


**ESCOLA DE ENGENHARIA  
DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA AGRÍCOLA E MEIO AMBIENTE  
ENGENHARIA AGRÍCOLA E AMBIENTAL**

**CAROLINA SILVEIRA DE CARVALHO**

**PANORAMA DOS CAFÉS CERTIFICADOS NO BRASIL**

**UNIVERSIDADE  
FEDERAL  
FLUMINENSE**



**NITEROI  
2017**

CAROLINA SILVEIRA DE CARVALHO

**PANORAMA DOS CAFÉS CERTIFICADOS NO BRASIL**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Engenharia Agrícola e Ambiental, da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Engenharia Agrícola e Ambiental.

Orientadora

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Roberta Jimenez de Almeida Rigueira

NITEROI  
2017

**Ficha Catalográfica elaborada pela Biblioteca da Escola de Engenharia e Instituto de Computação da UFF**

Ficha catalográfica automática - SDC/BEE

S587p Silveira de Carvalho, Carolina  
Panorama dos cafés certificados no Brasil / Carolina  
Silveira de Carvalho ; Roberta Jimenez de Almeida Rigueira,  
orientadora. Niterói, 2017.  
53 f. : il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Engenharia  
Agrícola e Ambiental)-Universidade Federal Fluminense, Escola  
de Engenharia, Niterói, 2017.

1. Qualidade. 2. Meio ambiente. 3. Sustentabilidade. 4.  
Produção intelectual. I. Título II. Jimenez de Almeida  
Rigueira, Roberta, orientadora. III. Universidade Federal  
Fluminense. Escola de Engenharia. Departamento de Engenharia  
Agrícola e do Meio Ambiente.

CDD -

Bibliotecária responsável: Fabiana Menezes Santos da Silva - CRB7/5274

CAROLINA SILVEIRA DE CARVALHO

**PANORAMA DOS CAFÉS CERTIFICADOS NO BRASIL**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Engenharia Agrícola e Ambiental, da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Engenharia Agrícola e Ambiental.

Aprovada em 12 de dezembro de 2017.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof<sup>a</sup> Roberta Jimenez de Almeida, D.Sc. – UFF.

---

Prof., Leonardo da Silva Hamacher, M.Sc – UFF

---

Prof., Ivenio Moreira da Silva, DSc – UFF

## DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho aos meus pais,  
Denilson Carvalho e Ellen Martins, por  
todo apoio, amor e coragem ao longo  
desses anos. Ao meu irmão Guilherme.  
Vocês me inspiram.

## **AGRADECIMENTOS**

Não foi um caminho fácil. Nem porventura linear. Mas valeu a pena. Porque nas estradas da vida o conhecimento tem um valor inestimável e porque sozinho não se pode atingir nenhum fim, assim deixo os meus agradecimentos a quem me ajudou, encorajou e permitiu chegar até aqui:

A Deus, em primeiro lugar, pela vida e companhia nessa jornada.

A meus pais, pelo seu sim a vida onde se dedicaram com todo amor e carinho a me fazer chegar até aqui hoje e me fazendo acreditar sempre que eu posso ir além. Obrigado por nunca desistirem de mim quando por vezes eu já não acreditava mais.

Ao meu irmão Guilherme por ser uma obra viva de Deus em minha vida de amor e paciência.

As minhas avós por me proporcionarem uma família tão maravilhosa.

A minha tia Sueli, como minha segunda mãe por todos os anos dedicados a mim e a minha educação com tanto zelo.

Ao meu noivo Fábio por seu amor, compreensão e apoio nos momentos difíceis.

As minhas amigas, Mariana Amaral e Gabriela Scardini, que nessa jornada, de começo tão incerto, se tornou muito melhor por ter vocês ao meu lado.

A todos os professores que passaram pela minha vida acadêmica que tanto contribuíram e contribuem para um mundo melhor. Em especial, a professora Roberta Jimenez pelo apoio e por tornar esse trabalho possível, sozinha eu não teria conseguido.

Em especial, em memória, com toda minha saudade e amor ao meu avô Edson Martins por seu exemplo da real natureza da palavra ser humano, com toda sua alegria e coragem de enfrentar a vida com caráter e amor. Por me mostrar que onde está uma família unida, Deus está ali também, onde sua sabedoria estava muita aquém dos livros, ela vinha da alma.

*A persistência é o caminho do êxito.*

*Charles Chaplin*

## RESUMO

A diferenciação do café aparece em primeira instância como uma estratégia de concorrência de mercado para agregar valor, não apenas ao seu produto final, mas a todo um sistema produtivo, dando condições desde o pequeno produtor até grandes marcas de inserir seu produto no mercado com um valor diferenciado a ele agregado. Passando por conceitos de qualidade, relacionados a toda cadeia de produção, a certificação garante essa diferenciação que tanto é buscada por produtores de todo o mundo. Os diversos tipos de certificação que existem hoje abrangem uma cadeia de características próprias onde cada consumidor tem a oportunidade de encontrar o seu padrão, fazendo com que a certificação ultrapasse a dinâmica material e atinja o consumidor no âmbito muito além do paladar. Portanto, o objetivo deste trabalho foi investigar o panorama de cafés certificados no Brasil. A experiência simbólica agregada ao café se apresenta como fator primordial na grande proliferação de selos de certificação em todo o mundo. A partir da descoberta da importância da valoração ambiental e social, desde a produção até o destino final do café, despertou-se para novos rumos de padrão de qualidade. A crescente demanda por cafés certificados vem de encontro a essa preocupação com a sustentabilidade socioambiental atraindo um público preocupado com as gerações futuras e com o meio ambiente. Deste modo, conclui-se que o panorama dos cafés certificados têm conquistado um mercado consumidor, principalmente a partir do ano de 1969, com a criação de várias organizações certificadoras. Ainda se faz necessário estar atento às mudanças de comportamento, em relação ao hábito de consumir cafés de qualidade, com relação ao mercado consumidor, e às ações sociais, ambientais e de sustentabilidade que envolve o processo de certificação.

**PALAVRAS – CHAVE:** Qualidade. Meio ambiente. Sustentabilidade.



## **ABSTRACT**

The differentiation of coffee appears in the first instance as a market competition strategy to add value, not only to its final product, but to an entire production system, giving conditions from the small producer to big brands of inserting its product in the market with a value added to it. Going through quality concepts, related to the entire production chain, certification guarantees this differentiation that is so much sought after by producers all over the world. The various types of certification that exist today encompass a chain of proprietary characteristics where each consumer has the opportunity to meet his or her standard, making certification beyond material dynamics and reaching the consumer far beyond the palate. Therefore, the objective of this work was to investigate the panorama of certified coffee in Brazil. The symbolic experience added to coffee is a key factor in the large proliferation of certification seals worldwide. From the discovery of the importance of environmental and social valuation, from production to the final destination of coffee, it has awakened to new paths of quality standard. The growing demand for certified coffees comes against this concern with socio-environmental sustainability attracting an audience concerned with future generations and with the environment. In this way, it can be concluded that the panorama of certified coffees has conquered a consumer market, mainly since 1969, with the creation of several certification organizations. It is still necessary to be aware of changes in behavior, in relation to the habit of consuming quality coffees, therefore the consumer market, and the social, environmental and sustainability actions that involve the certification process.

**KEY WORDS:** Quality. Environment. Sustainability.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|   |    |
|---|----|
| Figura 1 – Participação (%) do Café nas Exportações Totais e do Agronegócio Brasil..... | 22 |
| Figura 2 – Evolução das Exportações Brasileiras de Café.....                            | 23 |
| Figura 3 – Selos de Certificação para Café.....   | 27 |

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

|         |   |
|---------|---|
| APPCC   | Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle  |
| ABIC    | Associação Brasileira da Indústria do Café  |
| ABNT    | Associação Brasileira de Normas Técnicas  |
| ACOB    | Associação da Cafeicultura Orgânica do Brasil   |
| BPA     | Boas Práticas Agrícolas   |
| BSCA    | Brazil Specialty Coffee Association   |
| CCCMG   | Centro de Comércio de Café do Estado de Minas Gerais  |
| CDPC    | Conselho Deliberativo da Política Cafeeira  |
| CECAFE  | Conselho dos Exportadores de Café do Brasil   |
| CONAB   | Companhia Nacional de Abastecimento   |
| EMATER  | Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural   |
| EPAMIG  | Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais  |
| FAO     | Food and Agriculture Organization of the United Nations<br>(Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação) |
| FUNCAFE | Fundo de Defesa da Economia Cafeeira  |
| IFOA    | Federação Internacional de Movimentos de Agricultura Orgânica   |
| IMA     | Instituto Mineiro de Agropecuária   |
| INMETRO | Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial   |

|        |   |
|--------|---|
| INPI   | Instituto Nacional de Propriedade Industrial                  |
| MAPA   | Ministério de Agricultura Pecuária e Abastecimento            |
| OIC    | Organização Internacional do Café                             |
| PQC    | Programa de Qualidade do Café                                 |
| SPA    | Secretaria de Políticas Agrícolas                             |
| SEAPE  | Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento |
| SEBRAE | Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas      |

## SUMÁRIO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. INTRODUÇÃO .....</b>                                   | <b>14</b> |
| <b>2. OBJETIVOS .....</b>                                    | <b>17</b> |
| <b>3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E REVISÃO DA LITERATURA.....</b> | <b>17</b> |
| 3.1. A CULTURA DO CAFÉ .....                                 | 17        |
| 3.2. POTENCIAL AGRÍCOLA – EM TERMOS DE PRODUTIVIDADE .....   | 19        |
| 3.3. CERTIFICAÇÃO.....                                       | 23        |
| 3.4. CERTIFICAÇÃO DOS CAFÉS NO BRASIL .....                  | 25        |
| 3.5. MÉTODOS DE CERTIFICAÇÃO.....                            | 26        |
| 3.6. IMPORTÂNCIA DA CERTIFICAÇÃO.....                        | 28        |
| 3.7. EVOLUÇÃO DA CERTIFICAÇÃO NO BRASIL .....                | 28        |
| 3.8. TENDÊNCIAS PARA O AUMENTO OU NÃO DA CERTIFICAÇÃO.....   | 29        |
| <b>4. MATERIAL E MÉTODOS.....</b>                            | <b>30</b> |
| 4.1. SISTEMAS E PROCESSOS DE CERTIFICAÇÕES.....              | 30        |
| 4.1.1. Associação 4C.....                                    | 30        |
| 4.1.2. Sistema Certifica Minas Café.....                     | 31        |
| 4.1.3. Sistema de certificação orgânica .....                | 32        |
| 4.1.4. Sistema Fairtrade.....                                | 34        |
| 4.1.5. Nespresso AAA Sustainable Quality™ Program.....       | 36        |
| 4.1.6. Certificação Rainforest Alliance .....                | 37        |
| 4.1.7. Starbucks C.A.F.E. Practices.....                     | 38        |
| 4.1.8. Sistema Utz certified .....                           | 40        |
| <b>5. RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>                       | <b>41</b> |
| <b>6. CONCLUSÕES .....</b>                                   | <b>46</b> |
| <b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>                      | <b>47</b> |

## 1. INTRODUÇÃO

Na busca por atender consumidores cada vez mais exigentes, a agroindústria exige de seus produtores a procedência de seus produtos expostos nos pontos de venda, causando uma mudança em toda cadeia produtiva a fim de obter um produto de melhor qualidade e diferenciado.

O café destaca-se como símbolo brasileiro de progresso e desenvolvimento, com o maior programa mundial de pesquisas em café, o Brasil é o maior produtor e exportador de café do mundo. O café é produzido e industrializado a fim de atender as exigências dos consumidores. Sua alta demanda fortalece a agricultura brasileira, gerando muitos empregos, diretos e indiretos; todavia, a grande maioria da produção cafeeira é comercializada como commodity, a qual é sem agregação de valor e dificulta a rentabilidade da cadeia produtiva (PRADO, 2014).

O gênero *Coffea* é representado por mais de 100 espécies, destacando-se a *C. arabica* (café arábica) e *C. canéfora* (café robusta) (DAVIS et al. 2006). Essas cultivares juntas representam aproximadamente 100% de todo o café comercializado em todo o mundo.

O marcante sabor, característico do café como conhecemos, está diretamente relacionado com toda uma cadeia de produção que vai desde a variedade do grão, relevo do local, clima; como também é influenciado por tratamentos agrícolas, como: processos de secagem, fermentação, torrefação, moagem e empacotamento. Todos esses fatores juntos influenciam diretamente na qualidade final da bebida (MELLO, 2001).

De acordo com a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), entende-se por Certificação um processo no qual uma entidade independente avalia se determinado produto atende a determinadas normas técnicas (ABNT, 2008). Esta avaliação se baseia em auditorias no processo produtivo, na coleta e em ensaios de amostras. Estando em conformidades, é concedida a empresa o direito ao uso da Marca de Conformidade ABNT em seus produtos. A Certificação visa garantir que a produção seja controlada e que os produtos atendam as normas técnicas em todo processo.

A crescente preocupação com a Certificação hoje, no Brasil e no mundo, vai além do enfoque físico da bebida. O café e a agricultura no mundo, de uma forma geral, vêm acompanhados de uma preocupação de cunho ambiental e social. E é

nesse cenário que a indústria do café vem trabalhando e buscando uma maior sustentabilidade em sua produção, atraindo um público preocupado com as gerações futuras e com o meio ambiente, agregando assim, valor ao seu produto. Atendendo a um mercado consumidor disposto a pagar mais, por um produto diferenciado (PEREIRA, 2014).

Segundo Leme e Machado (2008), o mercado brasileiro de café torrado e moído pode ser um exemplo típico. Após longo período de regulamentação pelo governo, o consumo interno havia declinado aos menores patamares da história, o que era ofertado ao mercado interno eram cafés de baixa qualidade, quando não adulterados com impurezas, como cascas e paus, milho e cevada. Na visão do consumidor, o café era identificado como de baixa qualidade. Entretanto, ações voltadas para a qualidade começaram a mudar esse cenário.

Surgem, portanto, diversos programas de certificação, atribuindo características próprias, de acordo com seu foco de atuação, onde cada qual visa atender requisitos e exigências específicas, tanto por parte das empresas como dos consumidores, podendo diferenciar de acordo com o sistema de produção ou perfil do agricultor.

Os que mais se destacam são:

- Associação 4C,
- Certifica Minas Café,
- Certificação Orgânica,
- FairTrade,
- Nespresso AAA Sustainable Quality™ Program, e,
- Rainforest Alliance,
- Starbucks C.A.F.E. Practices
- Utz Certified,

Há hoje, não apenas no Brasil, mas em todo o mundo uma crescente demanda por produtos saudáveis e corretos sob o aspecto social e ambiental. Através da certificação o produtor garante ao comprador a qualidade do seu produto, não apenas agregando confiança, mas diferenciando-os dos demais.

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), o segmento de cafés especiais representa atualmente cerca de 12% do mercado internacional. De acordo com dados do Ministério da Agricultura, a cadeia

produtiva de café é responsável pela geração de mais de oito milhões de empregos no país, proporcionando renda, acesso à saúde e à educação para os trabalhadores e suas famílias.

A certificação de cafés vem se tornando um ramo cada vez mais promissor e atraente. Uma vez que a produção mundial de café só se faz crescer. Segundo dados da Organização Internacional do Café (OIC), com bases em dados de diversos países a estimativa da produção total no ano-safra de 2016/17 é de 157,44 milhões de sacas, com um aumento de 3,4% em relação o ano safra anterior. Em contra partida o consumo estimado é de 155,06 milhões de sacas no mesmo período. Como maior consumidor aparece os EUA e em segundo lugar o Brasil (OIC, 2017).

Além dos dados apresentados, a adequação das propriedades cafeeiras ao programa de certificação podem trazer diversos benefícios aos empresários rurais, entre os quais dois se destacam, o primeiro é que se a propriedade se adequar as normas do programa de certificação, automaticamente estará produzindo dentro dos critérios das Boas Práticas Agrícolas, já o segundo, é a possibilidade de alcançar valor agregado no café caso consiga vendê-lo como certificado (PRADO, 2015).

Dados do 3º Levantamento da Safra de Café da Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB) indicam que a produção da safra de 2017, do Brasil, está estimada em 44.774,3 mil sacas de café beneficiadas. Esses valores elevam a produção do país 9,2%, em relação o ano safra anterior (CONAB, 2017).

Para o ano de 2017 o agronegócio café teve um faturamento, expresso no Valor Bruto da Produção, estimado em R\$ 21,632 bilhões, que correspondem a aproximadamente 6% do montante total de R\$ 367,978 bilhões, o qual foi calculado com base no faturamento das 21 principais lavouras cultivadas no País (CECAFÉ, 2017)

As exportações dos países produtores de café bateram recorde no ano cafeeiro 2016/17 ao atingirem volume total de 122,45 milhões de sacas, o que representou crescimento de 4,8% em relação ao ano cafeeiro 2015/16, maior volume até então exportado, quando foram vendidas 116,89 milhões de sacas de 60 kg (OIC, 2017).

Dados estatísticos ao longo dos anos colocam o Brasil num patamar indiscutível como potência agrícola, especialmente no setor de cafeeiro onde o café brasileiro encontrasse no foco de todo o mundo. Entretanto, especificamente com



relação ao Brasil, as exportações nesse período apresentaram uma redução de 8,8% em comparação ao ano cafeeiro anterior de 2015/16, somando 31,58 milhões de sacas (EMBRAPA, 2017).

A importância ao abordar a certificação na cafeicultura se sustenta na representatividade que a atividade cafeeira exerce no Brasil, entretanto apesar de inúmeros avanços e a unânime posição do Brasil como principal produtor e exportador, atualmente, Minas Gerais é o único estado que possui um programa governamental de certificação de lavouras de café, o Programa Certifica Minas Café. Até 2013, 5% do café produzido no estado era certificado e 2% dos cafeicultores faziam parte do programa, apesar do baixo percentual o estado de Minas Gerais é o maior produtor de cafés certificados do Brasil (CASTRO, 2013).

Diante do exposto, o objetivo deste trabalho foi estudar o panorama dos cafés certificados no Brasil. Especificamente, observar a evolução da certificação em função das exigências dos mercados interno e externo.

## **2. OBJETIVOS**

O objetivo geral deste trabalho foi estudar o panorama de certificação dos cafés no Brasil. Especificamente, observar a evolução da certificação em função das exigências dos mercados interno e externo.

## **3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E REVISÃO DA LITERATURA**

### **3.1. A cultura do café**

O cafeeiro é uma planta da família Rubiaceae, que tem sua origem nas regiões montanhosas da Abissínia, compreendendo hoje a região Sudoeste da Etiópia, o Sudeste do Sudão e o Norte do Quênia (RUFINO, 2006).

Por volta do ano 600, o hábito diário de se tomar café começou com um pastor árabe chamado Kaldi, na Etiópia. O pastor observou alguns efeitos da planta quando suas cabras a ingeriam, tendo seus efeitos logo espalhados, muitas pessoas passaram a ingeri-la. Para combater o frio nas noites de vigília, os pastores

decidiram preparar uma bebida com os frutos que secavam ao serem transportados acrescentando água quente. Assim, foi criada a bebida café, que passou a ser chamada de kahwah ou cahue, que significa “força” (ENCARNAÇÃO & LIMA, 2003).

Segundo Encarnação e Lima (2003), a disseminação do café aconteceu por volta do ano 900, quando um livro árabe sobre Medicina sugeria o uso do café para diversos problemas médicos. Os conceitos desse livro foram amplamente aceitos, ganhando muitos adeptos, fazendo com que o consumo de café aumentasse consideravelmente ao longo dos anos. Devido ao clima frio o cultivo era difícil na Inglaterra e na França, se desenvolvendo mais nos países tropicais. Atualmente, o comércio de café é o segundo maior do mundo, depois do petróleo, em termos de produtos naturais.

Como relata Rufino (2006), a introdução de sementes de café no Brasil se deu num contexto de fortes disputas pelo controle do comércio internacional, no qual já se colocava o café como um recurso estratégico, onde era vetado o acesso dos portugueses às sementes. Data-se do ano de 1727 os primeiros pés de café plantados no Brasil, provenientes da Guiana Francesa, plantados no Estado do Pará, nas proximidades de Belém.

Em um primeiro momento na procura de uma região mais apta ao plantio, o café foi plantado nos morros dos arredores da cidade do Rio de Janeiro em 1783, começando assim, um novo ciclo na história do Brasil. A pequena safra de café produzida no Brasil destinava-se predominantemente ao mercado interno e as exportações eram mínimas (RUFINO, 2006).

Segundo Pozza (2000), a primeira exportação brasileira de café ocorreu em 1800 e envolveu apenas 13 sacas. Por volta de 1880 o estado de São Paulo passou a ser o principal produtor nacional na época. A partir de então a cultura cafeeira evoluiu consideravelmente e ocupou relevante espaço na economia nacional (RUFINO, 2006). De acordo com Machado (2006), o Brasil começou a controlar o mercado cafeeiro mundial no final do século XI.

No início dos anos 90, o café enfrentou desafios com o livre mercado, com a extinção das cláusulas do Acordo Internacional do Café e a liberação do preço do café torrado e moído no mercado interno.

Em 1996, foi criado, no âmbito do governo, o Programa Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento do Café (PNP&D/Café), coordenado pela Embrapa. Articulações políticas ligadas às principais vertentes do setor cafeeiro: produção, exportação,

indústria de torrado e moído e o segmento de café solúvel, incentivaram a criação do Conselho Deliberativo da Política Cafeeira (CDPC), unindo as representações dos quatro segmentos às deliberações do governo, com o propósito de fortalecer o setor. A criação do CDPC, vinculado desde 1999, ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), remeteu à ideia de reconstituição de um aparato institucional que, entre outras competências, teve o desafio de gerir os recursos do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ) e organizar a pesquisa cafeeira no âmbito do Programa Nacional de Pesquisa (PNP)/Café. Era a força que faltava para tornar realidade à proposta de criação de um consórcio de instituições que já se articulava em suas bases para dar sustentação tecnológica e econômica ao agronegócio café brasileiro (BARTHOLO & EIRA, 2007).

O café brasileiro apresenta-se, portanto, com uma nova imagem, tanto no mercado interno como nos principais países consumidores. A base dessa transformação está no modelo tecnológico focado na sustentabilidade econômica, social e ambiental, gerado e incentivado no âmbito de cada instituição participante. A retomada da produção não está focada apenas em termos quantitativos, como no passado, mas dentro de um novo patamar qualitativo: adoção de variedades resistentes; manejo integrado de pragas e doenças; uso racional do solo; busca contínua pela melhoria da qualidade do café e novas formas de colheita e processamento.

### **3.2. Potencial agrícola – em termos de produtividade**

O Brasil se apresenta como uma potência agrícola de suma importância, não apenas para os que o habitam, mas para todo o mundo. Aparecendo como uma grande alternativa para suprir a falta de terras agricultáveis pelo restante do planeta, com sua ampla diversidade de recursos humanos, ambientais e tecnológicos.

O agronegócio brasileiro utiliza o equivalente a apenas 34% de seu potencial, que corresponde a 284 milhões de hectares de um total de 835,56 milhões e ainda possui uma área de 103,3 milhões de hectares propícia para a agricultura. Onde entre esses 64 milhões em agricultura e 220 milhões em pastagens contando ainda com 49% da área sob vegetação de florestas ou como áreas protegidas. Participando com apenas 4% do comércio mundial do agronegócio. (SCOLARI, 2006).

Segundo dados da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO), enquanto a população mundial cresce, a disponibilidade de terras agricultáveis cai continuamente. O Brasil se apresenta como exceção nesse cenário adverso. Com uma das maiores taxas de produtividade do mundo, o país apresenta potencial para expandir sua área agrícola em 70 milhões de hectares (FAO, 2013).

De acordo com a FAO, edição de 2013 do anuário estatístico, o Brasil aparece como um dos sete países onde se concentram metade das terras com maior potencial agrícola. O sucesso da produção agrícola brasileira faz com que o país possa assumir em pouco tempo a liderança das exportações de alimentos se tornado o maior exportador e produtor mundial de alimentos nos próximos 10 anos (FAO, 2013).

O cenário da produção mundial de café, de acordo com relatório da OIC, referente ao ano-safra de 2016/17 foi de 157,44 milhões de sacas em todo o mundo, que representou um aumento de 3,4% em relação à 2015/16, fazendo com que as exportações de países produtores de café no mundo batassem recorde no ano cafeeiro 2016/17 ao atingirem volume total de 122,45 milhões de sacas, representando um crescimento de 4,8% em relação ao ano cafeeiro 2015/16, maior volume até então exportado, quando foram vendidas 116,89 milhões de sacas de 60 kg (OIC, 2017).

Com relação ao setor cafeeiro brasileiro obtivemos dados expressivos para a produção, entretanto a exportação houve uma redução. Segundo a OIC (2017), a exportação foi de 31,58 milhões de sacas, para o ano-safra 2016/17, representando uma redução de 8,8%, em comparação ao ano cafeeiro de 2015/2016, das exportações de café verde e solúvel, que somaram 28,13 milhões e 3,4 milhões de sacas, respectivamente. Já a produção do país aumentou 9,2% passando a 55 milhões de sacas no ano-safra de 2016/17 (FERREIRA e SANTOS, 2017).

Segundo a Associação Brasileira da Indústria do Café (ABIC), atualmente o Brasil é o maior produtor mundial de café, sendo responsável por 30% do mercado internacional, volume equivalente à soma da produção dos outros seis maiores países produtores. Tendo a região Sul de Minas Gerais a principal área cafeeira do país. É também o segundo mercado consumidor, atrás somente dos Estados Unidos (ABIC, 200?).

O Brasil possui grande potencial para expandir ainda mais no agronegócio. De acordo com a Tabela 1, China e Estados Unidos, dois grandes produtores mundiais, já utilizam um percentual bem maior de terras para a agricultura: a China utiliza 59,39 %, correspondente a 553,4 milhões, de uma área total de 932,7 milhões de hectares e os Estados Unidos com área total de terras de 915,9 milhões, utiliza 44,97% do total das terras, equivalente a 411,9 milhões de hectares. Já o Brasil ainda apresenta extensa fronteira agrícola inexplorada, utilizando 284,23 milhões de hectares, o equivalente a 34% do total de terras, de uma área total de terras de 835,5 milhões, além de outros 15,9 milhões de hectares cobertos por de lâminas d'água, ainda conta uma área de reserva de 103,3 milhões de hectares adequada para a agricultura. (Tabela 1). (SCOLARI, 2006).

Tabela 1 – Uso da terra. Brasil, China e Estados Unidos (milhões ha).

| Uso das Terras          | Brasil* |        | China** |        | Estados Unidos** |        |
|-------------------------|---------|--------|---------|--------|------------------|--------|
|                         | Total   | %      | Total   | %      | Total            | %      |
| 1. Área total           | 851.488 | -      | 959.805 | -      | 962.909          | -      |
| - área de terra         | 835.556 | 100,00 | 932.742 | 100,00 | 915.896          | 100,00 |
| - área de águas         | 15.932  | -      | 27.063  | -      | 47.013           | -      |
| 2. Na agricultura       | 284.233 | 34,00  | 553.957 | 59,39  | 411.863          | 44,97  |
| - Cultivos anuais       | 49.233  | 5,89   | 141.621 | 15,29  | 176.018          | 19,22  |
| - Cultivos permanentes  | 15.000  | 1,80   | 11.335  | 1,21   | 2.050            | 0,22   |
| - Pastagens permanentes | 220.000 | 26,31  | 400.001 | 42,89  | 233.795          | 25,53  |
| 3. 3. Florestas         | 410.000 | 49,00  | 284.905 | 30,54  | 303.089          | 33,09  |
| 4. Outros usos          | 141.323 | 17,00  | 93.880  | 10,07  | 200.944          | 21,94  |
| - outros usos           | 38.000  | 4,46   | -       | -      | -                | -      |
| - terras de reserva     | 103.323 | 12,37  | -       | -      | -                | -      |

Fonte: Faostat (2004). IBGE. MAPA. SCOLARI (2006).

\*IBGE(2005). \*\* FAO(2002).

De acordo com Scolari (2006), existe espaço para aumentar a área total da agricultura para 321 milhões de hectares, ocupando menos de 39% da área total de terras, percentual ainda muito inferior ao existente na China e nos Estados Unidos. Ainda assim restariam 40,0 milhões para usos variados e uma área de reserva técnica de 44,556 milhões de hectares, equivalente a 5,33% de toda a área de terras do país. O país tem potencial de ocupar com cultivos anuais ou bienais 84,56 milhões de hectares e 16,44 milhões com cultivos perenes, onde se enquadra o cultivo do café que existe potencial de atender 60% da demanda adicional estimada de mais de um milhão de toneladas.

A partir do Figura 1 podemos observar, segundo dados do Cecafé (2016), a intensa participação do café no agronegócio brasileiro, passando por variações ao

longo do período estudado porém se mantendo sempre expressivo. Para construção da Figura 1, CARVALHAES relacionou a participação percentual do café nas exportações totais e a participação do café no agronegócio.

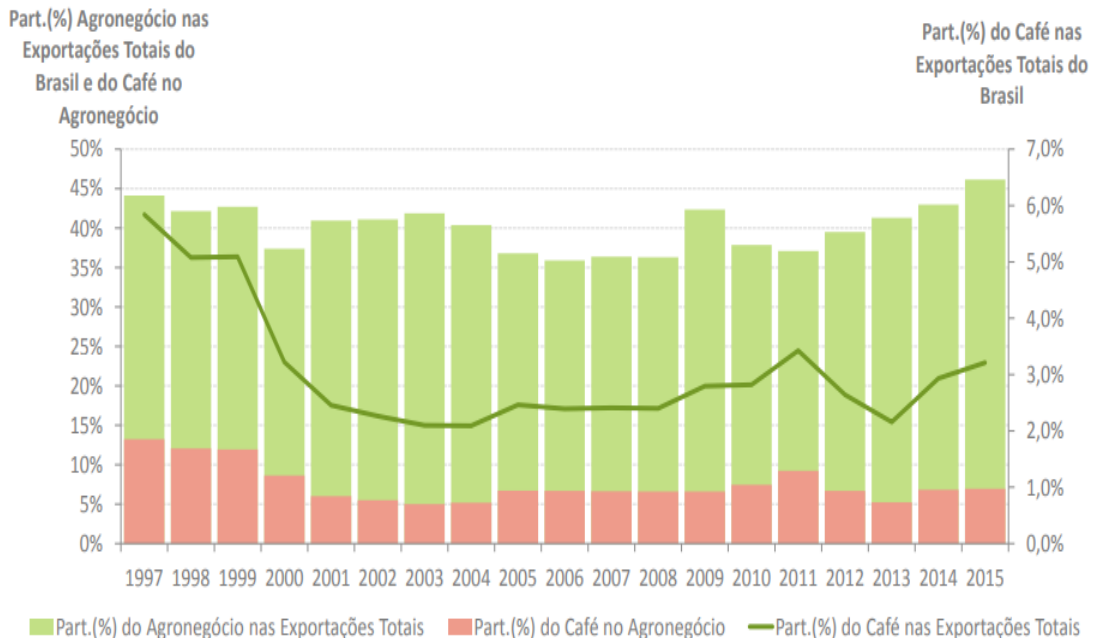


Figura 1 – Participação (%) do Café nas Exportações Totais e do Agronegócio Brasil. Fonte: MDIC/SECEX. CECAFÉ. CARVALHAES (2016).

Como observamos acima, as exportações café são parte fundamental do agronegócio brasileiro, assim como, desempenham um papel importante nos mercados internacionais. O Brasil é o segundo maior exportador mundial e o maior fornecedor de café. Na Figura 2, podemos observar o crescimento das exportações brasileiras de café desde os anos 70 até 2016. Onde no ano de 2015 o Brasil bateu o seu recorde com 37,1 milhões de sacas.

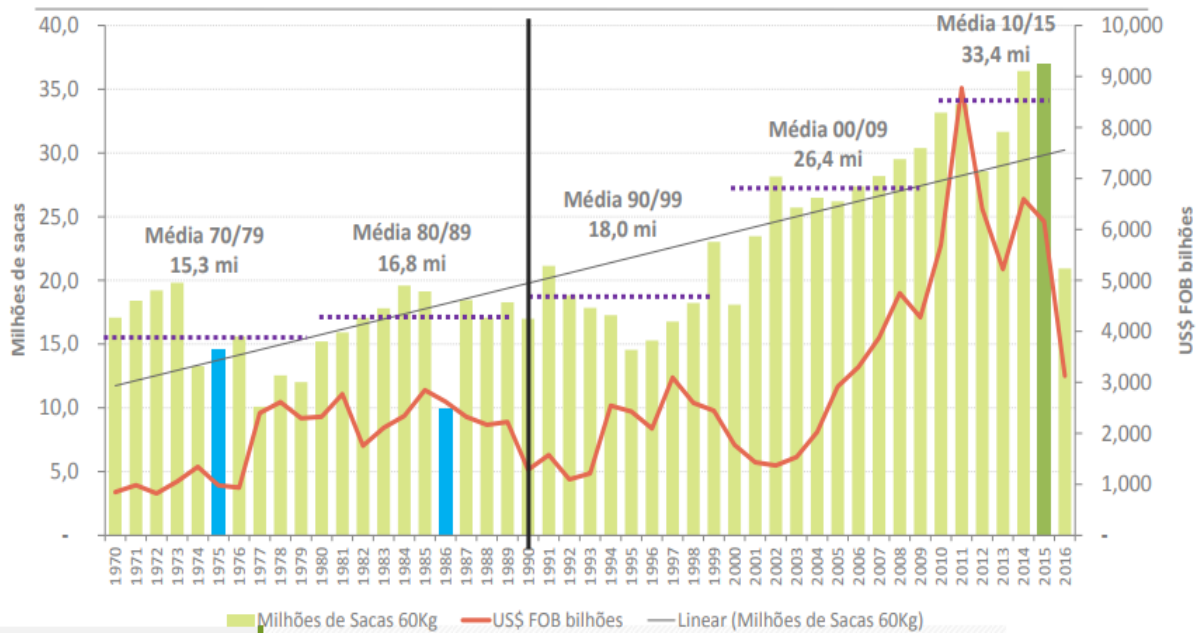


Figura 2 – Evolução das Exportações Brasileiras de Café.

Fonte: CECAFÉ (2016). CARVALHAES (2016).

Segundo dados da EMBRAPA (2017), projeções mostram que a produção de café em 2026/27 deve situar-se em 63 milhões de sacas. Sendo este, um crescimento a cerca de 30% com relação a 2017. Entretanto há uma preocupação crescente com as evidências de mudanças climáticas que podem afetar diretamente a produção de café. Relata o Bureau de Inteligência Competitiva do Café (2016), que a elevação de temperatura poderá reduzir a área apta ao cultivo de café pela metade nas próximas três décadas (GASQUES et. al., 2017).

### 3.3. Certificação

A certificação pode ser utilizada como um instrumento de mercado na comercialização de produtos em prol de passar aos compradores informações sobre sua compra, sanidade e tipo de qualidade de tais produtos (PRADO, 2014).

De acordo com Carneiro (2008), desde um primeiro momento, a certificação foi criada com duplo sentido: por um lado, aquilatar e avaliar a intrínseca qualidade do produto e/ou do serviço e, por outro lado, o efeito reflexo da garantia, da certificação da qualidade, perante os consumidores em geral. Em sua opinião, a ausência de certificação por entidade creditável, funciona como uma falta de identidade, torando assim, para o consumidor, como uma segunda opção na escolha

final, para uma escala inferior; o que rotula inevitavelmente, ainda que por omissão, esse produto, como sendo algo sem qualidade.

O consumo dos cafés ditos especiais e certificados, que são denominados assim por apresentarem um diferencial, seja ele de origem social, ambiental, de produção. Ultrapassa o ato de tomar café pelo sabor e torna-se uma experiência com toda uma simbologia agregada pela busca de aspectos intangíveis e muitas das vezes não pela qualidade da bebida em si, são características desde o respeito à natureza aos trabalhadores. Arelado a esses fatores observamos o grande número de cafeterias que cresceram e crescem ao redor de todo o mundo, fazendo do ato de tomar café uma experiência única, um momento de alegria e de prazer, agregando não apenas preço, mas valor a bebida e faz com que os produtores busquem se diferenciar cada vez para atingir esses consumidores que em geral se dispõem a pagar mais (LEME, 2015).

Essa mudança de comportamento dos consumidores esta atrelada ao bombardeio de informações que vivemos num momento de intensa globalização, onde um grande fluxo de produtos e informações circula ao redor de todo o mundo, aumentando bruscamente a competitividade, fazendo-se necessária a busca por um diferencial. O aumento desse fluxo trouxe junto uma preocupação com a qualidade e a produção sustentável pelos consumidores de todo o mundo, tornando o tema sustentabilidade incessantemente presente em todas as grandes corporações do agronegócio café.

De acordo com Pereira (2013), a sustentabilidade no agronegócio café está relacionada à busca pelo desenvolvimento sustentável na atividade cafeeira. Segundo o autor, a atividade econômica, o meio ambiente e o bem-estar da sociedade formam o tripé básico no qual se apoia o conceito de desenvolvimento sustentável.

Entende-se por desenvolvimento sustentável o desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade de as futuras gerações satisfazerem suas próprias necessidades (WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT, 1987; ALMEIDA, 2002). Se apoiando nos pilares, social, econômico e ambiental por uma conscientização do consumo.

Buscando acompanhar as tendências, a demanda por cafés certificados sustentáveis cresceu principalmente na Europa, nos Estados Unidos da América e no Japão, incentivando que diversos produtores brasileiros adotassem as práticas e



as normas estabelecidas por cada certificação atuante no país. Novos mercados foram construídos, abrindo oportunidades para que produtores de cafés especiais desenvolvessem novas estratégias para comercializar e agregar valor à sua produção.

A certificação, em todo o mundo, transmite confiança ao consumidor permitindo, apesar dos custos, que agricultores se incorporem com mais facilidade ao mercado. A oferta de cafés certificados para consumidores ao redor do mundo depende fortemente de articulações entre os diversos atores da cadeia do café, de produtores a varejistas, envolvendo a coordenação de ações de rastreabilidade e controle de origem do produto, além das questões comerciais (LEME, 2015).

Nos últimos 35 anos houve uma profunda revolução da qualidade do café. Aparecendo como principal exemplo dessas mudanças no mercado consumidor, destaca-se o sucesso da rede Starbucks, que completara 30 anos de existência em 2018. Apesar das concepções de qualidade de café da Starbucks, ela inseriu a cultura de consumo de café em diversos mercados ao redor do mundo (ELLIOTT, 2001; THOMPSON; ARSEL, 2004).

### **3.4. Certificação dos cafés no Brasil**

Os sistemas de certificação surgem como uma conexão entre os consumidores que desejam produtos sustentáveis e produtores e indústria que optam por modificar seus padrões de produção para atender essa demanda. Destacando-se como principais ferramentas de controle e coordenação desses sistemas de certificação os certificados creditados por terceira parte, ou seja, organizações, geralmente, ligadas ao terceiro setor, que são responsáveis por: coordenar a fiscalização, a rastreabilidade, a comercialização e o uso de certificados em produtos ligados à determinada cadeia produtiva (LEME, 2015).

O mercado de cafés especiais se dá num ambiente competitivo diferente comparado ao de cafés tradicionais, onde estes se encontram num padrão competitivo cuja estratégia se baseia na produção de larga escala, produtos homogêneos, com baixos custos, e para o consumo em massa, ao contrário dos cafés especiais que são produzidos em pequena escala, produtos extremamente diferenciados, para um nicho específico do mercado. O Brasil possui a vantagem competitiva com o mercado de cafés especiais respaldado na identificação de novos

nichos, com investimentos na identificação de mercados e preferências (VIANA, 2013).

Segundo a ABIC, citada pela Revista Cafeicultura (2017), uma forte tendência que está se consolidando no Brasil é o consumo de cápsulas de café que deve aumentar mais de 100% até 2019. As diversas variantes das cápsulas despertaram a curiosidade dos consumidores, que buscam praticidade e conveniência, sem perder a qualidade. O investimento das indústrias em máquinas domésticas de fazer café também tem contribuído para o potencial fortalecimento desse mercado.

### **3.5. Métodos de certificação**

As certificações se diferenciam de acordo com o contexto em que foram criadas e desenvolvidas, possuindo objetivos específicos e destinam-se a cada tipo de cafeicultor. Contando com diversos mercados inseridos no vasto mercado de café global. Cada tipo de certificação possui um padrão de normas próprias, as empresas auditoras utilizam um *checklist* em que os auditores (agentes de verificação), verificam *in loco* se cada item esta sendo cumprido.

Existem duas formas de certificações, sendo uma compulsória e a outra voluntária. Onde a compulsória decorre de regulamentações de cunho legal: através de leis, decretos e outros, aplicadas em produtos que apresentam elevado risco, e a voluntaria é decorrente de práticas ou exigências do mercado, introduzindo confiabilidade ao produto. Para a certificação agroindustrial do café, o que geralmente encontramos é a certificação voluntária, com o intuito de transmitir uma imagem de confiança ao consumidor, além de diferenciar seu produto de seus concorrentes, aumentando, assim, sua competitividade (PRADO, 2014).

Conforme citado por Prado (2014), os tipos de certificação voluntária existente para cafeicultura, somam-se 12 (doze) tipos em todo mundo, que são: Rainforest Alliance, Bird Friendly, Certificação Orgânica, Nespresso AAA Sustainable Quality™ Program, Associação 4C (Código Comum da Comunidade Cafeeira), Certifica Minas Café, Starbucks C.A.F.E. Practices, FairTrade, Utz Certified, Globalgap, Certificação de Origem e BSCA (Brazilian Specialty Coffee Association).

No Brasil são aplicadas 11 (onze) certificações, com exceção da Bird Friendly. Onde a certificação de Origem e o selo BSCA, enfatizam a origem local da produção e a qualidade da bebida, respectivamente. As outras certificações atestam padrão

de produção, seguindo protocolos segundo as Boas Práticas Agrícolas (PRADO, 2014) (Figura 3).



Figura 3 – Selos de Certificação para Café.

Fonte: PRADO (2014).

O método de certificação que mais se consolidou no Brasil e no mundo nos últimos anos foi a Utz Certified, fundada em 1997, por produtores de café guatemaltecos em conjunto com uma torrefadora europeia, a Ahold Coffee Company, com nome de origem maia que significa “café bom”, em apenas cinco anos se consolidou como maior programa de certificação de café do mundo. Avançou com o objetivo de gratificar torrefadores e marcas que atendessem ao crescimento da demanda por cafés que garantissem a responsabilidade na produção (LEME, 2015).

Segundo dados do Valor Econômico (2014) o Brasil é o maior fornecedor, em volume de café certificado, para a Utz. A Utz comercializa cerca de 4 milhões de sacas certificadas em um universo de aproximadamente 12 milhões de sacas produzidas com o selo da certificadora, ao redor de todo o mundo. A diferença verificada na venda está, em parte, no café que fica no mercado interno e outra parcela que pode também ter selo de outras certificadoras (como Rainforest Alliance e Fair Trade).

### **3.6. Importância da certificação**

Num primeiro momento, a construção de uma imagem favorável pode ser um fator extremamente interessante para o produtor que muitas das vezes a desvaloriza. Outros fatores seriam a segurança de gestão, a legislação ambiental, trabalhista, contábil. Mais um fator, bem palpável em algumas situações, seria uma vantagem em financiamentos, principalmente em volume financiável e juros menores. Conquista, ou preferência de mercados é outro fator importante. E, finalmente, vantagem financeira direta. Conseguir-se vantagem financeira em alguns casos, mas o produtor não deve se iludir e certificar sua propriedade pensando nisso, pelo menos não em curto prazo (ROSOLEM, 2017).

O selo da certificação garante ao consumidor o comprometimento do produtor com as Boas Práticas Agrícolas, concretizando uma mudança real no campo, através de um planejamento de suas plantações e produção sustentável, onde as propriedades devem ter um sistema de gestão de acordo com a norma. Garantia de tratamento justo e condições de trabalho ideal, respeito ao trabalhador rural fazendo valer os direitos estabelecidos pela legislação trabalhista.

Podemos destacar como grande desafio das certificações, em como fazer com que o comprometimento dos empresários esteja focado na melhoria contínua dos processos, sejam eles relacionados com agroquímicos, segurança, organização, meio ambiente, trabalhista e social.

### **3.7. Evolução da certificação no Brasil**

Segundo dados do relatório mensal do Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (CECAFE, 2017) no período de janeiro a setembro de 2017, o Brasil exportou 21,87 milhões de sacas de 60 kg, dentre as quais 3,39 milhões foram de cafés diferenciados, ou seja, que têm qualidade superior ou algum tipo de certificado de práticas sustentáveis e incluem os cafés especiais, a um preço médio de US\$ 200,94 por saca, o qual foi 24,4% superior ao preço médio dos cafés naturais/médios que foi de US\$ 161,57. Gerando uma receita cambial de US\$ 3,7 bilhões e US\$ 682 milhões, respectivamente.

### 3.8. Tendências para o aumento ou não da certificação

Todo esse contexto nos remete a pensar que não há como falar em aumento de certificação, sem falar em aumento da produção e do consumo. Em constante crescimento, a agroindústria café possui um conjunto de fatores que fazem com que a certificação de café seja cada vez mais atrativa. Partindo da ideia de que não há substituto para o café, porém existe uma busca, por parte dos consumidores, por novidades. Acarretada principalmente pelo aumento do interesse dos jovens de 16 a 25 anos por cafés, por conta dos conceitos das cafeterias e inovações na categoria.

A maioria das vendas até 2019 ainda será gerada por café em grãos e café moído, porém com especial atenção ao gourmet e variedades de café de alta qualidade. Como condutores indispensáveis no desenvolvimento de novos produtos, destacamos a ideia de indulgência e praticidade. Que atuam diretamente no estilo de vida tanto de sofisticação em eventos sociais, quanto no dia a dia mais agitado dos consumidores. Cafés com alguma certificação são visto como sinais de status, pesquisas mostram que para os próximos anos as cápsulas, que fazem parte da “**gourmetização**” do café, apresentarão maiores taxas de crescimento global. Que serão impulsionados por menor preço e aumento do consumo (BEREGENO; BARBOSA; PASCHOAL; MIZUMOTO, 2015).

Em relação à produção de cafés especiais no Brasil, esse mercado cresce cerca de 15% ao ano, enquanto os cafés tradicionais crescem 2%. Além do mais, os produtores que querem se inserir no mercado de cafés especiais recebem suporte das cooperativas brasileiras. Em leilões e prêmios pelo mundo, os cafés brasileiros são cada vez mais valorizados, entretanto, os preços ainda variam muito (BRAZIL SPECIALTY COFFEE ASSOCIATION - BSCA, 2017). A cotação das sacas de cafés especiais já é 25% superior à do produto convencional (CECAFÉ, 2017) podendo ultrapassar 100%, em alguns casos (BSCA, 2017).

## 4. MATERIAL E MÉTODOS

Para entender o panorama da certificação dos cafés no Brasil foram identificadas e caracterizadas as principais certificadoras de café atuantes no Brasil. Foram elaboradas tabelas em que foram descritas as normas abordadas e sua atualização.

Certificadoras:

- Associação 4C,
- Certifica Minas Café,
- Certificação Orgânica,
- FairTrade,
- Nespresso AAA Sustainable Quality™ Program, e,
- Rainforest Alliance,
- Starbucks C.A.F.E. Practices
- Utz Certified,

### 4.1. Sistemas e processos de certificações

#### 4.1.1. Associação 4C

A Associação 4C (Código Comum da Comunidade Cafeeira) foi criada na Alemanha em 2007, não como um selo de certificação, mas um meio de agregar valor ao produto e facilitar a comercialização do mesmo no mercado, com o objetivo de valorizar e dar suporte ao setor (Nasser, 2017).

A Associação é uma instituição aberta que abrange desde plantadores de café, torrefadores até responsáveis pelo processamento pós-colheita: comerciantes, exportadores, importadores e processadores do café verde 4C na cadeia global da corrente cafeeira para estabelecer um sistema de sustentabilidade. É baseado num código de conduta, das Boas Práticas Agrícolas e gerenciamento. Na intenção de promover a produção sustentável no âmbito socioambiental e econômico, processamento pós-colheita e comercialização do café (4C ASSOCIATION, 2009).

Na esfera Social a Associação se baseia nos princípios de liberdade de associação, liberdade de negociação, direito a infância e a educação, condições de

trabalho, vida e educação, desenvolvimento da capacidade e da habilidade. A dimensão Ambiental possui princípios de conservação da biodiversidade: utilização e manuseio de produtos químicos, conservação do solo, fertilidade e manejo de nutrientes. Pelo lado Econômico predominam preceitos de informações e acesso ao mercado baseadas na qualidade; manutenção de registros; comércio e rastreabilidade (PRADO, 2014).

Interessados em ingressar na Associação precisam, ainda, excluir 10 práticas que são consideradas inaceitáveis que todos os membros da 4C, cujas definições são baseadas primordialmente na Declaração dos Direitos Humanos da ONU e nas convenções e normas da OIT e na legislação de cada país (PRADO, 2014).

Segundo o Instituto Biodinâmico (IBD), até o ano de 2014 a plataforma 4C contava com mais de 300 membros, entre eles, organizações de agricultores de café; comerciantes (importadores e exportadores); indústria (torrefadores e varejistas) e as organizações da sociedade civil.

#### **4.1.2. Sistema Certifica Minas Café**

O Certifica Minas Café nasceu em 2006 (CARVALHO, 2013) com a finalidade de atestar a conformidade das propriedades produtoras de café de acordo com as exigências do comércio mundial, estruturado como um programa de certificação pelo Governo do Estado de Minas Gerais. O gerenciamento fica a cargo do Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA), e a execução técnica da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER-MG) e da Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais (EPAMIG), que juntos são coordenados pela Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (SEAPA), vindo a se tornar uma alternativa acessível para os cafeicultores mineiros (IMA, 2016).

O objetivo principal do Programa é a implantação de boas práticas de produção nas propriedades cafeeiras do Estado, fomentando o aumento da visibilidade e a competitividade do café mineiro nos mercados nacional e internacional, através da melhora da qualidade do produto. Atestando sua conformidade com as exigências do comércio mundial, possibilitando ao café mineiro se consolidar e conquistar novos mercados.

Segundo Carvalho (2013), o Programa tem por finalidade identificar as propriedades produtoras de café, inclusive orgânico, visando à rastreabilidade,

manutenção e melhoria da qualidade, a fim de, valorizar a cafeicultura mineira, com baixo custo para o produtor; prezando a qualidade para manter e conquistar de novos mercados; manutenção e geração de novos empregos e aprimoramento do atendimento, manutenção e recuperação das áreas de proteção (apps), reservas legais e manejo adequado de solo.

O programa aliou-se, em 2009, à Associação Brasileira da Indústria do Café (ABIC) firmando um convenio de cooperação técnica que garante o pagamento adicional entre 10 e 25% sobre o preço de mercado para o café produzido nas propriedades aprovadas pelo Certifica Minas Café, em função da sua qualidade. Outro benefício desse acordo é que os produtores poderão vender para as indústrias do Programa de Cafés Sustentáveis ABIC. Melhorando a imagem da indústria cafeeira perante o setor através da comercialização de cafés sustentáveis e ampliando o consumo consciente de cafés especiais. No primeiro ano do convênio, o volume de café comercializado foi simplório, havendo a necessidade de ajustes para o aumento da comercialização direta (REZENDE, 2011).

O Agronovas (2017) apresentou dados citando o IMA, que O Certifica Minas Café conta, em todo o estado, com 1230 propriedades certificadas, onde cerca de 380 pertencem à agricultura familiar. A expectativa é que até o final de 2018 mais de 200 novos agricultores familiares ingressem no programa de certificação.

#### **4.1.3. Sistema de certificação orgânica**

A agricultura orgânica é um modelo de produção que visa à produção saudável, ou seja, basicamente sem utilizar fertilizantes químicos altamente solúveis e agrotóxicos, fazendo o uso de um sistema de manejo alternativo com fertilizantes orgânicos, adubos verdes e bom manejo do solo, reduzindo os impactos ao meio ambiente e à saúde humana (USHIWATA, 2008).

O café orgânico deve ser cultivado fundamentado nas regras da agricultura orgânica, o qual, o principal objetivo é fortalecer os processos biológicos e a qualidade dos solos por meio da diversidade vegetal nos plantios, fertilização com adubos orgânicos e controle biológico de pragas, extinguindo o uso de fertilizantes solúveis e agrotóxicos. É um conceito bastante amplo, pois apesar de apresentar fortes características de preservação ambiental, também considera aspectos econômicos e sociais da produção (SOUZA, 2006).



A cultura e comercialização dos produtos orgânicos no Brasil foram aprovadas pela Lei 10.831, de 23 de dezembro de 2003. Porém só foi regulamentada em 27 de dezembro de 2007 com a publicação do Decreto Nº 6.323 (MAPA, 2017). No exterior, o órgão internacional que credencia as certificadoras é a Federação Internacional de Movimentos de Agricultura Orgânica (IFOAM – International Federation of Organic Agriculture Movements). No Brasil, a certificação de produtos orgânicos é realizada através de uma certificadora, devidamente credenciada pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e pelo Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Inmetro), assegurando por escrito que determinado produto, processo ou serviço obedece às normas e práticas da produção orgânica. Fica a cargo do Ministério da Agricultura credenciar, acompanhar e fiscalizar os organismos que farão a certificação da produção orgânica, como também, o dever de atualizar as informações dos produtores no cadastro nacional de produtores orgânicos. Entretanto, antes de receberem a habilitação do Ministério, os órgãos passarão por processo de acreditação do Inmetro (ORGANICSNET, 200?).

É possível obter o Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos, através dos três mecanismos. O Sistema Participativo de Garantia (SPG) que é baseado na responsabilidade coletiva dos membros do sistema, entre eles, produtores, consumidores, técnicos e demais interessados. Para estar legal, um SPG tem que obter a certificação junto ao Organismo da Avaliação da Conformidade Orgânica (OAC) legalmente constituído, credenciado pelo MAPA. A Certificação por Auditoria quando a concessão do selo é feita por uma certificadora pública ou privada credenciada pelo MAPA. E o Controle Social na Venda Direta onde a legislação brasileira abriu uma exceção na obrigatoriedade de certificação dos produtos orgânicos para a agricultura familiar. Exigindo apenas o credenciamento numa organização de controle social cadastrado em órgão fiscalizador oficial (MAPA, 2016).

As auditorias são responsáveis pela verificação da origem e trajetória dos produtos agrícolas orgânicos certificados, desde a fase inicial de produção até a mesa do consumidor final. O Brasil possui 18 certificadoras, cinco nacionais e as demais internacionais, sendo todas credenciadas pela IFOA. As certificadoras brasileiras que se destacam no mercado são o Instituto Ambiental (OIA), a

Associação de Agricultura Orgânica (AAO), Instituto Biodinâmico (IBD), e a Fundação Mokiti Okada (MAO) (MELLO, 2010).

A demanda por cafés orgânicos, certificados e sustentáveis, principalmente em países onde o consumo de café é um forte hábito, como EUA e Europa Ocidental, tem crescido significativamente. Atualmente tem-se valorizado cada vez mais as boas práticas de produção, a valorização do trabalhador e a preservação do meio ambiente. A prova disso é que no período de 2005 a 2013, a produção de café orgânico manteve uma média anual de 70 a 80 mil sacas. E nos últimos dois anos houve uma expressiva mudança nesse contexto, com um aumento ao estímulo a produção orgânica, a safra de 2017 está estimada de 80 a 90 mil sacas de cafés orgânicos certificado mais cerca de 20 mil sacas em transição para orgânico. (Associação da Cafeicultura Orgânica do Brasil - ACOB, 2016).

A ACOB (2016) afirma que a nível mundial, nos últimos anos a área cultivada de café orgânico praticamente quadruplicou, saltando de 200 mil hectares, em 2004, para quase 800 mil hectares, em 2014, e ainda com expectativas factíveis de crescimento. No Brasil, a estimativa atual é que a área cultivada com café orgânico seja de 5 a 6 mil hectares.

#### **4.1.4. Sistema Fairtrade**

O Fairtrade é sistema baseado nos pilares do “Comercio Justo e Solidário”. O seu trabalho é em prol, acima de tudo, para o desenvolvimento sustentável, proporcionando melhores condições de troca e a garantia dos direitos para os produtores e trabalhadores marginalizados. É uma alternativa concreta e viável frente o sistema tradicional de comércio (SEBRAE, 2016).

Consolidada a primeira loja, em 1969, na Holanda, o Fairtrade nasce como um movimento social e uma modalidade de comércio internacional. Inicialmente trava-se de um selo para identificar o produto com origem e princípios de Comercio Justo. As prerrogativas do FairTrade começou então a se disseminar por todo o mundo, ganhando adeptos de Norte a Sul, entretanto não havia uma padronização. Então em 1997, na Alemanha, a partir de 14 iniciativas nacionais foi criada a *Fair Trade International* (FLO) e passou a usar um selo único em todo o mundo (ZERBINI, 2009). A FLO padronizou os critérios e processos para a certificação, antes cada entidade possuía critérios próprios o que apresentava grande confusão

por parte dos consumidores e produtores, que resultava em despesas e trabalhos desnecessários com inspeção, por exemplo (CARVALHO, 2015).

Existem mais de 27.000 produtos com selo FairTrade que são vendidos em mais de 115 países. A certificação Fair Trade é conhecida hoje como um sistema de certificação e rotulagem organizada pela Fair Trade International (FLO), uma associação multilateral sem fins lucrativos composta por 24 organizações com sede na Alemanha. A Flo é responsável pelos critérios da certificação e também pelo controle do uso da marca, porém não é responsável pela certificação (CONNECT AMERICAS, 2014).

Através do sistema interno de gestão da qualidade baseado nos princípios do Guia ISO 65, a certificação garante que os padrões econômicos, sociais e ambientais sejam atendidos. O sistema garante que os produtos recebam um preço mínimo (*Fairtrade Minimum Price*), que busca cobrir os custos médios da produção sustentável para os produtores com o objetivo de oferecer uma segurança aos agricultores, e a bonificação (*Fairtrade Premium*), uma bonificação derivada de fundos adicionais acima do preço de compra destinada a investimentos em projetos sociais, econômicos ou ambientais (FAIR TRADE USA, 2017; PRADO, 2014).

A gestão de práticas de produção está dividida entre os critérios de Desenvolvimento Ambiental, Condições de Trabalho, Negócios e Desenvolvimento. Trabalhando para colaborar com produtores e trabalhadores marginalizados ajudando-os a obter autossuficiência econômica, capacitar produtores e trabalhadores como partes interessadas em suas próprias organizações e contribuir para a criação de maior equidade no comércio internacional (FAIR TRADE USA, 2017; PRADO, 2014).

O Fairtrade, ao longo de sua atuação, vem apresentando números expressivos de crescimento nas vendas mundiais, isso fez com que centenas de organizações de produtores despertassem interesse pelo programa. No período de 2005 a 2010 houve um crescimento de cerca de 40% ao ano na venda de produtos certificados pelo Comércio justo. No ano de 2010 o Brasil possuía 13 (treze) associações de cafeicultores certificadas e 9 (nove) empresas credenciadas para comercializar o café. Este desempenho está muito aquém, quando comparado com outros países da América Latina, tendo em vista o tamanho do potencial agrícola brasileiro (REZENDE, 2011).

#### **4.1.5. Nespresso AAA Sustainable Quality™ Program**

Uma primeira patente do processo foi lançada em 1976, pelo centro de desenvolvimento do grupo Nestlé. Foram dez anos de intensas pesquisas para desenvolver essa máquina elétrica, que se deposita uma cápsula contendo um blend de cafés selecionados feita de alumínio (REZENDE, 2011). Entretanto, somente em 1986 foi fundada a empresa NESPRESSO na Suíça. Ao longo dos seus primeiros 15 anos de atuação, o programa passou por um intenso processo de avanço, chegando a 3.500 pontos de venda e 180 mil usuários já nos seus 10 primeiros anos, atingindo seu primeiro recorde de vendas em 2001. Com seu programa de fidelização, a Nespresso, funciona como um Clube onde seus membros podem descobrir e saborear novos cafés em edição limitada todos os anos na mesma época, valorizando seu café e a experiência a ele atrelada. Na mesma época de seu ápice, foi lançado seu novo centro de produção de cápsulas de café em Orbe, na Suíça. O que expandiu sua capacidade de produção de cápsulas em 400% para atender a alta demanda, que cresceu 94% (BRITO, 2014).

Segundo BRITO (2014), foi no ano de 2003, na Convenção de Sintercafé, na Costa Rica, que anunciaram o lançamento do Programa de Qualidade Sustentável AAA, criado para promover a produção e fornecimento de café de alta qualidade de uma forma sustentável. Em 2005 a Nespresso já se encontrava como líder europeia de máquinas de café expresso, e atualmente possui mais de 19 modelos de máquinas diferentes, à venda em todo o mundo. A marca se consolidou como pioneira em fornecer cafés de excelente qualidade que podiam ser degustados no conforto do lar ou fora de casa em locais como restaurantes, hotéis e cafés de luxo. Atualmente a marca NESPRESSO continua sendo a que mais cresce dentro do Grupo Nestlé, com um crescimento anual médio de 30% desde 2000.

A Nespresso (2017) se descreve como um programa realizado como resposta direta aos riscos sistêmicos em longo prazo da cadeia de fortalecimento de café de alta qualidade. Criado em 2003 com a colaboração da ONG Rainforest Alliance, com uma proposta inovadora, integrando o abastecimento de café de alta qualidade da Nespresso, a expertise da Nestle, fixada na agricultura sustentável, e a experiência da Rainforest Alliance em padrões de sustentabilidade e implementação no nível da fazenda.

Desde sua criação o programa já ultrapassou de aproximadamente 300 produtores para cerca de 70.000 produtores, em 13 anos, espalhados por 12 países. O AAA Sustainable Quality™ Program adota uma abordagem dinâmica e em constante evolução que integra a mentalidade emergente de qualidade, produtividade e sustentabilidade, sempre levando em conta parâmetros sociais, ambientais e econômicos (NESPRESSO, 2017).

De uma forma geral a Nespresso trabalha para proteger e conservar os ecossistemas através de práticas agrícolas sustentáveis, na proteção dos animais selvagens e na conservação das águas. Onde os lavradores recebem treinamentos realizados por agrônomos da Nespresso, fornecedores de café e especialistas da Rede da Agricultura Sustentável (SAN) no cultivo sustentável. O Programa da Qualidade Sustentável do Café Nespresso AAA se propõe garantir o cultivo de café da mais alta qualidade por métodos que sejam ambientalmente sustentáveis e benéficos às comunidades agrícolas (OIC, 2010b).

Segundo Rezende (2011), a demanda por cafés Nespresso possui um crescimento da ordem de 35% ao ano e, no Brasil, o qual, as cultivares Bourbon Amarelo e Bourbon Vermelho são as de maior demanda, que dão origem ao “Grão Cru” Dulsão do Brasil originados das regiões de altitude da região sudeste do Brasil, como Sul de Minas Gerais.

#### **4.1.6. Certificação Rainforest Alliance**

A certificação socioambiental da Rede de Agricultura Sustentável (RAS), representada através do selo Rainforest Alliance Certified, foi criada em 1998, composta por organizações internacionais conservacionistas e independentes, que se uniram com um conceito para aliar a conservação ambiental da fauna e flora, práticas de produção eficientes, condições de trabalho e moradia dignas para quem trabalha no campo. Com uma área de abrangência mundial, engloba qualquer produto agrícola em países tropicais como o Brasil e que garantem um sistema de gestão sustentável (TAVARES, 2016).

Com a missão de promover um sistema de agricultura responsável, aliando produção e conservação dos ecossistemas naturais, a RAS lançou em Novembro de 2005, a Norma da Agricultura Sustentável, um documento para servir de base para as avaliações de campo. Uma característica peculiar desse sistema é que seu

processo é ajustado de acordo com o nível e tipo de risco associado ao produto (GONÇALVES, 2007).

Segundo Gonçalves (2007), o processo de certificação da RAS funciona por auditoria, onde a propriedade é auditada anualmente por um dos membros da RAS, a fim de verificar o cumprimento de suas normas. Para manter a certificação, a propriedade deve resolver as não-conformidades dentro de dois anos de sua primeira auditoria ou dentro do prazo estipulado em um plano acordado com a equipe auditora. A ausência de progresso suficiente para resolver as não-conformidades resultará no cancelamento da certificação.

A missão da certificação é garantir a veracidade de seus produtos perante seus compradores através do comprometimento com as práticas adotadas e exigidas pelo sistema, agregando credibilidade e confiança ao seu produto. Como forma de proteger a credibilidade do selo Rainforest Alliance (RAS) o sistema se utiliza da Certificação de Cadeia de Custódia (CoC) onde é realizado o processo de rastreamento do produto desde sua origem numa fazenda certificada até o consumidor final, passando por todos os estágios intermediários de fabricação, transporte, comercialização e armazenagem para garantir que as declarações de sustentabilidade sejam estreitamente obedecidas. (RAINFOREST ALLIANCE, 2017).

No Brasil a certificação chegou em 2003 e até 2016 atingiram o total 200 fazendas (cerca de 200 mil hectares) e protegem mais de 50 mil florestas. No mundo, estes números sobem para 3 milhões de hectares certificados (principalmente cacau, chá, café, frutas, flores e pecuária) em um total de 43 países da América Latina, Ásia e África (TAVARES, 2016).

O Brasil conta hoje com a IBD (Agricultural and Food Inspections and Certifications – Instituto Biodinâmico) e com o IMAFLORA (Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola) como organizações membro da RAS que trabalha com a Certificação Rainforest Alliance no país (RAINFOREST ALLIANCE, 2017).

#### **4.1.7. Starbucks C.A.F.E. Practices**

A Starbucks Coffe Company iniciou sua história em 1971 quando 3 amigos com uma paixão em comum pelo café, Gordon Bwker, Jerry Balawin e Zen Siege, deram forma ao seus sonhos e abriram um loja para vender grãos de café de alta

qualidade, frescos e torrados, assim como equipamentos para torrar e preparar café. Sem saber que ali estava dando início a maior cadeia multinacional de cafeterias. A Starbucks lançou, em 2004, o programa C.A.F.E Practices para avaliar, reconhecer e premiar os produtores de café de alta qualidade de forma sustentável. Até 2009 a cadeia possuía 1024 pontos de vendas e 554 abertos somente em 2005. O modelo de sustentabilidade definido pela Starbucks deve ser economicamente viável, que atenda as necessidades socioambientais de todos os componentes da cadeia de abastecimento, do agricultor ao consumidor (REZENDE, 2011).

Seu Programa C.A.F.E. foi desenvolvido a partir das diretrizes de fornecimento ético da Conservação Internacional, para a compra do café, estreitando a relação dos critérios de qualidade para cafeicultores, processadores e vendedores e de incentivar a cooperação e a responsabilidade compartilhada em todas as etapas da cadeia. O olhar socioambiental do Programa trata de questões como a conservação das águas, as condições de trabalho e a conservação da biodiversidade, entre outras questões (OIC, 2010).

As Práticas de Equidade na Produção de Café (C.A.F.E., Coffee and Farmer Equity) são um conjunto abrangente de padrões segundo quatro categorias: Responsabilidade Econômica, baseada na transparência obrigatória para demonstrar o quanto do preço pago pela Starbucks pelo café verde (não torrado) é direcionado ao produtor, para isso todos os fornecedores devem enviar comprovantes de pagamentos feitos por toda a cadeia de abastecimento de café; Qualidade do Produto, garantindo que todo café atenda aos padrões de alta qualidade da Starbucks; Responsabilidade Social, através de medidas a fim de avaliar as condições de trabalho seguras, justas e humanas, assegurando os direitos dos trabalhadores e o fornecimento de condições de vida adequadas, garantindo a política de salário mínimo e a obrigação de abordagem de temas como trabalho infantil/forçado e discriminação; e a Liderança Ambiental, que se adotam medidas para gerenciar o lixo, proteger e conservar a água, presando por sua qualidade, conservação de energia, preservar a biodiversidade e reduzir o uso de agroquímicos (STARBUCKS, 2009).

Segundo SCHULTZ (2017), ex-presidente e CEO da Starbucks, a cada hora de cada dia, alguém em algum lugar está entrando em uma das 26.000 lojas Starbucks espalhadas em 75 países ao redor de todo o mundo. Atualmente a rede conta com 330 mil funcionários. Com metas para crescer ainda mais a Starbucks também

anunciou planos para criar mais de 240.000 empregos no mundo (68.000 nos EUA), destacando seus planos de crescimento para abrir 12.000 novas lojas sendo 3.400 nos EUA até 2021.

#### **4.1.8. Sistema Utz certified**

A Utz conta com alguns tipos de certificações dependendo da categoria, são elas: a certificação individual destinada ao produtor de café individual (plantação ou fazenda); a certificação multi-local que é para quem tem uma fazenda com dois ou mais locais (plantações ou fazendas); a certificação em grupo, destinada a um grupo organizado por produtores, cooperativa ou associação; e a certificação multi-grupo que é para o caso de um grupo organizado de produtores composto por dois ou mais sub-grupos, cooperativas ou associações (UTZ CERTIFIED, 2017a).

A certificação Utz Certified baseia-se num conjunto de práticas agrícolas adequadas para a produção de café e para o bem-estar dos trabalhadores, incluindo acesso à saúde e à educação, tem como foco o manejo das propriedades de forma profissional e os aspectos socioambientais ligados à produção. Sua missão é criar um mundo em que a agricultura sustentável é a regra e não a exceção, baseado no respeito às pessoas e ao planeta. O café com selo Utz Certified é cultivado, atualmente em, 23 países e vendido em 50.

O sistema conta com um código de conduta, que funciona como recomendações no intuito de auxiliar e não impor obrigações, este determina padrões de práticas ambientais e sociais responsáveis, incluindo a rastreabilidade e a administração dos empreendimentos. A certificação foca esforços no gerenciamento da lavoura, na redução dos custos de produção e no aumento da qualidade e da produtividade (UTZ CERTIFIED, 2017b).

Como meta para integração completa até início de 2019 a UTZ e a Rainforest Alliance, dois dos programas mundiais líderes em sustentabilidade, anunciaram sua fusão para no final deste ano. Continuando aos moldes atuais até lá. A nova organização se chamará The Rainforest Alliance e abordará situações sociais e ambientais, incluindo mudanças climáticas, desmatamento e agricultura não-sustentável. Acreditando que juntos criarão um mundo melhor, através de uma plataforma líder para ajudar ao consumidor e ao meio ambiente de forma sustentável e responsável, trazendo muitos benefícios aos produtores, floresta, comunidade e ao



nosso planeta. Buscando fortalecer a organização para alcançar uma abrangência realmente global, assim como, fornecer serviços melhores e soluções para os desafios urgentes (UTZ CERTIFIED, 2017c).

## 5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Tendo em vista o panorama dos cafés certificados no Brasil foram observadas as principais características de cada processo de certificação. Diante dos métodos utilizados e das atribuições de cada organização foi possível verificar a evolução do processo de certificação ao longo dos anos. Considerando a data de criação das certificadoras e sua atuação, foi possível identificar a abrangência de suas ações.

Portanto, as principais características observadas foram:

**Fair Trade Coffee:** certificação baseada em um conjunto de normas o qual o café deve ser produzido e comercializado. Busca o estabelecimento de preços justos, conhecido como um movimento social e uma modalidade de comércio internacional que busca padrões sociais e ambientais em equilíbrio ao longo de toda cadeia produtiva. Voltado exclusivamente para grupos de produtores familiares, promove o encontro de produtores responsáveis com consumidores éticos.

**Rainforest Alliance Certified:** tem como foco principal a preservação do meio ambiente e usa o poder dos mercados para prender os principais causadores do desmatamento e destruição ambiental. Garantindo que milhões de hectares de florestas de trabalho sejam levados de acordo com rigorosos padrões de sustentabilidade. Busca consumidores conscientes, identificando seus produtos e serviços através do selo Rainforest Alliance Certified e Rainforest Alliance marca Verified, demonstra que práticas sustentáveis podem sim fazer a diferença e prosperar na economia moderna (BOTTREL, ANDRADE, 2014).

**UTZ CERTIFIED:** programa de práticas agrícolas para a produção e o fornecimento de café responsável. A certificação garante segurança para toda a cadeia de café, desde produção até o fornecimento de café. Seu foco está em como foi produzido, qualidade, e onde foi produzido, a rastreabilidade. O sistema de Cadeia de Custódia

UTZ CERTIFIED garantem que o café certificado pelo programa não seja misturado com café não-certificado.

**CERTIFICAÇÃO ORGÂNICA:** baseada nas normas da IFOAM (*International Federation of Organic Agriculture Movements*) a certificação orgânica adota seus critérios nortear o sistema de produção, com a proibição do uso de fertilizantes sintéticos de alta solubilidade e agrotóxicos. Com seu conjunto de normas pode ser considerado um dos programas mais rigorosos de certificação no Brasil e no mundo.

**CERTIFICA MINAS CAFÉ:** é um programa estruturado em seu Código de Conduta, assegurando assim, a adoção das boas práticas agrícolas pelos produtores, a preservação do meio ambiente, garantindo condições dignas ao trabalhador rural e ao final obter um produto de melhor qualidade. O programa ainda oferece assistência técnica gratuita por meio da Emater-MG.

**PROGRAMA NESPRESSO AAA:** a palavra chave desse programa sem dúvidas é a qualidade, em parceria com a Rainforest Alliance e membros da rede de agricultura sustentável trabalham para se diferenciar dos demais, buscando sempre inovações no mercado do café, com seus inúmeros sabores de café tem um público fiel que vem agregando, cada vez mais, novos adeptos. O programa oferece assistência técnica gratuita e pagamento diferenciado pelo grão, estimulando a adoção de práticas socioambientais e melhorias na qualidade do café.

**STARBUCKS C.A.F.E. PRACTICES:** baseado num modelo de sustentabilidade que passa por moldes econômicos, sociais e ambientais que atentam para toda a cadeia de produção, do agricultor ao consumidor. É um sistema de verificação que avalia, reconhece e premia os produtores de café de alta qualidade e sustentável.

**ASSOCIAÇÃO 4C (código comum da comunidade cafeeira):** é uma associação global que envolve produtores, indústria, comércio e sociedade civil que visam a responsabilidade socioambiental e gestão econômica eficiente do setor cafeeiro para o aumento da sustentabilidade do café.

O Quadro 1 compara as abordagens de diferentes certificadoras e identifica as atualizações referentes aos processos de certificação adotados inicial e atualmente, além de adaptações quanto a novas parcerias.

Quadro 1 – Comparação entre diferentes Certificadoras de café

| <b>Certificadora</b>                              | <b>Ano de criação</b> | <b>Local de criação</b> | <b>Abordagens</b>   | <b>Atualizações</b>  |
|---|-----------------------|-------------------------|---|--|
| <b>Associação 4C</b>                              | 2007                  | Alemanha                | Baseado num código de conduta se colocando como uma referência inicial. Funciona como uma verificação, unindo produtores, comércio, indústria e sociedade civil para alcançar maior sustentabilidade na cadeia produtiva mundial do café. | União com o Programa Café Sustentável para a construção da Plataforma Global do Café. Onde as de operações de verificação, que antes faziam parte das funções da Associação 4C, foram assumidas por uma nova empresa independente - Coffee Assurance Services, em 2016*                    |
| <b>Certifica Minas Café</b>                       | 2006                  | MG/Brasil               | A valorização do café brasileiro perante o mercado externo, com adoção de boas práticas na busca por maior competitividade e visibilidade do café nacional.   | Em 2009, firmou o convênio com a ABIC, aumento seu preço de venda entre 10 a 25%.  |
| <b>Certificação Orgânica</b>                      | 1990                  | Brasil                  | Produzir em harmonia com a natureza, de modo que favorece a biodiversidade e melhora a atividade biológica do solo.   | Sem atualizações   |
| <b>FairTrade</b>                                  | 1969                  | Holanda                 | Garante uma comercialização justa para produtores organizados em cooperativas.  | Em 1997 criação da FLO, visando à harmonização tanto dos critérios e processos para certificação, quanto o selo. Antes disso não havia um padrão, cada entidade utilizava-se de critérios próprios. Em 2010, o programa foi unificado universalmente agregando o selo a marca FAIRTRADE**. |
| <b>Nespresso AAA Sustainable Quality™ Program</b> | 2003                  | Costa Rica              | Uma verificação com bases na agricultura sustentável, fixada aos moldes da Rainforest Alliance. Prioriza  | Parceria com a Rainforest Alliance e membros da rede de agricultura sustentável  |

|                            |      |                 |  |  |
|----------------------------|------|-----------------|--|--|
|                            |      |                 | aspectos de qualidade e origem do café em conjunto com a agricultura sustentável.  |  |
| <b>Rainforest Alliance</b> | 2001 | Nova Iorque/EUA | Integra produção agrícola com preservação da biodiversidade e desenvolvimento humano.  | Originado do antigo RAS, o sistema passou a se tornar um selo aproximadamente 13 anos após sua criação.  |
| <b>Starbucks</b>           | 1971 | EUA             | Baseado na compra de café certificado, é um verificação que difunde as práticas de responsabilidade social e sustentabilidade.                     | Em 1995 foi criada a Starbucks Coffee International, com o objetivo de gerir a expansão da marca além-fronteiras. E em 2004 a C.A.F.E. Practices consolidou a rede com suas práticas sustentáveis. |
| <b>Utz Certified</b>       | 2002 | Amsterdã        | Funciona como um sistema de verificação, habilitando cafeicultores e marcas, no sentido de mostrarem o seu compromisso com a produção sustentável. | Após 8 anos de sua criação foi criado o primeiro código de conduta que hoje é internacionalmente aceito. Para o final de 2019 a certificação se unirá ao Rainforest Alliance.                      |

Fonte: \* GLOBAL COFFEE PLATFORM (2016).

\*\* CARVALHO (2015).

A certificação orgânica precisa estar mais atenta às exigências do mercado e buscar atualizações para corrigir possíveis eventualidades que porventura não tenham sido previstas. Como exemplo desta situação pode-se discorrer sobre a certificação orgânica, na qual é necessário que o produto seja produzido de forma segura, inibindo a utilização de qualquer insumo possa vir a promover qualquer tipo de contaminação. Durante o processo de verificação é necessário que haja um detalhamento das condições que promoverão a certificação de um determinado produto ou processo, seja no âmbito social, ambiental, sustentável, ou de biodiversidade.

Um panorama de mercado através de um levantamento realizado pela Euromonitor International, encomendado pela BSCA, com a finalidade de compreender o mercado de cafés especiais, pontuou que o mercado de especiais entre 2012 e 2016 apresentou um volume de crescimento médio anual de

18, 1% em termos de consumo. Com projeções de aumento até 2021. O grande protagonista desse aumento vem sendo as cápsulas, que aumentam dois dígitos anualmente. Até 2020 o varejo de café especiais dobrará de tamanho em vendas. Mas o volume ainda ficará com o grão que hoje responsável por até 45% do volume de vendas (PROENÇA, 2017).

Segundo PROENÇA, a pesquisa apontou um fato interessante, deixando claro o pouco ou nenhum conhecimento do consumidor sobre as certificações. Atrelada a pouca valorização nas embalagens, onde uma melhor comunicação poderia auxiliar na decisão da compra. Se fazendo necessária uma maior difusão de certificações a fim atentar ao consumidor seu significado, benefícios e a diferença entre elas. Pois, atualmente, as regiões produtoras são hoje mais conhecidas do que as certificações.

O Brasil vem se firmando no mercado de café certificado. De acordo com escala internacional de qualidade estabelecida pela *Speciality Coffee Association of America* (SCAA), que avalia o aroma, a acidez, a suavidade e a homogeneidade da infusão, os cafés especiais brasileiros recebem pontuações de mais de 80 pontos em 100. Segundo a Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA), enquanto a demanda global por café comum vem aumentando 2% por ano, o aumento para o café certificado está crescendo entre 10% e 15%. Dados estatísticos mostraram que no ano passado, a produção de cafés brasileiros de qualidade superior chegou a 8 milhões de sacas, 54% a mais que em 2015. Em 2018, o Brasil deve superar a Colômbia como primeiro produtor mundial deste tipo de grão, de acordo com a entidade (REVISTA CAFEICULTURA, 2017b).

## 6. CONCLUSÕES

O café é uma bebida apreciada por todo o mundo, entretanto, a bebida de qualidade ainda não é para todos. À medida que o mercado de café certificado cresce, aumenta-se também o acesso para as pessoas de um modo geral. O que contribui para o crescimento de toda cadeia.

Deste modo, conclui-se que o panorama dos cafés certificados tem conquistado toda a cadeia, com sua singularidade, o café diferenciado vem sendo disseminado despertando o interesse dos mais variados públicos, principalmente a partir do ano de 1969, com a criação de várias organizações certificadoras, de cunho social, ambiental, cultural. Contribuindo para uma maior visualização e valorização do café brasileiro, onde todos podem colher seus muitos benefícios, destacando-se o custo agregado.

A preocupação com o meio ambiente e ações socioambientais tem auxiliado no processo de certificação e contribuído para a segurança alimentar.

Ainda existem muitas lacunas a se preencher nesse cenário, onde se faz necessário estar atento às constantes mudanças de comportamento, em relação ao hábito de consumir cafés de qualidade, onde a falta de informação contribui para esse cenário, tanto com relação ao mercado consumidor, às ações sociais, ambientais e de sustentabilidade que envolvem o processo de certificação, quanto ao produtor na adequação das exigências do mercado.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

4C ASSOCIATION. Guia 4C. Código Comum para a Comunidade Cafeeira. 2009. Disponível em: < <https://pt.slideshare.net/acenpp/guia-4c-verso-30> > . Acesso em 24 nov. 2017.

ABNT – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. Certificação. 2017. Disponível em: <[www.abnt.org.br](http://www.abnt.org.br)>. Acesso em 15 out. 2017.

ACOB - Associação da Cafeicultura Orgânica do Brasil. Mercado. 2016. Disponível em: < <http://www.cafeorganicobrasil.org/mercado> >. Acesso em 24 nov. 2017.

AGRONOVAS. Certificação Minas Café. 2017. AgroNovas. 2017. Disponível em: < <http://www.agronovas.com.br/certificacao-minas-cafe/>> Acesso em 24 nov. 2017.

ALMEIDA, F. O bom negócio da sustentabilidade. 101p. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

ALVARENGA, S. T. Caracterização química e sensorial de cafés especiais do sul de Minas Gerais. 2017. 120p. Tese (Pós-Graduação em Ciência dos Alimentos) - Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2017.

BARTHOLO, G.F. EIRA, M. T. S. Relatório de Atividades, 2004/2007, p. 9-10. EMBRAPA CAFÉ. Disponível em: <[http://www.sapc.embrapa.br/arquivos/consorcio/seriedocumentos/serie\\_documento\\_s\\_n4.pdf](http://www.sapc.embrapa.br/arquivos/consorcio/seriedocumentos/serie_documento_s_n4.pdf) > Acesso em 22 nov. 2017.

BEREGENO, F. BARBOSA, G. PASCHOAL, J. MIZUMOTO, D. TENDÊNCIAS DO MERCADO DE CAFÉ. Relatório customizado preparado pelo Euromonitor International para Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC). Nov. 2015. Disponível em: <[http://consorciopesquisacafe.com.br/arquivos/consorcio/consumo/Tendencia\\_do\\_Mercado\\_de\\_Cafe\\_-\\_2015\\_1.pdf](http://consorciopesquisacafe.com.br/arquivos/consorcio/consumo/Tendencia_do_Mercado_de_Cafe_-_2015_1.pdf) > Acesso em 23 nov. 2017.

BOJANIC, A. Brasil é protagonista chave na erradicação da fome na América Latina até 2025. Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação. 2017. Disponível em: < <http://www.fao.org/brasil/noticias/detail-events/pt/c/1040741/>>. Acesso em: 21 nov. 2017.

BOTTREL, R. ANDRADE, D. As diferentes certificações de café. 2014. Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2014. Disponível em: < <https://www.cafepoint.com.br/radares-tecnicos/nucleo-de-estudos-de-cafeicultura-ufla/as-diferentes-certificacoes-de-cafe-89921n.aspx> > Acesso em 24 nov. 2017.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Café no Brasil, 2017. Disponível em:< <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/politica-agricola/cafe/cafeicultura-brasileira>>. Acesso em 22 nov. 2017.

BRITO, C. A HISTÓRIA DA NESPRESSO. 2014. Empreendedorismo. Disponível em: < <http://www.acelerastartups.com/br/a-historia-da-nespresso/>> Acesso em 28 nov. 2017.

CAFEICULTURA, REVISTA. Glossário Café: tipos, características e preparo. Grãos de cores, aromas e sabores diferentes compõem uma variedade de tipos de café para todos os gostos. 2008. Disponível em: <<http://revistacafeicultura.com.br/?mat=15304> >. Acesso em: 22 nov. 2017.

CAFEICULTURA, REVISTA. Cafés de alta qualidade e em cápsulas são tendências de consumo entre os brasileiros. 2017. Disponível em: < <http://revistacafeicultura.com.br/index.php?tipo=ler&mat=65079&cafes-de-alta-qualidade-e-em-capsulas-sao-tendencias-de-consumo-entre-os-brasileiros.html> > Acesso em 21 nov. 2017.

CAFEICULTURA, REVISTA. Pequenos produtores investem em café especial e têm até lista de espera. Pequenos produtores investem em café especial. 2017b. Disponível em: < <http://revistacafeicultura.com.br/?mat=65519> > Acesso em 11 dez. 2017.

CARNEIRO, F.A. A internacionalização das PME'S: a certificação como uma necessidade. Anuário 2008: certificação & qualidade, Brasília, p. 102, 2008. Disponível em: < <http://www.fcadvogados.com/anuarioCertificacaoQualidade2008.pdf> >. Acesso em 22 nov. 2017.

CARVALHAES, N. Conjunturas do Mercado Cafeeiro. 2016. CECAFÉ. EMBRAPA. 2016. Disponível em: < [http://www.sapc.embrapa.br/arquivos/consorcio/publicacoes\\_tecnicas/cecafe\\_carvalhaes\\_outubro16.pdf](http://www.sapc.embrapa.br/arquivos/consorcio/publicacoes_tecnicas/cecafe_carvalhaes_outubro16.pdf) >. Acesso em: 22 nov. 2017

CARVALHO, A. D. A. A Construção Social do Mercado *FAIR TRADE* no Brasil e no Mundo. 119p. Dissertação (Pós Graduação em Sociologia) - Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2015.

CARVALHO, J. S. Programa Certifica Minas Café. Etapas para a Certificação. Salvador – BA. Emater-MG. 2013. Disponível em: < [http://sbicafe.ufv.br/bitstream/handle/123456789/3746/Apresentacao%206\\_Oficina%20-%20Etapas%20para%20certificacao.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sbicafe.ufv.br/bitstream/handle/123456789/3746/Apresentacao%206_Oficina%20-%20Etapas%20para%20certificacao.pdf?sequence=1&isAllowed=y) > Acesso em 24 nov. 2017.

CECAFÉ – Conselho dos Exportadores de Café do Brasil. Sobre o Café. Consumo. Disponível em: < [www.cecafe.com.br](http://www.cecafe.com.br)> Acesso em 28 nov. 2017.

CONAB - COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO. Acompanhamento da safra brasileira: Café. 2017. Safra 2017, v.4, n.3. Brasília. Disponível em: <[www.conab.gov.br](http://www.conab.gov.br)>. Acesso em: 15 out. 2017.



CONNECT AMERICAS. O que é a Certificação Fairtrade e como ela é obtida?. Comercio. USA. 2014. Disponível em: < <https://connectamericas.com/pt/content/o-que-%C3%A9-certifica%C3%A7%C3%A3o-fairtrade-e-como-ela-%C3%A9-obtida> > Acesso em 23 nov. 2017.

ENCARNAÇÃO, R.O.; LIMA, D.R. EMBRAPA. Café e Saúde Humana, Brasília, p 16-18, 2003. Disponível em: < [http://www.sapc.embrapa.br/arquivos/consorcio/seriedocumentos/serie\\_documentos\\_n1.pdf](http://www.sapc.embrapa.br/arquivos/consorcio/seriedocumentos/serie_documentos_n1.pdf) > Acesso em 28 nov. 2017.

FAIR TRADE USA. Resumo da Norma de Produção Agrícola (APS). Farir Trade Internacional. 2017. Disponível em: < [http://repositorio.ufla.br/bitstream/1/4468/1/DISSERTA%C3%87%C3%83O\\_Boas%20opr%C3%A1ticas%20agr%C3%ADcolas%20e%20certifica%C3%A7%C3%A3o%20na%20cafeicultura.pdf](http://repositorio.ufla.br/bitstream/1/4468/1/DISSERTA%C3%87%C3%83O_Boas%20opr%C3%A1ticas%20agr%C3%ADcolas%20e%20certifica%C3%A7%C3%A3o%20na%20cafeicultura.pdf) > Acesso em 24 nov. 2017.

FAO - Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura. ANUÁRIO ESTATÍSTICO DA FAO OFERECE UM AMPLO E DETALHADO PANORAMA DA ALIMENTAÇÃO E AGRICULTURA. 2013. Disponível em: < <HTTP://WWW.FAO.ORG.BR/AEFAOOPADPAA.ASP> > Acesso em 06 dez. 2017.

FERNANDES, A.L.T.; PARTELLI, F.L.; BONOMO, R.; GOLYNSKI, A. A moderna cafeicultura dos cerrados brasileiros. Pesqui. Agropecu. Trop. vol.42 n.2 Goiânia. abr./jun. 2012. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1983-40632012000200015&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1983-40632012000200015&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em 15 Out. 2017.

FERREIRA, L. T., SANTOS, J. Estudos socioeconômicos e ambientais. Exportações mundiais de café batem recorde com 122,45 milhões de sacas no ano cafeeiro 2016/17. EMBRAPA, 2017. Disponível em: < <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/29810601/exportacoes-mundiais-de-cafe-batem-recorde-com-12245-milhoes-de-sacas-no-ano-cafeeiro-201617> >. Acesso em 20 nov. 2017.

GASQUES, J.G., BASTOS, E. T., TUBINO, M. A. A., ARAUJO, W. V., GOMES. E. G., SOUZA, G. S. BRASIL PROJEÇÕES DO AGRONEGÓCIO 2016/2017 a 2026/2027. 2017. 6p. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. SECRETARIA DE POLÍTICA AGRÍCOLA. Brasília, 2017. Disponível em: < [http://www.sapc.embrapa.br/arquivos/consorcio/informe\\_estatistico/Proj\\_Agronegocio\\_2017\\_2027\\_cafe.pdf](http://www.sapc.embrapa.br/arquivos/consorcio/informe_estatistico/Proj_Agronegocio_2017_2027_cafe.pdf) > Acesso em 20 nov. 2017.

GLOBAL COFFEE PLATAFORM. Mais de 300 organizações concordaram em trabalhar juntas com os governos para construir um setor cafeeiro mais sustentável. 2016. Disponível em: <<http://www.globalcoffeeplatform.org/pt/latest/2016/mas-de-300-organiza%C3%A7%C3%B5es-concordaram-em-trabalhar-juntas-com-os-governos-para-construir-um-setor-cafeeiro-mais-sustent%C3%A1vel>> Acesso em 01 dez. 2017.

GONÇALVES, E. T. A Evolução da Certificação da Rede de Agricultura Sustentável no Brasil. 2007. Certificação e Qualidade. CaféPoint. Nov. 2007. Disponível em: < <https://www.cafepoint.com.br/radares-tecnicos/certificacao-e-qualidade/a-evolucao-da-certificacao-da-rede-de-agricultura-sustentavel-no-brasil-40470n.aspx> > Acesso em 23 nov. 2017.

IBD, CERTIFICAÇÕES. Organismo de verificação 4C - IBD Certificações. Inspeções e Certificações Agropecuárias e Alimentícias (IBD). 2014. Disponível em: < [http://ibd.com.br/pt/NoticiasDetalhes.aspx?id\\_conteudo=144](http://ibd.com.br/pt/NoticiasDetalhes.aspx?id_conteudo=144) > Acesso em 24 nov. 2017.

IMA – Instituto Mineiro de Agropecuária. Certificação Café. Certificação. Café. Minas Gerais. 2016. Disponível em: < <http://www.ima.mg.gov.br/certificacao/cafes> > Acesso em 24 nov. 2017.

LEME, P.H.M.V.; MACHADO, R.T.M. OS PILARES DA QUALIDADE: O PROCESSO DE IMPLEMENTAÇÃO DO PROGRAMA DE QUALIDADE DO CAFÉ (PQC) - Organizações Rurais & Agroindustriais, Lavras, v. 12, n. 2, p. 234-248, 2010. Disponível em: < <http://www.redalyc.org/html/878/87815126005/> > Acesso em 28 nov. 2017.

LEME, P.H.M.V., A construção do mercado de cafés certificados e sustentáveis da Utz Certified no Brasil: as práticas e os arranjos de mercado. 2015. 274p. Tese (Pós-Graduação em Administração) - Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2015.

MACHADO, J.L.A. A bebida da razão. O café e a história do mundo contemporâneo. De Olho na História. Planeta Educação. 2006. Disponível em: < <http://www.planetaeducacao.com.br/portal/artigo.asp?artigo=488> > Acesso em 06 dez. 2017.

MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Sustentabilidade. Orgânicos. Regularização da Produção. 2016. Disponível em: < <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/organicos> > Acesso em 24 nov. 2017.

MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Sustentabilidade. Legislação-Orgânicos. 2017. Disponível em: < <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/organicos/legislacao-organicos> > Acesso em 24 nov. 2017.

MELO, S. N., 2010. Certificação Orgânica. Disponível em: < <http://www.ceplac.gov.br/radar/Artigos/artigo6.htm> >. Acesso em 24 nov. 2017.  
MONTEIRO, M.A.M.; MINIM, V.P.R.; SILVA, A.F.; CHAVES, J.B.P. Influência da torra sobre a aceitação da bebida café. Rev. Ceres, v.57, n.2, Viçosa mar./abr.2010. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-737X2010000200002&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-737X2010000200002&lng=pt&nrm=iso)> Acesso em 14 Out. 2017.

NASSER, P. Você sabe o que é o Programa 4C?. Indústria. Negócios. Mexido de Ideias. 2017. Disponível em: < <http://www.mexidodeideias.com.br/industria/voce-sabe-o-que-e-programa-4c/> > Acesso em 24 nov. 2017.

NESPRESSO. O Nespresso AAA Sustainable Quality Program. 2017. Disponível em: < <https://www.nespresso.com/positive/br/pt#!/sustentabilidade/aaa-qualidade-sustentavel> > Acesso em 24 nov. 2017.

OIC – Organização Internacional do Café. Iniciativas de sustentabilidade. 2010. OIC. 2010. Disponível em: < [http://www.ico.org/pt/sustaininit\\_p.asp?section=Sobre\\_o\\_caf%E9](http://www.ico.org/pt/sustaininit_p.asp?section=Sobre_o_caf%E9) >. Acesso em 24 nov. 2017.

OIC – Organização Internacional do Café. Relatório sobre o mercado cafeeiro – out. 2017. Exportações recordes no ano cafeeiro de 2016/17. Consorcio Pesquisa Café. 2017. Disponível em: < [http://consorciopesquisacafe.com.br/arquivos/consorcio/publicacoes\\_tecnicas/relatorio\\_o\\_oi\\_c\\_outubro\\_2017.pdf](http://consorciopesquisacafe.com.br/arquivos/consorcio/publicacoes_tecnicas/relatorio_o_oi_c_outubro_2017.pdf) >. Acesso em 20 nov. 2017.

ORGANICNET. Manual de Certificação de Produtos Orgânicos. Disponível em: <<http://www.organicnet.com.br/certificacao/manual-certificacao/>> Acesso em 24 nov. 2017.

PRADO, A. S. Boas Práticas Agrícolas e Certificação na Agricultura. 2014. 129p. Dissertação (Pós-Graduação em Administração) – Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2014.

PROENÇA, M. Crescimento no consumo de café especial foi de 18,1%, diz Pesquisa.Produção. CaféPoint. 2017. Disponível em: < <https://www.cafepoint.com.br/noticias/producao/crescimento-no-consumo-de-cafe-especial-foi-de-181-diz-pesquisa-108371n.aspx#>> Acesso em 10 dez. 2017.

PEREIRA, S.P. Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação. Cafés certificados do Brasil conquistam mercado interno e externo. 2014. Disponível em: <[www.embrapa.br](http://www.embrapa.br)>. Acesso em 10 Out. 2017.

RAINSFOREST ALLIANCE. Rede de Agricultura Sustentável/ Certificação Rainforest Alliance: Cadeia de Custodia. Certificações. 2017. Disponível em: < <https://www.rainforest-alliance.org/business/agriculture/certification/coc-port> > Acesso em 24 nov. 2017.

REZENDE, H. C. MODELOS DE CERTIFICAÇÃO DE PRODUTOS E PROPRIEDADES CAFEIRAS NO BRASIL. 2011. 77p. Monografia (Pós Graduação Lato Sensu) - Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2011.

ROSOLEM, C. A. Certificação agrícola: por quê?. 2017. Manaus. Maio 2017. Disponível em: < [https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj4\\_Kibu9XXAhUHEpAKHdvkBSYQFggpMAE&url=https%3A%2F%2Fwww.agrolink.com.br%2Fcolunistas%2Fcoluna%2Fcertificacao-agricola--](https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj4_Kibu9XXAhUHEpAKHdvkBSYQFggpMAE&url=https%3A%2F%2Fwww.agrolink.com.br%2Fcolunistas%2Fcoluna%2Fcertificacao-agricola--) >

por-que-\_392370.html&usg=AOvVaw246PEINK\_\_BeQ4SgLc575A>. Acesso em 23 nov. 2017

RUFINO, J.L.S. Programa Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento do café. Antecedentes, Criação e Evolução. História da Pesquisa Cafeeira no Brasil. p. 19. Embrapa Informação Tecnológica. Brasília, 2006. Disponível em: <[http://www.sapc.embrapa.br/arquivos/consorcio/publicacoes\\_tecnicas/Livro\\_Rufino\\_PNP&D\\_Cafe.pdf](http://www.sapc.embrapa.br/arquivos/consorcio/publicacoes_tecnicas/Livro_Rufino_PNP&D_Cafe.pdf)>. Acesso em 22 nov. 2017.

SCHULTZ, H. Com crescimento acelerado, Starbucks promete expansão. Internacional. CAFEPPOINT. 2017. Disponível em: <<https://www.cafepoint.com.br/noticias/internacional/com-crescimento-acelerado-starbucks-promete-expansao-104729n.aspx>> Acesso em 11 dez. 2017.

SCOLARI, D.D.G. Produção agrícola mundial: o potencial do Brasil. 2006. 24p. Embrapa. Embrapa Informação Tecnológica. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/busca-de-publicacoes/-/publicacao/417182/producao-agricola-mundial-o-potencial-do-brasil>>. Acesso em 21 nov. 2017.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Estratégia de Mercado. O que é Fair Trade (Comércio Justo). SEBRAE NACIONAL, 2016. Disponível em: < <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-fair-trade-comercio-justo,82d8d1eb00ad2410VgnVCM100000b272010aRCRD> > Acesso em 23 nov. 2017.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Certificação. Conheça as categorias de certificação de café. SEBRAE NACIONAL, 2017.

SOUZA, M.C. M. Cafés Sustentáveis e Denominação de Origem: A Certificação de Qualidade na Diferenciação de Cafés Orgânicos, Sombreados e Solidários. 2006. 192p. Tese (Pós-Graduação em Ciência Ambiental) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

STARBUCKS. Café produzido com responsabilidade. STARBUCKS CORPORATION. 2009. Disponível em: < <https://www.starbucks.com.br/responsibility/sourcing/coffee> > Acesso em 20 nov. 2017.

TAVARES, L. Rainforest, a certificação sustentável do café. 2016. GrãoGourmet. São Paulo. 2016. Disponível em:< <https://www.graogourmet.com/blog/rainforest-a-certificacao-sustentavel-do-cafe/> > Acesso em 23 nov. 2017.

USHIWATA, C.T. Portal: Orgânicos do Brasil. O que é café orgânico. Disponível em: < <http://organicosdobrasil.blogspot.com.br/2008/12/o-que-caf-orgnico.html> > Acesso em 20 nov. 2017.

UTZ CERTIFIED. Join Utz for coffee producers. Amsterdam, 2017a. Disponível em: < [https://utz.org/resource-library/?fwp\\_language=portuguese&fwp\\_per\\_page=60](https://utz.org/resource-library/?fwp_language=portuguese&fwp_per_page=60) >. Acesso em 16 nov. 2017.

UTZ CERTIFIED. UTZ Country Guidance Brazil Portuguese. Amsterdam, 2017b. Disponível em: < [https://utz.org/?attachment\\_id=11634](https://utz.org/?attachment_id=11634) >. Acesso em 16 nov. 2017.

UTZ CERTIFIED. RAINFOREST ALLIANCE E UTZ REALIZAM FUSÃO PARA FORMAR UMA NOVA E MAIS FORTE ORGANIZAÇÃO. Amsterdam, 2017c. Disponível em: < <https://utz.org/language-landingpage/portuguese/> > Acesso em 28 nov. 2017.

VIANA, L.C. Valores Pessoais dos Consumidores de Cafés Especiais. 2013. 151p. Dissertação (Pós-Graduação em Administração) - Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2013.

WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT. Our common future: the world commission on environment and development. Oxford: Oxford University Press, 1987.

ZERBINI, F. Faces do Brasil. 2009. Fair Trade: Tendências e Desafios. IV Fórum de Administração Internacional. São Paulo. 2009. Disponível em :< <http://www.florianopesaro.com.br/biblioteca/arquivos/FairTrade.pdf>> Acesso em 24 nov. 2017.