



AVALIAÇÃO DA IMPLANTAÇÃO DOS PRINCÍPIOS FAIR TRADE NUMA COOPERATIVA CERTIFICADA DO SUL DE MINAS GERAIS

Breno H. ALEXANDRE¹; Michelle NERY²; Ana L. SILVESTRE³; Sérgio PEDINI⁴

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi avaliar se os princípios do movimento Fair Trade são efetivamente adotados numa cooperativa certificada do município de Campestre, Sul de Minas Gerais. Concluiu-se que, apesar do elevado tempo de filiação à associação e de certificação Fair Trade, os produtores possuem conhecimento apenas razoável sobre os princípios do movimento. Outra conclusão foi a de que o preço mínimo é considerado importante, mas outros fatores como meio ambiente, gênero e solidariedade são fundamentais.

Palavras-chave: Fair trade; Comércio justo; Cafeicultura familiar; Café.

1. INTRODUÇÃO

A certificação socioambiental vem crescendo no Brasil, particularmente na agricultura e em especial na cafeicultura. Neste trabalho foca-se o estudo no movimento Fair Trade (Mercado Solidário numa tradução livre) no Estado de Minas Gerais. O Fair Trade possui como características a produção familiar e organizada, preços pré-fixados, respeito ambiental e social, produção orgânica como diferencial e investimento em projetos sociais.

O café é um produto de grande impacto econômico no mundo nos dias atuais. Porém, atualmente, o poder tem se deslocado para beneficiar apenas as grandes corporações transnacionais. O que antes era distribuído de forma justa entre os agricultores e países consumidores, transformou-se numa realidade instável e desigual (PEDINI, 2011). Tendo em vista resolver este contexto, o café Fair Trade procura estabelecer uma relação comercial de maior equidade, transparência e respeito, contribui para o desenvolvimento sustentável ao oferecer melhores condições comerciais e ao assegurar os direitos de produtores familiares.

No MFT há sempre a obrigatoriedade de que os agricultores familiares sejam organizados em associações ou cooperativas, entre outros princípios, como gênero, democracia interna, etc., mas nem sempre esses princípios são implementados integralmente,

1. Estudante de graduação do curso de Engenharia Agrônômica do IFSULDEMINAS – Campus Machado, Machado/MG, brehenale@gmail.com;
2. Professora do IFSULDEMINAS – Campus Pouso Alegre, Pouso Alegre/MG, michelle.nery@ifsuldeminas.edu.br;
3. Contadora do IFSULDEMINAS – Campus Machado, Machado/MG, ana.silvestre@ifsuldeminas.edu.br;
4. Professor do IFSULDEMINAS – Campus Machado, Machado/MG, sergio.pedini@ifsuldeminas.edu.br.



conforme descrito por Audebrand & Pauchant (2008) no México e Lawson (2004) na Costa Rica.

O objetivo deste trabalho foi avaliar se os princípios do movimento Fair Trade são efetivamente adotados numa cooperativa certificada do município de Campestre, Sul de Minas Gerais, através de entrevistas com os produtores cooperados.

2. METODOLOGIA

As pesquisas qualitativas e as quantitativas não podem ser encaradas como contraposições alternativas de estudo de um objeto específico, mas como complementares na análise. O método *survey*, de acordo com Pinsonneault & Kraemer (1993), pode ser caracterizado pela obtenção de dados ou informações sobre o objeto de pesquisa, normalmente por meio de um questionário. Em outras palavras, esse método pode ser definido como um tipo de pesquisa de opinião de caráter quantitativo, cuja coleta de dados é realizada por meio de questionários estruturados. Neste trabalho foram utilizados *surveys* com perguntas diretas (objetivas) e abertas (subjetivas), com o propósito de responder ao objeto da pesquisa. Foram aplicados 5 questionários (aproximadamente 10% do universo total), com 15 perguntas.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

80% dos entrevistados possuem áreas entre 1 e 5 ha, e apenas 20% entre 5 e 10 ha, caracterizando a amostra como de pequenos produtores segundo a legislação brasileira. Outro fator é a produção, pois 100% dos entrevistados produziu menos de 100 sacos de café em 2016.

Foi possível observar que a maioria absoluta da amostra de produtores (80%) está filiada há mais de 4 anos, coincidindo em parte com o tempo de certificação, pois 60% dos entrevistados são certificados há mais de 4 anos. Esse fator pode apontar para o grau de conhecimento dos produtores com relação aos princípios Fair Trade.

Quanto à participação feminina nas decisões, quando perguntados sobre as esposas, a maioria dos respondentes (3 de 5) respondeu 5 numa escala de 1 a 5, ou seja, acham muito importantes as decisões das esposas na propriedade, mas não a sua totalidade. No movimento



Fair Trade as questões de gênero não são apenas princípios, mas critérios exigidos na certificação, portanto ainda há pouca incorporação desse fator.

No que se refere ao conhecimento sobre o que é necessário para ser aceito como produtor certificado Fair Trade, observa-se que 100% dos entrevistados acreditam que é necessário adequar-se e cumprir as regras exigidas apresentadas, já quando questionados sobre as vantagens em ser um produtor Fair Trade, pode-se observar que para todos os entrevistados o principal benefício está relacionado ao preço.

Quanto às diferenças entre um produtor familiar certificado Fair Trade e um produtor não certificado, 60% dos entrevistados acreditam que a certificação resulta em melhores preços. 40% dos entrevistados acreditam que a diferença está no conhecimento e conscientização com o meio ambiente. Respeito ao meio ambiente também é um dos pilares do movimento Fair Trade e, nesse caso, os produtores mostram razoável conhecimento sobre o tema, mas considerando que se trata de um critério obrigatório (gerando não conformidade se não obedecido), pode-se considerar 60% um percentual baixo para produtores já certificados.

Ao serem questionados sobre os motivos pelos quais os compradores querem o café Fair Trade, 60% dos produtores acreditam que o principal motivo é qualidade, 20% dos produtores acreditam que os compradores querem este tipo de café porque acreditam neste modelo de mercado e 20% porque se trata de um café rastreado.

Sobre os motivos pelos quais os consumidores preferem café Fair Trade, podemos observar que de acordo com os entrevistados há uma diversidade de razões, tais como sustentabilidade, forma justa de comércio, preço justo, agricultor familiar, entre outros. Aqui pode-se dizer que os produtores entrevistados possuem alto conhecimento sobre as motivações dos consumidores ao preferirem produtos do movimento Fair Trade.

Ao serem perguntados se conseguem sempre comercializar o café na modalidade Fair Trade, 80% dos produtores responderam que sim e apenas 20% responderam que nem tudo, principalmente os de baixa qualidade.

4. CONCLUSÕES

Pode-se concluir que os produtores entrevistados possuem um tempo razoável de filiação à Associação e à certificação Fair Trade. Existe, também, um espírito de colaboração



entre os membros da Associação, mas um relativo desconhecimento dos princípios exatos do movimento Fair Trade. O preço mínimo e justo é considerado um fator essencial do movimento Fair Trade, mas os produtores entrevistados também depositam vital importância em fatores como meio ambiente, gênero e solidariedade.

É fundamental que o trabalho tenha sequência, entrevistando mais produtores e outras organizações certificadas. Esta etapa foi fundamental, no entanto, para que se tenha uma noção da melhor forma de levantar os dados junto aos produtores e suas organizações.

REFERÊNCIAS

ASSAD, Eduardo Delgado et al (Org.). **Sistema de Previsão da Safra de Soja para o Brasil**. Campinas: Embrapa Informática Agropecuária, 2006. p. 1-11.

Audebrand, Luc K., and Thierry C. Pauchant. "Can the Fair Trade movement enrich traditional business ethics? An historical study of its founders in Mexico." *Journal of Business Ethics* 87.3 (2009): 343-353.

Lawson J. (2004), Promoting sustainable livelihoods through trade: Fair Trade as a vehicle for economic, social and environmental sustainability in coffee production in Coto Brus, Costa Rica, Senior Thesis, Georgetown University.

MORAES, Matheus Augusto Souza de. **Demanda de Software pela Agricultura Familiar: Entraves e Potenciais para Micro e Pequenas Empresas Desenvolvedoras de Software**. Campinas: Embrapa Informática Agropecuária, 2009. p. 1-5.

MORESI, Eduardo Amadeu Dutra. **Delineando o Valor do Sistema de Informação de uma Organização**. Brasília: Unb, 2000. p. 14-24.

PEDINI, Sérgio. **Fair Trade: Alternativa ao Mercado Convencional de Café e Processos de Empoderamento de Cafeicultores Familiares**. 2011. 175 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração, Universidade Federal de Lavras, Lavras.

Pinsonneault, A & Kraemer, K. L. Survey research in management information systems: an assesment. *Journal of Management Information Systems*, New York, v. 10, n. 2, p. 75-105, Feb. 1993.