

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE BOTUCATU
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM AGRONEGÓCIO**

ROSÂNGELA CRISTINA VIDOTTO

**CERTIFICAÇÃO DE CAFÉ: UM ESTUDO DE CASO NA ASSOCIAÇÃO DE
PRODUTORES DE CAFÉ DA REGIÃO DE PRATÂNIA – SP.**

Botucatu-SP
Dezembro – 2011

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE BOTUCATU
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM AGRONEGÓCIO**

ROSÂNGELA CRISTINA VIDOTTO

**CERTIFICAÇÃO DE CAFÉ: UM ESTUDO DE CASO NA ASSOCIAÇÃO DE
PRODUTORES DE CAFÉ DA REGIÃO DE PRATÂNIA – SP.**

Orientador: Prof. Dr. Ieoshua Katz

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
FATEC – Faculdade de Tecnologia de
Botucatu, para obtenção do título de
Tecnólogo no Curso Superior de Agronegócio.

Botucatu-SP
Dezembro – 2011

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço á Deus, por mais uma conquista em minha vida e a minha Mãe, rainha do céu e da terra.

Agradeço a minha família e principalmente a minha mãe Maria pela paciência e ajuda durante esses três anos de muita correria.

Aos meus avôs maternos inspiração para a minha vida *in memoriam* António Vieira e Maria Benedita Ventura Vieira e os paternos também *in memoriam*, Mouracy Vidotto e Lourdes de Oliveira.

Ao meu esposo Wesley pela compreensão, paciência e dedicação comigo sempre, nos momentos difíceis sua ajuda foi preciosa e suas palavras me acalmaram.

Ao meu querido orientador Profº. Dr. Ieoshua Katz pela paciência comigo e pelo se apoio e maravilhosa contribuição para a realização desse trabalho, meu muito obrigado.

A todos os professores que ao longo desse período estiveram empenhados a nos transmitir o conhecimento científico e contribuir para que nos tornássemos pessoas melhores tanto pessoal quanto profissionalmente.

Aos funcionários da FATEC pelo esforço e dedicação para conseguir manter tudo organizado.

A instituição que permitiu que eu realizasse meu estudo de caso, ao gestor que dispensou sua atenção para me fornecer informações valiosas para a realização desse trabalho e todos os associados.

Aos colegas e amigos de classe que ao longo desses três anos convivemos e sofremos e rimos juntos.

Agradeço de coração a todos os meus amigos pelo apoio, incentivo e pela torcida para á conclusão de mais uma etapa em minha vida, sem citar nomes, pois são muitos e correria o risco de esquecer de algum.

RESUMO

O café proporcionou um novo ciclo econômico no Brasil, criando novas possibilidades de acumulação de capital, provocando as condições básicas para a industrialização. Os fazendeiros, ou "barões do café", transformaram o Brasil desde a década de 1890, como o maior produtor mundial de café. Este trabalho tem como objetivo analisar a importância da certificação *Fair Trade* para os produtores rurais da região do município de Pratânia em suas lavouras cafeeiras para conhecer os benefícios e vantagens adquiridas após a certificação, para isso a pesquisa buscou conhecer os gastos envolvidos no processo de implantação da certificação e as perspectivas alcançadas e quais as mudanças pontuais que foram necessárias realizar para a correta implantação do processo exigido por entidades internacionais. Ao fazer a análise comparativa entre a produção do café convencional e certificação *Fair Trade* alcançadas pelos produtores da Associação Rural Giocondo Bassetto junto com a certificação *UTZ Certified*, onde foi analisado o processo de implantação de cada caso para identificar qual seria mais viável implantar nessa associação. Em ambas, as certificações *Fair Trade*, *UTZ Certified*, os produtores de café conseguirão uma diferenciação no mercado internacional e, portanto um preço final diferenciado dos demais produtores. A análise dessa atividade realizada pela associação e pelos produtores merece um estudo mais aprofundado para permitir a divulgação e ampliação das informações para outros produtores de outras regiões dando assim uma contribuição para a melhoria de cada sistema que poderá ser implantado. O estudo também evidencia a necessidade do produtor organizar-se em associações de classe ou cooperativas, para fortalecer o processo para a aquisição de insumos por um valor mais acessível, como para a comercialização da produção. A certificação trouxe também a responsabilidade ambiental, social, através da prática de agricultura sustentável, através da padronização estabelecida para suas atividades produtivas a fim de buscar sempre a qualidade superior de seu produto final.

PALAVRAS-CHAVE: Café. Certificação. *Fair Trade*. Gestão Ambiental. *UTZ Certified*.

LISTA DE FIGURAS

Figura	Página
Figura 1 - terreiro de café da Fazenda Palmeira.....	44
Figura 2 - Cafeeiro da Fazenda Palmeira.	46
Figura 3 - Plantação de café.	47
Figura 4 - Plantação de cafeeiro.	48
Figura 5 - Médias do café convencional nos últimos 5 anos.....	50
Figura 6 - Média do valor da saca de café convencional no ano de 2007.....	51
Figura 7 - Média do valor da saca de café convencional no ano de 2008.....	52
Figura 8 - Média do valor da saca de café convencional no ano de 2009.....	53
Figura 9 - Média do valor da saca de café convencional no ano de 2010.....	54
Figura 10 - Média do valor da saca de café convencional no ano de 2011.....	55

LISTA DE TABELAS

Tabela	Página
1- Média de preço da saca de café convencional entre os anos de 2007 a 2011.	49

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

ARGB – Associação Rural Giocondo Bassetto

CB – Comitê Brasileiro

EPI's – Equipamentos de Proteção Individual (s)

FLO Cert – Fairtrade Labelling Organization Cert

INMETRO - Instituto de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial

ISO – International Organization for Standardization

GANAA – Grupo de Apoio à Normalização Ambiental

NBR – Norma Brasileira

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 Objetivo	10
1.2 Justificativa	10
2 REVISÃO DE LITERATURA	12
2.1 A importância da cafeicultura	14
2.2 Histórico do café	16
2.3 Dificuldades da cafeicultura	17
2.4 A certificação na cafeicultura	19
2.5 Certificação <i>Fair Trade</i>	20
2.6 Certificação <i>UTZ Certified</i>	23
2.7 Certificação ISO 9000	27
2.8 Certificação ISO 14000	29
2.9 Valor da comercialização do café	34
3 MATERIAIS E MÉTODOS	39
3.1 Materiais	39
3.2 Métodos e técnicas	39
3.3 Estudo de caso	41
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	43
4.1 Resultado da pesquisa aplicada junto a Associação de produtores	43
4.2 Preços de comercialização de café convencional nos últimos anos	47
4.3 Resultados da pesquisa junto aos produtores	54
4.3.1 Resultado da certificação <i>Fair Trade</i>	55
5 CONCLUSÃO	57
REFERÊNCIAS	59
APÊNDICES	63

1 INTRODUÇÃO

A certificação no Agronegócio é recente no Brasil. A cultura do café vem recebendo por parte dos responsáveis pela produção e comercialização, especial atenção no que concerne a certificação da atividade, sendo esta uma exigência internacional, portanto o conhecimento e a análise dos custos e benefícios obtidos pela certificação “*Fair Trade*” (Comércio Justo) adquirida pelos cafeicultores da região do município de Pratânia em parceria com o SEBRAE – SP torna-se ainda mais importante dado caráter especial de sua certificação, pois se tratou de uma exigência eminentemente internacional.

Segundo o Jornal da Cidade de Bauru de 08 set. 2010, para garantir o selo *Fair Trade*, os cafeicultores de Pratânia realizaram mudanças pontuais em suas propriedades, seguindo o protocolo de Boas Práticas Agrícolas. Com um investimento de baixo custo aproveitando os locais de armazenamento antes ociosos.

Com essa certificação esses produtores conseguiram alcançar preços muito superiores aos preços obtidos com a venda de suas sacas de café antes da certificação, superando as suas expectativas em relação à venda de seu café.

Segundo Almeida (2009) garantir a qualidade do café exige o cumprimento de vários fatores, que vão desde a escolha do local de plantio até o consumo da bebida. Muitos fatores de qualidade do produto podem não ser observados visualmente ou percebidos com o sabor, por serem intangíveis. A forma com que os empregados da fazenda são tratados, a inexistência de trabalho escravo, a minimização dos impactos ambientais que a cultura causa no ambiente são exemplos de fatores de qualidade que precisam de uma certificadora reconhecida mundialmente, que faça inspeções eventuais e garanta a veracidade desses atributos. Dessa forma surgem várias certificadoras garantindo essas qualidades. Isso traz o

produtor para um nicho de mercado onde ele possui um produto exclusivo e com um preço superior.

Ao fazer uma análise comparativa entre a certificação *Fair Trade* alcançadas pelos produtores da Associação Rural Giocondo Bassetto, pretendemos analisar, quais foram os custos, benefícios e as perspectivas alcançadas com os custos, bem como benefícios e vantagens esses produtores poderão obter ao implantarem a certificação da *UTZ Certified*, onde será analisado o processo de cada certificação para descobrir quais as possibilidades seriam mais viáveis em ambos os processos de certificação.

1.1 Objetivo

Esse trabalho teve por objetivo estudar os custos durante o período de implantação da certificação de café especial, *Fair Trade*, realizada pelos produtores de café da região de Pratânia, bem como as vantagens obtidas no período durante e após o processo de implantação da certificação em parceria com o SEBRAE – SP. Também foi feita uma análise comparativa entre produzir o café convencional e as certificações *Fair Trade* e *UTZ Certified* para a valorização do produto comercializado.

1.2 Justificativa

Esse estudo analisou todo o processo para implantação e pós-certificação, onde os produtores certificados conquistaram melhoria no processo produtivo e na qualidade do grão de café, bem como o retorno de vários benefícios como, por exemplo, uma melhor valorização representada nos preços na saca de café, superando as expectativas dos produtores associados.

A comparação com as certificações *Fair Trade* e *UTZ Certified* visou agregar uma qualidade do produto que está sendo percebida por diferentes consumidores como um produto único e com empenho por uma responsabilidade com o meio ambiente.

A análise comparativa entre o preço do café convencional e a certificação *Fair Trade* conquistada pelos produtores de Pratânia e a outra certificação *UTZ Certified*, pretendeu verificar os custos de implantação, mudanças no processo produtivo para conseguir a certificação, formas de auditoria, estabelecidas por cada tipo de processo de certificação, conhecendo assim o modelo de certificação poderia ser mais viável para essa associação.

Com certificação *Fair Trade* os produtores de café conseguiram uma diferenciação no

mercado internacional e, portanto um preço final diferenciado dos demais produtores. Portanto a análise dessa atividade realizada pela associação e pelos produtores merece um estudo mais aprofundado para permitir a divulgação e ampliação das informações para outros produtores de outras regiões dando assim uma contribuição para a melhoria do sistema implantado, sendo assim o trabalho justificou-se.

2 REVISÃO DE LITERATURA

O agronegócio no Brasil evoluiu consideravelmente nas últimas décadas, ocupando lugar de destaque no cenário mundial, podendo classificar a atual situação desse setor como moderno, sustentável, distribuidor de renda e responsável por gerar emprego no campo em todo o território nacional. “Vocês são competitivos em algumas cadeias produtivas por causa do preço da terra e da mão-de-obra barata”, diziam os estrangeiros no Congresso Mundial de Agronegócios de 1994, em Caracas, na Venezuela. Dez anos depois, no mesmo evento, no México, não houve nenhuma plenária que não citasse o agronegócio do Brasil, que vem impressionando a todos. O potencial e os desafios. Uma opinião um pouco ufanista, entusiasmada (NEVES; ZYLBERSZTAJN; NEVES, 2008).

O agronegócio brasileiro é o setor que mais contribui para o PIB nacional, o Brasil hoje, conta com vasta fatia de seu território para a produção de diversidades de culturas agrícolas e para produção animal, fato que o torna grande produtor e exportador de vários produtos agropecuários e principalmente líder mundial na exportação de *commodities*.

Moderno, eficiente e competitivo, o agronegócio brasileiro é uma atividade próspera, segura e rentável. Com um clima diversificado, chuvas regulares, energia solar abundante e quase 13% de toda a água doce disponível no planeta, o Brasil tem 388 milhões de hectares de terras agricultáveis férteis e de alta produtividade, dos quais 90 milhões ainda não foram explorados. Esses fatores fazem do país um lugar de vocação natural para a agropecuária e todos os negócios relacionados à suas cadeias produtivas. O agronegócio é hoje a principal locomotiva da economia brasileira e responde por um em cada três reais gerados no país.

Também é responsável por 33% do Produto Interno Bruto (PIB), 42% das exportações totais e 37% dos empregos brasileiros (MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, 2006 citado por SILVA; CESARIO; CAVALCANTI, 2006).

O Brasil está em expansão nas relações comerciais com o resto do mundo é inevitável desenvolver um processo institucional que permita ao país defender seus interesses junto aos fóruns internacionais que regulamentam as práticas comerciais. São conhecidas as barreiras tarifárias e não tarifárias existentes no comércio internacional. São inúmeras as possibilidades de restrições que se abrem no campo das barreiras não tarifárias para os produtos brasileiros: restrições ambientais, sociais, sanitárias, padrões de qualidade distintos.

Para Zylbersztajn (2005), o conceito de cadeias agroindustriais começou a ser difundido no Brasil a partir dos anos 1990, passou a tratar o setor agrícola não mais isolado, mas integrou também os setores de suprimentos e distribuição, tanto para métodos de políticas agroindustriais ou para estratégias para o setor privado. Instituições de todo o mundo estão revendo suas políticas agrícolas bem como as suas economias, focalizando suas atenções para os agronegócios e investindo em ensino e pesquisa.

Até em pouco tempo a maioria das pessoas relacionavam a agricultura brasileira apenas com as atividades realizadas dentro das propriedades rurais, mas esse cenário mudou, pois alguns setores do campo passaram a depender de tecnologias para continuar produzindo ou para melhorar seus processos para continuar no mercado.

Essa visão sistêmica ou de inter-relação dos vários agentes do sistema de produção chama-se *agribusiness*, agronegócio ou complexo agroindustrial. Tal conjunto de atividades, que tem início nos fornecedores de insumos e bens de produção e fim nos consumidores, representa um papel fundamental na economia brasileira, além de ser o setor-chave de inserção do Brasil no mercado externo (MENDES E PADILHA JUNIOR, 2010, p. 45).

A partir da industrialização agrícola no início dos anos 60, as atividades do campo expandiram-se da porteira para fora e passaram a desenvolver atividades que envolvem processos diretos e indiretos na cadeia agroalimentar, ou seja, todos os elos da agricultura e pecuária estão envolvidos de alguma forma com outras. Ao contrário do que se pensava no passado, atualmente é preciso entender como agronegócio todas as operações relacionadas com a produção, distribuição de suprimentos agrícolas, armazenamento e processamento da produção agrícola.

Segundo Batalha et al. (2009), fator da gestão agroindustrial ganhou relevância e destaque na última década no Brasil, no qual, essa situação decorreu da importância do setor de agronegócios ser um grande gerador de renda, emprego e pelo importante desempenho que as empresas vem obtendo desse setor diante do mercado internacional.

O Brasil hoje é o maior exportador de *commodities* do mundo, posição excelente para o PIB e para a economia nacional, mas esse fato o torna muito dependente de alguns mercados externos e da situação econômica dos países importadores.

Uma boa oportunidade para o agronegócio brasileiro seria buscar meios de melhorar a qualidade de uma parte de sua produção e desenvolver possibilidades para fornecer esses produtos diferenciados para nichos de mercado, a fim de garantir melhores preços, uma oportunidade de melhoria é investir no processo de certificação de seu produto transformando-o de *commodity* para produto especial, alcançando maior valor e reconhecimento no diferencial de sua qualidade por parte do consumidor. Podemos atrair novos mercados, que desejem adquirir produtos especiais dentro das conformidades de um processo de certificação.

2.1 Importância da cafeicultura para o agronegócio brasileiro

Entre tantas *commodities* produzidas, o café já foi o “carro-chefe” das exportações brasileiras até a década 80, garantindo ao país o *status* de maior produtor e exportador por muitas décadas, e ainda é o maior exportador mundial de café, apesar de exportar apenas 6% de sua produção, quando em outras décadas já foi responsável por 90% das exportações mundiais. A causa pela qual o Brasil vem perdendo o mercado internacional é o crescente aumento na produção da cultura cafeeira por outros países como Vietnã, Colômbia e América Central.

O cafeeiro é produzido em mais de 60 países em desenvolvimento e consumido, em sua grande maioria nos países desenvolvidos, onde as vendas anuais correspondem a milhões de dólares. Estima-se que 25 milhões de pessoas dependem da produção de café para sobreviver e mais de 100 milhões estejam envolvidas no setor desde a produção na propriedade rural até o processamento e venda, segundo Bliska, Pereira e Giomo (2007).

A partir do início dos anos 90, a cafeicultura brasileira passou pelo processo de desregulamentação do setor cafeeiro. Pois ocorreu a extinção do Instituto Brasileiro do Café (IBC) e a retirada do Brasil dos acordos internacionais, responsável por levar o setor a uma profunda crise. Com fim dos acordos internacionais, ocorreu a entrada de novos concorrentes no mercado mundial e uma brusca queda nos preços do produto de acordo com Ortega e Jesus (2008, p. 2).

O café já foi um dos produtos agrícolas de maior importância para a economia brasileira, por longos anos foi o produto que o país mais exportou, o que o tornou grande

gerador de renda para a balança comercial brasileira, apesar de hoje não ser a *commodity* principal das exportações brasileiras, ainda somos o maior produtor e exportador, considerando que o café é a segunda *commodity* mais comercializada mundialmente ficando atrás apenas do petróleo, e depois da água é a bebida mais popular com um consumo anual de mais de 400 bilhões de xícaras.

O café teve sua importância para o desenvolvimento do Brasil, sendo o principal elemento econômico do centro-sul do país entre os anos 1800 a 1975. Por longo período, o café foi a maior fonte de riqueza para o país com participação de até 60% na receita das exportações entre os anos de 1870 a 1890. Tal desenvolvimento também resultou em drástica redução da Mata Atlântica no sudeste do país (IBC, 1964, 1977, 1989; MATIELLO et al., 2002; RUFINO, 2003 citado por MOREIRA, 2009, p. 13).

O Brasil apesar de ter sofrido uma queda muito grande com a relação à produção e exportação do café, como afirma os dados citados por Moreira (2009), “O Brasil é o maior produtor e exportador mundial de café há 150 anos, com 38 milhões de sacas de 60 quilos produzidas e 26 milhões de sacas exportadas na média dos anos de 2003 a 2007” (CONAB, 2007; ICO, 2008; MOREIRA, 2009).

O café continua sendo importante gerador de divisas para o país, visto que contribuiu com mais de 2% do valor total das exportações brasileiras. Em 2002/03, a produção de café no Brasil correspondeu a cerca de 40% do total mundial, tornando o país o maior produtor e exportador. O Brasil destacou-se também como o segundo maior consumidor de café, com um consumo anual de 13.900 milhões de sacas de 60 kg (AGRIANUAL, 2005 citado por SANTOS et al., 2009).

Esta *commodity* – segunda mercadoria mais negociável no mundo, depois do petróleo – destaque como fonte de divisas para a economia brasileira, pela sua participação na receita cambial, pela transferência de renda a outros setores da economia, pela contribuição à formação de capital no setor agrícola do país, além da expressiva capacidade de absorção de mão-de-obra, merece uma atenção especial. De acordo com Assembléia (2004, citado por CISCON; ALVES, 2005), só para se ter uma idéia da importância do café na economia nacional, as safras dos últimos cinco anos geraram quantidades variando de US\$ 2,4 a 3 bilhões em receitas cambiais para o Brasil, correspondendo a 5,1% do valor total das exportações brasileiras; e 24,9% da produção global de café (CISCON; ALVES, 2005).

2.2 Histórico do café no Brasil

Segundo relatos da Revista Cafeicultura de 27/12/2005 a introdução da cultura cafeeira no Brasil data de 1727, quando algumas mudas foram trazidas da Guiana Francesa e plantadas no Pará. Em 1731, saíram pequenas quantidades de café do Brasil para Portugal, onde o consumo era pequeno. Na mesma época, entretanto, já havia uma bolsa de café em Nova York. Enquanto o Reino Unido substituía seu consumo, pelo chá da Índia. Os EUA, após a independência, foram um dos primeiros países a importar café do Brasil.

Em 1780, já havia pequenos cafezais na Bahia. As mudas e sementes espalharam-se pelo atual estado do Rio de Janeiro, tendo a província de Vassouras se transformado na capital do café brasileiro nas primeiras décadas do séc. XIX.

A Cultura Paulista ocorreu em 1790. A partir de 1850, fazendeiros paulistas introduziram imigrantes na cultura do café. Para dar bom rendimento, o cafeeiro precisa de terra de qualidade muito boa e tratamento cuidadoso. A introdução do colono europeu nos cafezais atendeu a essa segunda exigência. Assim, cerca de 1860, a produção do vale do Paraíba cresceu tanto que a província de São Paulo passou a ser o principal centro produtor de café do país. A partir de então, o café ganhou importância crescente na economia brasileira, fazendo com que as velhas regiões agrícolas do Norte ficassem em plano secundário diante das mais recentes no Centro-Sul.

Pereira et al. (2010) afirma que a situação do mercado brasileiro de café foi marcado pela intervenção do governo, desde o início do século XX, onde foram adotadas políticas que trazia benefícios para os produtores de café por garantir o preço bem como as vendas da produção cafeeira. Conseqüentemente, após um longo período de regulamentação do mercado houve a alteração afirma Saes e Javo (1997), onde ocorreram modificações importantes na estrutura enquanto na absorção dos riscos pelos agentes da cadeia produtiva do setor cafeeiro brasileiro.

O café proporcionou um novo ciclo econômico no Brasil, criando novas possibilidades de acumulação de capital, provocando as condições básicas para a industrialização. Depois dos senhores de engenho, que foram os "barões do açúcar", os fazendeiros, ou "barões do café", se constituíram na camada dirigente brasileira. Passado o período de governo militar após a Proclamação da República, os três primeiros presidentes civis foram paulistas. Desde a década de 1890, o Brasil se tornou o maior produtor mundial de café.

No ano de 1906, ocorreu uma superprodução de café e a fim de evitar uma crise grave, medidas comuns para a defesa dos preços do produto foram tomadas. De 1920 á 1930, a produção brasileira alcançou 167 milhões de sacas, sendo exportadas 137 milhões.

A quebra da bolsa de Nova York, em 1929, provocou a quebra do café. O governo Getúlio Vargas utilizou dois recursos para contornar a crise do café: eliminação dos estoques em que na década de 1930 foram queimadas 71 milhões de sacas, quantidade que daria para atender ao consumo mundial por três anos e expansão das exportações.

O Instituto Brasileiro do Café (IBC) foi criado em 1952 para controlar nova crise de superprodução do café, que contava com um conselho-diretor com representantes de dez estados produtores de café e para manter o subsidio governamental no comércio para evitar aumento do preço do varejo.

Em 1985, houve um estímulo com o aumento das cotas de exportações do produto provocado pelo crescimento do consumo do mercado norte-americano. A melhoria das técnicas de produção e o combate sistemático às pragas da lavoura melhoraram a produtividade nos anos noventa.

Para Pereira et al. (2010), em um novo contexto, revogava-se a certeza acerca da demanda a garantia de comercializar todo o volume produzido a um preço que satisfizesse as necessidades dos produtores. Com isso ocorreu á transferência de risco, que antes era assumido pelo governo aos elos que integravam a cadeia produtiva. Em um mercado que se encontrava em crise, a responsabilidade por realizar a negociação e a venda do café era dado como incerto. A partir dessa situação, os cafeicultores passaram a atuar em dos mercados agrícolas mais voláteis do país.

2.3 Dificuldades da cafeicultura

Apesar da cafeicultura, ser considerada uma importante geradora de renda e emprego para o país, as políticas governamentais não mais paternalistas, atualmente contribuíram para que muitos produtores de café tivessem suas condições para produzir limitadas ou desestimuladas e assim iniciaram uma migração para outras culturas.

O Brasil por mais de 30 anos esteve sob as regras impostas pelo IBC (Instituto Brasileiro do Café), entidade que servia para regulamentar as atividades agroindustriais do café. Sistema que mantinha uma regulamentação voltada unicamente para a projeção do setor no mercado externo. Para o segmento de torrefação e moagem do grão, cabia absorver a remessa que não era exportada.

O tabelamento de preços, por sua vez, ao fixar um preço único que os varejistas deveriam obedecer, além de descapitalizar as empresas, impediu a adoção de estratégias de segmentação e diferenciação, incentivando a concorrência por preço baixo. Dessa forma, a matéria-prima adquirida dos produtores rurais era a rejeitada no mercado internacional (SAES; SPERS, 2006, p. 355-356).

Ao implantar esse tipo de tabelamento o governo contribuiu para o desestímulo de investimentos em tecnologia no sistema cafeeiro do país, principalmente para os setores que faziam a torrefação e moagem dos grãos, essas empresas de beneficiamento de café ao perceberem que estavam sendo os mais prejudicados começaram a adquirir grãos verdes de baixa qualidade e adicionar outros tipos de grãos mais baratos como milho e cevada, junto a composição do café torrado e moído.

Com a falta de estímulos mercadológicos para o consumo de café, e a falta de qualidade existente no produto no mercado interno houve uma queda no consumo de café dentro do país, era o consumidor local tomando atitude em relação a deterioração do café comercializado no país.

Entre muitos acertos o país cometeu várias falhas no desenvolvimento de políticas para o setor agrícola e algumas delas específicas para a cafeicultura. Se as políticas tivessem dado maior atenção para alguns processos de produção cafeeira, o café seria de melhor qualidade, alcançaria melhores preços, as exportações não teriam caído tanto e a produção não seria desestimulada.

Para Favarão e Frederico (2010), como as políticas internas durante a regulamentação IBC vigoravam conforme acordado com as políticas internacionais elaboradas pela Organização Internacional do Café (OIC), essa instituição de caráter internacional, formada pelos maiores países produtores e importadores de café, foi a responsável pela criação de acordos internacionais de cotas e tabelamento de preços. Com a forte regulação do mercado tanto interna como externa não estimulava os envolvidos no processo da cadeia cafeeira ao aumento de produção e a diferenciação da qualidade do café entre as diferentes regiões produtoras brasileiras. Pois ocorria uma tradição de políticas públicas voltadas apenas para a regulação de preço e quantidade produzida, com essa política houve o detrimento da qualidade, tornando o café brasileiro conhecido como um produto de baixa qualidade.

Apesar de todos os entraves que a cafeicultura brasileira sofreu nas últimas décadas, com queda de preço na comercialização das sacas, políticas públicas desestimulantes, abandono da cultura do cafeeiro por parte de muitos produtores, a cafeicultura ainda é uma das culturas que tem segurado trabalhadores na zona rural.

Segundo Zambolim (2007), afirma que a cafeicultura ainda é uma das atividades mais importantes do Brasil, pois, além de manter o homem no campo, propicia oportunidade de trabalho para milhões de pessoas numa época em que a oferta de mão de obra é infinitamente superior a demanda. Ainda, a cafeicultura é a única opção viável para milhares de pequenos produtores, nos estados de Minas Gerais, Espírito Santo, Paraná e São Paulo.

2.4 A certificação na cafeicultura

A busca por qualidade na indústria de alimentos apresentou um crescimento constante nos últimos anos, conseqüência da mudança da preferência por parte dos consumidores. Onde muitos estão dispostos a pagar mais por produtos que possuam alguns diferenciais desejados, que incluem parâmetros tangíveis e intangíveis.

As possibilidades de segmentação e diferenciação estão entre os fatores mais relevantes que influenciam a competitividade dos produtos agroindustriais. Com relação a isso estão alguns atributos de qualidade, exigências de certificação, como instrumentos de competitividade para o produto final. Com a crescente demanda por, especificamente em países desenvolvidos, por produto saudáveis e corretos sob o ponto de vista social, possibilita a incorporação de novos aspectos de qualidade.

Atualmente o segmento de cafés especiais representa cerca de 12% do mercado internacional de bebidas. Os atributos de qualidade do café cobrem uma ampla gama de conceitos, que vão desde as características físicas, como origem, variedade, cor, tamanho, até a preocupação de ordem ambiental e social, como as formas de produção e as condições da mão-de-obra.

O consumidor não consegue distinguir após saborear a bebida, se ela possui os atributos desejados, são as qualidades intangíveis, o fortalecimento da confiança na entidade certificadora estimula a comprovação das qualidades e atributos desejados contidos em selos nas embalagens.

A escolha do consumidor é o principal fator que leva o produtor rural a certificar seu produto. E o consumidor é motivado pela boa qualidade do café e por suas implicações positivas sobre as condições de trabalho na agricultura e sobre o meio ambiente.

O cafeicultor sustentável obtém rendimentos maiores do que o produtor convencional, de acordo com o tipo de certificação adotado, maior respeito a saúde do trabalhador das culturas cafeeiras e a redução do uso de agrotóxicos ou o banimento dessas substâncias contribuindo consideravelmente com o meio ambiente.

A matriz de qualidade agroalimentar busca minimizar os riscos e criar mecanismos de prevenção, através do envolvimento de cada elo da cadeia produtiva, da distribuição e de agentes reguladores. A matriz não se restringe às questões de controle, padronização e certificação, mas avança sobre aspectos de gestão das empresas, das relações entre os diversos participantes e da geração de conhecimento compartilhado, (SILVA et al. 2008, p. 5).

No Brasil, a cultura de certificação vem crescendo, porém quase toda a produção se destina para o mercado internacional, onde gera algumas divergências sobre possibilidades por desenvolver uma demanda por café certificado no mercado brasileiro, onde por enquanto consumimos apenas 5% do café que recebeu certificação.

Entre as várias certificações voltadas para gestão ambiental que se encontram disponíveis para garantir a qualidade das conformidades nos processos produtivos bem com ao produto final, neste trabalho vamos abordar apenas *Fair Trade* “comércio justo” e a certificação da série ISO 14000, ambas ligadas com responsabilidade ambiental.

2.5 Certificação *Fair Trade*

A partir dos anos 60, o preço de produtos agrícolas, considerados *commodities*, teve uma queda de preço significativa. Como consequência dessa queda de preço, os produtores tiveram que trabalhar mais e por maior tempo, recebendo menos dinheiro, em que por diversas vezes esse dinheiro não cobria nem os custos obtidos com a produção, ocorrendo assim o endividamento de muitos produtores, bem como outros perderam suas terras e bens.

A *Fair Trade* surgiu nos anos 80 a fim de buscar apoio para pequenos produtores em países que estavam em desenvolvimento ajudando-os a obterem melhores condições de preço em seus produtos e procurou melhorar as condições de vida e das comunidades onde esses produtores rurais viviam.

Os preços pagos por produtos do Comércio Justo garantem aos pequenos produtores inseridos nesse contexto de certificação um preço mínimo que cobrem os gastos tidos na produção e também uma margem de lucro para que haja estabilidade familiar bem como novos investimentos para a melhoria de sua produção.

A principal razão para realizar a certificação de um produto pela *Fair Trade* é a necessidade de garantir perante aos consumidores que os produtos adquiridos têm sua origem na produção de agricultura familiar, onde estão inseridas formas corretas de manejo sustentável em todo o seu processo produtivo, colheita e pós-colheita, e assegura aos produtores de café um preço justo que garanta um sustento adequado para sua família, bem

como respeita normas exigidas para a segurança dos trabalhadores dentro do seu processo produtivo.

Para assegurar a veracidade de que seu produto foi produzido dentro dos padrões de Comércio Justo, a empresa certificadora lhes oferece um selo para esses produtores utilizarem em seus produtos a fim de garantir diante do consumidor a origem de seu produto e o processo empregado, sem esse selo os consumidores não identificam essas qualidades e podem relacionar algum tipo de propaganda desse tipo de produto com truque de marketing, deixando de adquirir tais produtos.

Segundo Storch (2007), a fim de acabar com as dúvidas que havia perante os produtos do Comércio Justo, foi criado em 1997 a FLO – *Fairtrade Labelling Organisation* – a qual estabelece um conjunto de normas e padrões que os produtores e comerciantes devem cumprir para receber a certificação *Fair Trade*.

As normas estabelecidas pelo Comércio Justo mantêm critérios nas áreas ambiental, social e econômica e seus objetivos fundamentais se resumem em garantia de preço mínimo de comércio justo entre os produtores e compradores, facilitar relações comerciais entre os agentes envolvidos dentro do contexto certificado, facilitar relações comerciais com vantagens no longo prazo, garantir financiamento agrícola quando necessário e fornecer prêmios adicionais de comércio justo que possam ser revertidos em trabalhos sociais, ambientais e econômicos para os produtores.

O Brasil é o maior produtor de café, porém vendido como *commodity*, a atividade está se tornando menos interessante, pois há grande flutuação do preço no mercado internacional, resultado do crescimento da produção mundial e da entrada de novos competidores importantes no cenário internacional. Desse modo, a saída para os produtores de café é buscar qualidade e ocupar nichos de mercado (SOUZA et al; 2006 p.3).

Para Gomes (2010), o conceito de *Fair Trade*, segundo alguns autores, nasceu na década de 60, através de grupos, que vendiam em pequenas lojas, produtos de pequenos produtores isolados do comércio internacional. A intenção era ajudar esses pequenos produtores a superar as dificuldades que lhes eram impostas pelo comércio internacional, tais como, flutuações dos mercados de *commodities*, falta de acesso a créditos e seguro apropriação de valores adicionados, por intermediários, e falta de oportunidades por dificuldades de acesso de capital e informações de mercado, sem acesso as novas tecnologias e sem condições de competir com grandes produtores.

A certificação *Fair Trade* para os pequenos produtores permite a incorporação com mais facilidade ao mercado de cafés diferenciados. Mas devem ser certificados por

agências reconhecidas internacionalmente com isso há um grande interesse do consumidor externo em comprar diretamente do produtor ou grupos de pequenos produtores, o que reduz o número de intermediários e favorece a negociação das margens, aumentando o lucro para o produtor certificado.

A flutuação de preços no mercado de *commodities*, a falta de acesso ao crédito, e a concorrência com outros países produtores, faz surgir uma necessidade por parte de pequenos produtores de uma diferenciação do produto, e a certificação *Fair Trade* surge como uma alternativa a esse problema (GOMES, 2010, p. 17).

As mudanças que devem ocorrer no sistema de produção para certificação de pequenos produtores na *Fair Trade* são pequenas, pois se considera que estes produtores utilizam poucos insumos químicos e a mão-de-obra na maioria das vezes é familiar. Entre as maiores restrições para adquirir a certificação referem-se à falta ou pouca disponibilidade de recursos, a apoio técnico e alguns incentivos aos produtores e comercialização da produção.

A melhoria na qualidade do café produzido está relacionado com a certificação e queda das barreiras que dificultavam esse tipo de processo, os produtores passaram a desenvolver métodos de melhoria para a qualidade do produto, ocorrendo assim à aproximação das lavouras cafeeiras ao consumidor final apresentando considerável aumento dos ganhos no setor.

Para Gomes (2010, p. 17) já existe um mercado crescente para produtos certificados *Fair Trade*, além de um aumento da consciência dos consumidores em relação a questões ligadas à sustentabilidade, desde a produção ao descarte, a certificação *Fair Trade* atende a questões como o pequeno produtor pode se inserir nesse mercado, quais as dificuldades no processo de certificação, como essas dificuldades foram superadas por algumas organizações de pequenos produtores.

A qualidade adquirida no café é o resultado da interação da cultura com o meio ambiente, com tratamentos culturais, com a colheita, com a pós-colheita, com o beneficiamento, com o armazenamento; e a qualidade do café servido em nossas casas, além destes, ainda depende da torra, da moagem e do preparo do mesmo.

Um dos objetivos da certificação é o de informar aos consumidores a localização onde ocorreu a produção do grão, de forma que possa permitir que o produtor seja responsabilizado por eventuais falhas ocorridas durante o processo de produção que possam resultar em um produto com a qualidade inferior exigidas, gerando insatisfação do consumidor.

A certificação da qualidade tem como meta informar aos consumidores antes do consumo do produto, as características e peculiaridades do mesmo, para orientar a sua escolha

e a tomada de decisão na hora da compra. Para o processo de certificação o fornecedor é também parte responsável por assegurar que os produtos atendam e, se for necessário, que continuem a atender as exigências dos consumidores.

Para a cafeicultura a certificação de Comércio Justo, tem contribuído muito no que se refere á transformação da produção de *commodity* para café especial, contribuindo para um processo produtivo mais limpo, gerando assim maiores ganhos para todos os envolvidos na cadeia produtiva, principalmente para os produtores certificados, melhorando a qualidade de vida na zona rural.

Considerando que ao longo dos últimos anos, o mercado de comércio justo cresceu muito rapidamente. As taxas de aumento de preço estão bem acima da média dos aumentos de alimentos convencionais, onde o café é o produto que ocupa a segunda colocação no valor de venda pelo *Fair Trade*. O café é fornecido exclusivamente por pequenos produtores organizados em cooperativas ou associações de classe.

A Entidade *Fair Trade* tem como objetivo organizar e desenvolver projetos de certificação que contribua para o desenvolvimento de pequenos produtores desfavorecidos, com a missão de colocá-los no mercado, mais competitivos pelo diferencial existente em seu produto.

2.6 Certificação *UTZ Certified*

A *UTZ Kapeh* teve seu nome alterado para *UTZ Certified* recentemente, e é uma entidade de certificação a nível mundial, ligada a produção e fornecimento responsável de café, exigindo um padrão de qualidade superior aos demais tipos de café. A tradução de *UTZ Kapeh* é “café bom” na língua maia, que teve sua origem na América Central, onde foi fundada em 1997, por produtores de café dessa região em conjunto com uma torrefadora européia.

O café é considerado um produto em que sua qualidade só poderá ser identificada após o seu consumo, várias empresas vem trabalhando para desenvolver métodos que atribua qualidade ao café antes do produto estar disponível para o consumo, isto é, antes de receber qualquer processo pós-colheita. Este tipo de trabalho realizado para garantir a qualidade do grão de café não é nada mais do que a certificação de seu processo produtivo nas propriedades rurais produtoras.

Este tipo de atividade vem ocorrendo por ter assimetria nas informações relacionadas com os elos da cadeia agroindustrial do café. Um fato que gera informações assimétricas está

na questão de que muitas vezes um produto de qualidade superior é comercializado ao mesmo preço em que um produto de qualidade inferior é vendido. Esse tipo de erro ocorre pelo fato de o consumidor não estar ciente da procedência desse produto, bem como desconhece a qualidade real de tal produto, por falta de informações a cerca do mesmo no momento da compra.

O presente estudo leva em consideração a existência de informação assimétrica na cadeia do café. Ela pode ser explicada pelo fato de que, frequentemente, o fornecedor conhece muito mais a respeito da qualidade de seu produto do que o consumidor. E, no mercado de alimentos, o problema tem aumentado por diversos motivos: industrialização e crescimento da escala das empresas, tendência de suprimento globalizado dos supermercados e das indústrias, preocupação crescente dos consumidores com a saúde e crescente complexidade das cadeias de produção e distribuição (ZYLBERSZTAJN, 2000 citado por MARTINEZ; JESUS; CÓCARO, 2008).

A cafeicultura certificada pela *UTZ Certified* torna-se mundialmente conhecida como uma forma de produção responsável pelos métodos que são empregados de acordo com o Código de Conduta e Cadeia de Custódia. Para um agricultor conseguir a certificação para a sua lavoura cafeeira é necessário que o mesmo siga a risca todos os procedimentos estabelecidos nos dois termos acima citados.

O Código de Conduta *UTZ Certified* inclui elementos, como padrões para manutenção de registros, uso minimizado e documentado de defensivos agrícolas onde alguns produtos são de uso restrito, ou seja, não é permitido o seu uso, de alguns produtos para a proteção da lavoura cafeeira, proteção dos empregados com o uso de EPI's necessários e dos direitos trabalhistas e a educação para os empregados e seus familiares (MARTINEZ, 2008).

Para Sampaio (2007), o café com selo *UTZ Kapeh*, garante ao produtor um *status* de que seu produto possui maior valor agregado, quem compra tem a certeza de aquele produto foi produzido conforme o Código de Conduta exigido pela certificadora, e esse valor agregado é reconhecido na hora da venda, pois alcança maiores preços aos demais produtos sem certificação, comprovando que produtores certificados pela *UTZ Kapeh* recebem prêmios por seu café certificado.

As exigências da Cadeia de Custódia *UTZ CERTIFIED* foram elaboradas para estabelecer, com um alto grau de confiança, que o café *UTZ CERTIFIED* se origina de um produtor *UTZ CERTIFIED*. Essas exigências são um conjunto de exigências técnicas e administrativas que abrangem toda a cadeia de forma a assegurar a rastreabilidade do café *UTZ CERTIFIED*. Portanto, elas incluem, sobretudo, critérios para a separação física e administrativa do café *UTZ CERTIFIED* do que não é *UTZ CERTIFIED* (*UTZ CERTIFIED Good Inside*, 2011, p.3).

Para esse tipo de documento de rastreabilidade do café, deve-se aplicar a todas as operações e atividades realizadas na cadeia de fornecimento do café, pois envolvem o manuseio físico de produtos certificados pelo selo *UTZ Certified*, mudanças de propriedade para fornecedor ou para o consumidor com declarações sobre o produto. O programa de certificação de café *UTZ Certified* com as exigências estabelecidas em sua Cadeia de Custódia que fornecem proteção apenas para café. Outros produtos derivados de café não podem ser incluídos nessa cobertura.

O conceito dos consumidores relacionado á qualidade do café está se espalhando pelo mundo todo. Pois esse tipo de consumidor está interessado em conhecer as condições que o café foi produzido, e exigindo desde a transparência de sua origem até a rastreabilidade do produto final. E o processo de certificação *UTZ Certified* vem cumprindo com as exigências estabelecidas por esse consumidor, garantido-lhes segurança em toda a cadeia produtiva e fornecendo esse produto para mercados competitivos assegurando para os produtores melhor preço na venda de suas sacas de café.

O processo de certificação *UTZ Certified* por se tratar de uma norma específica para atividades da cafeicultura garante para o consumidor final a origem onde ocorreu a produção, bem como as responsabilidades sociais e ambientais empregadas em seu processo produtivo.

Segundo Sampaio (2007), a *UTZ Certified* foi criada com a finalidade de estabelecer um padrão global para produção do café, socialmente e ambientalmente responsável. A *UTZ Certified* está apta para fornecer a garantia necessária da produção de forma responsável que suas marcas esperam obter. E auxilia os produtores de café a serem mais profissionais e competitivos em suas atividades de produção e comercialização. O programa de certificação *UTZ Certified* tem a responsabilidade de capacitar suas marcas de café a incorporarem e demonstrarem com práticas empresariais social e ambientalmente corretas em toda a sua cadeia produtiva e com credibilidade.

A certificação é realizada por certificadores independentes, o processo de inspeção ocorre anualmente de acordo com o regulamento exigido pelo Código de Conduta, através de uma Entidade Certificadora e também da Cadeia de Custódia, a partir dos resultados obtidos na auditoria será determinado se o produtor de café está em condições de manter sua certificação ou se os dos coletados apresentam inadequações, impedindo este de manter sua certificação.

A rastreabilidade do café certificado pela *UTZ Certified* acontece desde o cafeicultor até a torrefadora, através de dois processos rastreáveis, um é o sistema de rastreamento eletrônico da *UTZ Certified* e aplica-se as exigências da Cadeia de Custódia.

O sistema de rastreamento eletrônico é feito quando o cafeicultor certificado realiza a venda de seu café para um comprador com registro na *UTZ Certified*, através desse processo um número de rastreabilidade é direcionado para o contrato nessa transação comercial, o número deverá acompanhar o lote de café desde a propriedade rural até o consumidor final.

A fim de garantir se o café vendido como *UTZ Certified* tem sua origem realmente em um produtor certificado, a Cadeia de Custódia aplica exigências administrativas e técnicas de aplicação a toda a cadeia para que esta se torne rastreável, como manter o café *UTZ Certified* separado do café que não tem essa certificação e fazer a atualização de registros de produtores, fornecedores e compradores.

A produção de café pela *UTZ Certified* não tem como único objetivo a qualidade e melhor preço do produto, e sim para cumprir exigências do consumidor que está preocupado com os cuidados dispensados para o trabalhador rural e sua família, tais como não utilização de mão-de-obra infantil e enviar as crianças da zona rural para a escola, habitação adequada aos funcionários que vivem dentro da propriedade, assistência médica, capacitação da mão - de - obra, utilização de equipamentos adequados e produtores bem informados nas relações de mercado.

Com o crescente mercado de cafés especiais, com gestão ambiental e certificados, requer a diminuição no uso de defensivos químicos e adoção dos princípios de competitividade, sustentabilidade e rastreabilidade. Há cada vez mais a necessidade de repensar mudanças de hábitos e atitudes, mediante a adoção de práticas culturais inovadoras e eficientes, em substituição às práticas convencionais que agridem o meio ambiente (SANTOS et al., 2007).

Outro fator que estimula a certificação de propriedades rurais com a *UTZ Certified* é preocupação dos consumidores com a preservação com o meio ambiente. Adequando sua produção cafeeira as responsabilidades ambientais corretas. Utilização de agrotóxicos reduzidos e o banimento de alguns deles da lavoura, por causar contaminação ao meio ambiente e intoxicação de alimentos.

2.7 Certificação ISO 9000

A certificação ISO 9000 é a norma internacional que foi traduzida e oficializada no Brasil pela primeira vez em 1990, pelo comitê de qualidade brasileiro, conhecido como CB 25, o qual é participante na elaboração das normas em Genebra na Suíça localização da sede da ISO – International Organization for Standardization. O objetivo da ISO é elaborar normas com padrões internacionais, com a finalidade de facilitar as transações comerciais entre mais de 150 países.

No Brasil existem duas entidades que tratam de normas técnicas em todo o país. O INMETRO (Instituto de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial) que está vinculado ao governo federal, e a ABNT, Associação Brasileira de Normas Técnicas instituição de natureza privada, responsável pela operação e normalização técnica no país, através dos Comitês Brasileiros de Normalização. O INMETRO é o responsável pela tradução oficial e credenciamento das empresas que prestam consultoria e auditoria para a certificação oficial em Gestão da Qualidade.

Uma empresa com o certificado da ISO 9000 terá capacidade de conquistar novos mercados. Principalmente para quem pretende entregar sua produção no mercado internacional ou vender produtos a organizações multinacionais, para esse tipo de atuação nas transações comerciais a certificação torna-se um requisito de grande importância. Isto ocorre em consequência no alinhamento com as normas internacionais de qualidade que buscam eliminar eventuais diferenças técnicas entre as empresas.

Certificação é um conjunto de atividades desenvolvidas por um organismo independente, sem relação comercial, com o objetivo de testar publicamente, por escrito, que determinado produto ou processo está em conformidade com os requisitos especificados. Esses requisitos podem ser nacionais, estrangeiros ou internacionais (MARSHALL JUNIOR et al., 2010, p. 71).

A NBR ISO 9000 garante as entidades certificadas uma ferramenta adicional, a fim de aumentar cada vez mais a eficiência e eficácia dos serviços realizados. Pode definir claramente quais as responsabilidades e autoridades para cada pessoa designada para uma função.

Capacita os envolvidos no processo produtivo, procura reduzir custos com maior eficiência e redução de poluição ao meio ambiente, resultando em uma produção com maior poder de competitividade e participação no mercado.

Ao implantar a ISO 9000 em sua propriedade um produtor de café consegue prever e identificar alguns problemas, eliminando-os ou impedindo que eles lhes causem maiores

prejuízos. Criando assim um diferencial no seu processo produtivo garantido maior qualidade para seu produto, podendo então desenvolver marketing de seu produto.

Quando se tem uma certificação na área de sistema de gestão da qualidade como a ISO 9000, pode se eliminar algumas barreiras técnicas e comerciais que existem nas transações comerciais em diversos países, facilitando a entrada do produto em vários tipos de mercados antes não conquistados.

O Brasil, assim como muitos outros países tipicamente agrícolas, está buscando diferenciar seus produtos no mercado, oferecendo maior qualidade e segurança dos mesmos aos consumidores. Tal anseio é devido ao desenvolvimento em direção à proteção de seus alimentos, seus conhecimentos e habilidades (know-how) e devido à necessidade e demanda mundial de produtos mais saudáveis, ecologicamente corretos, rastreáveis, dentre outros (SILVA FILHO; PALLET E BRABET, 2002, p. 4).

Por se tratar de um país com sua economia voltada basicamente para o setor agropecuário, o Brasil através de suas organizações do setor agrícola tem trabalhado para o desenvolvimento e processo de implantação de certificações, como a ISO 9000, visando a qualidade de seu produto bem como para a gestão dos recursos ambientais, que estão inseridos em seu processo produtivo.

Para Dias (2010) o nível de competitividade de uma empresa depende de vários fatores, variados e complexos que se inter-relacionam e são muito dependentes um dos outros, como os custos, qualidade do produto, capital humano, nível do controle da qualidade, capacidade tecnológica e inovação. A preocupação com a gestão ambiental vem crescendo rapidamente nos últimos anos, ocupando assim lugar de destaque dentro no gerenciamento de empresas, buscando desenvolver competitividade, com relação aos benefícios que se adquire com a implantação de processos produtivos e alguns fatores que são potencializados.

Desenvolver e gerenciar um processo de qualidade significa obter metas e objetivos para alcançar a qualidade, e a partir destes pontos, planejar e agir com o objetivo de atingir. A qualidade é o item mais importante das principais características de um produto, quanto maior a qualidade de um produto maior será a as exigências por parte dos clientes, tornando obrigatório que produtores e fornecedores coloquem seus produtos no mercado com a qualidade cobrada.

Uma empresa deve saber quais processos são necessários para a implantação da NBR ISO 9000, relacionados com a gestão de qualidade e a sua aplicação envolvendo todos os elos produtivos necessários para a melhor forma de implantação da certificação e também para limitar sua frequência e interação. São necessários que se definam os critérios e as formas em que as operações serão colocadas em prática, a fim de que os resultados adquiridos sejam

eficazes, e com o objetivo de manter disponível os recursos e as informações em que se poderá manter operações voltadas para o monitoramento, análise que levaram o processo aos resultados desejados e a sua melhoria contínua.

Segundo Vieira Filho (2007, 120), uma organização deve manter de maneira eficaz o gerenciamento de suas atividades interligadas para que ocorra o funcionamento da melhor forma possível. Para uma atividade que utiliza recursos deve ser gerenciada de forma a possibilitar a transformação de entradas e saídas em que possa ser considerado um processo, pois freqüentemente quando ocorre uma saída de um processo, acontece o início de outro.

2.6 Certificação ISO 14000

Em um breve histórico da NBR ISO 14000, temos o Brasil como um dos fundadores e membro da International Organization for Standardization (ISO), onde é representado pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) que está ligado ao Fórum Nacional de Normalização e promove a elaboração de normas técnicas em diversos domínios de atividades. A ABNT ostenta o cargo de membro "P", isto é, com direito a voto no Fórum Internacional de Normalização.

Durante a Rio 92 foi proposta a criação, junto à ISO, de um grupo especial para estudar a elaboração de normas de gestão ambiental. O grupo propôs a criação de um Comitê específico e independente dentro da ISO, para tratar das questões de gestão ambiental.

Em 1993, a ISO estabeleceu o Comitê Técnico 207 - Gestão Ambiental para desenvolver a série de normas internacionais de gestão ambiental, do que já vinha sendo feito pela ISO 9000 na Gestão de Qualidade. A série recebeu o nome de ISO 14000, pois refere-se a vários aspectos, como sistemas de gestão ambiental, auditorias ambientais, rotulagem ambiental, avaliação do desempenho ambiental, avaliação do ciclo de vida e bem como a terminologia.

Já em 1994 foi criado junto à ABNT, o Grupo de Apoio à Normalização Ambiental (GANA), resultado de esforços de empresas, associações e entidades representativas de importantes segmentos econômicos e técnicos brasileiros. Esse grupo tinha como objetivo realizar análises e acompanhamento nos trabalhos desenvolvidos pelo TC-207 da ISO e identificar bem como avaliar os impactos dessas normas ambientais a nível internacional na estrutura das organizações brasileiras envolvidas nesse processo.

O trabalho realizado pelo GANA concretizou na elaboração das normas da série ISO 14000, que influiu decisivamente para que os interesses da indústria nacional fossem levados

em conta na referida série, evitando-se que prevalecessem as visões dos países desenvolvidos. Por esse trabalho em defesa de organizações nacionais, neste contexto podemos hoje contar com muitas empresas brasileiras de vários setores certificadas pela ISO 14000, onde um desses setores esta a produção cafeeira, pois esse produto deixa de ser uma *commodity*, sendo reconhecido internacionalmente como produto de modalidade especial (ABNT, 2011).

O GANA encerra suas atividades em 1998, e ano seguinte a ABNT criou o Comitê Brasileiro de Gestão Ambiental - ABNT/CB-38, tendo como coordenador o Eng^o Haroldo Mattos de Lemos, ocorrendo modificações nas normas da série ISO 14000 a nível internacional, passando a elaborar normas brasileiras correspondentes.

Com a série ISO 14000, as normas ambientais transcendem as fronteiras nacionais e colocam a gestão ambiental no mesmo plano já alcançado pela gestão da qualidade. Cria-se, assim, mais oportunidades para o êxito da empresa que exporta e disputa sua posição em um mercado globalizado.

A Certificação Ambiental transformou-se, nos últimos anos em um tema de grande relevância para as organizações que buscam aumentar sua competitividade e assegurar a estabilidade de seus negócios. A abertura da economia à competição internacional e a luta por fatias de mercados cada vez mais disputados exigem maior qualidade dos produtos gerados e dos serviços prestados, como também requerem uma imagem ambiental correta junto ao cliente, seja ele externo ou interno. Ter certificados ambientais de suas instalações e de seus produtos constitui, hoje, uma credencial para participação de alguns mercados internacionais.

A amplitude do que se refere ao conceito de gestão ambiental esta diretamente ligada as estratégias das empresas, esses conceitos são colocados em prática através de processos com alto índice de aproveitamento e com ações objetivas.

Para Seiffert (2010), a gestão ambiental está ligada a três significados. A primeira é a política ambiental, um conjunto sólido de princípios doutrinários que formaliza questões sociais e governamentais no que sem concerne à regulamentação e modificações em seu uso, controle, proteção e conservação do ambiente.

Para o segundo significado, o planejamento ambiental visa à adequação dos itens citados anteriormente através de políticas ambientais, coordenação, articulação, compatibilização e implantação de projetos estruturais e não-estruturais.

O gerenciamento ambiental é o terceiro significado, ações destinadas a regularizar o uso, controle, proteção e conservação do meio ambiente, a fim de avaliar a conformidade da situação corrente com os princípios estabelecidos anteriormente.

A ISO 14000 dentro do contexto cafeeiro, evita problemas com inadimplência legal e restrições ou riscos ambientais, e uma forma de agregar valor ao produto, principalmente para quem está no início da cadeia, os produtores rurais, que utilizam a inserção da sua produção nos processos de gestão ambiental como argumentos de negociação de suas sacas de café.

O gerenciamento ambiental para os produtores de café, principalmente para os pequenos produtores envolvidos no processo de certificação se torna muito importante e necessário, pois lhes garantem melhor qualidade de sua produção e reconhecimento pelos métodos empregados em seu processo produtivo.

A cafeicultura brasileira por estar em um período de grande disputa de mercado atentou-se para a melhoria da qualidade de seus grãos de café e para preservação dos recursos naturais existentes nas propriedades produtoras e melhorar as técnicas utilizadas em seu manejo e processos empregados. “A cafeicultura vem buscando o desenvolvimento sustentável com produtos que utilizam sistemas de produção sustentáveis faltando apenas a comprovação formal, que eles podem obter se assim desejarem através dos selos de certificações” (FERRAZ, 2007, p. 16).

Segundo Cavalcanti (2003 citado por COSTA et al., 2007, p. 187), uma empresa relaciona-se com o meio ambiente causando impactos de diferentes tipos e intensidades. Dessa maneira, empresas ambientalmente responsáveis devem agir visando a manutenção e melhoria das condições ambientais, minimizando ações próprias potencialmente agressivas ao meio ambiente e disseminando em outras empresas as práticas e conhecimentos adquiridos nesse sentido.

Cada vez mais compradores, principalmente, importadores, estão exigindo a certificação ambiental nos moldes da série ISO 14.000, do Programa de Atuação Responsável, ou mesmo certificados ambientais específicos como, por exemplo, para produtos têxteis, madeiras, cereais, frutas e outros. Tais exigências são voltadas para a concessão do “Selo Verde”, mediante a rotulagem ambiental. Acordos internacionais, tratados de comércio e mesmo tarifas alfandegárias incluem questões ambientais na pauta de negociações, culminando com exigências não tarifárias que em geral afetam produtores de países exportadores (DE MEIRELES, 2002; DE SOUZA, 2002; DONAIRE, 1999 citado por MATIAS; VALADÃO JUNIOR, 2006, p. 5-6).

Por interferir diretamente na qualidade de vida da sociedade, a Gestão Ambiental tornou-se um fator relevante no mundo dos negócios. O conceito de gestão ambiental foi expandido e inclui repercussões sociais com ações ambientalistas e economicamente viáveis.

A responsabilidade social passou a fazer parte da missão das empresas à medida que se fortaleceu a convicção de que o Estado, mesmo em países desenvolvidos, enfrenta dificuldades para atender as demandas cada vez maiores da sociedade. Sob esta perspectiva, a

empresa passa a ser vista como uma instituição sócio-política com claras responsabilidades sociais que excedem a produção de bens e serviços (DONAIRE, 1999 citado por MATIAS; VALADÃO JUNIOR, 2006).

Uma certificação que vem contribuindo muito no meio rural é a certificação ISO 14000, voltada para a responsabilidade ambiental, pois tem como princípios básicos a qualidade e o meio ambiente. A qualidade é um fator muito importante em todos os processos produtivos dentro de uma instituição seja ela no fornecimento de produtos ou de serviços. A certificação ISO 14000 preza pela qualidade dos processos produtivos inseridos na preservação ambiental, a fim de garantir a correta utilização desses recursos e a sua preservação.

As normas contidas na Série ISO 14000 são planejadas tanto para a organização, quanto para o produto. As normas orientadas para o produto dizem respeito à determinação dos impactos ambientais de produtos e serviços sobre o seu ciclo de vida, rotulagem e declarações ambientais. As normas geridas para a organização proporcionam um abrangente guia para o estabelecimento, manutenção e avaliação de um sistema de gestão ambiental (MATIAS; VALADÃO JUNIOR, 2006, p. 8).

Avaliações demonstram que ao implantar um processo de certificação ISO 14000, uma instituição pode lucrar em competitividade, gerar economia na utilização de insumos o que representa maiores ganhos em sua produtividade e ainda contribui com preservação de recursos ambientais, levando a instituição certificada a um processo produtivo ecologicamente correto.

Atualmente, face à crescente concorrência global e a busca por novos mercados, as expectativas dos clientes não se cingem à procura de um determinado nível de qualidade ao menor custo. Eles estão cada vez mais informados e predispostos a comprar e usar produtos que respeitem o meio ambiente.

Segundo Matias e Valadão Junior (2006, p.17) os estudos sobre gestão ambiental integraram a questão ambiental com a necessidade da competitividade econômica, sugerindo que a proteção do ambiente natural não representa uma ameaça à empresa, mas sim uma oportunidade capaz de adicionar redução de custos nos processos produtivos bem como vantagens e competitividade no mercado, pois alguns mercados procuram adquirir produtos ambientalmente corretos. As ações de melhoria ambiental nas empresas levariam a uma economia de insumos ou ganhos de produtividade nos processos desenvolvidos por essas organizações. Mas, para alcançar melhores performances ambientais e econômicas, as empresas devem incorporar um novo modelo de organização e uma cultura empresarial, baseados na eficiência, em harmonia com o meio ambiente, o que levará a um desenvolvimento sustentável.

Certificar um produto com a ISO 14000 significa que a organização insere qualidade em seu produto, contribui para a preservação ambiental e agrega valor ao produto ou serviço prestado diante de seus clientes por utilizar técnicas adequadas que atenda as conformidades necessárias para a certificação.

Segundo Matias e Valadão Junior (2006), a Gestão Ambiental é a forma pela qual a organização se mobiliza, interna e externamente, para a conquista e realização da qualidade ambiental desejada por todos. Bem como consiste em um conjunto de medidas que visam ter controle sobre o impacto ambiental de uma atividade, ou produto produzido.

A certificação da cafeicultura brasileira pela ISO 14000 tem em seu objetivo proporcionar melhores condições no processo produtivo, com a redução da utilização de insumos químicos, ou sua total inutilização, proporcionando uma melhor qualidade na saúde do trabalhador melhorando a qualidade de vida dos trabalhadores inseridos na lavoura cafeeira.

Certificar o café com a ISO 14000 beneficia o produtor com reconhecimento e confiança pelo consumidor que busca no mercado um produto diferenciado, disposto a pagar mais por um café com características de qualidade superior, tangíveis como intangíveis, um selo que garanta que a organização insere a sustentabilidade desejada em todo o seu processo produtivo.

As normas ISO 14000 de Gestão Ambiental, foram inicialmente elaboradas visando o “manejo ambiental”, que significa o que a organização faz para minimizar os efeitos nocivos ao ambiente causados pelas suas atividades.

A pressão da sociedade e dos mercados consumidores por produtos elaborados em sistemas menos impactantes ao meio ambiente culminaram com a necessidade de novos mecanismos reguladores de qualidade, que incorporassem o desempenho ambiental de processos de produção, observados na grande quantidade de normas de certificação e de leis ambientais que surgiram após a década de 70. Essas impunham procedimentos e restrições de controle, proteção e recuperação do meio ambiente a todas as atividades da sociedade (PESSOA; SILVA; CAMARGO, 2002, p. 9).

Assim sendo, essas normas fomentam para a cafeicultura a prevenção de processos de contaminações ambientais por uso excessivo ou inadequado de insumos químicos, uma vez que orientam a organização quanto a sua estrutura, forma de operação através da utilização de Ipês pelos trabalhadores do cafeeiro, armazenamento de produtos químicos e descarte correto das embalagens vazias, recuperação de áreas degradadas, disponibilização de dados e resultados obtidos na produção sempre atentando para as necessidades futuras e imediatas de mercado e, conseqüentemente, a satisfação do cliente, entre outras orientações, inserindo a instituição cafeeira no contexto ambiental.

As normas ISO 14000 na cafeicultura garantem a implementação prática de seus critérios. Entretanto, devem refletir o pretendido no contexto de gestão ambiental, que inclui planos dirigidos a tomadas de decisões dos produtores que favoreçam a prevenção ou mitigação de impactos ambientais de caráter, tais como, contaminações de solo, água, ar, flora e fauna, além de processos escolhidos como significativos no contexto ambiental.

A certificação do café pela ISO 14000 garante sua origem e qualidade. Para o agricultor, a certificação enquadra o café num segmento diferenciado, através da rotulagem, que o valoriza e o protege de eventual fraude que possa vir a ser praticada no mercado. O mesmo se aplica aos processadores e distribuidores. Finalmente, a certificação dá suporte à rastreabilidade do café, possibilitando que qualquer tentativa de burla ao processo seja identificada e que providências sejam tomadas a tempo de proteger o consumidor final e o próprio sistema.

2.7 Valor de comercialização do café

O setor cafeeiro após o fechamento do Instituto Brasileiro do Café (IBC) em 1990 intensificou a prática de cuidados com qualidade do café produzido a partir de então, e deixou de estar concentrado apenas no fator produtividade.

Segundo o Instituto de Economia Agrícola (2011), o preço de comercialização da saca de café teve ajuste necessário em seu valor no ano de 2010, devido à defasagem do preço do café que já prejudicava o setor há aproximadamente treze anos.

A economia cafeeira sempre foi de importância fundamental para o desenvolvimento econômico do Brasil. Foi sempre a atividade agrícola pioneira na formação econômica de regiões variadas do país. Sendo o Brasil responsável pela maior produção e exportação da *commodity* café.

Com a desregulamentação do café no início da década de 90, ocorreu a necessidade de conhecer a disponibilidade do mercado interno, exportação e consumo do café com uma perspectiva que abrangesse todos os elos da cadeia agroindustrial do café, a partir de então iniciaram-se os sinais de modernização em todos os elos da cadeia para atender as exigências dos consumidores que começavam a ficar atentos para o processo de agregação de valor do produto. Mas também era necessário que o consumidor fizesse a sua parte, exigindo que o produto tivesse maior qualidade inserida em todo o seu processo produtivo.

Segundo a Cooxupé (2011), o café nos últimos meses teve uma alta de mais de 82%, em abril de 2010, a saca de 60 quilos estava sendo comercializada próximo de R\$ 265,00 e

para o segundo semestre do mesmo ano, o preço atingiu o patamar de R\$ 315,00 e 319,00. Em dezembro a saca de café alcançou a barreira dos R\$ 400 e recentemente surpreendentemente atingiu a casa dos R\$ 500,00. Para especialistas em cafeicultura esse é o melhor momento do setor nos últimos 13 anos.

Os produtores que estocaram suas sacas de café aguardando uma melhora no preço para então comercializá-las, podem comemorar, pois com os estoques baixos estão conquistando preços nunca obtidos antes. Na região de Guaxupé, em Minas Gerais, a maior cooperativa de café do mundo, está com o número de sacas 29% menor do que no mesmo período do ano passado, e estão comercializando a um valor 20% maior em relação aos anos anteriores.

Para quem está envolvido com a comercialização de *commodities*, diz que isso é consequência do que está acontecendo no mercado internacional. Com os estoques mundiais baixos, o café disponível para comercialização é bem valorizado.

O mercado internacional aponta que neste exato momento existe uma falta de café de primeira qualidade no mercado, tanto é que os preços para café de primeira linha estão alcançando o patamar de R\$ 500,00, sem mencionar que existe uma nova safra que está para ser colhida, principalmente do café da variedade arábica, grão de qualidade superior e que poderá abastecer o mercado ajudando os produtores a conquistar um bom lucro.

É necessário citar que em alguns momentos neste ano, o preço do café no Brasil ficou acima do preço de Nova Iorque, fonte considerada referência para o mundo todo. Também é importante lembrar que os produtores estão recebendo em média 45% mais em relação aos preços praticados na safra anterior.

Ao levantar informações do que ocorreu no setor cafeeiro nos últimos cinco anos com relação a preço de comercialização, e outros fatores de carácter climático, ou questões relacionadas ao mercado interno e externo, que de alguma forma influenciaram na valorização e desvalorização, é possível afirmar que os cafeicultores a partir de 2010 começaram a viver seu melhor momento do setor depois de quase duas décadas de defazagem de preço.

Segundo o CEPEA/ESALQ (2007), os preços do café estiveram menores no início de 2007, afastando produtores do mercado. Esse ocorrido contrariou as expectativas dos produtores que ainda aguardavam obter maior valorização do produto na entressafra. Apesar de não haver motivos para justificar a queda nos preços do café, mas pesquisas de mercado apontam que ainda há cerca de 40% da safra 2006/07 para ser comercializada, além da produção da América Central.

Com temperaturas acima do normal durante o inverno e chuvas excessivas no fim do ano, é um fator que pode ter influenciado na baixa produtividade do café brasileiro neste ano, e para os próximos anos. Em alguns momentos os produtores recuaram, estocando suas sacas, aguardando maior valorização da saca.

No início do ano, os preços do café estiveram sustentados pelo mercado internacional devido ao final de colheita do Vietnã. Desde então, as atenções se voltaram à safra brasileira. Mas o alto volume de chuva foi verificado em toda a região produtora, dificultando o escoamento da produção.

Um fator que deve ser levado em consideração que influenciou nas negociações no preço do café derrubando o valor saca relaciona-se com a grande produção em países concorrentes dificultando a exportação da safra brasileira.

No ano de 2008, o setor esperava que o clima nos cafezais brasileiros pudesse ter maior influência nos preços devido ao frio que chegou mais cedo, principalmente na região Sudeste do país, grande produtora de café. Fato esse, que não ocorreu, deixando o preço do café praticamente estável se relacionado ao ano anterior, e até demonstrando uma ligeira queda nos preços em determinados meses se comparado aos praticados no ano de 2007, segundo (CEPEA/ ESALQ, 2008).

Sempre há motivos distintos que influenciam no fator de valorização da saca da café, como interferência climática, ou questões relacionadas com o volume de produção, seja nacional ou de países concorrentes, ou pelo motivo de haver o processo de bianualidade, onde esta pode ser positiva ou negativa, e a alta no preço dos insumos utilizados na produção agrícola.

Segundo a CONAB (2009), o volume de produção caiu no ano de 2009, fato se deve, basicamente, à bianualidade negativa para a maioria dos cafezais, aliada ao menor investimento por parte dos produtores, causado pelo alto custo dos insumos necessários para a produção do grão, somado ao baixo preço do produto nas cotações de mercado, e principalmente para a variedade arábica.

Para o mesmo ano os cafeicultores obtiveram uma pequena valorização na saca e uma grande variação de preço no primeiro semestre e uma queda expressiva nos primeiros meses do segundo semestre, com uma valorização significativa nos dois últimos meses, período em que se deu o início a maior alta dos últimos anos.

O ano de 2010 foi bastante favorável ao mercado de café arábica. Mesmo com a maior produção brasileira – segundo a Conab, de 48,1 milhões de sacas, 22% a mais que a temporada anterior, devido à bianualidade positiva da cultura, os preços da variedade

registraram aumentos significativos desde junho, quando se iniciou oficialmente a safra brasileira. No dia 23 de dezembro atingiu R\$ 409,28 a saca de 60 kg, o maior valor nominal de toda a série do CEPEA, iniciada em 1996, desde então, o indicador registrou recordes diários até o fechamento da safra (CEPEA/ESALQ, 2010).

As cotações brasileiras foram impulsionadas pelas elevações nos preços internacionais. Em dezembro, na Bolsa de Nova York, o contrato de café alcançou o maior valor dos últimos 13 anos. Essa forte alta, por sua vez, foi justificada pelos baixos estoques mundiais, pelo consumo crescente e por problemas climáticos em outros países produtores do grão como a Colômbia, que novamente deve produzir um volume bem abaixo do seu potencial produtivo.

A safra brasileira não foi favorável apenas pelos preços elevados. A produção foi maior, mesmo com a menor área. Alguns dados de pesquisas realizadas pelo CEPEA/ESALQ (2010), apontam que houve diminuição de 0,8% na área de 2009 para 2010. Isso foi possível porque a produtividade na safra 2010 foi cerca de 23% maior que a da temporada 2009, alcançando 23,16 sacas por hectare. Se comparada a safra 2010 com a de 2008, que também foi de bienalidade positiva, o aumento na produtividade é de 9%.

A produtividade alta aos elevados patamares de preços, o ano de 2010 permitiu boa rentabilidade ao produtor brasileiro, especialmente ao de arábica de melhor qualidade. Já em relação aos produtores com menor nível tecnológico, a alta nos preços permitiu, pelo menos, alívio no caixa da propriedade.

Para 2011, apesar das altas nos preços de comercialização ter atingindo o patamar de R\$ 511,57 a saca de 60 kg do grão, apresentando um expressivo aumento dentro do país. No mercado internacional as cotações recuaram fortemente acompanhando as baixas das *commodities* em geral.

A estiagem prolongada em alguns períodos na maioria das principais regiões brasileiras impediu novas florações nos cafezais. Não se pode estimar ainda possíveis perdas, porém, segundo estimativas a seca pode ter prejudicado parte da primeira florada, registrada no início do segundo semestre. Outro fator que contribuiu para prejudicar as lavouras de café foram o estresse hídrico e o inverno rigoroso que atingiu algumas regiões produtoras debilitando as lavouras de café, (CEPEA/ESALQ, 2011).

Para este ano as negociações seguiram retraídas no mercado brasileiro. Assim, os preços do grão no mercado doméstico subiram, mesmo com as quedas nas cotações na Bolsa de Londres, onde o volume de negociações nesse período não foi expressivo.

A atividade cafeeira é uma das culturas agrícolas de maior importância para o país, pois desde sua implantação em escala o Brasil tornou-se exportador dessa *commodity*, mesmo que por décadas ter apresentado um índice de qualidade do grão muito baixo, pelo fato das autoridades visarem a quantidade e não a qualidade produzida, mas por um longo período foi a *commodity* mais exportada e responsável por apresentar saldo positivo na balança comercial do país.

O café é uma das bebidas mais consumidas no mundo atualmente, onde se destaca que os maiores consumidores de café estão em países no hemisfério norte, onde não se produz café, e os produtores do grão estão todos quase que praticamente situados em países do hemisfério sul.

3 MATERIAL E MÉTODOS

3.1 Materiais

- Gravador portátil modelo Sony de voz digital ICD – PX 820 para gravação de entrevista com o gestor e os produtores rurais;
- Máquina fotográfica modelo Philco 14 mega pixels utilizada para fotografar e filmar as de lavouras de cafeicultura;
- Software do pacote da Microsoft, o Excel, para tabulação de dados coletados;
- Notebook Dell de 4 Gigabyte, tela 14”, para o armazenamento e organização de dados coletados em entrevistas;

3.2 Métodos e técnicas

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa exploratória e descritiva. A pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com a possibilidade de torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses para estudos futuros, segundo Gil (2006). E para as pesquisas descritivas tem como objetivo principal à descrição das características de determinada população, ou de fenômeno, ou estabelecimento de relação entre as variáveis para GIL (2006).

A pesquisa teve como estratégia o estudo de caso, que se trata de uma investigação empírica, responsável por investigar um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto de vida real, em casos que o fenômeno e o contexto não estão bem definidos.

Para a coleta de dados desta pesquisa foi utilizada a técnica de entrevistas com questões estruturadas, que se trata de um tipo de comunicação entre um pesquisador que pretende colher informações e possam transmiti-las. Com instrumento utilizado para coleta de dados foi questionário estruturado, por se tratar de pesquisa exploratória.

A entrevista com questionário estruturado ocorre quando se aplica uma relação de perguntas de relação fixa. Esta técnica consiste em aplicar uma série de perguntas com roteiro preestabelecido para um indivíduo entrevistado, onde pode ser constituído de um formulário/questionário que será aplicado da mesma forma para todos os informantes a serem entrevistados da pesquisa para que obtenham respostas para as mesmas perguntas, segundo (GIL, 2006).

O questionário de pesquisa foi elaborado através de entrevistas realizadas com os produtores associados da instituição investigada. O processo de aplicação direta diminui a possibilidade de os entrevistados não responderem o questionário ou deixarem de responder alguma pergunta. No contado direto o pesquisador pode explicar e discutir os objetivos da pesquisa e do questionário a ser aplicado, bem como esclarecer dúvidas que possam surgir.

Para conquistar o objetivo proposto nesta pesquisa foi utilizada a técnica de análise de conteúdo. Pois se trata de um conjunto de técnicas de análise de comunicações para obter, através de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativas ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. Do ponto de vista analítico instrumental este conceito foi fundamental para a compreensão dos dados fornecidos nas entrevistas (BARDIN, 1977 citado por CALLADO et al., 2007).

Foi utilizada a pesquisa bibliográfica, que como qualquer outra modalidade de pesquisa, desenvolve-se ao longo de uma série de etapas. Seu número, assim como seu encadeamento, depende de muitos fatores, tais como a natureza do problema, o nível de conhecimento que o pesquisador dispõe sobre o assunto, o grau de precisão que se pretende conferir à pesquisa etc. Assim, qualquer tentativa de apresentar um modelo para desenvolvimento de uma pesquisa bibliográfica deverá ser entendida como arbitrária. Tanto é que os modelos apresentados pelos autores que tratam desse assunto diferem significativamente entre si (GIL, 2006).

Para o estudo de caso é uma modalidade de pesquisa amplamente utilizada nas ciências biométricas e sociais. Consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos já considerados.

Nas ciências biométricas, o estudo de caso costuma ser utilizado tanto como estudo-piloto para esclarecimento do campo da pesquisa em seus múltiplos aspectos quanto para a descrição de síndromes raras. Seus resultados, de modo geral, são apresentados em aberto, ou seja, na condição de hipóteses, não de conclusões (GIL, 2006).

Foram realizadas também várias visitas técnicas, seguindo cronograma estabelecido à Associação e às propriedades rurais para a coleta de dados sobre a certificação obtida. Após a aplicação do questionário os dados obtidos das entrevistas foram tabulados no programa computacional Excel e destes foram gerados os gráficos e tabelas para a produção e obtenção dos resultados.

Foi realizada uma pesquisa do tipo quali-quantitativa, que é a construção de uma metodologia que consegue agrupar aspectos de ambas as perspectivas, como é o caso de Demo (1995, p. 231 citado por GIL, 2006) quando diz que “Embora metodologias alternativas facilmente se unilateralizem na qualidade política, destruindo-a em consequência, é importante lembrar que uma não é maior, nem melhor que a outra. Ambas são da mesma importância metodológica”.

3.3 Estudo de caso

O estudo de caso foi realizado na Associação Rural Giocondo Bassetto, situada a Rua Ângelo Zamuner, 183, no centro de Pratânia, fundada em 25 fev. 2004, com o objetivo de buscar organização para a zona rural do município, hoje conta com 35 produtores associados, atua no setor agrícola com cafeicultura certificada pelo selo *Fair Trade*.

Para o processo de certificação de sua produção cafeeira a Associação recebeu auxílio técnico do SEBRAE - SP e parte da verba gasta com os custos para o conhecimento do projeto de certificação. Onde o SEBRAE – SP arcou com 80% dos gastos, aproximadamente oito mil reais e a associação com apenas 20%, totalizando aproximadamente 10.000 reais. A verba utilizada pelo SEBRAE – SP foi doada pela empresa Ecologia Aplicada.

Para o processo de implantação da certificação *Fair Trade*, os produtores arcaram com mais dez mil reais. A certificação terminou de ser implantada em dezembro de 2008, e a partir da certificação o café teria que passar de *commodity* para produto especial, fato esse que ocorreu em meados de 2010. A partir dessa data o café passou a ser comercializado como produto diferenciado com o selo *Fair Trade*.

A ARGB recebe auditoria da empresa *FLO Cert* anualmente com um custo de sete mil reais por cada auditoria, onde em cada visita o auditor verifica toda a documentação da

Associação e os relatórios de Boas Práticas Agrícolas preenchidos por cada produtor.

Ao comercializar o produto certificado os produtores rurais unidos pela Associação obtiveram uma valorização da saca de café de aproximadamente 40% a mais do que o produto vendido como *commodity*. Todo o café produzido é vendido para o mercado externo, a maior parte para os EUA, o restante para a Europa e Japão.

Com o objetivo de eliminar os intermediários na venda do café, os produtores associados criaram uma Cooper Prata de Cafés Especiais, mas vale citar que foram encontradas barreiras governamentais na liberação de alguns documentos para a criação dessa cooperativa.

Para alcançar o selo de *Fair Trade* a Associação seguiu alguns critérios exigidos para a correta implementação da certificação como 51% dos componentes dos produtores devem ser da agricultura familiar e 51% da produção deve vir de produtores de agricultura familiar.

A certificação segue um protocolo que visa á proteção ambiental e social onde algumas atividades realizadas inadequadamente podem ser consideradas não-conformidades graves como a aplicação nas lavouras de alguns produtos químicos, Indulsovan e Dicifuton, não utilização de Ipês na aplicação de produtos químicos permitidos (com restrições), mão-de-obra escrava e trabalho infantil, e não destinação correta para o lixo doméstico.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Resultados da pesquisa aplicada junto a Associação de produtores

O café é a segunda maior *commodity* comercializada no mundo, ficando atrás apenas do petróleo. Para especialistas no assunto relacionado a essa *commodity* em 2010 houve o ajuste esperado no setor, e principalmente pelos produtores de café, tirando esse produto da defasagem de valor na comercialização. O presente estudo leva em consideração a existência de informação assimétrica na cadeia do café. Ela pode ser explicada pelo fato de que, freqüentemente, o fornecedor conhece muito mais a respeito da qualidade de seu produto do que o consumidor. E, no mercado de alimentos, o problema tem aumentado por diversos motivos: industrialização e crescimento da escala das empresas, tendência de suprimento globalizado dos supermercados e das indústrias, preocupação crescente dos consumidores com a saúde e crescente complexidade das cadeias de produção e distribuição (ZYLBERSZTAJN, 2000 citado por MARTINEZ; JESUS; CÓCARO, 2008).

As figuras de 1 á 4 são frutos da coleta de dados, realizada na instituição estudada e nas propriedades dos associados.

Figura 1 - terreiro de café da Fazenda Palmeira



No estudo de caso realizado na Associação Rural Giocondo Bassetto, inserida no contexto de se produzir café certificado pela *Fair Trade*, com 35 produtores associados e todos enquadrados no seguimento de agricultura familiar, comercializavam o produto especial com aproximadamente 40% a mais que a *commodity*, mas mesmo com essa vantagem financeira na comercialização era necessário que os preços fossem ajustados para benefício dos produtores.

Para implantar a certificação a associação passou por um processo de mudanças em seu processo administrativo, bem com na gestão dentro das propriedades até que todas as exigências estabelecidas pela certificadora estivessem dentro do padrão de conformidades exigidos. Para Sampaio (2007), a *UTZ Certified* foi criada com a finalidade de estabelecer um padrão global para produção do café, socialmente e ambientalmente responsável. A *UTZ Certified* está apta para fornecer a garantia necessária da produção de forma responsável que suas marcas esperam obter. Auxilia os produtores de café a serem mais profissionais e competitivos em suas atividades de produção e comercialização. O programa de certificação *UTZ Certified* tem a responsabilidade de capacitar suas marcas de café a incorporarem e demonstrarem com práticas empresariais social e ambientalmente corretas em toda a sua cadeia produtiva e com credibilidade.

A associação estudada passou por processo de certificação *UTZ Certified*, na época, ainda era chamada de *UTZ Kapeh*, onde o projeto não teve êxito, e posteriormente foi

oferecida a proposta de certificar a associação e as propriedades associadas pelo Comércio Justo. Mas era necessário provar para o produtor através de um projeto que fosse visual, onde o mesmo pudesse verificar que o que lhe estava sendo proposto se tornaria realidade, teoria para o pequeno produtor não é viável, pois ele não consegue dar um voto de confiança para o que está no papel e que poderá ser realizado através de algumas mudanças em seu processo produtivo. Sampaio (2007), afirma que o café com selo *UTZ Kapeh*, garante ao produtor um *status* de que seu produto possui maior valor agregado, quem compra tem a certeza de aquele produto foi produzido conforme o Código de Conduta exigido pela certificadora, e esse valor agregado é reconhecido na hora da venda, pois alcança maiores preços aos demais produtos sem certificação, comprovando que produtores certificados pela *UTZ Kapeh* recebem prêmios por seu café certificado.

A certificação *Fair Trade* havia caído um pouco em descrédito por causa da má qualidade do café paulista. *FLO Cert* foi a empresa contratada para a regulamentação do processo de certificação do café. Durante o processo de implantação da certificação não se poderia dizer para o produtor que era preciso melhorar e, sim que era necessário se adequar.

O SEBRAE – Botucatu entrou no processo para a segunda tentativa de certificação como Comércio Justo. O custo para a implantação do processo de certificação para a associação foi de 20% do valor total, o restante 80% foi pago pelo SEBRAE de Botucatu, somando um total de aproximadamente R\$ 10.000,00. Mas o maior custo da associação no processo de certificação foi o comprometimento. Durante o processo de certificação a associação e os produtores ficaram de 2006 a 2008 sem auditoria, por falta de auditor credenciado para verificar o processo de implantação da *Fair Trade*. Mesmo sendo necessário realizar apenas uma auditoria por ano para a certificação em processo de implantação.

Para realizar a auditoria os auditores utilizam um *check list* para avaliar as atividades realizadas pela associação, bem com a verificação de relatórios de Boas Práticas Agrícolas preenchidos pelos produtores inseridos na certificação.

São consideradas não-conformidades graves o uso de defensivos agrícolas de uso proibido, mão-de-obra escrava, trabalho infantil, não destinação correta para o lixo doméstico, etc.

Figura 2 - Cafeeiro da Fazenda Palmeira.



Ao realizar a primeira venda do café certificado cumprindo todas as exigências impostas pelo órgão certificador, ocorreu um fato importante, onde três produtores ficaram por um ano sem comercializar o café dentro da certificação, por motivo de uso de produto proibido, identificado durante a auditoria de certificação. A Associação fez toda a documentação que comprovasse que esses produtores estavam impedidos de vender seu café com o selo *Fair Trade*, atitude que garantiu a associação credibilidade junto á certificadora.

Com o crescente mercado de cafés especiais, com gestão ambiental e certificados, requer a diminuição no uso de defensivos químicos e adoção dos princípios de competitividade, sustentabilidade e rastreabilidade. Há cada vez mais a necessidade de repensar mudanças de hábitos e atitudes, mediante a adoção de práticas culturais inovadoras e eficientes, em substituição às práticas convencionais que agridem o meio ambiente (SANTOS et al., 2007). A Certificação Ambiental transformou-se, nos últimos anos em um tema de grande relevância para as organizações que buscam aumentar sua competitividade e assegurar a estabilidade de seus negócios. A abertura da economia à competição internacional e a luta por fatias de mercados cada vez mais disputados exigem maior qualidade dos produtos gerados e dos serviços prestados, como também requerem uma imagem ambiental correta junto ao cliente, seja ele externo ou interno. Ter certificados ambientais de suas instalações e

de seus produtos constitui, hoje, uma credencial para participação de alguns mercados internacionais.

Para a associação a certificação, trouxe também a responsabilidade ambiental, social, através da prática de agricultura sustentável, através da padronização estabelecida para suas atividades produtivas a fim de buscar sempre a qualidade superior de seu produto final. E como mérito em 2010, um produtor de Pratânia - SP conquistou o segundo melhor lugar de café *Fair Trade* do Brasil. Outro fator que estimula a certificação de propriedades rurais com a *UTZ Certified* é preocupação dos consumidores com a preservação com o meio ambiente.

Adequando sua produção cafeeira às responsabilidades ambientais corretas. E a utilização de agrotóxicos reduzidos e o banimento de alguns deles da lavoura, por causar contaminação ao meio ambiente e intoxicação de alimentos. A Gestão Ambiental é a forma pela qual a organização se mobiliza, interna e externamente, para a conquista e realização da qualidade ambiental desejada por todos. Bem como consiste em um conjunto de medidas que visam ter controle sobre o impacto ambiental de uma atividade, ou produto produzido (Matias e Valadão Junior, 2006).

Figura 3 - Plantação de café.



O café peneira entre 14 até 18 é comercializado como *Fair Trade*, e abaixo desse tamanho de peneira é comercializado no mercado interno como café convencional.

Na última venda do café foram adquiridos os seguintes preços dentro da certificação:

R\$ 623,00 a saca de 60 kg, sendo que R\$ 507,00 é renda do produtor e 42,33 prêmio da associação. Foi comercializado no mercado externo a 20 *cents* dólar por libra peso.

O preço da saca de café está sendo comercializada entre R\$ 500,00 a 600,00, onde 2,3% do valor a ser pago vêm do fundo rural, quando se paga o produtor.

A associação passa o café para cooperativa Cooper Prata de Cafés Especiais, que por sua vez vende para a empresa exportadora e essa vende para a empresa importadora em outro país, fazendo a distribuição interna no mercado internacional. Onde o valor que essas empresas podem lucrar é de 15 dólares por libra peso, quando esse valor exceder o valor restante volta para a cooperativa, que repassa para a associação que utiliza esse capital para benefício em prol dos produtores e suas atividades agrícolas.

Não se pode ter contado com o solo em sua armazenagem e transporte. Não ter nenhuma % de café maduro ou verde.

A associação não beneficia o grão produzido por não tem a prática de agroindústria, não tem nenhum produtor que esteja apto para realizar atividades de torra e moagem do café, e assim agregar maior valor ao produto.

Figura 4 - Plantação de cafeeiro.



Os produtores estão com as seguintes variedades de cafeeiro, plantados atualmente: Mundo Novo, Catuaí, Obatã, Borbon, Sumatra, Icatu e Tupi. Algumas conformidades para o

manuseio e comercialização dentro dos padrões de qualidade exigidos, não se pode ter contado com o solo em sua armazenagem e transporte, não ter nenhuma porcentagem de café maduro ou verde. E ser café tipo 2 com bebida tipo 2 com máximo de 26% de defeitos dos grãos.

4.2 Preço de comercialização de café convencional nos últimos anos

A Tabela 1 representa os dados coletados no Instituto de Economia Agrícola com a média do preço do café convencional referentes aos últimos cinco anos.

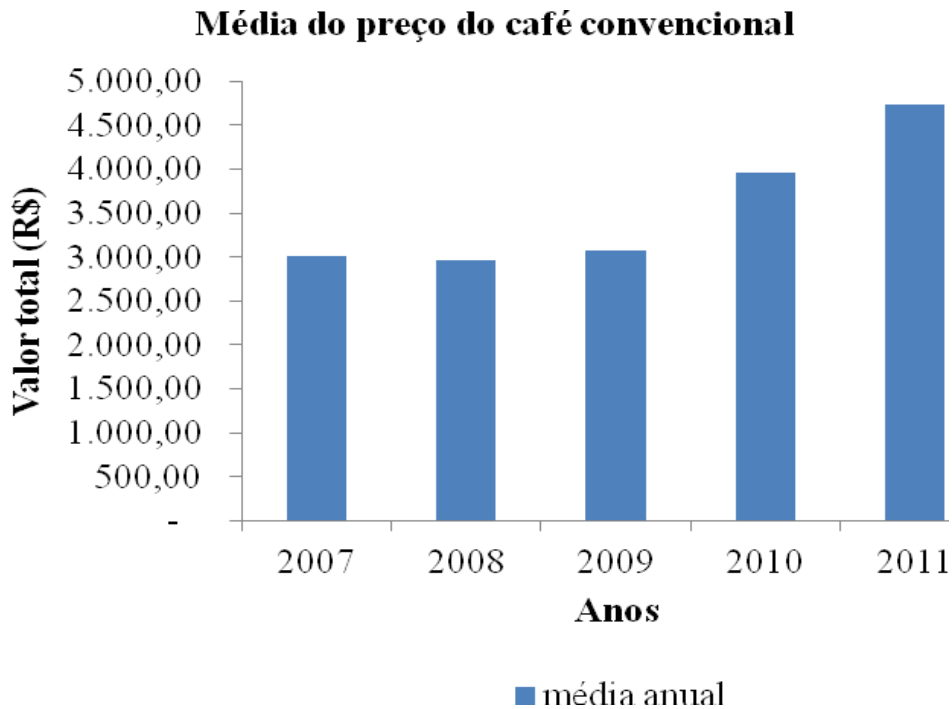
Tabela 1- Média de preço da saca de café convencional entre os anos de 2007 a 2011.

MESES/ANO	2007	2008	2009	2010	2011
Janeiro	264,29	258,57	250,00	270,63	245,58
Fevereiro	265,57	282,85	264,50	271,25	475,70
Março	248,57	237,15	258,75	269,37	537,70
Abril	240,72	252,86	252,50	271,63	526,44
Mai	236,46	246,56	261,25	277,50	515,00
Junho	240,15	266,78	246,25	295,62	492,46
Julho	239,29	299,29	250,63	396,25	462,33
Agosto	253,57	252,86	248,15	407,50	445,76
Setembro	265,72	356,00	246,25	381,25	514,22
Outubro	241,43	254,28	246,87	368,12	515,88
Novembro	250,00	248,58	268,75	360,60	-
Dezembro	262,86	251,87	273,13	385,83	-
TOTAL	3.008,63	2.955,78	3.067,03	3.955,55	4.731,07

Fonte: IEA, 2011.

A figura abaixo representa, portanto os valores médios da saca de café nos últimos cinco anos no país segundo o IEA.

Figura 5 - Médias do café convencional nos últimos 5 anos.



FONTE: IEA, 2011.

Podemos observar que no período compreendido entre os anos de 2007 e 2008, os valores de comercialização praticamente permaneceram estáveis com uma queda de menos de 2% de variação de um ano para outro.

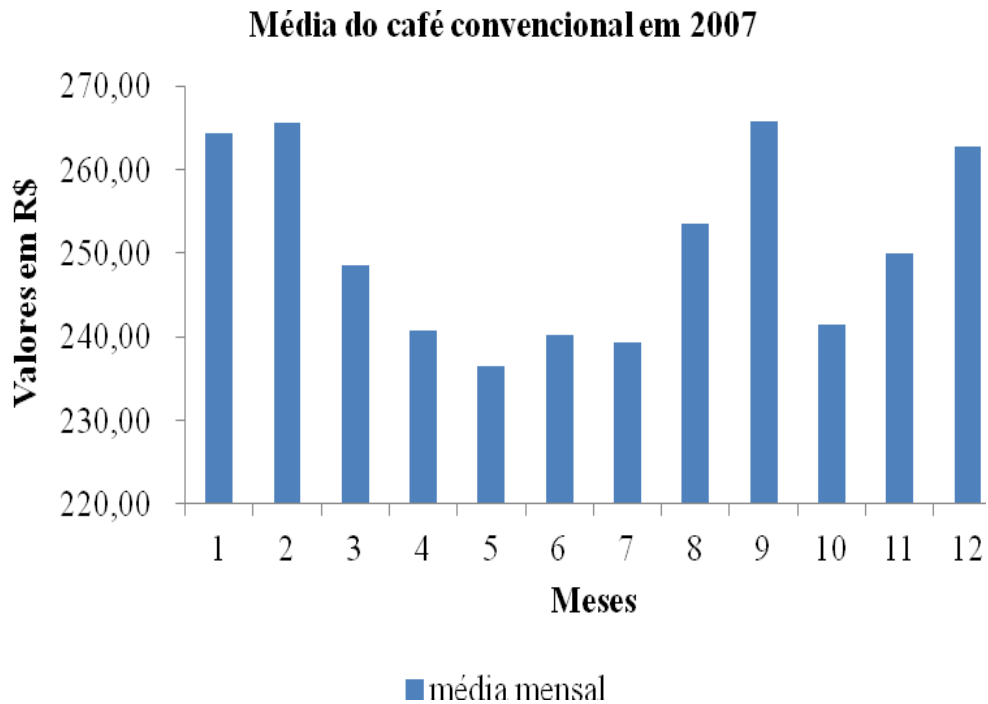
Entre os anos de 2008 e 2009, houve uma ligeira valorização na saca de café com percentual aproximado de 3% do que foi comercializado no ano anterior. Essa pequena valorização do produto não foi suficiente para beneficiar os produtores do setor cafeeiro, que estavam comercializando sua produção a um preço muito baixo.

Para os anos de 2009 e 2010, o setor cafeeiro viu suas sacas de café serem valorizadas em aproximadamente 17%, colocando seu produto para ser comercializado ao preço mínimo que a muito tempo esperavam, animando os produtores e gerando um maior lucro para os mesmos (IEA, 2011).

Segundo a Cooxupé (2011), o café nos últimos meses teve uma alta de mais de 82%, em abril de 2010, a saca de 60 quilos estava sendo comercializada próximo de R\$ 265,00 e para o segundo semestre do mesmo ano, o preço atingiu o patamar de R\$ 315,00 e 319,00. Em dezembro a saca de café alcançou a barreira dos R\$ 400 e recentemente surpreendentemente atingiu a casa dos R\$ 500,00. Para especialistas em cafeicultura esse é o melhor momento do setor nos últimos 13 anos.

Para o ano de 2011 é necessário citar que em alguns momentos neste ano, o preço do café no Brasil ficou acima do preço de Nova Iorque, fonte considerada referência para o mundo todo. Também é importante lembrar que os produtores estão recebendo em média 45% mais em relação aos preços praticados na safra anterior.

Figura 6 - Média do valor da saca de café convencional no ano de 2007.



FONTE: IEA, 2011.

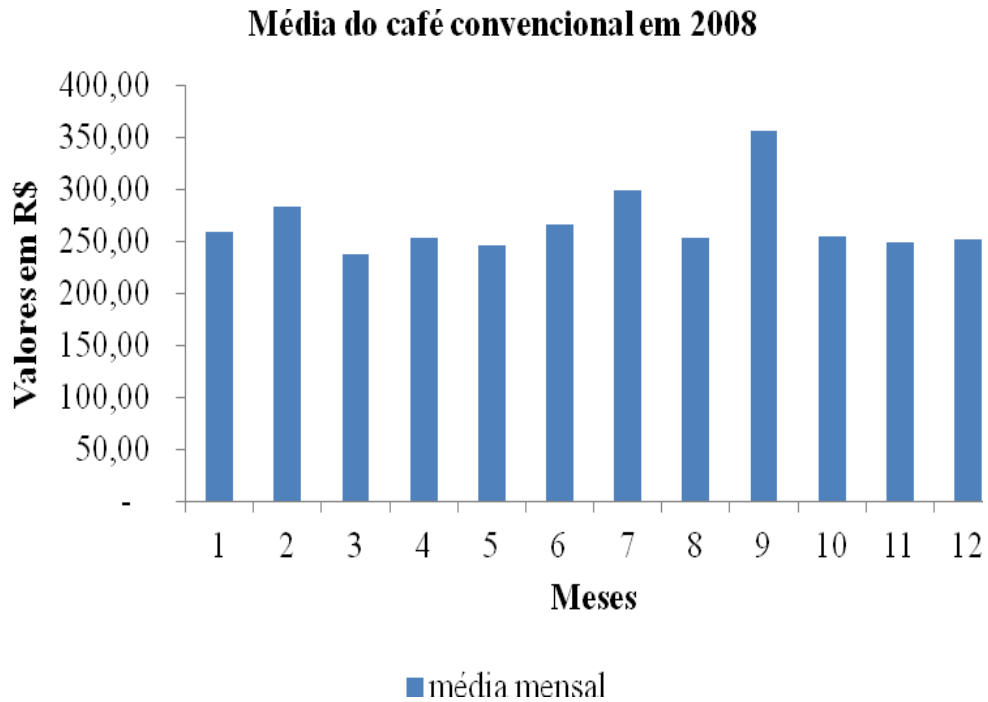
Para o ano de 2007, verificamos que nos meses em que o valor da saca de café apresentou maior preço a demanda por exportação foi maior do que a oferta disponível pela produção nacional. E nos meses em que o preço esteve lá embaixo afirma-se que os estoques de café dentro do país estavam cheios.

Nos meses de janeiro, fevereiro, setembro e dezembro, o valor apresentou uma maior alta e quase não obteve grande oscilação de preço nesses meses, onde pode se afirmar que o mercado externo estava aquecido para a compra desse grão.

E para os meses de abril, maio, junho, julho e outubro os preços estiveram em baixa devido a oferta ser maior que o demanda, já para os outros meses o café manteve seus preços em uma média do preço comercializado em outros períodos. Segundo o CEPEA/ESALQ (2007), os preços do café estiveram menores no início 2007, afastando produtores do mercado. Esse ocorrido contrariou as expectativas dos produtores que ainda aguardavam obter

maior valorização do produto na entressafra. Apesar de não haver motivos para justificar a queda nos preços do café, mas pesquisas de mercado apontam que ainda há cerca de 40% da safra 2006/07 para ser comercializada, além da produção da América Central.

Figura 7 - Média do valor da saca de café convencional no ano de 2008.



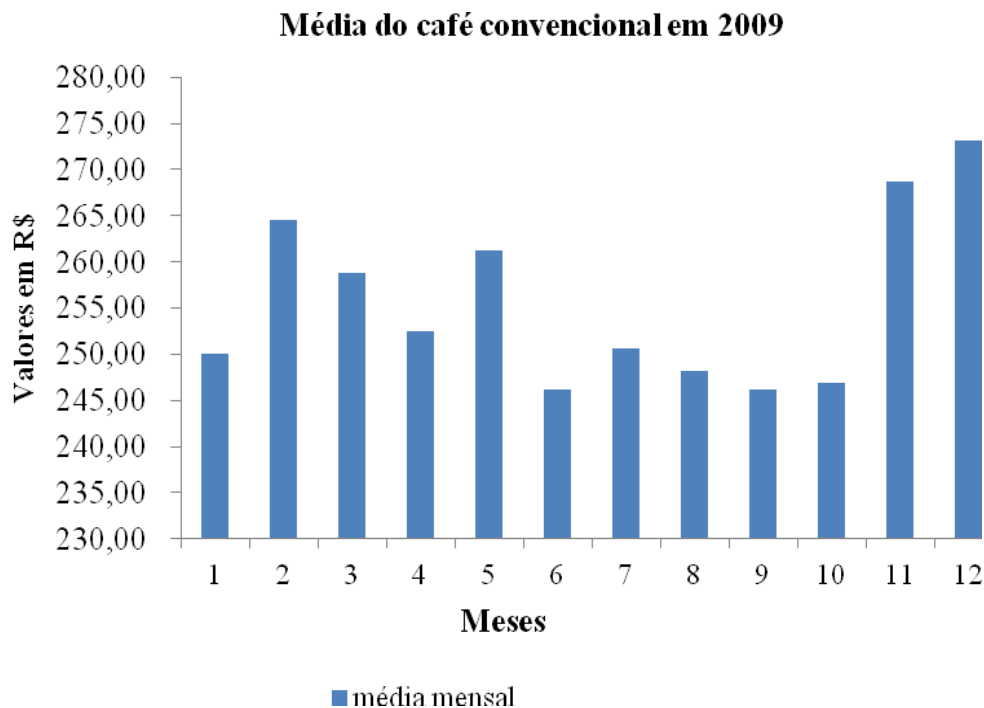
FONTE: IEA, 2011.

No ano de 2008, houve pouca oscilação no preço da saca de café, onde os meses que apresentaram maior alta foram junho e setembro, mas nada tão além do preço que foi comercializado durante os outros meses, mesmo o mês março que registrou menor valor da saca de café não obteve muita diferença do valor comercializado em outros meses que praticamente se mantiveram estáveis. No ano de 2008, o setor esperava que o clima nos cafezais brasileiros poderia ter maior influência nos preços devido ao frio que chegou mais cedo, principalmente na região Sudeste do país, grande produtora de café. Fato esse, que fez que não ocorreu, deixando o preço do café praticamente estável se relacionado ao ano anterior, e até demonstrando uma ligeira queda nos preços em determinados meses se comparado aos praticados no ano de 2007, segundo (CEPEA/ ESALQ, 2008).

Sempre há motivos distintos que influenciam no fator de valorização da saca de café, como interferência climática, ou questões relacionadas com o volume de produção, seja

nacional ou de países concorrentes, ou pelo motivo de haver o processo de biennialidade, onde está pode ser positiva ou negativa, e a alta no preço dos insumos utilizados na produção agrícola.

Figura 8 - Média do valor da saca de café convencional no ano de 2009.



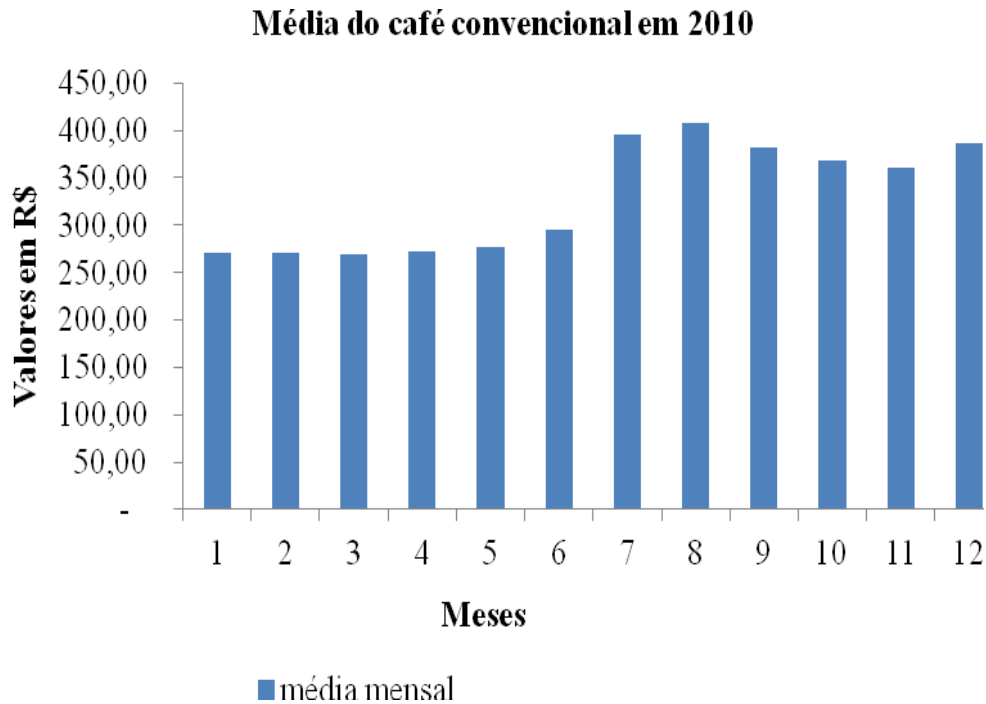
FONTE: IEA, 2011.

Para o ano de 2009, houve grande redução do valor da saca de café, nos meses de junho, setembro e outubro que apresentaram uma diferença no preço de venda muito grande em relação aos meses de fevereiro, maio, novembro e dezembro, os quais pode constatar que tiveram uma valorização expressiva do produto em relação aos demais meses. Como em casos de anos anteriores em certos períodos houve maior demanda do que o setor cafeeiro poderia ofertar e vice versa nos casos em que oferta era maior que a procura os preços estiveram lá embaixo. Segundo a CONAB (2009 citado por CEPEA/ESALQ, 2009), o volume de produção caiu no ano de 2009, fato esse que deve, basicamente, à biennialidade negativa para a maioria dos cafezais, aliada ao menor investimento por parte dos produtores, causado pelo alto custo dos insumos necessários para a produção do grão, somado ao baixo preço do produto nas cotações de mercado, e principalmente para a variedade arábica.

Para o mesmo ano os cafeicultores obtiveram uma pequena valorização na saca e uma grande variação de preço no primeiro semestre e uma queda expressiva nos primeiros meses

do segundo semestre, com uma valorização significativa nos dois últimos meses, período em que se deu o início á maior alta dos últimos anos da produção brasileira.

Figura 9 - Média do valor da saca de café convencional no ano de 2010.



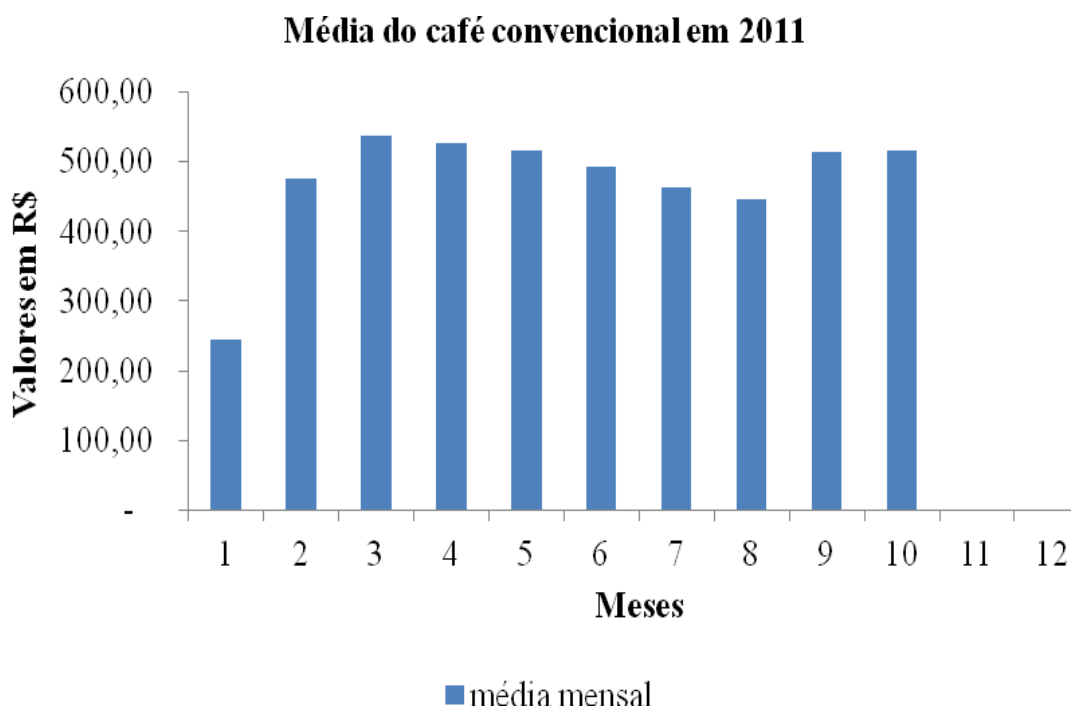
FONTE: IEA, 2011.

Em relação ao que demonstra o gráfico a acima para o primeiro mês do ano de 2010 até meados do mesmo os preços permaneceram estáveis, já a partir do início do segundo semestre, houve um reajuste significativo no valor da saca de café devido a crise financeira que afetou o cenário internacional durante esse período, levando os estoques de café no mercado externo a baixarem e com isso acionando o mercado externo a reajustar o seu preço ao patamar esperado pelos produtores a mais de uma década, ficando conhecido com o ano do ajuste do preço do café. As cotações brasileiras foram impulsionadas pelas elevações nos preços internacionais. Em dezembro, na Bolsa de Nova York, o contrato de café alcançou o maior valor dos últimos 13 anos. Essa forte alta, por sua vez, foi justificada pelos baixos estoques mundiais, pelo consumo crescente e por problemas climáticos em outros países produtores do grão como a Colômbia, que novamente deve produzir um volume bem abaixo do seu potencial produtivo.

O mercado manteve os valores nesse patamar não deixando haver queda expressiva para o mesmo, e com uma baixa oscilação entre o maior e o menor preço pago para a saca de

café. O ano de 2010 foi bastante favorável ao mercado de café arábica. Mesmo com a maior produção brasileira – segundo a CONAB, de 48,1 milhões de sacas, 22% a mais que a temporada anterior, devido à bienalidade positiva da cultura, os preços da variedade registraram aumentos significativos desde junho, quando se iniciou oficialmente a safra brasileira. No dia 23 de dezembro atingiu R\$ 409,28 a saca de 60 kg, o maior valor nominal de toda a série do CEPEA, iniciada em 1996, desde então, o indicador registrou recordes diários até o fechamento da safra (CEPEA/ESALQ, 2010).

Figura 10 - Média do valor da saca de café convencional no ano de 2011



FONTE: IEA, 2011.

A Figura 10, apresenta os resultados referentes ao ano de 2011, onde se pode constatar que no primeiro mês o preço esteve muito baixo quando comparado com o semestre que antecedeu esse mês e os meses seguintes, apresentaram uma média de preço atípica. Para 2011, apesar das altas nos preços de R\$ 511,57 a saca de 60 kg, expressivo aumento. No mercado internacional as cotações em certos períodos recuaram fortemente acompanhando as baixas das *commodities* em geral, para o período houve essa queda devida o mercado internacional estar em crise e ter segurado de certa forma as importações.

Para os meses posteriores o mercado recuperou o preço de comercialização do café e se manteve estável até o mês de outubro quando foi colhida a última média do valor de venda da *commodity* café. A estiagem prolongada em alguns períodos na maioria das principais

regiões brasileiras impediu novas florações nos cafezais. Não se pode estimar ainda possíveis perdas, porém, segundo estimativas a seca pode ter prejudicado parte da primeira florada, registrada no início do segundo semestre. Outro fator que contribui para prejudicar as lavouras de café foram o estresse hídrico e o inverno rigoroso que atingiu algumas regiões produtoras debilitando as lavouras de café, (CEPEA/ESALQ, 2011).

4.3 Resultados da pesquisa aplicada junto aos produtores

Foram coletadas informações em diversas propriedades rurais onde estes produtores cultivam o café certificado, num total de 31 Hectares.

A pesquisa ainda identificou que os agricultores perceberam uma diferença significativa no valor da saca de café depois do processo de certificação implantado.

Segundo o IEA (2011) o café nos últimos meses teve uma alta de mais de 82%, em abril de 2010, a saca de 60 quilos estava sendo comercializada próximo de R\$ 265,00 e para o segundo semestre do mesmo ano, o preço atingiu o patamar de R\$ 315,00 e 319,00. Em dezembro a saca de café alcançou a barreira dos R\$ 400 e recentemente atingiu a casa dos R\$ 500,00. Para especialistas em cafeicultura esse é o melhor momento do setor nos últimos 13 anos. O que confirma os preços pagos por produtos do Comércio Justo que garantem aos pequenos produtores inseridos nesse contexto de certificação um preço mínimo que cobrem os gastos tidos na produção e também uma margem de lucro para que haja estabilidade familiar bem como novos investimentos para a melhoria de sua produção, conforme estabelece a certificação *Fair Trade*.

O preço percebido pelos produtores com certificação foi de R\$567,00, portanto quase 15% sobre o melhor preço recebido na melhor fase de comercialização do café.

4.3.1 Resultados da certificação *Fair Trade*

Na pesquisa realizada com os produtores, foi possível identificar que houve diferença na qualidade dos grãos antes e depois da certificação. Os indivíduos participantes da pesquisa afirmam em aproximadamente 100% de todas as amostras coletadas que essa diferença é evidenciada na comparação logo após a colheita. Também ficou evidenciado na pesquisa a necessidade de realizar uma adequação da qualidade a fim de que fosse viável atender as exigências do mercado comprador e por isso o fator principal a ser destacado foi a padronização da saca. Conseguiram produzir um café mais uniforme porque ao cumprir as

exigências da certificação *Fair Trade*, tiveram que cumprir várias horas de cursos de treinamento para a colheita e secagem de café, bem como para a implementação do sistema de colheita mecanizada, o lavador de grão de café, para melhorar a qualidade do grão produzido.

Foi possível também na pesquisa, verificar uma diferença significativa na qualidade da bebida o que proporcionou uma maior valorização da saca de café.

Os maiores benefícios apontados pelos entrevistados com relação a certificação foi a de que houve uma melhoria na qualidade do café com relação ao aspecto visual, aroma, sabor na prova de bebida, agregação de valor a produção e valorização da saca de café

Foi também apontada na pesquisa, a união entre os produtores, pois para conseguirem a certificação foi necessário se organizarem em associação de classe, bem como maior valorização das pessoas envolvidas no processo produtivo, sendo que o prêmio de retorno para a associação é utilizado para o benefício de retorno dos interesses comuns dos associados. Outro fator que foi lembrado pelos produtores foi a questão de maior respeito com o meio ambiente, colocando em prática processos de preservação do mesmo.

Para os cafeicultores a maior dificuldade para realizar a implantação foi convencer todos os associados com relação as vantagens que a certificação poderia trazer para eles, e assim posteriormente colocarem em prática o protocolo de Boas Práticas Agrícolas em suas propriedades, pois se tratava de um projeto pioneiro na região.

Conseguiram adequar as propriedades as exigências estabelecidas pela certificadora e atingir a qualidade do café.

A *Fair Trade* é uma certificação que dá suporte necessário a comercialização do café em momentos de buscar melhores preços através de preço mínimo.

Os preços pagos por produtos do Comércio Justo garantem aos pequenos produtores inseridos nesse contexto de certificação um preço mínimo que cobre os gastos tidos na produção e também uma margem de lucro para que haja estabilidade familiar bem como novos investimentos para a melhoria de sua produção.

Foram encontradas dificuldades em criar o hábito de aprender a fazer anotações, e muitas vezes deixar a propriedade para participar de cursos de treinamento e palestras para conhecer o protocolo de Boas Práticas Agrícolas.

5 CONCLUSÃO

Esse estudo aponta para a necessidade de uma maior divulgação da certificação *Fair Trade* conhecida como Comércio Justo e *UTZ Certified*, para permitir que outros produtores de outras regiões produtoras de café possam garantir aos pequenos produtores, inseridos no contexto de certificação um preço mínimo que cubra os gastos da produção e também uma margem de lucro que lhes permita estabilidade familiar, bem como novos investimentos para a melhoria de sua produção.

Foi possível identificar que a implantação da certificação é simples, com um preço acessível (R\$ 10.000,00) e de retorno garantido sobre o investimento realizado, ou seja, a certificação demorou dois anos para a implantação e 1 ano e meio para vender o primeiro lote de café dentro de todas as conformidades.

Para esse valor de investimento inicial no processo de implantação da certificação *Fair Trade* foi possível identificar que esse valor foi empregado em melhorias em prédios para a estocagem das sacas de café, implantação do protocolo de Boas Práticas Agrícolas, cursos de especialização e para o melhoramento nas atividades relacionadas ao processo empregado para o cultivo do grão, obtenção de maior informação do setor no cenário mundial a fim de saber a hora certa para a comercializar o seu café.

O estudo também evidencia a necessidade do produtor organizar-se em associações de classe ou cooperativas, para fortalecer o processo.

Como maiores benefícios da certificação obtida foi notória a melhoria na qualidade do café, agregação de valor a produção e valorização da saca de café, união entre os produtores,

pois para conseguirem a certificação foi necessário se organizarem em associação de classe, bem como maior valorização das pessoas envolvidas no processo produtivo e o prêmio que volta para a associação para ser utilizado em benefício dos interesses dos associados.

A pesquisa também evidenciou as dificuldades do produtor em criar o hábito de aprender a fazer anotações, e muitas vezes deixar a propriedade para participar de cursos e palestras para conhecer o protocolo de Boas Práticas Agrícolas.

As certificações *Fair Trade* e *UTZ Certified*, visam beneficiar pequenos produtores, prestando auxílio nas estruturas de produção, gestão e comercialização, valorizando o café que deixa de ser uma *commodity* passa para produto especial, que se destaca em qualidade e preço em relação ao café convencional.

Em ambas, as certificações *Fair Trade* e *UTZ Certified*, os produtores de café conseguiram uma diferenciação no mercado internacional e, portanto um preço final diferenciado dos demais produtores, isso ficou evidenciado nesse trabalho.

REFERÊNCIAS

- ABNT. **ISO – Sistema Gestão da Qualidade**. Disponível em: <http://www.abnt.org.br/m3.asp?cod_pagina=1004>. Acesso em: 04 jun. 2011.
- ABNT. **ISO – Sistema de Gestão Ambiental**. Disponível em: <http://www.abnt.org.br/m3.asp?cod_pagina=1006>. Acesso em: 06 jun. 2011.
- ALMEIDA, F. C. M. de. A qualidade do café e as certificações. **Sociedade e desenvolvimento rural**. 2009. v, 3. 1. p, 1.
Disponível em: <<http://www.inagrodif.com.br/revista/index.php/SDR/article/viewPDFInterstitial/66/60>>
Acesso em: 23 fev. 2011.
- BLISKA, M. de M.; PEREIRA, S. P.; GIOMO, G. S. Panorama do setor cafeeiro. In: **Do grão à xícara: como a escolha do consumidor afeta cafeicultores e meio ambiente**. Instituto Agrônomico de Campinas. São Paulo. 2007.
- CALLADO, A. L. C. et al. **Políticas e práticas da gestão ambiental: um estudo comparativo**. IX ENGEMA - Encontro Nacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente. 10. Curitiba, 19 a 21 de novembro de 2007. Disponível em: <<http://engema.up.edu.br/arquivos/engema/pdf/PAP0306.pdf>>. Acesso em: 18 nov. 2011.
- CEPEA/ESALQ. Informações de mercado. **Agromensal – ESALQ BM & F**. 2007. Disponível em: <http://cepea.esalq.usp.br/agromensal/2007/12_dezembro/Cafe.htm>. Acesso em: 30 out. 2011.
- _____. Informações de mercado. _____. 2008. Disponível em: <http://cepea.esalq.usp.br/agromensal/2008/12_dezembro/Cafe.htm>. Acesso em: 30 out. 2011.
- _____. Informações de mercado. _____. 2009. Disponível em: <http://www.cepea.esalq.usp.br/agromensal/2009/12_dezembro/Cafe.htm>. Acesso em: 01 nov. 2011.
- _____. Informações de mercado. _____. 2010. Disponível em: <http://www.cepea.esalq.usp.br/agromensal/2010/12_dezembro/Cafe.htm>. Acesso em: 01 nov. 2011.
- _____. Informações de mercado. _____. 2011. Disponível em: <http://www.cepea.esalq.usp.br/agromensal/2011/10_outubro/Cafe.htm>. Acesso em: 01 nov. 2011.
- CISCON, L. A.; ALVES, R. M. Agronegócio do café: gestão do conhecimento utilizando agentes inteligentes para recuperação de informações. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE AGROINFORMÁTICA, 5. 2005. Londrina. **Resumos...** Londrina de 28 a 30 set. 2005. SBI-AGRO, 2005. p, 1-11.

Disponível em: < http://sbiagro.110mb.com/pdf/v_congresso/Trabalho06.pdf > Acesso em: 15 maio 2011.

CONAB. **Acompanhamento da safra brasileira. Café.** Disponível em: <<http://www.conab.gov.br/conabweb/download/safra/4cafe08.pdf>>. Acesso em: 04 set. 2011.

COOXUPÉ. **Café: alta no preço de sacas atinge marcas históricas.** 2011. Disponível em: <<http://eptv.globo.com/caminhosdaroca/NOT,0,0,336390,Cafe+alta+no+preco+de+sacas+atinge+marcas+historicas.aspx>>. Acesso em: 29 out. 2011.

DIAS, R. As empresas e o meio ambiente. In: _____. **Gestão ambiental – responsabilidade social e sustentabilidade.** 3. São Paulo. Atlas: 2010, cap. 4, p. 44-68

FAVARÃO, C. B., FREDERICO, S. Regiões do café: a denominação de origem dos cafés na Face Sul Mineira da Serra da Mantiqueira. Universidade Federal de Alfenas. Anais In: XVI ENCONTRO NACIONAL DOS GEÓGRAFOS, crise, práxis e autonomia: espaços de resistência e esperanças. 16. 2010. Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre, 25 a 30 de jul. 2010. AGB. 2010. p, 1-18. Disponível em: <<http://www.google.com.br/search?hl=ptBR&q=Cesar+favar%C3%A3o,+Samuel+frederico++Regi%C3%B5es+do+caf%C3%A9:+a+denomina%C3%A7%C3%A3o+de+origem+dos+caf%C3%A9s+na+Face+Sul+Mineira+da+Serra+da+Mantiqueira>> Acesso em: 17 maio 2011.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. Atlas. São Paulo. 2006.

GOMES, C. C. M. P. **Alternativas encontradas para a superação das principais dificuldades no processo de certificação *Fair Trade*: um estudo multicase de pequenos produtores no Brasil.** 2010. 110 f. Dissertação (Mestre em Administração de Organizações). Universidade de São Paulo. Faculdade de Economia administração e contabilidade de Ribeirão Preto. Departamento de Administração. Programa de pós-graduação em administração de organizações. Ribeirão Preto. 2010. Disponível em: <http://scholar.google.com.br/scholar?q=carla+cris+marlon+pereira+gomes++alternativas+encontradas+para+supera%C3%A7%C3%A3o+das+principais+dificuldades+no+processo+de+certifica%C3%A7%C3%A3o+fair+trade+um+estudo+de+multicasos+de+organiza%C3%A7%C3%B5es+de+pequenos+produtores+no+Brasil.&hl=pt-BR&lr=lang_pt> Acesso em: 06 abr. 2011.

INSTITUTO DE ECONOMIA AGRÍCOLA. **Valor da produção.** Disponível em: <http://ciagri.iea.sp.gov.br/bancoiea/vp.aspx?cod_sis=15>. Acesso em: 03 set. 2011.

JORNAL DA CIDADE DE BAURU, 08/09/2010. **Selo valoriza saca de café em até 35%.** Disponível em: < <http://www.cncafe.com.br/capa.asp?id=10200> > Acesso em: 14 fev. 2011

MARSHALL JUNIOR, I. et al. Normas ISO. In: _____. **Gestão da qualidade.** 10. Rio de Janeiro. FGV. 2010, cap. 4, p. 71-72.

MARTINEZ, J. R. do T.; JESUS, J. C. dos S.; CÓCARO, H. **Casos sobre certificação UTZ Kapeh em empresas cafeeiras informatizadas: impactos nas pessoas, gestão e competitividade.** Congresso da sociedade brasileira de economia, administração e sociologia rural. 56. Universidade Federal de Lavras. Lavras. 2008. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/9/925.pdf>>. Acesso em: 30 agos. 2011.

MATIAS, M. J. de A.; VALADÃO JUNIOR, M. V. **Gestão ambiental e parcerias: um estudo de caso exploratório nas empresas do Distrito Industrial de Uberlândia**. 2006. 24 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Gestão de Negócios) – Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia. 2006. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/horizontecientifico/article/view/3886/2891>> Acesso em: 05 maio. 2011.

MENDES, J. T. G.; PADILHA JUNIOR, J. B. O agronegócio brasileiro. In: _____. **Agronegócio uma abordagem econômica**. 2. São Paulo. Pearson. 2010. cap. 3, p. 45.

MOREIRA, C. F. **Sustentabilidade de sistemas de produção de café sombreado orgânico e convencional**. 2009. 146 f. Dissertação (Doutorado em Ecologia Aplicada). Universidade de São Paulo. Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”. Centro de Energia Nuclear na Agricultura. Piracicaba. 2009. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/91/91131/tde-22052009-151446/en.php>> Acesso em: 02 maio 2011.

NEVES, M. F.; ZILBERSZTAJN, D.; NEVES, E. M. A década do agronegócio. In: _____. **Agronegócio do Brasil**. 1. São Paulo. Saraiva, 2005, cap. 1, p. 3-7.

_____. Firmas, cadeias e redes de agronegócios. In: _____. **Agronegócio do Brasil**. 1. São Paulo. Saraiva, 2005, cap. 4, p. 21-22.

ORTEGA, A. C.; JESUS, C. M. de. Café do cerrado: certificado de origem, nova sociologia e desenvolvimento territorial rural. 2008. 21 f. Universidade Federal de Uberlândia. Instituto de Economia. **Programa de Economia**. Uberlândia. 2008. Disponível em: <http://sep.org.br/artigo/4_congresso/1861_1d4c2c0ab5facaa399252c1f80030ba2.pdf> Acesso em: 03 maio 2011.

PEREIRA, V. da F. et al. Riscos e retornos da cafeicultura em Minas Gerais: uma análise de custos e diferenciação. **Revista de economia e sociologia rural**. Brasília. 2010. v, 48. n, 3. p, 18. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010320032010000300008&script=sci_arttext> Acesso em: 18 jun. 2011.

PESSOA, M. C. P. Y.; SILVA, A. de S.; CAMARGO, C. P. **Qualidade e certificação de produtos agropecuários**. Embrapa Informação e Tecnologia. Brasília. DF. 2002. Disponível em: <[khttp://argus.iica.ac.cr:19555/sanidade/Lists/alimentos_documentos/Attachments/1/qualidade%20e%20certifica%C3%A7%C3%A3o%20de%20produtos%20agropecu%C3%A1rios.p](http://argus.iica.ac.cr:19555/sanidade/Lists/alimentos_documentos/Attachments/1/qualidade%20e%20certifica%C3%A7%C3%A3o%20de%20produtos%20agropecu%C3%A1rios.pdf)
<[df](http://argus.iica.ac.cr:19555/sanidade/Lists/alimentos_documentos/Attachments/1/qualidade%20e%20certifica%C3%A7%C3%A3o%20de%20produtos%20agropecu%C3%A1rios.pdf)> Acesso em: 18 jun. 2011.

SAES, M. S. M.; SPERS, E. E. Percepção do consumidor sobre os atributos de diferenciação no segmento rural: café no mercado interno. **Organizações rurais e agroindústrias**. Universidade Federal de Lavras. Lavras. 2006. V, 8. n, 3. p. 354-367. Disponível em: <<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/878/87880307.pdf>> Acesso em: 10 maio 2011.

SAMPAIO, E. Introdução ao guia UTZ Kapeh. In: ZAMBOLIN, L. **Certificação de café**. 1. Viçosa: Universidade Federal de Viçosa (UFV). Departamento de Fitopatologia, 2007, cap. 6, p. 147-184.

SANTOS, C. R. dos. **A CETESB e o meio ambiente**. 3º Encontro Técnico Anual da Asec: Associação dos Engenheiros da CETESB. 2002. Disponível em: <http://www.asec.com.br/111201asec/ArquivoAMR/EncontroTecnico/docs/Doc_Encontro03_CarlosRobertoSantos.pdf>. Acesso em: 08 jun. 2011.

SEIFFERT, M. E. B. A empresa e o meio ambiente. In: _____. **Sistema de gestão ambiental – implantação objetiva e econômica**. 3. São Paulo: Atlas, 2010, cap. 1, p. 17-51.

SILVA, N. M. G. da., CESÁRIO, A. V., CAVALCANTI, I. R. Relevância do agronegócio para a economia brasileira atual. In: X ENCONTRO DE INICIAÇÃO A DOCÊNCIA, 10. 2006. Paraíba. **Resumos...** Paraíba. UFPB-PRG, 2006. p, 1-5. Disponível em: <<http://www.prac.ufpb.br/anais/IXEnex/iniciacao/documentos/anais/8.TRABALHO/8CCSA DAMT01.pdf> > Acesso em: 10 abr. 2011.

SILVA et al.; **Gestão pública da certificação agro-alimentar no Estado de São Paulo**. 2008. 14 f. Instituto de Economia Agrícola. 2008. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/Semead/11semead/resultado/trabalhosPDF/291.pdf> > Acesso em: 05 maio 2011.

SILVA FILHO, O. M. da.; PALLET, D.; BRABET, C. **Programa das qualificações e certificações de produtos agropecuários no Brasil**. São Paulo. 2002. Disponível em: <<http://www.cendotec.org.br/dossier/cirad/pallet.pdf>>. Acesso em: 01 set. 2011.

SOUZA, C, N de. Desenho e análise da cadeia produtiva de café orgânico como subsídios para o aumento das exportações. **Jovens pesquisadores**. 2006. v, 3. n, 1. p, 3. Disponível em: <<http://mackenzie.com.br/dhtm/seer/index.php/jovenspesquisadores/article/view/857/377>> Acesso em: 18 jun. 2011.

STORCH, D. von. Sistema de comércio justo FLO. In: ZAMBOLIM, L. **Certificação de café**. 1. Viçosa: Universidade Federal de Viçosa (UFV). Departamento de Fitopatologia, 2007, cap. 5, p. 117-146.

UTZ CERTIFIED Good Inside. **Cadeia de custódia UTZ Certified para café**. 2011, p.3, Disponível em: <http://www.google.com.br/#sclient=psyab&hl=ptBR&site=&source=hp&q=Cadeia+de+Cust%C3%B3dia+UTZ&pbx=1&oq=Cadeia+de+Cust%C3%B3dia+UTZ&aq=f&aql=1&gs_sm=e&gs_upl=5045515045510151702111101010136613661311110&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.,cf.osb&fp=af68dba3ead43c18&biw=1366&bih=650 >. Acesso em: 03 set. 2011.

VIEIRA FILHO, G. Organizando para melhorar. In: _____. **Gestão da qualidade total: uma abordagem prática**. 2. Campinas. SP. Alínea. 2007, cap. 2, p. 21-46.

ZAMBOLIM, L. Subsídios para a produção integrada de café. In: ZAMBOLIM, L. **Certificação de café**. 1. Viçosa: Universidade Federal de Viçosa (UFV). Departamento de Fitopatologia, 2007, cap. 3, p. 25-85.

ZYLBERSZTAJN, D. Prefácio. In: BATALHA, O. M. **Gestão Agroindustrial**. 5. São Paulo. Atlas. 2009.

APÊNDICES

Apêndice 1

QUESTIONÁRIO

- 1) Caracterizar a propriedade rural, tamanho total área plantada de café?
- 2) O Sr. detectou diferença no valor da saca de café depois do processo de certificação implantado?
- 3) Sentiu diferença em relação a qualidade do grão produzido antes e depois da certificação? Qual/quais?
- 4) Em sua opinião, qual/quais foram os benefícios com a certificação obtida?
- 5) Qual foi a maior dificuldade para implantar a certificação?
- 6) Dê uma nota para a certificação conquistada de 0 a 10.
- 7) Encontrou dificuldades em adequar o processo produtivo na lavoura para as conformidades exigidas? Quais?
- 8) Opine sobre a forma de como seu café está sendo comercializado:
 aprova
 não aprova

Botucatu, 05 de dezembro de 2011.

Rosângela Cristina Vidotto

De Acordo:

Prof. Dr. Ieoshua Katz
(orientador)

Botucatu, de de 2011.

Prof. Dr. Osmar Delmanto Júnior
Coordenador do Curso de Gestão do Agronegócio