

**CERTIFICAÇÃO DE CAFÉ: ANÁLISE DA
VALIDAÇÃO DOS BENEFÍCIOS PROPOSTOS
PELA FLO AOS AGENTES ENVOLVIDOS NA
OBTENÇÃO DO SELO *FAIRTRADE* EM UMA
COOPERATIVA DE CAFEICULTORES DE
MINAS GERAIS**

***COFFEE CERTIFICATION: ANALYSIS OF THE
VALIDATION OF BENEFITS PROPOSED BY FLO TO
AGENTS INVOLVED IN OBTAINING THE
FAIRTRADE SEAL IN A COFFEE GROWERS`S
COOPERATIVE OF MINAS GERAIS***

AGLAENNE FLÁVIA DA ROCHA

Graduada em Administração (UFV)
aglaenne@gmail.com

ALCINDO CIPRIANO ARGOLO MENDES

Mestre em Ciências Contábeis (FUCAPE BUSINESS SCHOOL)
alcindo.mendes@ufv.br

ISSN 2175-5787

Resumo

Este estudo verificou a legitimação dos benefícios propostos pela *Fairtrade Labelling Organizations International* (FLO) aos agentes envolvidos na obtenção do selo *Fairtrade* em uma cooperativa de cafeicultores de Minas Gerais: os produtores, a cooperativa, o meio-ambiente e a sociedade. A pesquisa, qualitativa e exploratória, apresenta também viés descritivo, constituindo-se de pesquisa de campo e estudo de caso. Os dados primários foram coletados por meio de questionários e entrevistas semiestruturadas e os dados secundários por meio de pesquisa bibliográfica. Os resultados encontrados constataam que nem todos os agentes validam os benefícios propostos pela FLO. A sociedade demonstrou grande falta de conhecimento com relação ao processo e às vantagens da certificação. Quanto aos produtores e à cooperativa, estes apresentaram certo conhecimento e legitimaram grande parte dos benefícios, mencionando, inclusive, alguns não citados diretamente pela FLO. Já em relação ao meio-ambiente, observou-se que os produtores reconhecem os benefícios que o selo *Fairtrade* proporciona a eles, embora o poder público, representado pelo secretário do meio-ambiente, não tenha a mesma percepção.

Palavras-Chave: Comércio Justo; Selo *Fairtrade*; Agentes.

Abstract

This study checked the legitimacy of the benefits offered by Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) for agents involved in obtaining a Fairtrade seal in a coffee cooperative in Minas Gerais: the producers, the cooperative, the environment and society. The research, qualitative and exploratory, is descriptive too. Also, the study is a field research and case study. The primary data were collected through questionnaires and semi-structured interviews and secondary data through literature search, electronic networks, books and scientific articles. The findings note that not all agents validate the benefits offered by FLO. The data concerning the society showed great lack of knowledge among the population regarding the process and the benefits of certification. As the producers and the cooperative, they had some knowledge and legitimized many of the benefits, citing including some not directly cited by FLO. In relation to the environment, it was noted that producers recognize the benefits that Fairtrade provides to seal them, though the government, represented by the secretary of environment, does not have the same perception.

Key-Words: Fairtrade; Fairtrade Seal; Agents.

1 INTRODUÇÃO

Com o intenso processo de globalização ocorrido na segunda metade do século XX, devido, principalmente, às inovações tecnológicas, o aumento da concorrência na produção agrícola fez com que aumentasse também a exploração da mão de obra dos pequenos agricultores e de suas famílias. Diante disso, foram surgindo iniciativas sociais, como formação de grupos e associações, a fim de criar normas de comercialização mais justas entre os consumidores e os produtores dos países em desenvolvimento. Desta forma, esperava-se diminuir a pobreza e oferecer melhores condições de vida para os produtores e suas famílias.

Foi nesse cenário que emergiu o Comércio Justo. Esse movimento, de acordo com Machado (*s.d*), começou como uma forma de conceito educativo, utilizando métodos alternativos de comércio para mostrar ao público europeu as injustiças e o desequilíbrio social causados pelo comércio internacional. Ainda de acordo com o autor, essa modalidade foi criada para ser um modelo econômico alternativo ao capitalismo, mantendo relação com o conceito de consumo consciente e incentivando uma ruptura com a ideologia de produção do futuro, fomentando a preservação da diversidade biológica e cultural.

Desde então a ideia de Comércio Justo foi ganhando proporções e, entre 2007 e 2008, de acordo com dados do *European Fair Trade Association* (EFTA), gerou uma receita de mais de US\$ 230 bilhões na Europa, sendo aproximadamente 80% desse total correspondente às vendas de produtos certificados pela *Fairtrade Labelling Organizations International* (FLO).

Nesse contexto, pode ser entendida como intermediação da certificadora a compra, sobretudo de matéria prima, nos países em desenvolvimento, proporcionando a estes melhores práticas de produção, provocando nos compradores a propensão de pagamento maior do que o mercado local dos países produtores como forma de incentivo a esse melhoramento.

Desse modo, os consumidores vêm adquirindo cada vez mais consciência dos problemas que os países em desenvolvimento enfrentam, em especial aqueles relacionados à exploração de mão de obra, à degradação ambiental e à qualidade de vida, sendo que isso tem feito com que o movimento *Fairtrade* conquiste mais adeptos no mundo todo, beneficiando pessoas que, até então, eram desfavorecidas.

Todavia, no Brasil, essa ideia ainda é pouco difundida, tendo ganhado mais importância a partir de 2002, com a criação do Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário, que ficou conhecido como “FACES do Brasil”.

Segundo a FLO, organização responsável pela definição de padrões a serem seguidos para obtenção da certificação *Fairtrade*, facilitação de negócios e apoio aos produtores, o objetivo dessa certificação é promover o desenvolvimento econômico, social e ambiental, fomentando o processo de produção ambientalmente correto e socialmente justo. A FLO propõe que, na obtenção do selo por uma associação de produtores, todos os agentes envolvidos sejam favorecidos: os produtores, a associação, o meio ambiente e a população da região onde a associação se encontra.

No entanto, pode ser que nem todos os agentes envolvidos validem os benefícios que a FLO alega proporcionar. Alguns podem reconhecer mais benefícios, enquanto outros podem reconhecer menos ou até mesmo nenhum. Diante do explicitado, este estudo procurou responder ao seguinte questionamento: **os benefícios propostos pela *Fairtrade Labelling Organizations International* são reconhecidos pelos agentes envolvidos na obtenção do selo *Fairtrade*?**

Como objetivo geral desta pesquisa, buscou-se verificar se os benefícios sugeridos pela FLO são validados pelos produtores, cooperativa, sociedade e meio-ambiente. Visando atingir o objetivo geral, foram traçados os seguintes objetivos específicos:

- Constatar quais são os benefícios propostos pela FLO aos agentes envolvidos na obtenção da certificação;
- Averiguar quais são os benefícios reconhecidos por cada agente;
- Examinar se os benefícios sugeridos pela FLO são os mesmos reconhecidos por cada agente; e
- em caso de não serem os mesmos, apontar quais são as diferenças.

Tal estudo se justifica pela importância dos possíveis benefícios que a certificação pode trazer aos agentes em questão, uma vez que a economia da região na qual a cooperativa se encontra é dependente do café.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Desenvolvimento do Sistema Cooperativista

Desde que foi implantado, o sistema capitalista causou inúmeras revoltas à população mundial, especialmente aos ingleses que, durante a Revolução Industrial, ficaram contrariados

com os baixos salários e a longa jornada de trabalho. Diante dessa situação, foram surgindo, entre a classe operária, lideranças que criaram associações de caráter social que serviram de base e inspiração para a fundação da primeira cooperativa de que se tem registro. Assim, pode-se dizer que essa instituição foi criada como uma forma alternativa ao capitalismo.

Segundo Rios (1998), a empresa cooperativa surgiu em Rochdale, Inglaterra, no ano de 1844, fundada por alguns tecelões, com o intuito de autopreservação no sistema produtivo e também visando à melhoria de sua situação econômica por meio da união dos esforços em prol dos mesmos objetivos. Essa organização criou os princípios morais e a conduta que são considerados a base do cooperativismo autêntico.

No Brasil, segundo a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB, 2009), o movimento cooperativista iniciou-se com a criação da primeira cooperativa de consumo de que se tem registro no Brasil, em Ouro Preto-MG, no ano de 1889, denominada Sociedade Cooperativa Econômica dos Funcionários Públicos de Ouro Preto. Depois, expandiu-se para Pernambuco, Rio de Janeiro, São Paulo, Rio Grande do Sul e para o restante do estado de Minas Gerais.

No decorrer dos anos, os pequenos produtores, que buscavam aumentar seu lucro por meio da eliminação de intermediadores na comercialização de seus produtos, foram se juntando e formando inúmeras cooperativas pelo território brasileiro. A cooperativa é um dos modelos de organização mais sofisticados no que diz respeito aos valores da justiça, equidade e bem comum no trabalho. Oliveira (2006) afirma que, pela própria dificuldade de enfrentar o crescente nível de competitividade entre empresas, as pessoas procuram se agrupar, já que, assim, suas atividades podem ser mais bem desenvolvidas e operacionalizadas em busca de resultados comuns e compartilhados.

De acordo com a OCB (2009), em 2009 as organizações cooperativas somavam mais de 7.600 instituições em todo o país, com 7,6 milhões de associados, abrangendo os 13 ramos do cooperativismo: agropecuário, crédito, consumo, educacional, especial, habitacional, infraestrutura, mineral, produção, saúde, trabalho, transporte e turismo e lazer.

Dentre os treze ramos do cooperativismo está o agropecuário. Segundo a Organização das Cooperativas de Minas Gerais (OCEMG, 2009), esse ramo é composto pelas cooperativas agropecuárias e de produtores rurais, caracterizando-se pelos serviços prestados aos associados, como recebimento ou comercialização da produção conjunta, armazenamento e industrialização, além da assistência técnica, educacional e até social.

Na década de 1930 os centros urbanos começaram a sofrer um acelerado processo de crescimento, causando preocupação ao Estado quanto ao abastecimento de alimentos. Diante disso, o governo passou a incentivar a criação de cooperativas agrícolas com o objetivo de promover a expansão agrícola no país (FLEURY, 1983). A partir daí, elas começaram a ganhar importância na economia nacional.

Ainda de acordo com a OCEMG (2009), o ramo agropecuário é o ramo com maior participação no Produto Interno Bruto (PIB) e nas exportações brasileiras. Em Minas Gerais o cooperativismo está presente em quase toda a cadeia produtiva agropecuária e se destaca nas atividades do leite e do café.

2.2 Certificação de café

As mudanças nos hábitos e preferências dos consumidores têm aumentado a busca por produtos de alta qualidade. Consumidores exigentes estão dispostos a pagar mais por produtos que satisfaçam seus interesses, que possuam os atributos almejados. Dessa forma, a demanda por alimentos saudáveis permite que certas características, como qualidade, sejam incorporadas ao produto. Assim, como forma de garantir que os produtos estejam em conformidade com as normas e padrões técnicos pré-estabelecidos, surgiu a certificação.

No que tange à certificação do café, Zambolim (2007) afirma que esta demanda a qualidade do produto, respeito ao homem e ao meio ambiente, manejo e conservação do solo e da água, manejo integrado de pragas, substituição de insumos poluentes, bem como o monitoramento dos procedimentos e rastreabilidade de todo o processo. Ainda de acordo com o autor, o fato de o café ser certificado significa que ele é economicamente viável, ambientalmente correto e socialmente justo.

Dentre os atributos de qualidade do café certificado encontram-se tanto características físicas, como origens, variedades, cor e tamanho, quanto socioambientais, como os mecanismos de produção e as condições da mão de obra sob as quais o café é produzido.

Apesar de gerar custos, o processo de certificação do café possibilita aos pequenos agricultores ingressarem com mais facilidade no mercado de cafés diferenciados. Isso ocorre especialmente no caso dos cafés orgânico e *Fairtrade*, pois estes atraem organizações preocupadas em atender às necessidades dos consumidores mais exigentes.

2.3 Certificação *Fairtrade*

Dentre os modelos de certificação mais conhecidos e importantes está o selo *Fairtrade*, também conhecido como “selo do comércio justo”. Este, de acordo com a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA, 2009), trata de aspectos éticos ligados à comercialização e sua característica é a preocupação, por parte dos consumidores, tanto com a qualidade e com o valor biológico dos produtos quanto com as questões sociais e ecológicas.

O “movimento *Fairtrade*” emergiu na década de 60 com o objetivo de desenvolver a sustentabilidade e o trabalho voluntário. Para tanto, contava com o apoio de lojas que praticavam o comércio justo. Com o passar dos anos, essa corrente foi ganhando força e conquistando mais adeptos no mundo todo.

Em inúmeros países, organizações não governamentais atuam como emissoras de selos de certificação para o comércio justo, fiscalizando e garantindo a distribuição igualitária de lucros, a transparência nos processos comerciais, bem como o monitoramento social das cadeias produtivas. A FLO, criada em 1997, é a organização que une as 21 certificadoras da Europa, EUA, Japão e Canadá.

De acordo com a FLO, dentre os produtos certificados pelo selo *Fairtrade* estão banana, arroz, algodão, frutas frescas, flores, sucos, mel, temperos, ervas, bolas de futebol, açúcar, chá, vinho e café, sendo este último o produto de maior expressividade na gama dos daqueles certificados no Brasil.

Segundo a Revista ÉPOCA NEGÓCIOS (2009), atualmente há no Brasil 25 cooperados com a certificação *Fairtrade*, que exportam uma média de US\$ 50 milhões por ano. O café é o principal produto, vendendo anualmente cerca de US\$ 20 milhões. De acordo com a mesma fonte, este número ainda é pouco expressivo perto das exportações totais de café do país, que contabilizaram US\$ 4,733 bilhões em 2008.

Quanto aos agentes mais beneficiados na cadeia de produção com o selo em questão, Grüninger e Uriarte (2002), afirmam que estes são o produtor e o consumidor. Para os autores, o produtor caracteriza-se por ser pequeno e estar em desvantagem no atual contexto do comércio, enquanto que o consumidor caracteriza-se por ter uma consciência social apurada e por exigir produtos que, em seu processo produtivo, levem em conta os aspectos sociais.

No entanto, em seu Manual de Critérios Genéricos de Comércio Justo para Organizações de Pequenos Produtores (2009), a FLO alega que seu intuito é beneficiar tanto o

produtor quanto os demais agentes envolvidos no processo de obtenção da certificação: a cooperativa, o meio-ambiente e a sociedade ao redor.

No que se refere ao produtor, dentre os benefícios que a FLO alega proporcionar, está a retirada do intermediário entre ela e o consumidor, tornando essa relação direta e, conseqüentemente, aumentando o valor recebido pelo produtor, bem como acarretando o pagamento de um “preço justo” pelo produto.

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2005), o preço praticado nesse comércio é justo, pois o comprador é considerado muito mais que um simples consumidor, sendo visto como um parceiro no auxílio ao desenvolvimento das cooperativas certificadas, uma vez que ele sabe que, com o seu consumo consciente, está colaborando para que os cooperados tenham uma vida mais digna. Para a FLO, pagamento de um “preço justo” significa dizer que os preços pagos refletem os custos de produção e asseguram uma renda que seja, no mínimo, suficiente para atender às necessidades básicas dos produtores e de suas famílias.

Este preço justo é o mínimo que deve ser pago ao produtor que comercializa no comércio justo e é determinado com base em um processo de consulta aos grupos agentes. Todavia, sempre que o preço do produto no mercado for mais alto que o preço mínimo do comércio justo, o preço mais alto permanece. Além do preço justo, o selo proporciona também o Prêmio *Fairtrade*, que é um pagamento adicional dos compradores ao produtor, em adição ao preço do comércio justo. Tal prêmio deve ser empregado na melhoria das condições socioeconômicas dos produtores, respeitando sempre o meio ambiente (FLO, 2009).

A saúde dos produtores também é um ponto trabalhado, de acordo com a FLO (2009), que impõe requisitos mínimos às associações para que a certificação seja concedida. Nesse sentido, ela exige o uso de equipamentos de proteção individual para trabalhos que ofereçam algum risco como, por exemplo, a aplicação de remédios nas lavouras. Também é incentivada a redução do uso de agroquímicos, principalmente próximo às fontes de água e alimentos que podem ser consumidos pelo produtor e sua família. Ao mesmo tempo, as embalagens utilizadas devem ser recolhidas para um local seguro, que não ofereça riscos de contaminação para o meio ambiente e, conseqüentemente, para as pessoas.

Outro aspecto que também é levado em conta é a participação dos produtores na administração das associações as quais pertencem. Para a FLO, a organização deve ser um meio para o desenvolvimento econômico e social dos associados. Assim, deve ter estruturas democráticas estabelecidas e uma administração transparente, possibilitando controle efetivo

pelos membros e pela Diretoria sobre sua gestão. Logo, os produtores devem ter direito a dar sua opinião nas Assembleias Gerais sobre os assuntos em questão (FLO, 2009).

A FLO procura garantir também que nenhum produtor seja discriminado com relação à associação e comercialização de seu produto no comércio justo, rejeitando qualquer tipo de distinção, tais como raça, cor, sexo, língua, religião, opinião política, origem nacional ou social, riqueza ou nascimento.

Quanto à organização de pequenos produtores, a FLO alega proporcionar grandes benefícios a ela, acreditando que sua participação no comércio justo deve funcionar como apoio, de modo que a organização se torne mais forte e economicamente sustentável. A FLO acredita, ainda, que a qualidade do produto comercializado aumente, aumentando, por conseguinte, as vendas e que a inserção no mercado internacional é facilitada, uma vez que este está demandando cada vez mais produtos certificados.

Os funcionários da organização também são supostamente beneficiados pelo selo *Fairtrade*. Assim, a FLO busca garantir-lhes benefícios, proibindo a discriminação com base na raça, cor, sexo, orientação sexual, deficiência, estado civil, idade, religião, opinião política, filiação sindical ou outros órgãos representativos de trabalhadores, extração nacional ou origem social no recrutamento, promoção, acesso a treinamento, remuneração, alocação de trabalho, demissão do emprego, aposentadoria ou outras atividades.

Além disso, os funcionários devem ter também o direito de se filiarem a sindicatos que defendam seus direitos e interesses. Deve haver, ainda, uma política de empregos, com salários especificados para cada função, e o pagamento precisa ser efetuado regularmente e de maneira pontual, em moeda corrente e apropriadamente documentado em folhas de pagamento (FLO, 2009).

Processos de trabalho, locais de trabalho, maquinário e equipamentos também são fiscalizados, devendo apresentar segurança para os funcionários. Mais que isso, a organização deve fornecer instalações adequadas de primeiros socorros, equipamento e pessoal devidamente treinado, para atender às possíveis necessidades.

No que tange à sociedade, a FLO incentiva as associações de produtores a apoiarem os projetos ambientais e de infraestrutura de autoridades locais e regionais ou outras organizações não governamentais e programas para melhorar as condições de vida de seus membros. Dessa forma, ela busca, por exemplo, ajudar nas condições de moradia, abastecimento de água potável, estradas, reflorestamento, tratamento de águas residuais, coleta de lixo e resíduos, transporte e infraestrutura da comunidade. Outra forma de beneficiar

a sociedade é o incentivo dado às associações para que elas ofereçam cursos nas mais diversas áreas para a população, fomentando, inclusive, a geração de emprego.

Outro agente que supostamente é muito beneficiado pela obtenção do selo é o meio ambiente. Segundo a FLO (2009), ela propõe a exploração sustentável do meio ambiente, incentivando a preservação de matas virgens, o reflorestamento, a diminuição do uso de produtos químicos nocivos, a regeneração da fauna e da flora naturais e o controle da erosão e da contaminação das fontes de água e alimentos. Também é incentivado o uso de compostagem e coberturas vegetais em detrimento dos agrotóxicos. A produção de organismos geneticamente modificados (OGM) não é permitida e as embalagens de agroquímicos utilizadas devem ser recolhidas e armazenadas em local seguro, não representando risco nem à população nem ao meio ambiente.

3. METODOLOGIA

Para alcançar os objetivos propostos foi realizado um estudo de essência qualitativa. Quanto aos fins, trata-se de pesquisa exploratória, pois foi realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado. Este estudo apresenta também um viés descritivo, pois expõe a opinião dos agentes sobre os benefícios recebidos por cada um deles por meio da certificação *Fairtrade*.

Em relação aos meios, a pesquisa tem cunho bibliográfico, de campo e estudo de caso. Foram realizados estudos com base em redes eletrônicas, livros e artigos científicos, a fim de se obter maior conhecimento do assunto em questão. Esta pesquisa também se enquadra como pesquisa de campo porque foram coletados dados primários por meio de questionários e entrevistas em um local que dispunha de elementos que podiam explicar o problema estudado.

Já a caracterização de estudo de caso se deu pelo fato de a pesquisa ter sido realizada em uma determinada organização, sendo esta uma cooperativa.

Os dados primários foram coletados por meio de questionários e entrevistas semiestruturadas, sendo os primeiros aplicados com os produtores rurais, com os cooperados e com uma amostra da população da cidade onde está localizada a sede da cooperativa. Já as entrevistas foram direcionadas ao secretário do meio ambiente e aos funcionários e diretores da cooperativa.

Para a amostra utilizada com os agentes “produtor ou cooperado” e “população” foi considerado o cálculo de significância estatística. Para determinar o mínimo de produtores e indivíduos da população a serem pesquisados, foi considerado um erro padrão (E) de 6,0 % que, segundo Gil (2009), é um valor aceitável para estimativa em Ciências Sociais e aplicada a fórmula de Barbata (1999, p.58).

Assim, foram aplicados 244 questionários com os produtores, associados da cooperativa estudada, e 272 questionários com indivíduos da população da cidade sede desta cooperativa, em pontos distintos da cidade. Na busca por uma melhor inferência, os dados ainda receberam tratamento no *software* SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*), que auxiliou na tabulação e na análise dos dados quantitativos.

Quanto aos funcionários da cooperativa, foi empregada a amostragem por acessibilidade ou por conveniência, na qual foram selecionados os elementos aos quais os pesquisadores tiveram acesso e que julgaram representar o universo. Como instrumento de coleta de dados foi utilizado a entrevista semiestruturada, que também foi realizada com os diretores da cooperativa e com o secretário do meio ambiente da cidade sede desta.

Quanto aos dados secundários, estes foram coletados por meio de pesquisa bibliográfica, redes eletrônicas, livros e artigos científicos.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

De um modo geral, constatou-se que nem todos os agentes supostamente favorecidos pela obtenção do selo *Fairtrade* na cooperativa estudada validam os benefícios propostos pela *Fairtrade Labelling Organizations International*. Os produtores, que são o principal foco da FLO, mostraram ser o agente que mais legitima as vantagens, seguido da cooperativa. Já a sociedade mostrou falta de conhecimento quanto à existência do selo e às vantagens que ele pode lhe oferecer. Verificou-se também que o poder público, representado pelo secretário do meio ambiente da cidade sede da cooperativa, desconhece os benefícios que o selo propõe ao meio ambiente. Entretanto, as vantagens sugeridas pela FLO a esse agente puderam ser analisadas pela visão dos produtores, uma vez que eles apresentaram o conhecimento necessário.

Do total dos produtores entrevistados, 73,8% se associaram à Cooperativa antes da obtenção da certificação, mostrando-se aptos a fazerem uma comparação entre o antes e o depois da obtenção do selo *Fairtrade*. Na Tabela 1 estão relacionados os principais benefícios que a FLO alega proporcionar aos produtores e sua respectiva validação, em porcentagem.

Tabela 1: Validação dos benefícios propostos pela FLO aos produtores

BENEFÍCIOS PROPOSTOS PELA FLO AOS PRODUTORES	VALIDAÇÃO
Maior preço	85,2%
Recebimento do prêmio <i>Fairtrade</i>	100%
Discussão em Assembléia Geral sobre a destinação do Prêmio <i>Fairtrade</i>	92,2%
Liberdade para comercializar no comércio justo	91,8%
Aumento da participação dos produtores na administração da Cooperativa	83,6%
Melhorias na produção e comercialização do café	82,4%

Fonte: Dados da pesquisa, 2010.

Para a FLO, o Comércio Justo busca beneficiar os produtores, pagando-lhes um preço mais alto pelo produto, um preço que é considerado justo. Observa-se na Tabela 1 que 85,2% dos produtores validaram esse benefício, dizendo que recebem de R\$ 5,00 a R\$ 10,00 a mais por cada saca de café vendida. Além disso, os entrevistados alegaram que, além do maior preço, a venda com o selo *Fairtrade* oferece mais segurança no que tange à garantia de recebimento, estocagem e transporte da mercadoria.

O Prêmio *Fairtrade*, de acordo com a certificadora, é um pagamento adicional que os compradores fazem ao produtor, em adição ao preço do Comércio Justo. Este prêmio deve ser empregado na melhoria das condições socioeconômicas dos produtores, respeitando sempre o meio ambiente. Todos os entrevistados afirmaram ser beneficiados com tal prêmio. Entretanto, uns apontaram mais benefícios que outros. Para alguns, a única melhoria percebida foi o desconto de R\$ 1,00 no frete de cada saca de café e a sacaria, que foi toda subsidiada para a safra de 2009. No entanto, outros apontaram também a contratação de mais técnicos agrícolas, o que contribuiu para melhorar a assistência técnica oferecida aos produtores. Quanto a essa informação, os funcionários da cooperativa afirmaram que, no primeiro ano de certificação, o prêmio foi utilizado para a contratação de três técnicos. Quanto à destinação dada ao prêmio, 92,2% dos produtores entrevistados afirmaram ter o direito de opinar na escolha, que acontece na Assembleia Geral. Diante da expressividade dos números, nota-se que há uma democracia quanto à essa decisão.

No que se refere à liberdade de comercialização proposta pela FLO, 91,8% dos entrevistados afirmaram que não sofrem nenhum tipo de discriminação para se associarem à cooperativa e/ou comercializarem seu café no Comércio Justo, afirmando que isso é um direito de todos os produtores, desde que seguidas as regras estabelecidas. Já os outros 8,2% alegaram sofrer discriminação, asseverando que maiores produtores têm preferência no momento da venda de seu produto no Comércio Justo.

Em relação ao aumento da participação dos produtores na administração da cooperativa, 83,6% dos entrevistados declararam que a obtenção da certificação proporcionou ou aumentou a participação deles na administração, principalmente por meio de Conselhos Fiscais e Administrativos.

Ainda foram observadas melhorias na produção e comercialização do café, após a obtenção do selo, por 82,4% dos entrevistados. Constatou-se que tais melhorias se referem à maior assistência técnica recebida nas propriedades, que possibilitou aos cooperados produzirem um café de melhor qualidade - em função do acompanhamento que receberam de profissionais agrônomos desde o plantio até a colheita -, a ampliação do espaço físico da cooperativa - com a construção de mais galpões de armazenamento para que o produto pudesse ser armazenado em melhores condições, o que só foi possível, de acordo com os produtores, com os recursos advindos do Prêmio *Fairtrade* e com o aumento das receitas oriundas principalmente da exportação -, e a inserção de seus produtos no mercado internacional, dado que a cooperativa não exportava antes da obtenção do selo *Fairtrade*.

Também foram apontados outros benefícios trazidos pelo selo - como o aumento na renda, que se deve à oportunidade de vender mais café por um preço melhor -, mais orientação sobre o manejo de produtos tóxicos e uso de Equipamento de Proteção Individual (EPI), o que busca resguardar a saúde dos produtores, redução do uso de agrotóxicos nas lavouras, dado que alguns agrotóxicos nocivos que eram comercializados pela cooperativa anteriormente não são mais, por serem proibidos pela FLO. De acordo com os entrevistados, a proibição da venda de tais produtos melhorou muito a qualidade dos alimentos consumidos pela família, além de minimizar os problemas de saúde sofridos por aqueles que realizavam a aplicação destes agrotóxicos.

A proibição do uso destes produtos favoreceu também o meio ambiente, pois a contaminação dos solos e das águas diminuiu. A respeito do meio ambiente, os produtores apontam, ainda, a política de conscientização proposta pela FLO que, de acordo com eles, fez

com que percebessem o quanto destruíam a natureza fazendo queimadas, desmatando e poluindo as águas, e adotassem uma nova postura.

Outro ponto levantado pelos produtores foi o benefício que estes perceberam em relação às suas famílias. Atualmente eles são obrigados a colocar os filhos na escola, pois essa é uma exigência da FLO, e, antes da obtenção do selo, as crianças deixavam de ir à escola para ajudarem os pais. Essa situação mudou e hoje as crianças obrigatoriamente estão frequentando as salas de aula.

A FLO exige também que a cooperativa certificada desenvolva projetos sociais que envolvam as famílias dos cooperados. Estes validam esse benefício, afirmando que seus filhos têm a oportunidade de participar de projetos educativos, dentre eles a “Escola no Campo” que tem aproximado do campo as crianças da 4ª série do Ensino Fundamental. Suas esposas também têm a oportunidade de participar dos cursos de doces e artesanatos oferecidos pela cooperativa, como parte do projeto de desenvolvimento social apresentado à FLO.

Os principais benefícios observados pelos produtores estão sintetizados na Figura 1.

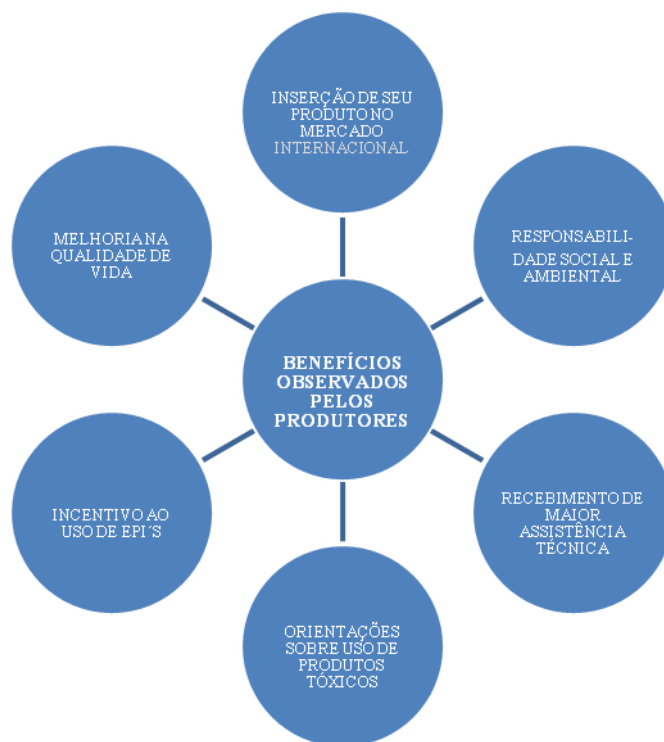


Figura 1: Benefícios observados pelos produtores após a obtenção do selo *Fairtrade*.

Fonte: Dados da pesquisa, 2010.

Quanto à cooperativa, esta foi analisada pelo ponto de vista dos funcionários e de seus diretores. A validação de alguns benefícios propostos pela FLO aos funcionários pode ser observada na Tabela 2.

Tabela 2: Validação dos benefícios propostos pela FLO aos funcionários

BENEFÍCIO PROPOSTO PELA FLO AOS FUNCIONÁRIOS	VALIDAÇÃO
Melhoria nas condições de trabalho	SIM
Estabelecimento de política de emprego na Cooperativa	Já existia
Filiação ao sindicato da classe	SIM
Pagamento realizado regularmente e de maneira pontual, em moeda corrente, apropriadamente documentado	Já existia
Aumentos graduais de salários para níveis acima da média regional e mínimo oficial	SIM
Melhorias nos processos de trabalho	SIM
Aumento da segurança nos locais de trabalho	SIM
Realização de treinamentos	SIM

Fonte: Dados da pesquisa, 2010.

Com relação às condições de trabalho, verificou-se que foram criados mais postos de trabalho, dividindo as tarefas a serem realizadas. Segundo os entrevistados, a contratação de mais funcionários trouxe melhorias tanto para os funcionários existentes, evitando que a equipe ficasse sobrecarregada, quanto para os novos, que puderam ingressar no mercado de trabalho.

Os funcionários entrevistados mencionaram também a oportunidade que tiveram de levar mais conhecimento ao produtor, trazendo-os para mais perto da cooperativa, o que proporcionou uma intensa troca de experiências e conhecimento entre eles. A responsabilidade social e ambiental que a obtenção do selo *Fairtrade* fomentou, igualmente foi apontada como benefício. Segundo os entrevistados, a cooperativa já vinha trabalhando a parte social há alguns anos, porém, para a obtenção da certificação, ela precisou abrir um Departamento Socioambiental, que trabalha com a parte social dentro da comunidade.

Para os funcionários, essa foi uma grande oportunidade de conhecerem mais a sociedade na qual estão inseridos e poder trabalhar em prol da solução dos problemas existentes. Eles afirmaram que hoje estão tão envolvidos nessa questão e que se sentem recompensados ao verem o produtor recebendo R\$ 5,00, R\$ 10,00, R\$ 15,00 a mais por saca de café em detrimento do *Fairtrade* e recebendo benefício de R\$ 1.300.000,00 que foi disponibilizado para os cooperados de prêmio, em 2009. De acordo com os entrevistados, isso é gratificante porque sentem que esse adicional vai possibilitar uma melhoria de vida para o produtor. Quanto ao nível de remuneração, eles declararam que este aumentou sim, em detrimento do resultado financeiro que o selo *Fairtrade* vem trazendo para a cooperativa.

Em relação à política de empregos, constatou-se que a cooperativa já tinha, mas que foram necessárias algumas adequações para a obtenção da certificação, inclusive no que tange à documentação, haja vista que a política existente não era documentada. A filiação dos funcionários, por exigência da FLO, ao Sindicato das Cooperativas de Minas Gerais, também foi uma grande benfeitoria observada por eles, sendo criado, inclusive, um comitê interno de funcionários que respondem por todos dentro deste sindicato. Assim, eles passaram a ter uma classe que defende seus direitos e interesses.

Quanto aos processos de trabalho, constatou-se que o selo *Fairtrade* trouxe a exigência da rastreabilidade, exigindo a documentação de todos eles. Para os entrevistados, isso proporcionou, a eles e à cooperativa como um todo, o ganho de confiabilidade, pois hoje é possível apresentar os documentos para qualquer pessoa interessada, dando clareza de todos os processos, inclusive daqueles relacionados à venda no Comércio Justo.

Em relação à proteção no local de trabalho, verificou-se que, com a exigência da FLO, todos os funcionários que desempenham atividades que apresentam riscos à saúde passaram a utilizar os Equipamentos de Proteção Individual (EPI's), diminuindo o número de acidentes de trabalho.

Outro benefício que a FLO proporcionou aos funcionários, de acordo com os entrevistados, foi a proibição da venda de alguns agrotóxicos nocivos que, além de causarem danos à saúde do produtor no momento da aplicação na lavoura, acarretavam sérios problemas de saúde aos funcionários que lidavam diretamente com eles. Os funcionários afirmaram que esse foi um ganho incalculável em se tratando de qualidade de vida, pois o produto trazia sérias complicações à saúde. Observou-se, ainda, que, com a obtenção da certificação, houve uma intensificação nos treinamentos sobre segurança no trabalho.

No que diz respeito aos salários recebidos observou-se que, indiretamente, o selo *Fairtrade* os fez aumentar, dado que, com a obtenção do selo, a cooperativa se fortaleceu financeiramente, aumentando seus resultados e recompensando, assim, os funcionários. Quando indagados sobre o pagamento, se este é realizado em dia e apropriadamente documentado, eles disseram que sim, mas que isso não foi um benefício trazido pela FLO, uma vez que a cooperativa já fazia isso antes da obtenção do selo.

Os principais benefícios que a certificação *Fairtrade* trouxe para os funcionários podem ser visualizados na Figura 2.

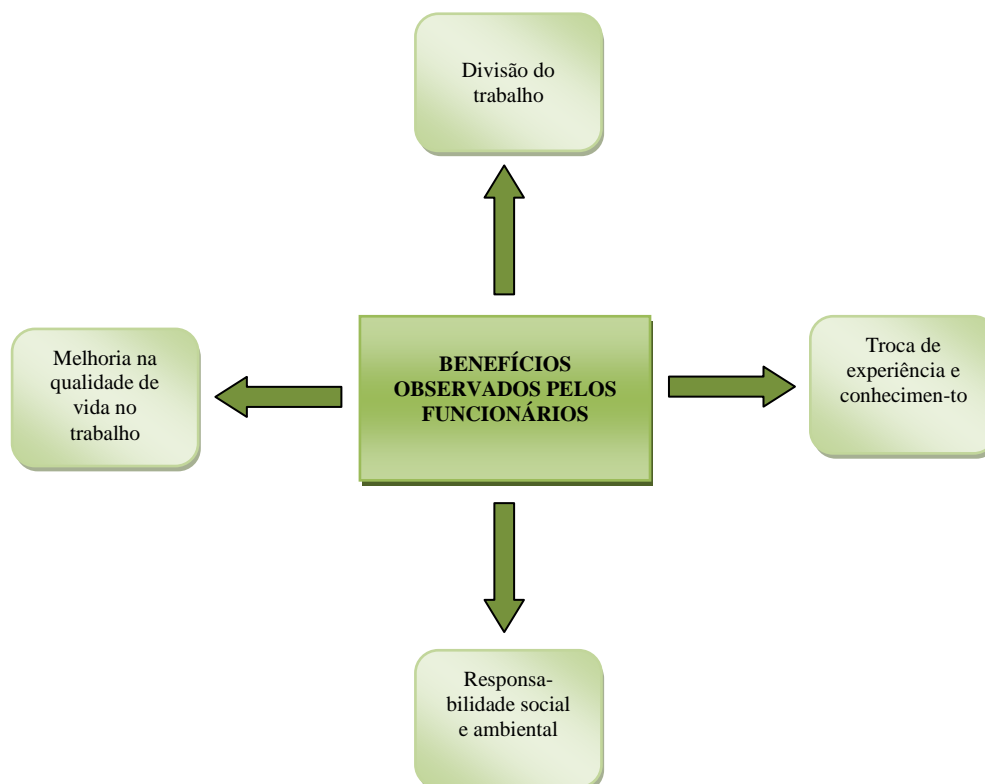


Figura 2: Benefícios que o selo *Fairtrade* trouxe para os funcionários da cooperativa.

Fonte: Dados da pesquisa, 2010.

Quanto aos diretores, constatou-se que estes reconhecem grandes benefícios trazidos pela certificação à cooperativa. Segundo eles, para a obtenção da certificação foram necessárias algumas adequações, tais como: adequação quanto aos produtos vendidos pela cooperativa - em que produtos proibidos pela FLO deixaram de ser comercializados -, melhoria na comunicação com os sócios, atenção quanto às questões socioambientais - com implantação do Plano Ambiental - e melhoria na rastreabilidade do café, desde a produção até a comercialização.

Os diretores alegaram também que a obtenção do selo proporcionou um aumento na qualidade e no volume do café produzido, aumentando significativamente as vendas. O faturamento da cooperativa passou de R\$ 60.913.244,79 em 2005, ano da certificação, para R\$ 156.993.620,84 em 2008, apresentando um crescimento de 157,73 % em três anos. Este aumento, de acordo com os entrevistados, se deu pela inserção no mercado internacional, dado que antes da obtenção do selo a cooperativa não conseguia exportar seu produto devido às exigências do mercado externo. Outro fator determinante para esse crescimento nas vendas foi o aumento na qualidade do café produzido, uma vez que, no último ano, 75% da produção foi de qualidade superior.

Outro agente supostamente beneficiado pela FLO é o meio ambiente. Este foi analisado pela ótica dos produtores e do secretário do meio ambiente da cidade sede da cooperativa, sendo que este último não apresentou conhecimento sobre os benefícios que o selo pode trazer ao meio ambiente. Na Tabela 3 estão relacionados alguns benefícios propostos pela FLO ao meio ambiente e a validação destes, pela ótica dos produtores.

Tabela 3: Validação dos benefícios propostos ao meio ambiente

Benefícios propostos pela FLO ao meio ambiente	Validação
Diminuição do desmatamento para plantio	65,7%
Incentivo ao reflorestamento	39,6%
Redução do volume e dos tipos de agroquímicos usados na produção de café	86,1%
Mais orientação sobre o manejo e aplicação dos agroquímicos nas lavouras	89,9%
Armazenamento adequado das embalagens de agrotóxicos	54,5%
Diminuição da erosão do solo	79,5%
Incentivo ao uso de resíduo orgânico como compostagem ou cobertura vegetal na lavoura	50,8%
Diminuição da contaminação das fontes de água	84,4%

Fonte: Dados da pesquisa, 2010.

Os dados apontam que o selo *Fairtrade* trouxe significativas vantagens ao agente em questão. A redução do volume e dos tipos de agroquímicos usados na produção de café e o

aumento de orientação sobre o manejo e aplicação destes foram os benefícios mais validados, seguidos da diminuição da contaminação das fontes de água e da erosão do solo. Esta diminuição se deveu, principalmente, à proibição, pela FLO, da venda de determinados agrotóxicos. Tais produtos são considerados nocivos à saúde e ao meio ambiente. Percebe-se também que a obtenção do selo não é vista como incentivo ao reflorestamento, sendo validada por apenas 39,6% dos entrevistados, que alegaram fazer reflorestamento por iniciativa e vontade própria, não estando essa ação relacionada à certificação. Quanto ao armazenamento adequado das embalagens de agrotóxicos, 54,5% dos entrevistados validaram esse benefício, contra 45,5% que disseram que a cooperativa já fazia o recolhimento antes da obtenção da certificação, não sendo esta uma benfeitoria trazida pelo selo.

No que tange ao agente sociedade, constatou-se que a maioria dos entrevistados desconhece a existência do selo *Fairtrade* e dos benefícios que este pode lhes trazer. Do total dos entrevistados, 48,9% eram moradores da zona rural e 51,1% da zona urbana. Verificou-se, ainda, que 44,9% já ouviram falar em Comércio Justo, contra 55,1% que desconhecem essa modalidade de comércio. Quando indagados sobre a existência de uma cooperativa certificada com o selo *Fairtrade* na cidade, 59,9% dos entrevistados afirmaram não ter conhecimento disso. Dos 40,1% que afirmaram saber, 77,2% não sabem de nenhum benefício que ele traz para a comunidade. Esse valor comprova que grande parte da população local desconhece os benefícios que lhes são propostos pela FLO.

Os 22,8% que disseram conhecer os benefícios mencionaram, como únicos, a preservação ambiental e os empregos gerados na cidade com o crescimento da cooperativa.

5. CONCLUSÃO

Como proposto neste trabalho, foi possível averiguar se os benefícios que a FLO propõe aos produtores, sociedade, meio ambiente e à cooperativa são validados.

De um modo geral, constatou-se que os produtores são os agentes que mais legitimam as vantagens propostas, afirmando, em especial, terem aumentado sua renda com o maior preço que recebem pelo seu produto e melhorado a qualidade da vida, tanto deles quanto de suas famílias. A maior orientação recebida quanto ao uso de agroquímicos foi um benefício observado que a FLO não sugere diretamente.

Quanto à cooperativa, verificou-se que esta valida os benefícios tanto sob a ótica dos funcionários quanto dos diretores. Ela teve a oportunidade de ingressar no mercado externo após a obtenção da certificação, dado que seu produto não era aceito anteriormente por não ser certificado. Seu faturamento cresceu cerca de 157,73 % desde a obtenção do selo e a qualidade de seu produto vem aumentando significativamente, atingindo a marca de 75% de café de qualidade superior, dentro do total produzido.

Seus funcionários também reconhecem as vantagens que a certificação lhes proporcionou, destacando o fomento à responsabilidade social e ambiental e a melhoria na qualidade de vida no trabalho.

Quanto à sociedade, constatou-se que grande parte da população da região na qual a cooperativa está inserida desconhece a existência do selo *Fairtrade* e dos benefícios que a FLO lhes propõe. Apenas 22,8% alegaram ter algum conhecimento, citando apenas preservação ambiental e os empregos gerados na com o crescimento da cooperativa.

Já o poder público, representado pelo secretário do meio ambiente, desconhece os benefícios que o selo *Fairtrade* sugere a esse agente. Todavia, foi questionado aos produtores se tais benefícios eram legitimados e eles afirmaram que sim. Pelos dados, observou-se que a preservação ambiental está sendo bem trabalhada, apresentando índices de queda na contaminação dos solos e das fontes de água.

Conclui-se, portanto, que nem todos os agentes supostamente beneficiados pela FLO legitimam os benefícios propostos a eles. Sugere-se, para futuras pesquisas, que se analise as desvantagens da Certificação *Fairtrade* para os agentes estudados neste trabalho.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBETTA, Pedro Alberto. Estatística Aplicada às Ciências Sociais. 3. ed. Florianópolis: UFSC, 1999.

EMBRAPA. Site. Disponível em: <http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Cafe/CafeOrganico_2ed/certificacao.htm>. Acessado em 30/06/2009.

FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS INTERNATIONAL. Disponível em: <<http://www.fairtrade.net/>>. Acessado em 01/07/2009.

FLEURY, Maria Tereza Leme. Cooperativas agrícolas e capitalismo no Brasil. São Paulo: Global, 1983.

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar Projetos de Pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MACHADO, Ricardo. “O portal da Administração”. Comércio Justo: uma alternativa. Disponível em:

<http://www.administradores.com.br/comunidades/_desenvolvimento_e_sustentabilidade/210/forum/comercio_justo_uma_alternativa/1621/> Acessado em 08/07/2009.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Manual e gestão das cooperativas: uma abordagem prática. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

ORGANIZAÇÃO DAS COOPERATIVAS BRASILEIRAS. Disponível em: <http://www.ocb.org.br/site/cooperativismo/evolucao_no_brasil.asp> Acessado em 12/02/2009.

ORGANIZAÇÃO DAS COOPERATIVAS DE MINAS GERAIS. Disponível em: <<http://www.ocemg.org.br/webcoop/Default.aspx?tabid=194>> Acessado em 10/02/2009.

REVISTA CAFEICULTURA. Disponível em: <<http://www.revistacafeicultura.com.br/index.php?tipo=ler&mat=18831>> Acessado em 15/02/2009.

REVISTA ÉPOCA. Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI64038-16381,00-ENTENDA+COMO+FUNCIONA+O+COMERCIO+JUSTO.html>> Acessado em 01/07/2009.

RIOS, Luiz Oliveira. Cooperativas brasileiras: manual de sobrevivência & crescimento sustentável: 10 lições práticas para as cooperativas serem bem sucedidas em mercados globalizados. São Paulo: STS, 1998.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS –SEBRAE. Termo de referência SEBRAE para o Comércio Justo. Coordenação técnica Jorge Rincón, Juarez De Paula, Louise Alves Machado, Alzira Vieira. Brasília: SEBRAE, 2005.

URIARTE, A. e GRÜNINGER, B. Fair Trade: uma introdução e algumas considerações. In: FRANÇA, Cassio Luiz de (Org.). Comércio Ético e Solidário. v. I. São Paulo: Fundação Friedrich Ebert / ILDES, 2002.

ZAMBOLIM, Laércio. Certificação de café. Viçosa: UFV, DFP, 2006.