

AGREGAÇÃO DE VALOR A CADEIA DO CAFÉ POR MEIO DE CERTIFICAÇÃO

ADDING VALUE TO THE COFFEE CHAIN THROUGH CERTIFICATION

Josué Almeida dos Santos¹

Fernanda Cristina Pierre²

RESUMO

Para certificar um produto ou serviço, é preciso estar disposto a se enquadrar em normas e regulamentos, para atender determinadas exigências e demandas que o mercado requer. As certificações trazem informações aos consumidores, que buscam por produtos que lhes proporcione satisfação. Os sistemas de certificações assumem papel importante de coordenação das diversas cadeias, unindo os conceitos de certificação e analisando como esses abordam as mais diversas formas de produção e processamento. Os agricultores devem ser conscientes ao assumir um programa de certificação, para este não tornar só mais um custo, entendendo-o como diferencial de agregação de valor ao produto. O objetivo deste trabalho foi identificar impactos da certificação na cadeia produtiva do café e quais os diferenciais a certificação proporciona. Com base nessa pesquisa, verificou-se que as certificadoras podem ser instituições públicas ou privadas, que têm por objetivo criar mecanismos que sejam diferenciais na produção ou no processamento, em específico na cadeia do café. A adesão aos programas de certificação significa comprometimento da empresa com a adoção de padrões de qualidade da matéria-prima e manutenção de sabor ao longo do tempo, além de boas práticas de fabricação. A certificação *Rainforest Alliance* trabalha para combater a crise climática e o desmatamento, além de garantir a prosperidade rural e os direitos dos trabalhadores; a *UTZ* tem como objetivo criar transparência ao longo da cadeia de suprimentos e recompensar os produtores de café; *Fair Trade* dá suporte ao pequeno produtor.

Palavras chaves: Agronegócio. Diferenciação. Normas.

¹Graduando do curso de Agronegócio, Faculdade de Tecnologia de Botucatu.

²Docente da Faculdade de Tecnologia de Botucatu – Fatec Av. José Ítalo Bacchi, s/n - Jardim Aeroporto, Botucatu - SP, 18606-851.e-mail: fernanda.pierre@fatec.sp.gov.br

ABSTRACT

To certify a product or service you must be willing to comply with standards and regulations, to meet certain requirements and demands that the market requires. Certifications provide information to consumers, who are looking for products that provide them with satisfaction. Certification systems play an important role in coordinating the various chains, uniting certification concepts and analyzing how they approach the most diverse forms of production and processing. Farmers must be aware when taking on a certification program, so that it does not become just another cost, understanding it as a differentiator in adding value to the product. The objective of this work was to identify the impacts of certification on the coffee production chain and what differences certification provides. Based on this research, it was found that certifiers can be public or private institutions, which aim to create mechanisms that make a difference in production or processing, specifically in the coffee chain. Adherence to the certification program means the company's commitment to adopting raw material quality standards and maintaining flavor over time, in addition to good manufacturing practices. Rainforest Alliance certification works to combat the climate crisis and deforestation, as well as guarantee rural prosperity and workers' rights; UTZ aims to create transparency along the supply chain and reward coffee producers; Fair Trade supports small producers.

Keywords: Agribusiness. Differentiation. Standards.

¹Graduando do curso de Agronegócio, Faculdade de Tecnologia de Botucatu.

²Docente da Faculdade de Tecnologia de Botucatu – Fatec Av. José Ítalo Bacchi, s/n - Jardim Aeroporto, Botucatu - SP, 18606-851.e-mail: fernanda.pierre@fatec.sp.gov.br

1 INTRODUÇÃO

O Brasil é considerado referência quando se trata de produção e exportação do café. Considerado um dos grandes pilares econômicos do desenvolvimento nacional (Peçanha; Aviles; Faria Júnior, 2017).

A primeira década deste novo século trouxe novos e grandes desafios para o agronegócio. Os mercados deixaram de ser locais para se tornarem globais, e os consumidores estão cada vez mais exigentes em relação a atributos ligados à segurança alimentar e à qualidade. (Leme; Pinto, 2018).

Nos últimos anos, o Brasil vem sendo o maior produtor e exportador mundial de café. O consumo interno brasileiro continua crescendo a cada ano, além disso, para o mundo e para o Brasil, o café tem sido um produto muito importante no ponto de vista econômico, pois atualmente é o segundo produto mais comercializado do mundo, perdendo apenas em valor para o petróleo (ABIC, 2018).

O café é a *commodity* mais certificada do mundo. Sua cadeia produtiva extensa e complexa baseia-se numa cultura intensiva em mão de obra, contendo assalariados formais e informais e agricultores familiares em condições de pobreza, a depender do país produtor (Veiga; Barbosa; Saes, 2016).

Os sistemas de certificações assumem papel importante de coordenação das diversas cadeias, unir os conceitos de certificação e analisar como esses conceitos abordam as mais diversas formas de produção e processamento, sob a mesma perspectiva teórica. Os pontos principais de cada programa de certificação são sistematizados segundo o modelo proposto e os objetivos a serem atingidos (Leme; Pinto, 2018).

Produtos com selos de certificação socioambiental estão cada vez mais presentes nos mercados de produtos agrícolas. E sinalizam aos consumidores que tais produtos foram produzidos e processados de forma a minimizar ou reduzir o impacto causado ao ambiente e com respeito aos atores sociais que se inserem ao longo de toda a cadeia (Bini *et al.*, 2015).

O objetivo deste trabalho foi identificar impactos da certificação na cadeia produtiva do café e quais os diferenciais a certificação proporciona.

2 DESENVOLVIMENTO DO ASSUNTO

2.1 A importância da certificação

A demanda por cafés certificados no mercado internacional exigiu dos cafeicultores brasileiros intensificação do processo de certificação, o que repercutiu favoravelmente na padronização de melhores práticas dos cafeicultores do sistema agroindustrial (SAG) do café no Brasil. O problema a ser tratado envolve uma questão significativa para a coordenação de sistemas de produção e agroindustriais, em especial para o segmento de produção de cafés diferenciados do Brasil (Barra; Ladeira, 2017).

Tanto o processo de certificação quanto o processo de indicação geográfica agem profundamente na estrutura de produção do sistema. As certificações, de modo geral, estão mais focadas no processo produtivo dentro da porteira, ou seja, agem creditando apenas uma unidade produtiva (LEME; PINTO, 2018).

A certificação não implica apenas em custos. Ela traz vantagens também como o aumento da produtividade e ganhos de eficiência na gestão. A propriedade certificada traz uma gestão agrícola profissionalizada, maior capacitação dos trabalhadores e a construção de relacionamento de longo prazo com compradores e consumidores. (Veiga; Barbosa; Saes 2016).

No agronegócio do café, esta tendência é muito forte, e existem diversas certificações que atestam tanto a produção agrícola quanto a produção industrial. São diversos os tipos de certificados. A definição de atributos de um produto, processo ou serviço e a garantia de que eles se enquadram em normas predefinidas. Assim, a certificação envolve normas, seja na esfera privada, pública, nacional ou internacional (Leme; Pinto, 2018).

O processo de melhoria contínua, baseado em pequenas mudanças evolucionárias, é um importante aspecto que permite a manutenção e avanços na certificação (Barra; Ladeira, 2017)

Cada certificado ou programa corporativo combina padrões de acordo com a demanda do consumidor, “alguns certificados são mais focados na dimensão ambiental, outros na social”, outros “são voltados a grupos de agricultores familiares (...) outros focam em cafés de altíssima qualidade, outros na eliminação de defensivos agrícolas”, e existem ainda “programas governamentais de incentivo à certificação e outros ligados a grandes corporações de fornecimento de café ao consumidor final” (Veiga; Barbosa; Saes, 2016).

Os consumidores exigentes, instruídos e ávidos por consumir produtos sócio e ambientalmente corretos ditam seus desejos e, de certa forma, seus anseios ajudam a estruturar e coordenar a cadeia. Os perfis são diversos e cada uma delas busca ocupar um espaço na mente do consumidor final, ou seja, busca atender a um desejo ou a um interesse deste consumidor (Leme; Pinto, 2018).

No caso específico dos sistemas de certificação, estes compõem uma rede de interações entre a entidade criadora do padrão, o órgão de acreditação, e a instituição certificadora. Para evitar o conflito de interesses, a entidade criadora não pode promover ela mesma a certificação. Ela terceiriza ou desenvolve um órgão independente para promover a acreditação, a entidade que vai promover a auditoria do certificado é fundamental para garantir a integridade do sistema e a legitimidade do processo de certificação (Veiga; Barbosa; Saes, 2016).

Com vistas a atender ao consumidor, cada vez mais exigente, as empresas produtoras começam a divulgar as certificações e selos de qualidade para diferenciar o seu produto (Silva; Salazar, 2022).

O sucesso do café certificado também embute riscos. O número de selos e certificados é extenso e acaba causando confusão ao consumidor final, que nem sempre consegue compreender as informações que cada selo traz (Veiga; Barbosa; Saes 2016).

Os resultados mostram que algumas certificações podem se tornar inviáveis economicamente, principalmente em propriedades com grande necessidade de mão de obra. Conclui-se que as certificações mais rentáveis são aquelas cujos selos e auditorias são menos onerosos e não demandam grandes investimentos e adequações, ou seja, que não elevam muito os custos de produção (Cabrera; Caldarelli, 2021).

O surgimento do segmento de cafés certificados consistiu em um mecanismo para os produtores agregarem valor ao seu produto. Entretanto, o consumo de produtos certificados tende a aumentar no Brasil e no mundo, devido a uma maior preocupação em relação às questões econômicas, ambientais e sociais (Carli; Oliveira; Dias, 2013).

2.2 Programas de certificações para a produção de cafés

Os programas de certificações podem ser instituições públicas ou privadas, com objetivo de agregar valor à cadeia do café.

O surgimento do segmento de cafés certificados consistiu em um mecanismo para os produtores agregarem valor ao seu produto. Entretanto, o consumo de produtos

certificados tende a aumentar no Brasil e no mundo, devido a uma maior preocupação em relação às questões econômicas, ambientais e sociais.

2.2.1 Associação Brasileira de Café - ABIC

A Associação Brasileira de Café (ABIC) tem origem no ano de 1973, fundada pelos sindicatos estaduais das indústrias de torrefação e de moagem, é a entidade representativa do setor cafeeiro no Brasil.

A ABIC tem se destacado no cenário nacional como um importante agente no agronegócio do café desde o início da década de 1990, por meio de ações que têm aumentado o consumo de café Torrado e Moído (T & M) no país, uma de suas principais estratégias foi o lançamento do Programa do “Selo de Pureza”, cujo objetivo era coibir as fraudes e garantir a pureza do produto, visando mudar a visão do consumidor brasileiro acerca da qualidade do produto (Leme; Pinto, 2018).

O café é um dos poucos produtos agrícolas valorizado com base em parâmetros qualitativos, em que quanto melhor for a qualidade maior será o preço obtido. Essa qualidade, contudo, é dependente de diversos fatores que se relacionam em todas as etapas da sua produção, desde a escolha da variedade ou de cultivar a ser plantada até o preparo da bebida. A torrefação é uma etapa muito importante para a qualidade do café, estando diretamente relacionada à aceitação da bebida (Monteiro *et al.*, 2010).

A certificação é um mecanismo sinalizador da qualidade que favorece a redução dos custos de transação e tem sido um vetor fundamental na promoção do desenvolvimento de melhores práticas de produção do café no Brasil (Barra; Ladeira, 2017).

O selo de pureza instituído pela ABIC (Associação Brasileira das Indústrias de Café) visa garantir o café com até 1% de impurezas, porém não há controle efetivo sobre a qualidade (MONTEIRO *et al.*, 2010).

Diante dessa realidade, a ABIC passou a defender a criação de um Programa de Autofiscalização, no qual as próprias empresas firmariam o compromisso de garantir a pureza do café por meio da autofiscalização (Saes *et al.*, 1998).

Além do instrumento da certificação de pureza implementado pela ABIC, no final dos anos 90, houve uma tendência mundial de valorizar o segmento de cafés diferenciados, sejam eles pela qualidade, como os *gourmets* e *premium*, seja pelo processo de produção, como os descafeinados, orgânicos e outros. Deste modo, o Programa de Qualidade do Café (PQC) é uma evolução do Programa de Pureza da ABIC e tem como objetivo dar

continuidade ao crescimento do consumo interno de café obtido a partir da década de 1990. Para isso, a ABIC apostava no aumento da qualidade ofertada ao demonstrar para o mercado consumidor as diferenças de qualidade do café Torrado e Moído (T&M) com a rotulagem do produto (Leme; Pinto, 2018).

Isso significa que tanto os programas corporativos como os sistemas de certificação precisam atrair de forma voluntária produtores, torrefadores, *blenders*, distribuidores e o consumidor final que procura identificar os atributos de cada selo para tomar a decisão de compra, nem sempre fácil devido ao número de informações embutidas em cada selo (Veiga; Barbosa; Saes, 2016).

Como resultado do Programa de Qualidade do Café, a ABIC almeja a qualidade em todas as suas esferas, pois, a partir dos dados levantados pelos organismos certificadores, ela pretende realizar *benchmarking*, de modo que isso possa contribuir para elevar o padrão de qualidade da indústria de café T&M nacional. Este ponto é fundamental e demonstra um grande objetivo em longo prazo: a qualificação das empresas para competir no concorrido mercado internacional (Leme; Pinto, 2018).

Para um produtor, fatores como sabor e aroma da bebida, além de garantir a qualidade dos grãos, torna-se cada vez mais compreensível, que uma das melhores formas de distinção do produto é a procura por certificações que avaliem todo o mecanismo de produção dos grãos (Carli; Oliveira; Dias, 2013).

Como objetivo final, o PQC almeja a satisfação dos consumidores brasileiros, ensinando-os a tomar um café de qualidade comprovada e, deste modo, serem mais exigentes. Com a qualidade, a ABIC pretende tornar o mercado brasileiro no maior mercado consumidor de café T&M do mundo (Leme; Pinto, 2018).

2.2.2 Rainforest Alliance

Uma das principais normas de certificação socioambiental de café no Brasil é a Rede de Agricultura Sustentável - *Rainforest Alliance* (RAS-RA), com mais de 85 mil toneladas certificadas na safra 2011/12 (Bini *et al.*, 2015).

A *Rainforest Alliance* é uma organização internacional que foi criada em 1987 e não possui fins lucrativos, trabalha para combater a crise climática e o desmatamento, além de garantir a prosperidade rural e os direitos dos trabalhadores, possui um programa de certificação para empresas e produtores que manufaturam seguindo os pilares da sustentabilidade (social, econômico e ambiental). O selo deste programa está presente em

mais de 175 países, e é caracterizado por um sapo, animal definido como bioindicador, que se tornou um símbolo internacional de sustentabilidade (Felix; Dutra, 2023)

A certificação da *Rainforest Alliance* apresenta um diferencial na sua implantação em que o ideal do desenvolvimento economicamente viável, socialmente justo e ambientalmente sustentável agregue valor na cadeia de produção e na comercialização do café (Carli; Oliveira; Dias, 2013).

Sua missão é integrar agricultura produtiva, conservação da biodiversidade e desenvolvimento humano. A rede é responsável por elaborar as normas para a agricultura, priorizando cultivos de grande impacto socioambiental (Leme; Pinto, 2018).

A certificação *Rainforest Alliance* é um programa que visa estimular os agricultores a seguirem processos sustentáveis, desenvolvendo práticas que resguardem as nascentes de água, o solo, o habitat da vida silvestre e os ecossistemas florestais. A certificação baseia-se no cumprimento de vários critérios sociais, ambientais e econômicos, trazendo como uma das finalidades manter a biodiversidade, o bem-estar dos trabalhadores e das comunidades locais, garantindo meios de vida sustentáveis mediante a modificação de práticas de uso do solo, práticas empresariais e procedimentos do consumidor (Carli; Oliveira; Dias, 2013).

Sinalizam aos consumidores que tais produtos foram produzidos e processados de forma a minimizar ou reduzir o impacto causado ao ambiente e com respeito aos atores sociais que se inserem ao longo de toda a cadeia. Essas certificações são denominadas de certificações voluntárias, pois sua adoção é uma iniciativa dos próprios envolvidos nas cadeias, agricultores e processadores, ou eventualmente pode emergir como uma demanda dos distribuidores (Bini *et al.*, 2015).

É importante ressaltar que o programa de certificação RAS exige melhoria contínua na propriedade certificada passando por auditoria anual e alguns destes impactos poderiam ser mais acentuados com um maior tempo de certificação principalmente no que se refere às transformações na comunidade local e no entorno (Carli; Oliveira; Dias, 2013).

A manutenção, ou a recuperação, do capital natural e social envolvidos na produção agropecuária, que repercutem em benefícios de curto, médio e longo prazo (Bini *et al.*, 2015)

A cada ano em auditoria, a fazenda certificada deve apresentar um projeto social que envolva a comunidade local, o projeto é implantar o *Fair Trade* para os pequenos

cafeicultores vizinhos do entorno. Neste caso, teria um impacto positivo da certificação *Rainforest* para o futuro da comunidade do entorno (Carli; Oliveira; Dias, 2013).

2.2.3 UTZ

A *Utz* é um dos principais programas de certificação do café no mercado internacional (LEME; PINTO, 2018).

O objetivo do selo é criar transparência ao longo da cadeia de suprimentos e recompensar os produtores de café responsáveis. O Brasil é o maior fornecedor mundial de café *UTZ*, com 40% da produção (Cabrera; Caldarelli, 2021).

A certificação *Utz Certified* possui como foco o manejo das propriedades de forma profissional e os aspectos socioambientais ligados à produção. Existe um código de conduta que determina padrões de práticas ambientais e sociais responsáveis, incluindo rastreabilidade e administração dos empreendimentos. A certificação foca esforços no gerenciamento da lavoura, na redução dos custos de produção, no aumento da qualidade e da produtividade. O objetivo é fornecer um produto de qualidade para o mercado, remunerando os produtores de maneira adequada (Leme; Pinto, 2018).

Visando à competitividade e à agregação de valor para agricultores e consumidores, novas estratégias tornaram-se necessárias, sobretudo para o produtor brasileiro que explora vantagens de escala e baixo custo de produção como estratégia principal nesse sentido, as iniciativas de certificação são apontadas pelo mercado como uma das soluções para aumentar a renda dos agricultores via preços *premium* pagos pelo café certificado (Cabreira; Caldarelli, 2021).

A *Utz* compreende práticas agrícolas adequadas para a produção de café e para o bem-estar dos trabalhadores, incluindo o acesso à saúde e à educação. De certa forma, ressalta mais a produção responsável do que a agricultura sustentável. Seu programa de certificação envolve critérios econômicos, sociais, culturais e ambientais. (Leme; Pinto, 2018).

A *UTZ* é mais abrangente em padrões de qualidade, gestão, e na dimensão social. Apesar de complementares em padrões, o *UTZ* é mais exigente na implementação. Para receber o certificado, são necessárias 108 medidas de implementação imediata para o *UTZ* (Veiga; Barbosa; Saes, 2016).

Os critérios econômicos se referem ao monitoramento e gerência de processos e negócios de forma eficiente e efetiva, instrução e treinamento adequados dos empregados

e rastreabilidade do café na fazenda. Os critérios sociais e culturais envolvem o pagamento aos trabalhadores de acordo com as leis nacionais, assistência médica aos trabalhadores e seus familiares e liberdade de expressão cultural. Os critérios ambientais envolvem a preservação permanente do solo, das fontes sustentáveis de energia e das fontes de água (Leme; Pinto, 2018).

2.2.4 Fair Trade

O *Fair Trade* é um movimento social que se fundamenta na solidariedade econômica. Sobre tal propósito, propõe uma parceria comercial entre os produtores e consumidores procurando minimizar as desigualdades no comércio por meio da proximidade e respeito à condição social dos produtores, seguindo normas justas (Stelzer; Weira, 2017).

O movimento MFT (Mercado *Fair Trade*) não é ação recente. Ele surgiu na década de 1960 no mercado internacional e busca conciliar a sustentabilidade ambiental com a geração de trabalho e distribuição de renda aos menos favorecidos, sendo o movimento voltado a pequenos empreendimentos (Souza *et al.*, 2017)

A certificação *Fair Trade* é destinada a pequenos produtores de café organizados em associações ou cooperativas. A característica principal é garantir um preço mínimo ao produtor que deve cobrir seus custos de produção e propiciar melhorias na sua qualidade de vida, não ficando o produtor sujeito às oscilações do mercado. Além disso, há um “prêmio” que deve ser destinado a um projeto social escolhido pelo grupo de produtores, bem como estímulo a contratos de longo prazo e ajuda na obtenção de crédito (Souza *et al.*, 2013).

O Brasil já ocupa uma posição de destaque entre os países produtores de café *fair trade*, sendo o sexto país com mais organizações de cafeicultores certificados e detendo cerca de 5% das exportações de café *Fair Trade*. Mas, para o país que é o maior produtor de café do mundo e possui um parque cafeeiro em constante melhoramento, estas posições podem ser consideradas ainda tímidas. Assim, esta relativa singela participação pode se reverter, caso a adesão à certificação pelas cooperativas cafeeiras do país se mantenha constante aos patamares dos últimos anos (entre 2010 e 2015 o país dobrou a quantidade de cooperativas certificadas), existe um amplo espaço para a atuação do Brasil no mercado de café *Fair Trade*, o país poderá se tornar, a médio prazo, o maior fornecedor mundial de café certificado *Fair Trade* (Alvarenga; Arraes, 2017).

Já que a essência do movimento é proporcionar a sustentabilidade social aos produtores, são esses agentes que devem ter voz na criação e implementação de *standards* do *Fair Trade*, até porque, para ser membro, os ora certificadores devem compreender todas as etapas de adequação (Stelzer; Wieira, 2017).

Fica claro que o típico consumidor *Fair Trade* é aquele que compra os produtos certificados acreditando nos valores implícitos no produto certificado. Portanto, a principal crença deste consumidor é que parte do montante gasto na aquisição do produto certificado chegará de alguma forma até o produtor pobre, propiciando-lhe melhores condições de vida. Entre os setores certificados pela *Fair Trade*, a cafeicultura é o principal (Alvarenga; Arraes, 2017).

Nesse sentido, passa-se a explorar o potencial desses princípios: Criação de oportunidades para os produtores em desvantagem econômica; Transparência e prestação de contas; Práticas de *Fair Trade*; Pagamento de um preço justo; Erradicação do trabalho infantil e do trabalho forçado/escravo; Não discriminação, igualdade de gênero e liberdade de associação; Garantia de boas condições laborais; Promoção de construção de capacidade; Promoção do *Fair Trade*; Sustentabilidade do Meio Ambiente (Stelzer; Wieira, 2017).

A certificação *Fair Trade*, por sua vez, tem entre seus principais objetivos, combater a pobreza e empoderar produtores marginalizados de países ainda em desenvolvimento. A tentativa de atingir tais objetivos ocorre, principalmente, por meio da comercialização dos produtos certificados para consumidores cujos perfis estão associados à prática do consumo ético (Alvarenga; Arraes, 2017)

Ao contrário das grandes empresas, o produtor típico de café *Fair Trade* enfrenta constantes dificuldades econômicas de custos de produção maiores do que o valor da saca, volatilidade de preço e dificuldades em comercializar o produto. Ainda assim, o pequeno produtor brasileiro que está inserido nesse segmento, encontra mais segurança e benefícios do que ao permanecer no mercado de cafés *commodity*. Os preços obtidos com a comercialização de cafés solidários garantem a manutenção e o desenvolvimento de comunidades por todo o mundo. O prêmio recebido é investido em obras sociais para a comunidade e para melhorar a qualidade do produto. Essa característica é cada vez mais importante para se comercializar dentro do nicho de cafés *Fair Trade* (Souza *et al.*, 2013).

Apesar da norma da certificação *Fair Trade* primar por seguir certos padrões que visam à sustentabilidade do sistema de produção, o principal apelo do selo não é a proteção ambiental. Não é a proteção de espécies ameaçadas. Não é a inexistência de

processos isentos de agrotóxicos. Não é a qualidade do produto. A principal estratégia de mercado associada ao selo está condicionada à possibilidade dos consumidores contribuir para a melhoria das condições de vida de produtores pobres, marginalizados das chances de êxito pelas vias de mercado convencionais (este é o principal apelo da certificação) (Alvarenga; Arraes, 2017).

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que certificar seus produtos ou serviços é criar mecanismos de diferencial para buscar atender mercados mais exigentes que valorizam quem respeita o ecossistema, o trabalhador e todo seu entorno. A certificação também apresenta algumas possibilidades de insucessos, quando mal planejada, decidido compulsoriamente sem uma análise crítica e objetiva.

Também foi possível identificar que as certificadoras citadas neste trabalho são bem claras nos objetivos em defender um ideal e que agregue valor a cadeia e aos atores inseridos na mesma. E entende-se que agregar valor é muito mais que ganhos financeiros, e a sim os métodos e processos são extremamente importantes no conjunto de agregação de valor.

Produzir com sustentabilidade e compromisso de satisfazer aos anseios do consumidor, respeitando a cadeia de produção do café. São os diferenciais que proporcionam e impulsionam esses agricultores rumo ao sucesso.

REFERÊNCIAS

ABIC. Associação Brasileira da Indústria de Café. Disponível em: <https://www.abic.com.br/institucional/abic/#:~:text=Fundada%20em%2012%20de%20mar%C3%A7o,caf%C3%A9%20de%20todo%20o%20pa%C3%ADs>. Acesso em 27 de mar. 2022.

ALVARENGA, R. P.; ARRAES, N. A. M. Certificação *Fair Trade* na cafeicultura brasileira: análises e perspectivas. *Coffee Science*, Lavras, v12, n. 1, p. 124 – 147, jan./mar. 2017

BARRA, G. M. J.; LADEIRA, M. B. Modelo de maturidade para processos de certificação no sistema agroindustrial do café. *Revista de Gestão*, v. 24, n.2, p. 134 – 148, abr./ jun. 2017.

BINI, D. A. *et al.* Efeitos econômicos da certificação rede de agricultura sustentável – *Rainforest Alliance*: uma análise dos produtores de café de Minas Gerais. **IX Simpósio de Pesquisa dos Café do Brasil**, Curitiba – PR, jun. 2015

CABRERA, C. C.; CALDARELLI, C. E. Viabilidade econômica de certificações de café para produtores brasileiros. **Revista da Política Agrícola**. Ano XXX – Nº 4 – Out./Nov./Dez. 2021

CARLI, P. M.; OLIVEIRA, L. H.; DIAS, E. C. Impacto da Certificação *Rainforest Alliance* na gestão de uma propriedade de café no sul de Minas Gerais. **VIII Simpósio de Pesquisa dos cafés do Brasil**, Salvador - BA, nov. 2013

FELIX, A. P.; DUTRA, M. B. L. Certificação *Rainforest Alliance* em chocolates e cafés comercializados nos municípios de Ouro Fino e Pouso Alegre. **Brazilian Journal of Business**, Curitiba, v. 5, n. 2, p. 907 – 913, abr./jun. 2023

LEME, H. M. V.; PINTO, C. L. Qualidade e sustentabilidade: sistema de certificação do café sob a ótica dos pilares da qualidade. **Revista Agrogeoambiental**, Pouso Alegre – v.10, n.4, dez. 2018.

MONTEIRO, M. A. M. *et al.* Influência da torra sobre a aceitação da bebida café. **Rev. Ceres**, Viçosa, v. 57, n.2, p. 145-150, mar/abr, 2010.

PEÇANHA, C. E. B.; AVILES, G. H.; JÚNIOR FARIA, H. D. **Café certificado**. Centro Universitário Octávio Bastos, São João da Boa Vista, SP, jun. 2017.

SAES, M. S. M. *et al.* Ações conjuntas e novos desafios frente a reestruturação de mercado. **VIII Seminário Internacional Pensa de Agribusiness**, 1998

SILVA, A. P.; SALAZAR, V. S. Que tal um cafezinho? Analisando a experiência de consumo dos turistas de turismo cafeeiro em Taquaritinga do Norte. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale de Itajaí**, v. 24, n. 3, p. 548 – 566, set./dez. 2022.

SOUZA, P. S. C. *et al.* Dimensões da sustentabilidade: O processo de certificação “*Fair Trade*” em cooperativa no Marajó, Pará. **P2P & Inovação**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 2, p. 177 – 196, mar./set. 2017.

SOUZA, S. M. C. *et al.* Avaliação do grau de conformidade visando à inserção dos cafeicultores na certificação e comércio justo (*Fair Trade*). **Coffe Science**, Lavras, v. 8, n. 4, p. 510 – 518, out./dez. 2013.

STELZER, J.; WIEIRA, A. K. Certificação *Fair Trade* na WFTO: um estudo sobre princípios e critérios para segurança do consumidor. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, Maranhão, v. 3, n. 2, p. 22 - 42, jul./dez. 2017.

VEIGA, J. P. C. *et al.* A cadeia produtiva do café no Brasil: Impactos sociais e trabalhistas da certificação. **Technical Report**, maio, 2016.