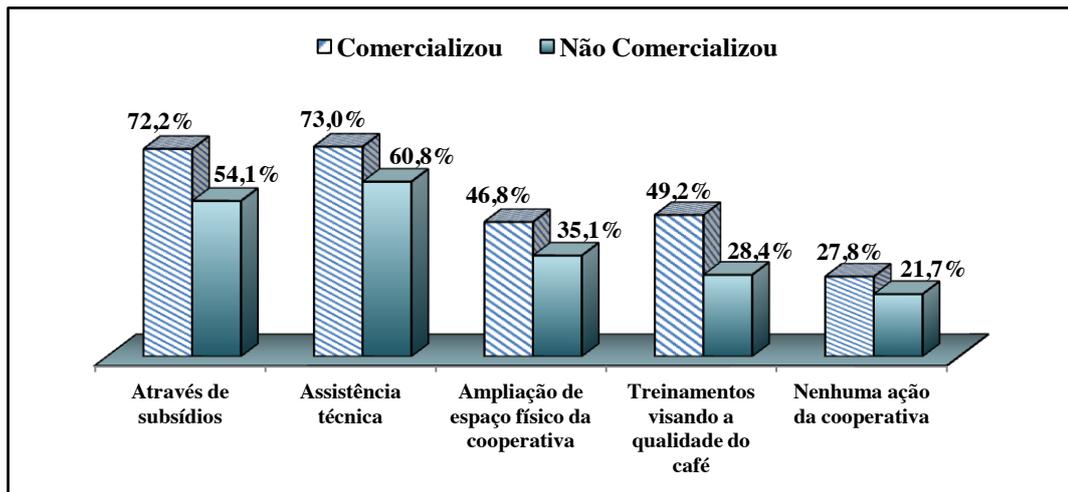


GRÁFICO 02 – Benefícios com o prêmio *Fairtrade* através de ações da cooperativa

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

Observa-se no GRAF. 02 que os respondentes que já comercializaram e os que não comercializaram café *Fairtrade* consideram já terem sido beneficiados com o prêmio *Fairtrade* através de *subsídios e assistência técnica*. As ações de *ampliação do espaço físico da cooperativa* são percebidas como benefício por 46,8% dos associados que já comercializaram café *Fairtrade* e 35,1% daqueles que ainda não comercializaram. Os *treinamentos visando à qualidade do café*, também foram reconhecidos pelos entrevistados como sendo benefícios do prêmio *Fairtrade*.

Ao indagar os respondentes sobre quem define a destinação do prêmio *Fairtrade*, obteve-se os seguintes resultados:

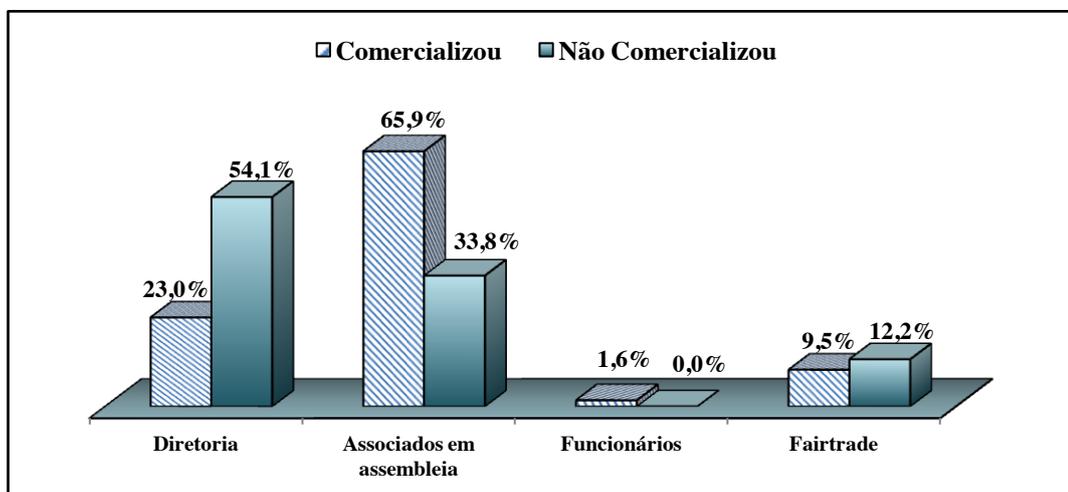


GRÁFICO 03 – Definição da destinação do prêmio *Fairtrade*

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

Diante disso percebe-se que pelo fato da diretoria apresentar as propostas de ações a serem realizadas utilizando o prêmio *Fairtrade* na Assembleia Geral Ordinária, faz com que muitos dos associados considerem que a destinação do prêmio *Fairtrade* seja definida pela própria diretoria, o que não procede. Torna-se importante ressaltar que o fato dos associados comercializarem café *Fairtrade*, faz com que os mesmos possuam uma visão mais clara do que a Certificação estabelece a respeito da destinação do prêmio, uma vez que um percentual de 65,9% dos respondentes entende que a destinação do prêmio é definida pelos associados em Assembleia.

Ao perguntar os entrevistados se o fato da cooperativa possuir o selo da Certificação *Fairtrade* a torna mais forte e economicamente sustentável, a maioria dos associados que já comercializaram café *Fairtrade* (94,4%) e dos que não comercializaram (97,3%) responderam de forma positiva, confirmando que a cooperativa se *torna mais forte e economicamente sustentável pelo fato de se possuir o selo da Certificação Fairtrade*.

Os respondentes explicaram que através desta Certificação, o produto da cooperativa passa a ter um diferencial em sua qualidade, o que o torna reconhecido no mercado mundial, obtendo assim vantagens pelo melhor preço na exportação deste café. Segundo os pesquisados, este aumento da lucratividade contribui tanto para o crescimento da cooperativa quanto para o crescimento do associado. Além disso, relataram ainda que este selo traz credibilidade e divulgação da marca da cooperativa.

Ao perguntar de que forma os associados percebem que o selo *Fairtrade* na Coocafé facilita a inserção do café produzido por pequenos produtores no mercado internacional, obteve-se as respostas apresentadas no GRAF. 04.

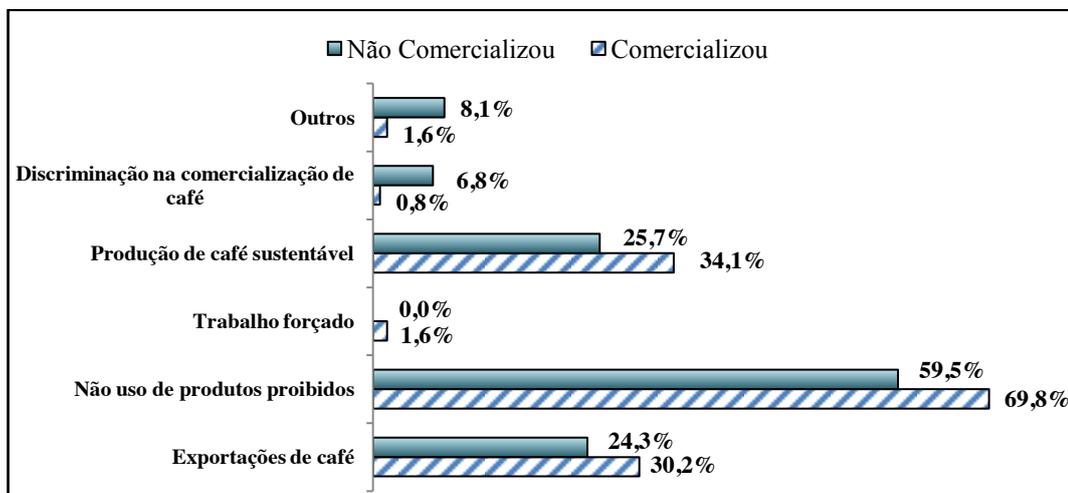


GRÁFICO 04 – Inserção do café produzido por pequenos produtores no mercado exterior

Fonte: Dados obtidos na pesquisa

Constatou-se que o *não uso de produtos proibidos* é o fato que, segundo os respondentes, é o que mais influencia a inserção do café produzido por pequenos produtores no mercado internacional, no ponto de vista tanto dos associados que já comercializaram quanto dos que não comercializaram café *Fairtrade*. As *exportações de café e produção de café sustentável* representam de 24,3% a 34,1% das respostas, mostrando assim que, na percepção dos associados, o fato de a Coocafé possuir este selo faz com que a cooperativa tenha mais condições de fazer com que seus associados produzam um café de forma mais sustentável, levando-os a ter um padrão diferenciado dos cafés do comércio convencional.

No GRAF. 05 encontram-se as respostas obtidas ao se questionar os produtores em quais projetos sociais e ambientais promovidos ou apoiados pela Coocafé os mesmos ou seus familiares já participaram.

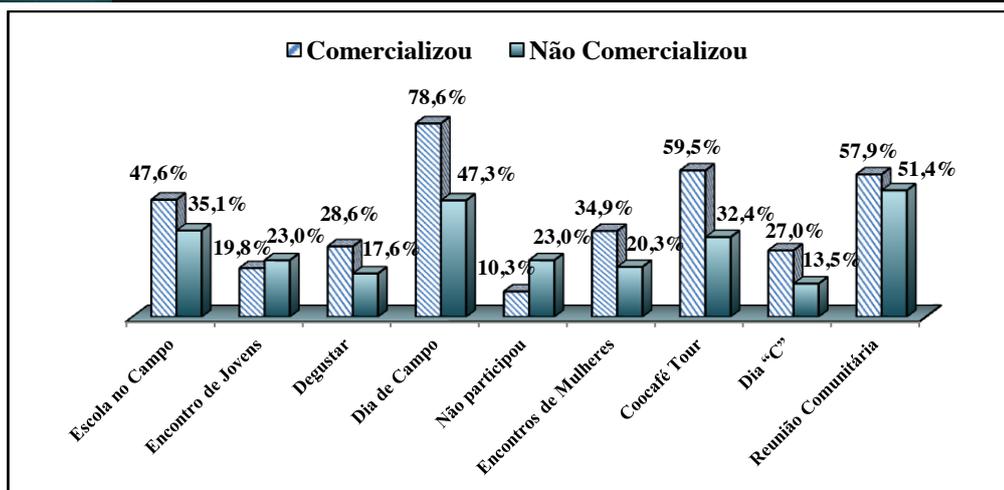


GRÁFICO 05 – Projetos sociais e ambientais promovidos ou apoiados pela Coo café.

Fonte: Dados obtidos na pesquisa

Verificou-se que 78,6% dos entrevistados que já comercializaram café *Fairtrade* já participaram do *Dia de Campo*. Por sua vez, apenas 10,3% dos entrevistados *não participaram* de nenhum dos projetos. Quanto aos entrevistados que não comercializaram café *Fairtrade*, observou-se que 51,4% deles já participaram da *Reunião Comunitária* e que apenas 13,5% já participaram do *Dia "C"*, projeto este apoiado pela Coo café.

Os entrevistados comentaram que consideram os projetos muito bons e que as informações transmitidas são necessárias para os produtores, contribuindo no aprendizado em relação ao manejo e produção de café, ensinando como produzir um café de qualidade. Acrescentaram também que estes projetos proporcionam um momento de troca de experiências entre cooperados. Alguns ainda disseram que consideram importante a existência dos projetos voltados para as “mulheres”, “jovens” e “crianças”, pois é uma oportunidade de não somente o cooperado se beneficiar com as ações do cooperativismo.

Ao indagar os respondentes a respeito dos benefícios propostos pela Certificação *Fairtrade* se eles efetivavam, não efetivavam ou desconheciam, foram obtidas as seguintes respostas que serão apresentadas respectivamente nas TAB. 02a e TAB. 02b. Para os casos em que os produtores não efetivaram os benefícios, solicitou-se que justificassem as causas da não efetivação.

TABELA 02a – Associados que não comercializaram café *Fairtrade*

Benefícios propostos pela Certificação <i>Fairtrade</i>	Efetivo %	Não efetivo %	Desconheço %	Não efetivaram e não apresentaram as causas %
1. Melhor preço	83,8	5,4	10,8	0,0
2. Prêmio <i>Fairtrade</i>	64,9	1,4	33,7	0,0
3. Destinação do Prêmio <i>Fairtrade</i> através de discussão em Assembleia	62,1	1,4	35,1	1,4
4. Maior participação dos associados na administração da cooperativa	66,2	12,2	18,9	2,7
5. Não discriminação no ato da comercialização do café	66,1	17,6	14,9	1,4
6. Melhor produção e comercialização do café	82,4	4,1	10,8	2,7
7. Melhoria nas condições de trabalho dos funcionários da cooperativa	77,0	0,0	21,6	1,4
8. Filiação dos funcionários a sindicatos trabalhistas	50,0	0,0	47,3	2,7
9. Pagamento de funcionários feito através de folha de pagamento	56,7	0,0	41,9	1,4

10. Estabelecimento de políticas no emprego	54,1	0,0	40,5	5,4
11. Maior segurança nos locais de trabalho	82,4	0,0	13,5	4,1
12. Capacitação e treinamento de funcionários	82,4	0,0	13,5	2,7
13. Apoio ao reflorestamento	73,0	8,1	13,4	4,1
14. Redução da erosão do solo	81,0	4,1	10,8	2,7
15. Controle de pragas	89,0	1,4	6,8	1,4
16. Regeneração da Fauna e Flora	77,0	1,4	16,1	4,1
17. Preservação de matas virgens	81,0	0,0	13,5	4,1
18. Orientação sobre aplicação e manejo de agrotóxicos	93,2	1,4	2,7	0,0
19. Redução de pesticidas utilizados na produção de café	85,1	2,7	4,1	5,4
20. Adequado armazenagem de embalagens de agrotóxicos	89,1	2,7	4,1	2,7
21. Menor contaminação das fontes de água	85,1	0,0	5,4	8,1
22. Conscientização do uso de resíduos orgânicos nas lavouras	79,6	2,7	9,5	6,8
23. Incentivo a projeto de infraestrutura	78,3	1,4	13,5	5,4
24. Promoção e apoio da Cooperativa a projetos sociais e ambientais	81,0	0,0	12,2	5,4
25. Treinamento aos associados (Melhoria na produção de café)	82,4	2,7	8,1	5,4
26. Promoção de empregos	86,4	0,0	9,5	2,7
27. Não permitir que haja trabalho infantil e forçado nas propriedades de associados e na Cooperativa	86,4	2,7	2,7	6,8

*Para os casos em que não totaliza 100% de respostas, a diferença é de pessoas que não responderam à questão.

Fonte: Dados da pesquisa

Percebe-se a partir dos dados apresentados na TAB. 02a que os benefícios propostos aos associados obtiveram considerável efetivação dos respondentes, pois através da comercialização do café, da compra nas unidades comerciais e da participação nas assembleias, no Conselho Administrativo, Fiscal e Consultivo, os associados são capazes de evidenciar tais benefícios o que os leva a efetivá-los. Os benefícios não efetivados pelos respondentes foram:

- o melhor preço, porque alguns associados consideram que outros compradores de café pagam um preço melhor do que o da cooperativa;
- a maior participação dos associados na administração da cooperativa, porque na percepção de alguns entrevistados o fato de a Coocafé possuir o selo não influencia na participação dos associados na administração; e
- a não discriminação no ato da comercialização do café, pois segundo alguns respondentes há diferenciação na compra de café do pequeno e do grande produtor e muitas vezes quem produz mais café consegue um melhor preço.

O último ponto apresentado cabe uma ressalva no sentido de que a não discriminação a que se refere o selo *Fairtrade* está relacionado com distinções de raça, cor, sexo, orientação sexual, deficiência, estado civil, idade, religião, opinião política, linguagem, propriedade, nacionalidade ou origem social e não em relação ao preço praticado pela cooperativa no ato da compra do café. Logo, o que fica claro aos pesquisadores é que os produtores não entenderam o propósito desta questão, respondendo de forma equivocada.

Na percepção dos associados que não comercializaram café *Fairtrade* os benefícios mais desconhecidos foram: *prêmio Fairtrade e destinação do prêmio Fairtrade através de*

discussão em assembleia. Muitos associados não participam das assembleias, apesar de muitos admitirem que são convidados a participar.

Já em relação aos benefícios propostos aos funcionários constatou-se que os respondentes desconhecem alguns benefícios, tais como: *filiação dos funcionários a sindicatos trabalhistas; pagamento de funcionários feito através de folha de pagamento e estabelecimento de políticas no emprego.* Nota-se que esta resposta pode ter sido distorcida porque esses são benefícios que os próprios funcionários é que teriam condição de efetivar. Já outros como: *melhoria nas condições de trabalho dos funcionários da cooperativa; maior segurança nos locais de trabalho e capacitação e treinamento de funcionários* foram efetivados pelos respondentes, pois apesar de serem benefícios direcionados aos funcionários, os associados são capazes de perceber através de sua participação e movimentação na cooperativa. É importante ressaltar que todos os benefícios voltados aos funcionários foram efetivados pelos entrevistados.

Observa-se que os benefícios propostos ao meio ambiente foram os mais efetivados pelos associados que não comercializaram café *Fairtrade*. Tal efetivação ocorre devido ao trabalho de conscientização realizado por técnicos agrícolas da Coocafé através de visitas nas propriedades, além da realização de projetos ambientais. Apenas o *apoio ao reflorestamento* apresentou uma porcentagem maior de não efetivação pelos respondentes, pois os respondentes afirmam não ter ciência da existência deste apoio. Já em relação aos benefícios desconhecidos pelos associados, a *regeneração da fauna e flora* foi o benefício que mais destacou nesta percepção.

Em relação aos benefícios propostos à sociedade, nota-se que houve a efetivação dos mesmos por grande parte dos respondentes, havendo uma porcentagem de efetivação menor para o *incentivo a projetos de infraestrutura*. Alguns foram não efetivados, tais como: *não permitir que haja trabalho infantil e forçado nas propriedades de associados e na Cooperativa*, porque percebe-se que ainda existe trabalho infantil em algumas propriedades; o *incentivo a projeto de infraestrutura*, devido ao fato de não considerarem que exista este apoio; e *treinamento aos associados (melhoria na produção de café)*, pois considera-se que falta treinamento aos associados. Observa-se que alguns associados desconhecem os benefícios voltados ao incentivo a projeto de *infraestrutura e também promoção de empregos*.

TABELA 02b – Associados que já comercializaram café *Fairtrade*

Benefícios propostos pela Certificação <i>Fairtrade</i>	Efetivo %	Não efetivo %	Desconheço %	Não efetivaram e não apresentaram as causas %
1. Melhor preço	88,0	4,0	2,4	5,6
2. Prêmio <i>Fairtrade</i>	93,6	0,0	5,6	0,8
3. Destinação do Prêmio <i>Fairtrade</i> através de discussão em Assembleia	84,9	2,4	9,5	3,2
4. Maior participação dos associados na administração da cooperativa	82,5	4,0	5,6	7,9
5. Não discriminação no ato da comercialização do café	70,7	11,1	11,1	7,1
6. Melhor produção e comercialização do café	91,2	4,0	1,6	3,2
7. Melhoria nas condições de trabalho dos funcionários da cooperativa	83,3	0,8	10,3	5,6
8. Filiação dos funcionários a sindicatos trabalhistas	41,3	0,8	50,8	7,1
9. Pagamento de funcionários feito através de folha de pagamento	56,3	0,0	39,7	4,0
10. Estabelecimento de políticas no emprego	57,1	0,0	35,7	7,1

11. Maior segurança nos locais de trabalho	88,9	0,0	8,7	2,4
12. Capacitação e treinamento de funcionários	88,1	0,8	8,7	2,4
13. Apoio ao reflorestamento	78,6	2,4	11,9	7,1
14. Redução da erosão do solo	88,1	0,0	6,3	5,6
15. Controle de pragas	96,0	0,0	1,6	2,4
16. Regeneração da Fauna e Flora	79,3	1,6	15,1	4,0
17. Preservação de matas virgens	87,3	0,0	7,9	4,8
18. Orientação sobre aplicação e manejo de agrotóxicos	96,8	1,6	1,6	0,0
19. Redução de pesticidas utilizados na produção de café	92,0	0,8	2,4	4,8
20. Adequado armazenagem de embalagens de agrotóxicos	97,6	0,8	0,0	1,6
21. Menor contaminação das fontes de água	87,2	3,2	4,0	5,6
22. Conscientização do uso de resíduos orgânicos nas lavouras	77,7	1,6	16,7	4,0
23. Incentivo a projeto de infraestrutura	75,3	3,2	15,9	5,6
24. Promoção e apoio da Cooperativa a projetos sociais e ambientais	89,7	0,8	7,9	1,6
25. Treinamento aos associados (Melhoria na produção de café)	96,8	0,8	2,4	0,0
26. Promoção de empregos	84,1	0,0	11,1	4,8
27. Não permitir que haja trabalho infantil e forçado nas propriedades de associados e na Cooperativa	92,0	1,6	4,0	2,4

*Para os casos em que não totaliza 100% de respostas, a diferença é de pessoas que não responderam à questão.

Fonte: Dados da pesquisa

A partir dos dados apresentados na TAB. 02b, observa-se que em relação aos benefícios propostos aos associados, o *prêmio Fairtrade* e *melhor produção e comercialização do café* foram os benefícios mais efetivados pelos respondentes. Pelo fato destes cooperados já terem comercializado café *Fairtrade*, os mesmos geralmente têm ciência da influência deste selo na melhoria da produção e comercialização do café produzido por eles. E como já participaram do Comércio Justo, geralmente confirmam a existência do prêmio *Fairtrade* e têm maior conhecimento de como tal valor é utilizado por meio de ações da cooperativa.

A *não discriminação no ato da comercialização do café* foi o benefício que se destacou entre os não efetivados pelos associados que já comercializaram café *Fairtrade*, porque segundo eles, o grande produtor consegue um melhor preço na venda do café, ou seja, existe diferenciação na negociação com o grande e o pequeno produtor. Este ponto foi abordado anteriormente e merece atenção pela distorção de entendimento dos produtores.

Os benefícios mais desconhecidos na percepção destes respondentes foram: *destinação do prêmio Fairtrade através de discussão em assembleia* e *não discriminação no ato da comercialização do café*. Porém, percebe-se que mesmo os cooperados que já comercializaram café no Comércio Justo não têm ciência de muitos benefícios propostos pela Certificação *Fairtrade*, e segundo a percepção de alguns cooperados, isto acontece porque estes benefícios são pouco divulgados através de ações da cooperativa.

Assim como os associados que não comercializaram café *Fairtrade*, os que já comercializaram desconhecem alguns benefícios propostos aos funcionários, tais como: *filiação dos funcionários a sindicatos trabalhistas; pagamento de funcionários feito através de folha de pagamento e estabelecimento de políticas no emprego*.

Novamente, entende-se que esta resposta seja em função de serem benefícios que os próprios funcionários é que teriam condição de efetivar. Os associados efetivaram *melhoria nas condições de trabalho dos funcionários da cooperativa; maior segurança nos locais de trabalho e capacitação e treinamento de funcionários*, porque mesmo sendo benefícios direcionados aos funcionários os associados conseguem evidenciá-los quando comparecem às unidades de atendimento da Coocafé e também quando recebem assistência técnica em suas propriedades. Apenas uma pequena porcentagem destes benefícios não foi efetivada pelos respondentes.

Quanto aos benefícios propostos ao meio ambiente, todos apresentaram uma porcentagem consideravelmente alta. Percebe-se que dentre os benefícios propostos pela Certificação *Fairtrade*, estes são os mais reconhecidos pelos associados. Nota-se uma associação do selo com a preservação do meio ambiente. Os benefícios destacados como não efetivados pelos entrevistados foram:

- a menor contaminação das fontes de água, pois segundo os cooperados existe pouca conscientização a respeito deste assunto; e
- o apoio ao reflorestamento, pelo fato de muitos respondentes afirmarem que deveria haver um trabalho focado na distribuição de mudas, conscientizando assim o plantio das mesmas.

O apoio ao reflorestamento, à conscientização do uso de resíduos orgânicos nas lavouras e a regeneração da fauna e flora foram os benefícios mais desconhecidos pelos associados. Os mesmos alegaram não terem conhecimento de nenhum trabalho realizado na Coocafé voltado para estes benefícios.

Nota-se que dos benefícios propostos à sociedade efetivados na TAB. 02b, apenas o benefício *incentivo a projeto de infraestrutura* atingiu um percentual inferior a 80%. Quanto a não efetivação, foi atingida uma pequena porcentagem que varia entre 0,8% a 1,6% dentre os respondentes. Percebe-se que alguns produtores que já comercializaram assim como os que não comercializaram café *Fairtrade* desconhecem os benefícios voltados ao *incentivo a projeto de infraestrutura e também promoção de empregos*.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme proposto nesta pesquisa, foi possível avaliar de forma positiva a percepção dos associados da Coocafé em relação aos benefícios propostos pela Certificação *Fairtrade*, e também fazer a análise da efetividade destes benefícios no ponto de vista dos entrevistados.

As propostas da Certificação *Fairtrade* que se buscava conhecer, ou seja, as voltadas para as cooperativas que possuem este selo, para os associados, o meio ambiente e a sociedade foram apontadas detalhadamente na pesquisa bibliográfica.

Por meio desta pesquisa, constatou-se que alguns associados da Coocafé possuem conhecimento a respeito dos benefícios propostos aos produtores, ao meio ambiente e à sociedade. Porém, a maioria dos associados participantes deste trabalho desconhecem alguns dos benefícios propostos aos funcionários.

Verificou-se que os principais benefícios propostos pela Certificação *Fairtrade* mais efetivados na percepção dos associados da Coocafé são voltados ao meio ambiente. Por sua vez, os associados reconhecem como sendo os principais benefícios propostos pela Certificação *Fairtrade* não efetivados, os voltados para o associado e a cooperativa.

Constatou-se com a pesquisa que nem todos os associados da Coocafé possuem uma percepção clara dos benefícios propostos pela Certificação *Fairtrade* aos produtores, cooperativa e funcionários, meio ambiente e sociedade.



Para realização de novas pesquisas sugere-se que seja realizada a análise da percepção dos funcionários da Coocafé em relação aos benefícios propostos pela Certificação *Fairtrade*, bem como em outras cooperativas.

REFERÊNCIAS

BLISKA, F. M. DE M.; GIOMO G. S.; PEREIRA S. P. Do grão a xícara: como a escolha do consumidor afeta cafeicultores e meio ambiente. Instituto Agrônomo, 2007: Campinas, SP.

CRITÉRIO FAIRTRADE. Critério Genérico de Comércio Justo *Fairtrade* para Café de Organizações de Pequenos Produtores. Versão atual: 01 maio 2011. Disponível em: http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2012_04-01_PT_Coffee_SPO.pdf. Acesso em: 01 maio 2012.

FACES DO BRASIL. Histórico Faces. Disponível em: <http://www.facesdobrasil.org.br/historico-faces.html>. Acesso em: 21 mar. 2012.

FAIRTRADE, 2012a. História do Comércio Justo. Disponível em: http://www.fairtrade.net/history_of_fairtrade.html. Acesso em: 21 mar. 2012.

_____, **2012b.** Produtos. Disponível em: <http://www.fairtrade.net/products.html?&L=0>. Acesso em: 29 abr. 2012.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisas. 4. ed. São Paulo: Atlas 2002.

INFORMAÇÃO VERBAL¹. Obtida em 10 ago. 2012 por meio de uma Consultora PSR - *Fairtrade International*.

INFORMAÇÃO VERBAL². Obtida em 25 set. 2012 por meio de uma Especialista de Certificação do *Fair Trade USA*.

MACHADO, R. “O Portal da Administração”. Comércio Justo uma alternativa. Disponível em: http://www.ocb.org.br/site/cooperativismo/evolucao_no_brasil.asp. Acesso em: 21. mar. 2012.

MARCONI, M. DE A.; LAKATOS, E. M. Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 6. ed. 7 reimpr. São Paulo: Atlas, 2006.

OLIVEIRA, F. I.; WEHRMANN, M. E. S. de F. Certificação de Cafés Sustentáveis: Um comparativo das principais normas internacionais voluntárias. Universidade de Brasília (UNB) – Centro de Desenvolvimento Sustentável (CDS). Brasília - DF, 2008.

ROCHA, A. B. de O. Uma abordagem sobre certificação Fairtrade (Comércio Justo e Solidário). Disponível em: <http://www.webartigos.com/artigos/uma-abordagem-sobre-certificacao-fairtrade-comercio-justo-e-solidario/60578/>. Acesso em: 20 maio 2012.

ROSA, A. F. da; MENDES, A. C. A. Certificação de café: análise da validação dos benefícios propostos pela FLO aos agentes envolvidos na obtenção no selo *Fairtrade* em uma Cooperativa de Cafeicultores de Minas Gerais. In: IV Congresso Universidade Federal de Viçosa (UFV) de Administração e Contabilidade, 2010, Viçosa - MG. Anais... Viçosa - MG: 15 a 19 set. 2010. Disponível em: www.alasru.org/wp-content/.../07/GT4-ALCINDO-CIPRIANO.pdf. Acesso em: 15 maio 2012.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Comércio Justo. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/setor/artesanato/sobre-artesanato/comercio-justo>. Acesso em: 03 out. 2012.

SEBRAE-MG - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE MINAS GERAIS. Cafés especiais. Disponível em: http://www.sebraemg.com.br/geral/VersaoImpressao.aspx?cod_destaque=8739. Acesso em: 03 out. 2012.

TOMAZ, M. A. (Coord.); AMARAL, J. F. T.; JUNIOR, W. C. DE J.; PEZZOPANE, J. R. M. et al. Seminário para a sustentabilidade da cafeicultura. UFES, Centro de Ciências Agrárias, 2008: Alegre, ES.

ZAMBOLIM, L. Certificação de café. Viçosa: UFV, DFP, 2007, xii, 245p: il; 22cm.