

# PRODUÇÃO DE CAFÉ COM CERTIFICAÇÃO *FAIR TRADE*: uma alternativa para os produtores familiares

Maria Beatriz Gandini Bittencourt de OLIVEIRA<sup>1</sup>

Roberta Bessa Veloso SILVA<sup>2</sup>

Leandro Carlos PAIVA<sup>3</sup>

Eric Batista FERREIRA<sup>4</sup>

Marina Ariento ANGELOCCI<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Servidora Pública/Instituto Federal Sul de Minas e-mail: beatriz.bittencourt21@gmail.com

<sup>2</sup>Doutora em Estatística e Experimentação Agropecuária/UFLA, Universidade José do Rosário Vellano – UNIFENAS e-mail: bessaveloso@yahoo.com.br

<sup>3</sup>Doutor do curso de Administração/Instituto Federal Sul de Minas e-mail:leandro.paiva@ifsuldeminas.edu.br

<sup>4</sup>Doutor em Estatística e Experimentação Agropecuária/UFLA, Universidade Federal de Alfenas – UNIFAL e-mail:eric.ferreira@unifal-mg.edu.br

<sup>5</sup>Doutora em Administração/UNINOVE, Universidade José do Rosário Vellano - UNIFENAS

**Recebido em: 07/09/2016 - Aprovado em: 10/09/2017 - Disponibilizado em: 30/12/2017**

## RESUMO:

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

**Palavras-Chave:** Preço justo. Cooperativismo. Café certificado. COOPFAM.

## ABSTRACT:

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

**Keywords:** Fair Price. Cooperative Based System. Certified Coffee. COOPFAM.

## Introdução

De acordo com pesquisa realizada pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – EMBRAPA (2014) revelou que em 2012 a produção de café no mundo foi cerca de 144,5 milhões de sacas de 60 kg. Referente a esse total, o Brasil produziu mais de 50,8 milhões, seguido pelo Vietnã (22 milhões) e Indonésia (10,9 milhões).

A produção de café no Brasil é responsável por cerca de um terço da mundial, o que faz do Brasil o maior produtor e exportador de café. Cerca de 80% do total de café produzido é da espécie arábica e os 20% restantes representam o café robusta que é originário da África, tendo um trato mais rude e podendo ser cultivado ao nível do mar (altitudes mais baixas) (EMBRAPA, 2014).

Segundo dados da *Specialty Coffee Association - BSCA - Brazil-* (2014), a demanda pelos grãos especiais cresce em torno de 15% ao ano. O crescimento anual no mercado do café convencional gira em aproximadamente 2%. Destaca-se a importância econômica deste segmento que representa cerca de 12% do mercado internacional da bebida.

Os principais mercados consumidores dos cafés especiais brasileiros são o Japão, Estados Unidos e União Europeia, havendo um crescimento expressivo por parte da Coreia e Austrália.

No que diz respeito ao consumo interno do produto, das 19,7 milhões de sacas consumidas no mercado interno, um milhão é de cafés especiais, (BSCA, 2014).

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

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

O selo AOC foi criado para proteger o uso dos nomes geográficos, referente à denominação de um país, região ou uma localidade que designa um produto originário daquele local, cuja característica deve-se ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos. Estes produtos apresentam uma qualidade única em relação as suas características naturais como solo, vegetação e condição climática (GOMES, 2010).

De forma geral, as certificações podem ser emitidas pelas organizações

independentes, privadas ou públicas, nacionais e internacionais, dependendo do padrão aplicado.

Para aquelas empresas que estão dentro dos padrões previamente estabelecidos é emitido um certificado através de um organismo certificador, que verifica e controla os produtos, atesta seus valores e os deixam visíveis para o consumidor pela presença de um símbolo (GOMES, 2010).

Segundo Salquero e Santos (2015), na produção cafeeira a certificação originou-se para promover melhorias nas condições de mercado entre países, consumidores e produtores de café, em desenvolvimento.

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

A certificação *Fair Trade* também envolve aspectos políticos, levando à conscientização e, baseia-se na escolha política, no amparo ao consumo ético e valores ambientais.

O comércio justo foi regulamentado no Brasil pelo Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SNCJS) por meio de decreto nº 7.358, de 17 de novembro de 2010.

O comércio justo tem como objetivo a efetivação de alianças entre consumidores e produtores, criando um sistema de preços

alternativos que se baseiam tanto na justiça social quanto econômica, eliminando-se os intermediários.

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

A ideia do comércio justo cresceu em outros países surgindo consumidores europeus, norte-americanos, japoneses que se mostraram dispostos a pagar até 20% a mais pelo café diferenciado (SALQUERO; SANTOS, 2015).

De acordo Prado (2011), em 1997 foi criada a *Fair Trade Labelling Organizations International (FLO)* que reuniu as entidades nacionais de certificação da época com sede na Alemanha.

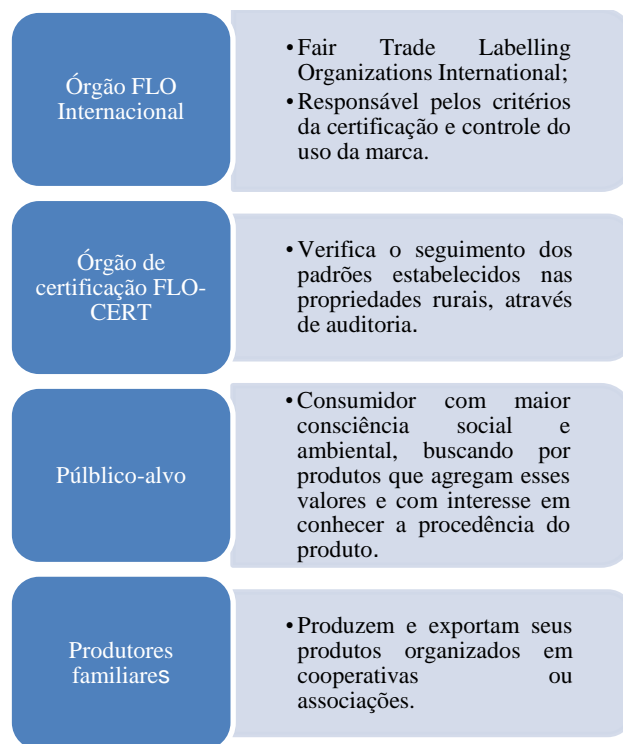
A *FLO* está presente em mais de 94 países produtores e consumidores de café. Trata-se de uma sociedade comercial sem fins lucrativos com base na responsabilidade social e que tem como finalidade garantir a equidade no comércio internacional.

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

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

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

Para um produto obter o selo *Fair Trade* é obrigatório que todos os elos da cadeia de produção estejam conformes com as normas internacionais de certificação do comércio justo (PRADO, 2011).



**Figura 1.** Relação entre consumidores e produtores familiares com os órgãos de certificação *Fair Trade*.  
**Fonte:** Adaptado de Prado (2011).

Conforme Reynolds (2002), segundo o valor total negociado no mercado de *Fair Trade*, foi avaliado em 400 milhões de dólares e cresce cerca de 30% no ano de 2002. Já nesta época, as redes de café *Fair Trade* envolviam 800 organizações de produtores rurais em 45 países em desenvolvimento (do “sul”).

Reynolds (2002), ainda sugere que, enquanto o sucesso de mercado do *Fair Trade* é imprevisível e sua verdadeira importância não está na sua parcela do mercado, que presumivelmente será sempre relativamente pequena, mas na sua habilidade de criar vínculos entre o produtor e o consumidor, derrubando a divisão norte/sul (RAYNOLDS, 2002).

Oliveira et al. (2008), conduziram um estudo exploratório, quantitativo e transversal, onde investigaram o efeito da certificação *Fair Trade* entre os elos da cadeia produtiva, na Cooperativa de Agricultores Familiares de Café - COOPFAM (orgânico e convencional SAT – sem uso de agrotóxicos) de Poço Fundo, MG.

Oliveira et al. (2008), destacaram sobre as dificuldades iniciais que os agricultores enfrentavam na produção de café devido à declividade do terreno e o difícil acesso, surgindo daí a necessidade de integração e de colaboração entre seus membros.

Nas décadas de 1970 e 1980, por meio do movimento da Pastoral da Terra, da Igreja Católica, os produtores familiares se organizaram na formação de centros comunitários, em quase todas as comunidades rurais do município, dando origem à Associação dos Pequenos Produtores da Comarca de Poço Fundo, criada oficialmente em 1991.

Desde 1997 a associação vem passando por processos de certificação solidária (pela Max Havelar) e orgânica (Associação de Agricultura Orgânica, ou AAO, de âmbito nacional).

No ano 2000, a Escola Agrotécnica Federal de Machado, que mantém parceria com a associação desde 1998, coordenou a I Conferência Internacional de Mercado Justo e Café Orgânico no Brasil, quando representantes da Associação apresentaram

sua experiência contatando com o mercado internacional do *Fair Trade* e de café orgânico.

Em 2002, a entidade passou a ser certificada pela Certificadora Sapucaí para produtos orgânicos, obtendo por meio dela, o certificado BCS, entidade orgânica reconhecida internacionalmente e o certificado da *Fair Trade Label Organization* (FLO), entidade mundial coordenadora do mercado justo e solidário.

No mês de dezembro, daquele mesmo ano, a associação realizou sua primeira comercialização de café no território americano, obtendo preços acima do mercado, o que possibilitou melhora significativa da rentabilidade da atividade.

Em 2004, a associação criou a Cooperativa de Agricultores Familiares de Poço Fundo e Região - COOPFAM, com o objetivo de fazer transações comerciais, além de possibilitar a comercialização mais eficiente de produtos.

Quanto à participação dos associados nas decisões, existe um processo histórico de participação que se dá por meio das reuniões ordinárias mensais com representantes dos onze núcleos que constituem a Cooperativa. Cada representante de núcleo leva os assuntos discutidos para uma reunião no seu bairro com os demais membros do núcleo, (OLIVEIRA et al., 2008).

Os dados obtidos apontaram que os pioneiros, que investiram na produção de café

orgânico, apresentaram maior grau de comprometimento com a iniciativa, o que corresponderia à sua maior mobilização de recursos, tanto econômicos como emotivos.

Ao final, concluiu-se que a integridade da cooperativa se sustentará à medida que ela consiga maior enredamento do grupo de produtores novos e dos optantes pelo café SAT (OLIVEIRA et al., 2008).

Nunes, et al. (2013), avaliaram a percepção dos associados da Cooperativa dos Cafeicultores da Região de Lajinha Ltda – Coocafé, em relação aos benefícios propostos pela certificação *Fair trade*, sendo eles: benefícios voltados ao produtor, cooperativa e trabalhadores, meio ambiente e sociedade.

Os resultados evidenciaram que dentre os benefícios propostos pela certificação *Fair trade*, os voltados para o meio ambiente são os mais efetivados pelos associados da Coocafé.

Além disso, observou-se que nem todos os associados da Coocafé têm uma percepção correta sobre os benefícios propostos pela certificação *Fair Trade* aos produtores, cooperativa e funcionários, meio ambiente e sociedade.

Apesar de a certificação *Fair Trade* 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.

Além disso, é de fundamental importância para que os produtores rurais e a comunidade, em geral, possam validar o que propõe o selo *Fair Trade* e, ao mesmo tempo, as ações e a importância da atuação da cooperativa na região (NUNES et al., 2013).

Freitas et al. (2014) objetivaram alinhar os eixos teóricos, considerando as relações inter organizacionais relacionadas às inovações sociais (mercadoológicas e de processos organizacionais) na realidade de pequenos agricultores familiares.

Os autores estabeleceram, discursivamente, as principais relações inter organizacionais, inovações sociais e iniciativas de Economia Solidária Comércio Justo/ Sustentável, desenvolvidas por pequenos produtores cooperados de alimentos orgânicos no sul de Minas.

Foram coletadas 17 entrevistas que foram transcritas e, posteriormente, analisadas à luz da Análise Crítica de Discurso. Os principais resultados apontaram para múltiplos formatos de cooperação nos cenários intra e inter organizacionais e para baixos índices de competição interna.

A análise dos dados evidenciou distonias entre o conceito clássico de *Fair Trade*, a concepção e a materialização nas vidas dos agricultores familiares entrevistados.

Dentro do movimento do *Fair Trade*, o discurso foca em como cadeias historicamente exploradoras entre produtor e

consumidor podem ser reestruturadas baseadas em idéias de justiça e equidade (RAYNOLDS, 2002).

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

## **Metodologia**

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

Para caracterizar a unidade de análise e o local do estudo, tem-se como base a descrição feita no trabalho de Oliveira et al. (2008).

Para alcançar os objetivos propostos, foi conduzido uma pesquisa de caráter qualitativo, do tipo relato de caso, na Cooperativa dos Produtores Familiares de Poço Fundo– COOPFAM - situada na região sul de Minas Gerais. Esta cooperativa possui somente associados produtores familiares com certificação de café *Fair Trade*.

O impacto da certificação *Fair Trade* nas propriedades rurais foi avaliado a partir de

um roteiro contendo questões abordadas aos produtores familiares da COOPFAM.

O contato com a presidência da COOPFAM e, posterior agendamento das entrevistas, possibilitou a obtenção das informações, junto aos produtores rurais que estiveram reunidos na cooperativa, em cinco ocasiões, após a assinatura no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

A escolha dos participantes foi feita de forma não-aleatória, ou seja, no período da coleta de dados, foram abordados aqueles produtores rurais que estavam disponíveis nas reuniões feitas na cooperativa.

Logo, foi utilizada a amostragem não probabilística, pois nem todos os elementos da população-alvo tiveram probabilidade conhecida ou não nula de pertencer à amostra.

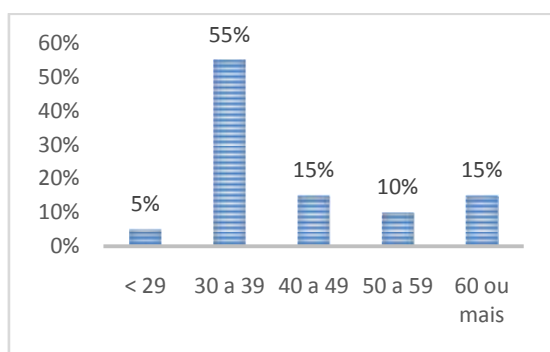
A amostragem não-probabilística deve ser utilizada em pesquisas quando existe uma restrição de cunho operacional ao uso da amostragem probabilística, como por exemplo, o fato da população ser infinita ou de não se ter acesso a todos os elementos da população (BUSSAB; MORETTIN, 2013).

A partir das entrevistas, as informações foram organizadas de maneira a retratar, de forma mais fidedigna possível, a contribuição e a opinião dos produtores rurais quanto aos benefícios obtidos com a certificação de café *Fair Trade*.

## Resultados e Discussão

Pode-se observar, na Figura 2, que a menor frequência observada foi a faixa etária abaixo de 29 anos, sendo de apenas 5%, e a maior frequência observada foi a faixa de 30 a 39 anos com 55%.

Na faixa de 40 anos ou mais, encontram-se 40% dos produtores familiares. Estas informações foram obtidas através dos registros de nascimento que constam no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).



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

**Fonte:** (Autores, 2016)

Durante a entrevista, os produtores rurais reforçaram que a participação na COOPFAM e a grande troca de experiências contribuem para a solução dos problemas diários. Além disso, existe a utilização de métodos modernos e também o uso de práticas tradicionais, que foram passadas de geração em geração, e que auxiliam em todo o processo para a obtenção da certificação *Fair Trade*.

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

O princípio do preço justo e o apoio da COOPFAM, propiciou aos produtores rurais um aumento expressivo no desenvolvimento financeiro das suas famílias após as adequações realizadas nas propriedades rurais.

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

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

Foi evidenciado durante as entrevistas que a renda com a comercialização do café tem propiciado aos produtores rurais melhores condições para manterem um maior equilíbrio econômico, pois possibilita investirem mais



nas propriedades rurais, por receberem um valor mais justo pela venda do café.

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

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

Após a obtenção da certificação *Fair Trade* os benefícios percebidos foram identificados, conforme os relatos dos produtores rurais, apresentados a seguir.

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

“Após a adesão ao café *Fair Trade* a situação dos agricultores transformou significativamente para melhor”.

“Ocorreu maior participação e união dos produtores cooperados. Sempre unidos pelo cooperativismo. A grande troca de experiência auxilia nos problemas diários e no manejo da lavoura”.

“A certificação trouxe a todos melhores condições de trabalho. O café *Fair Trade* com o seu comércio justo, traz a garantia do preço mínimo a ser comercializado a saca do café”.

“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”.

“Ocorreram mais oportunidades com uma melhor administração das propriedades. A COOPFAM proporciona aos cooperados inúmeros cursos de atualização, inclusive de administração, contribuindo para os produtores rurais, serem também, administradores de seus negócios”.

“Muito importante é a conscientização da importância de práticas ambientais e sustentáveis adotada por eles. Grande preocupação com controle do uso do solo e água”.

Segundo Oliveira et al. (2008), quando questionados se a COOPFAM deveria expulsar aqueles que “pisassem na bola”, se deveria punir quem prejudica o meio ambiente ou se denunciariam os que descumprissem as normas, as respostas vieram frequentemente acompanhadas da expressão “com certeza” e, em seguida, as justificativas:

“Quando entramos já sabemos das regras”.

“O nome da cooperativa é que está em jogo”.

“Quem não tem consideração com o grupo não merece consideração”.

“Nós levamos 20 anos para ter reconhecimento, ninguém tem o direito de por isto por água abaixo”.

Ainda conforme Oliveira et al. (2008), verificou-se também que as melhores vendas de café *Fair Trade*, comparadas com as do café tradicional, ocorreram nos anos de 2001 a 2003.

Este fato motivou alguns agricultores, não alinhados com os ideais do grupo, a

ingressarem na COOPFAM em busca de maiores rendimentos financeiros, em vez das questões ambientais ou ideológicas, que motivaram os que estão há mais tempo.

Esta tendência de postura menos comprometida dos membros mais novos não tem gerado maiores conflitos, visto que aqueles mais divergentes acabam deixando o grupo por não se adequarem às condições impostas (OLIVEIRA, et al., 2008).

### Considerações Finais

Verificou-se, neste estudo de caso, que a renda proveniente do café com certificação *Fair Trade* acarretou melhores condições para os produtores rurais manterem o equilíbrio econômico.

Observou-se que o lucro é revertido em investimentos feitos nas propriedades rurais, além da união em cooperativa proporcionar maior tranquilidade nas transações comerciais, recebendo um valor mais justo pelo café comercializado.

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

A comercialização de café *Fair Trade* trouxe como benefícios para produtores rurais, melhor condição financeira; manutenção do equilíbrio econômico; maior investimento na propriedade rural; adoção de

práticas de cultivo mais sustentáveis, além de um futuro promissor para as famílias dos produtores familiares.

### Referências Bibliográficas

BUSSAB, W. O., MORETTIN, P. A. (2013). **Estatística Básica**. 8a Edição. Atual Editora: São Paulo.

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

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

FREITAS, R. C.; CASTRO, C. C.; MORAIS, R. V., BERNARDO, A. **Inovações Sociais em Práticas de Economia Solidária e Fair Trade: um estudo sobre pequenos agricultores no sul de Minas**. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DO CONSUMO-ENEC VII. 2014, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC RIO), Politização e ambientalização do consumo - as novas fronteiras da moral, da ética, da religião e da lei, Anais. Rio de Janeiro, 2014.

GOMES, C. C. M. P. **Alternativas encontradas para superação das principais dificuldades no processo de certificação Fair trade: um estudo de multicasos de organizações de pequenos produtores no Brasil, 2010**. 110 p. Dissertação de mestrado - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto, Ribeirão Preto (SP), 2010.

NUNES, A. C. M., MIRANDA, L. H., ALMEIDA, F. M. de M., MONTE, I. J. A. do. **A percepção dos associados da cooperativa dos cafeicultores da região de Lajinha LTDA, em relação aos benefícios propostos pela certificação *Fair Trade***. Simpósio em Excelência em Gestão e Tecnologia (SEGeT), out. 2013.

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

PRADO, A. S. **Certificação *Fair Trade* na cafeicultura: o caso da cooperativa dos agricultores familiares do município de Poço Fundo - MG e região**. 2011

Monografia-Universidade Federal de Lavras-UFLA, Lavras (MG), 2011.

RAYNOLDS, L. T. *Consumer/Producer Links in Fair Trade Coffee Networks*, **Sociologia Ruralis**, Europa, v. 42, n. 4, p. 404-424, 2002.

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