

FEAD

MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO

MODALIDADE: PROFISSIONALIZANTE

**PROGRAMA DE CERTIFICAÇÃO CAFÉ DO  
CERRADO: UM ESTUDO PROSPECTIVO COM  
ASSOCIADOS DA EXPOCACCER.**

Aloizio Magrini

Belo Horizonte

2007

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

Aloizio Magrini

**PROGRAMA DE CERTIFICAÇÃO CAFÉ DO  
CERRADO: UM ESTUDO PROSPECTIVO COM  
ASSOCIADOS DA EXPOCACCER**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Administração: Modalidade Profissionalizante da FEAD, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Administração.

Área de Concentração: Gestão Estratégica das Organizações

Orientador: Prof. Dr. José Alves de Castro

Belo Horizonte

FEAD

2007

ALOIZIO MAGRINI

**PROGRAMA DE CERTIFICAÇÃO CAFÉ DO CERRADO: UM ESTUDO  
PROSPECTIVO COM ASSOCIADOS DA EXPOCACCER.**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Administração, Modalidade Profissionalizante da FEAD, área de concentração em Estratégia, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Aprovada em 22 de junho de 2007.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. José Alves de Castro – FEAD  
Orientador

---

Prof. Dr. Luiz Marcelo Antonialli – FEAD  
Membro

---

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Adriana Vieira Ferreira – UNIPAM  
Membro

## **AGRADECIMENTOS**

À minha família, pelo desprendimento na abdicação de incontáveis horas de convívio nos finais de semana, e sobretudo pelo incondicional apoio e constante incentivo, que dignificaram minha trajetória em busca de tão almejado título.

Ao colega e amigo Milton Roberto de Castro Teixeira, que além do constante estímulo e ajuda para conclusão desta jornada, me honrou com a oportunidade de cursar este mestrado na companhia de tão seleta turma, sem o que não teria sido possível atingir o objetivo hoje comemorado.

Ao CACCER, na pessoa de seu Superintendente José Augusto Rizental, que revestiu de amabilidade e dedicação o tempo investido em entrevistas e franqueou sem reservas o acesso à documentação solicitada.

À EXPOCACCER, mais especificamente ao seu Conselho de Administração, que concordou em participar da presente pesquisa, tendo disponibilizado todos seus recursos para auxílio na identificação e na localização dos produtores entrevistados.

Aos produtores entrevistados nesta pesquisa, que com prontidão se dispuseram a trocar horas de seu trabalho pelo tempo investido nas entrevistas, agradeço pela gentileza e disponibilidade com que me honraram.

Ao meu orientador, Prof. Dr. José Alves de Castro, por sua paciência e irrestrita disponibilidade, e especialmente pela sua forma construtiva de apresentar críticas e sugestões, o que certamente muito contribuiu para a consecução deste trabalho.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Preços médios pagos ao produtor – café arábica Brasil – US\$/saca 60kg.....	12
Figura 2 – Produção mundial de café em sacas de 60 kg.....	28
Figura 3 – Produção mundial: participação dos 10 principais países. ....	29
Figura 4 – Exportações mundiais: participação dos 10 principais países. ....	30
Figura 5 – Brasil: médias decenais de produção, exportação e consumo. ....	32
Figura 6 – Brasil: receita cambial em bilhões de US\$.....	33
Figura 7 – Brasil: estados produtores - média tetraanual.....	33
Figura 8 – Regiões produtoras de Minas Gerais .....	35
Figura 9 – Brasil: preço médio recebido pelo café arábica em US\$/saca 60kg .....	38
Figura 10 – Brasil: produção anual em milhões de sacas de 60 kg .....	38
Figura 11 – Soluções apontadas pela Technoserve .....	41
Figura 12 – Sistemas de agribusiness e transações típicas.....	43
Figura 13 – Esquema de três níveis de inter-relacionamento.....	47
Figura 14 – Alinhamento dos contratos. ....	52
Figura 15 – Custo de Implantação Absoluto e Relativo .....	94

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

- ABIC – Associação Brasileira da Indústria do Café
- AIC – Acordo Internacional do Café
- AOC – Appellations d’Origine Controlée (Denominação de Origem Controlada)
- APPCC – Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle.
- BSCA – Brazilian Specialty Coffee Association (Associação Brasileira de Cafés Especiais)
- CACCER – Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado
- CBP&D/Café - Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café
- CIC – Centro de Inteligência do Café
- COB – Classificação Oficial Brasileira
- DOC – Denominação de Origem Controlada
- ECT – Economia dos Custos de Transação
- EMATER-MG – Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais
- EPAMIG – Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais
- EPI – Equipamento de Proteção Individual
- EUREP – European Retailers Group (Grupo de Varejistas Europeus)
- EXPOCACCER – Cooperativa dos Cafeicultores do Cerrado Ltda
- FAO – Food and Agriculture Organization of the United Nations (Organização das Nações Unidas para a Agricultura e a Alimentação)
- FDA – Food and Drug Administration
- FEA – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP
- GAP – Good Agricultural Practices (Boas Práticas Agrícolas)
- GEPAI – Grupo de Estudos e Pesquisas Agroindustriais (do Departamento de Engenharia de Produção da Universidade Federal de São Carlos-SP).
- HACCP – Hazard Analysis Control Critical Points. (APPCCP - Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle).
- IAC – Instituto Agrônomo de Campinas

IBC – Instituto Brasileiro do Café

ICO – International Coffee Organization (Organização Internacional do Café-OIC)

IISD – International Institute for Sustainable Development (Instituto Internacional para Desenvolvimento Sustentável – ONG Canadense.)

IMA – Instituto Mineiro de Agropecuária

IMAFLOTA – Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola

INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial

ISO - International Organization for Standardization (Organização Internacional para Padronização)

MIP – Manejo Integrado de Pragas

NEI – Nova Economia Institucional

OIC – Organização Internacional do Café

OMC – Organização Mundial do Comércio

OMPI – Organização Mundial de Propriedade Intelectual

ONG – Organização Não Governamental

ONU – Organização das Nações Unidas

PENSA – Programa de Estudos dos Negócios do Sistema Agroindustrial (dos Departamentos de Economia e Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo-SP).

SAG – Sistema Agroindustrial

SCAA – Specialty Coffee Association of America (Associação Americana de Cafés Especiais)

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural

UFU – Universidade Federal de Uberlândia

UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development (Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e o Desenvolvimento)

USP – Universidade de São Paulo

## SUMÁRIO

RESUMO .....	9
ABSTRACT .....	10
1. INTRODUÇÃO.....	11
1.1. CONTEXTUALIZAÇÃO.....	11
1.2. OBJETIVOS.....	20
1.2.1. Objetivo geral .....	21
1.2.2. Objetivos específicos.....	21
2. REFERENCIAL TEÓRICO .....	22
2.1. CULTURA DO CAFÉ .....	22
2.1.1. Panorama mundial .....	27
2.1.2. Panorama nacional.....	31
2.1.3. Panorama mineiro .....	34
2.1.4. Panorama regional - Cerrado Mineiro .....	36
2.1.5. Crise de preços do café .....	37
2.2. SISTEMAS AGROINDUSTRIAIS.....	42
2.2.1. Conceitos gerais do SAG .....	42
2.2.2. Conceitos econômicos .....	46
2.2.3. Gestão do agronegócio.....	53
2.3. CERTIFICAÇÃO .....	56
2.3.1. Estratégia de diferenciação .....	56
2.3.2. Padronização de produtos agrícolas .....	60
2.3.3. Certificação de produtos agrícolas.....	62
2.3.4. Qualidade, rastreabilidade e saúde alimentar .....	67
2.4. CACCER E CERTIFICAÇÃO CAFÉ DO CERRADO.....	71
3. METODOLOGIA .....	80
3.1. TIPO DE PESQUISA .....	80
3.2. UNIDADE DE ANÁLISE .....	81
3.3. TÉCNICA E INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS .....	83
3.4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS .....	84
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	86
4.1. PERFIL DOS PRODUTORES.....	86
4.2. PERCEPÇÕES DOS PRODUTORES.....	90
5. CONCLUSÕES.....	101
6. REFERÊNCIAS.....	108
APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA.....	115
ANEXO A – REGISTRO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA .....	117
ANEXO B – CÓDIGO DE CONDUTA – PROGRAMA CAFÉ DO CERRADO.....	118

## RESUMO

As mudanças estruturais ocorridas no mercado internacional de café, a partir dos anos 80, geraram um excesso persistente de oferta em relação à demanda do produto, resultando na pior crise de preços enfrentada pelos cafeicultores dos últimos 30 anos. Dentre as possíveis estratégias adotadas pelos agentes da cadeia do agronegócio café para minorar os reflexos desta crise, a certificação do produto e processo produtivo desponta como tendo recebido grande aceitação por parte dos produtores, com vistas à exploração do mercado de cafés diferenciados, segmento de mercado que tem apresentado o maior crescimento no agronegócio de café. Dentre os possíveis tipos de certificação disponíveis, o programa de certificação do Café do Cerrado tem recebido boa acolhida por parte dos produtores, embora a perspectiva pouco animadora de médio a longo prazo para amortização dos investimentos necessários. O estudo buscou caracterizar o produtor certificado pelo programa Café do Cerrado, identificando suas expectativas quando da adesão ao programa, e quais os resultados por eles percebidos após, pelo menos, um ciclo produtivo sob o novo regime de produção. Para tanto, foi realizada uma pesquisa qualitativa, usando como instrumento a entrevista semi-estruturada com conseqüente análise de conteúdo, com os produtores pioneiros na certificação do CACCER e simultaneamente associados da EXPOCACCER. Observou-se principalmente, que os produtores não têm identificado benefícios pecuniários atribuíveis, especificamente, à certificação Café do Cerrado, e que se utilizam da certificação como ferramenta de gestão, em função do elevado nível de controle exigido no desenvolvimento das atividades produtivas.

Palavras-chave: café, cafés especiais, certificação, diferenciação, qualidade.

## ABSTRACT

Structural changes have been occurring in the international market of coffee since the eighties, which have generated a persistent overproduction in relation to the demand for the product, resulting in the worst crisis of prices faced by the coffee producers during the last 30 years. The process of origin certification has been standing out as the most important strategy adopted by the agents of the coffee agribusiness chain, in order to minimize the bad influences of this crisis, when it comes to the exploitation of the differentiated coffee market, which has been showing the major growth in the coffee agribusiness. Among the various types of certification available, the Café do Cerrado certification program has been receiving great acceptance by the part of the producers, although the discouraged perspective of medium to long term for the amortization of the investments. The study intended to characterize the certified producers by the Café do Cerrado program, identifying their expectations when they decided to adhere to the program and the results achieved by them after at least one productive cycle under the new regime of production. To get to this point, a qualitative research was carried having as instrument a semi structured interview followed by an analysis of the content, with the pioneers producers that have adhered to the CACCER certification and simultaneously associated to the EXPOCACCER cooperative. It was mainly observed that the producers have not identified pecuniary benefits due to the Café do Cerrado certification, and the certification is used as a management tool due to the high level of control required for the development of the productive activities.

Key words: coffee, differentiated coffee, certification, differentiation, quality.

## 1. INTRODUÇÃO

Os produtores de café têm enfrentado grave crise de preços desta *commodity* nos últimos 30 anos, e uma das estratégias desenvolvidas pelo setor para tentar amenizar os reflexos desta crise é a exploração do nicho de mercado denominado de cafés especiais, segmento de mercado originado basicamente pelo surgimento de consumidores mais exigentes, preocupados com a saúde alimentar derivada dos produtos que consomem, e com o bem estar social e preservação ambiental. A certificação de produto e/ou processo produtivo é uma forma de garantir a tais consumidores, supostamente dispostos a pagar mais por suas exigências, a existência do produto por eles demandado.

A possibilidade de auferir um preço prêmio para cafés especiais pode ser um bom motivo para o produtor aderir a programas de certificação, os quais, por outro lado, geram custos de implantação e de manutenção, cuja compensação à base do hipotético preço prêmio pode demandar longos prazos. Apesar disto, a adesão de produtores a programas de certificação, em especial ao Programa de Certificação do Café do Cerrado, tem apresentado alta taxa de crescimento, o que enseja a possibilidade de os produtores vislumbrarem outros motivos, além dos pecuniários, para aderirem a tais programas, e estejam também percebendo outros benefícios que a certificação possa estar propiciando.

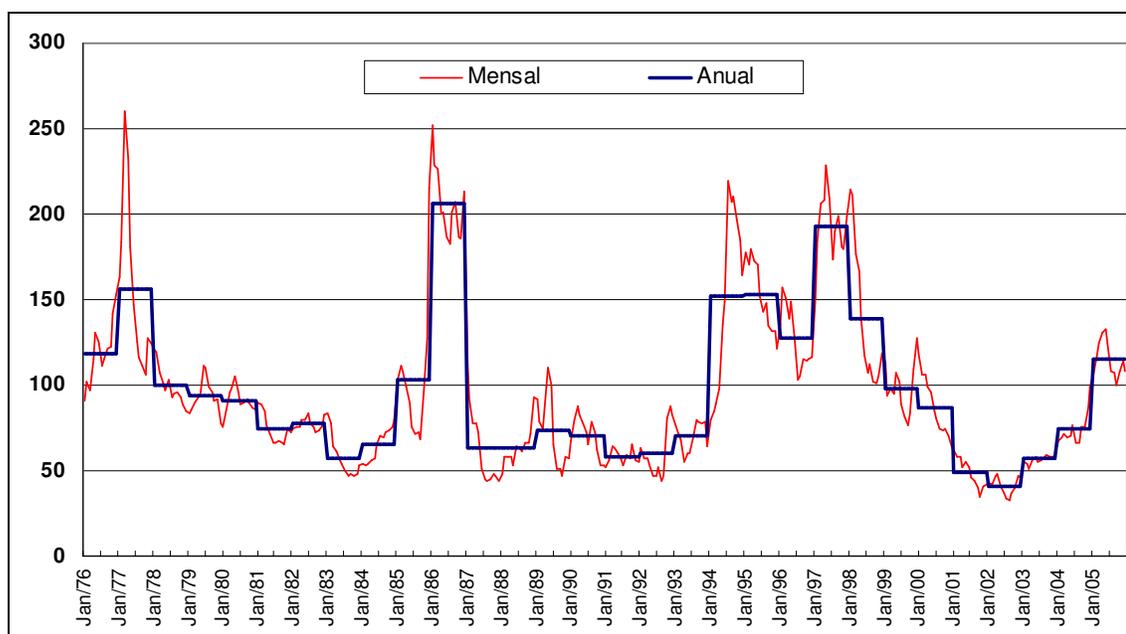
Este breve sumário caracteriza o cenário em que se desenvolveu o trabalho de pesquisa realizado. A necessária contextualização do tema certificação de café e a delimitação da pesquisa à certificação do Café do Cerrado, são a seguir tratados com maior profundidade.

### 1.1. CONTEXTUALIZAÇÃO

A abordagem do tema certificação de café passa necessariamente pelo que se convencionou denominar de crise internacional de preços da *commodity*, fenômeno ao qual se atribui o maior papel no surgimento e disseminação de expressões tais como *certificação de café* ou *café certificado*, *cafés sustentáveis* e *cafés especiais*. Os diversos organismos que se interessaram pelo estudo do fenômeno, entre os quais se destacam o Instituto Internacional para o Desenvolvimento Sustentável (IISD), a Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD), o Banco Mundial, e principalmente a Organização Internacional do Café (OIC), atribuem a causa da crise aos excedentes de

produção gerados como consequência de um acentuado desalinhamento entre as taxas de crescimento da produção e da demanda do café nos últimos 30 anos.

No caso dos produtores brasileiros, os reflexos provocados pela variação nas cotações internacionais, podem ser mais bem avaliados através da Figura 1, onde são mostrados os valores médios mensais e anuais dos preços pagos aos produtores brasileiros, em dólares por saca de café Arábica de 60 kg, no período de 1976 a 2005.



Fonte: Dados OIC (2006), organizado pelo autor (ago. 2006).

Figura 1 – Preços médios pagos ao produtor – café arábica Brasil – US\$/saca 60kg

A ilustração foi preparada tendo por base os dados históricos da Organização Internacional do Café (OIC), considerando a relação de conversão de 132,28 libras-peso por saca de 60 kg, uma vez que os dados originais são apresentados em centavos de dólar por libra-peso.

De forma bastante clara, a ilustração mostra como o declínio dos preços a partir de 1998, resultou em 2002 no mais baixo nível de preços pagos ao produtor nacional, caracterizando esta crise como a de maior gravidade dos últimos 30 anos. Internacionalmente, considerando a inflação no dólar, em termos reais é o nível mais baixo já praticado nos últimos 100 anos, de acordo com estudo da OIC sobre os impactos causados pela crise de preços do café. (OIC, 2003).

Alguns dos mencionados organismos internacionais que se interessaram pelo estudo desta crise dos preços do café, elencaram várias possibilidades de solução, e dentre elas está a diferenciação do produto através da certificação de origem e/ou qualidade, que normalmente resulta em benefícios financeiros aos agentes da cadeia pela sua adesão a tais programas.

A Technoserve, organização sem fins lucrativos que dá apoio às empresas rurais dos países em desenvolvimento, é um bom exemplo destas entidades. Em seu relatório *Business Solutions to the Coffee Crisis*, de 4 de dezembro de 2003, são mencionadas algumas soluções possíveis, tendo sido destacadas três delas, por seu maior potencial para assegurar efeitos sustentáveis: Promoção da Diversificação, Aumento do Consumo e Apoio a Cafés Especiais.

A certificação, como apresentada nos resultados da mencionada pesquisa, não está em destaque, ou seja, das possíveis soluções apresentadas pela Technoserve, a certificação é uma estratégia que não se destaca por seu impacto, embora esteja em boa posição com relação à facilidade de sua aplicação. Isto se deve ao fato de que a certificação, especificamente do lado do produtor, depende apenas de sua iniciativa, não dependendo de instâncias externas, tais como ações governamentais ou de outros organismos. Havendo disponibilidade de programas de certificação e respectivos organismos certificadores, basta ao produtor escolher um programa para se engajar, adequando suas instalações e procedimentos operacionais ao código de conduta da entidade certificadora.

A importância sócio-econômica do café é destacada logo no primeiro parágrafo do relatório da Tecnoserve, onde consta que a crise de preços do café tem afetado cerca de 25 milhões de produtores no mundo. Em janeiro de 2004, Cândido Ricardo Bastos, à época diretor do Instituto Agrônomo de Campinas (IAC), forneceu outro aporte à importância do setor, ao confirmar que cerca de 25 milhões de famílias no mundo estão ligadas à cadeia produtiva do café, e destacar que 5 milhões destas famílias estão no Brasil (BRASIL..., 2004). Tais contingentes de produtores diretamente afetados pela crise de preços do café justificam as preocupações com a crise internacional de preços da *commodity*, e sua importância nos cenários nacional e internacional.

O entendimento do que significa a certificação de produtos agrícolas, é facilitado pelos esclarecimentos de Nassar (2003, p.30-31), que permitem resumir certificação como a definição de atributos de um produto, processo ou serviço, e a garantia de que eles se enquadram em normas predefinidas. Em síntese, um sistema de certificação garante que um

produto esteja em conformidade com predeterminadas especificações. Segundo Farina (2003, p.20), o funcionamento do mercado de *commodities* agrícolas baseia-se em padrões de classificação de produtos, reconhecidos e adotados internacionalmente, e sem os quais compradores e vendedores teriam que proceder a inspeções físicas das mercadorias, acarretando custos extras e limitações na capacidade de livre funcionamento do mercado. Ainda de acordo com Nassar (Op. cit, p.30-31), embora possua muitas similaridades com o conceito de padronização, o conceito de certificação não depende da padronização, e na verdade constitui um passo à frente da padronização, sob o ponto de vista de coordenação de sistemas agroindustriais: as especificidades envolvidas em sistemas de certificação, requerem desenhos de contratos mais complexos do que os vigentes em mercado de *commodities*.

Conforme mencionado por Pereira et. al. (2006a), o mercado internacional conta com vários programas de certificação para café, tais como Utz Kapeh, Rainforest Alliance, e EurepGap entre outras, e no mercado nacional há também a certificação da Brazilian Specialty Coffee Association (BSCA), além do recente certificador nacional Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado (CAC CER).

O Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola (IMAFLORA) é a entidade certificadora no Brasil para obtenção do selo de qualidade Rainforest Alliance. Sua missão é “Promover o desenvolvimento sustentável, incentivando o manejo florestal e agrícola, ambientalmente adequados, socialmente benéficos e economicamente viáveis” (IMAFLORA, 2006). Na declaração da missão do IMAFLORA são mencionados explicitamente os três princípios básicos da sustentabilidade, conforme explica Van Raij (2004, p.45): o desenvolvimento sustentável deve levar em conta o resultado econômico, a preservação ambiental e o interesse social.

A Utz Kapeh, que na língua maia significa “bom café”, é uma organização independente que resultou da associação da Ahold Coffee Company, uma grande rede varejista alemã, com fornecedores de café da Guatemala. Fundada em 1997, teve seu primeiro escritório aberto na Cidade da Guatemala em 1999, e seu escritório central foi inaugurado em 2002 em Amsterdam - Holanda. É uma entidade não governamental que atesta para o mercado, que o café com seu selo é reconhecido como tendo sido produzido em conformidade com seu código de conduta, que é um conjunto de critérios sociais, ambientais e econômicos, com vistas à produção de café responsável. A Utz Kapeh declara que seu código de conduta engloba 100% das recomendações do código de conduta da EurepGap, uma organização do

setor varejista europeu também fundada em 1997, que estabelece padrões de desenvolvimento de boas práticas agrícolas (*GAP-Good Agricultural Practices*), objetivando segurança e saúde alimentar tanto para consumidores quanto para os trabalhadores do setor de produção de alimentos. (UTZ KAPEH, 2006a). Destaque-se que a certificação Utz Kapeh é a campeã no Brasil em termos de procura por parte dos produtores (PEREIRA et al., 2006b), e seu website registrava em agosto de 2006, um contingente de 76 produtores certificados.

O ponto comum que se observa entre os três tipos de certificação internacional mencionados, – RainForest, Utz Kapeh e EurepGap, diz respeito ao fato de que todas elas contemplam em seus códigos de conduta os três princípios básicos do desenvolvimento sustentável já mencionados: resultado econômico, preservação ambiental e interesse social. Por esta razão, quando se trata do segmento de cafés especiais, café certificado e café sustentável são expressões comumente empregadas como sinônimos, como por exemplo em Pereira et al. (2006b) e Okuda (2005), dentre outros.

Uma definição ampla do conceito de cafés especiais incorpora vários atributos, conforme se pode observar:

O conceito de cafés especiais está intimamente ligado ao prazer proporcionado pela bebida. Destacam-se por algum atributo específico associado ao produto, ao processo de produção ou ao serviço a ele associado. Diferenciam-se por características como qualidade superior da bebida, aspecto dos grãos, forma de colheita, tipo de preparo, história, origem dos plantios, variedades raras e quantidades limitadas, entre outras. Podem também incluir parâmetros de diferenciação que se relacionam à sustentabilidade econômica, ambiental e social da produção, de modo a promover maior equidade entre os elos da cadeia produtiva. [...] A rastreabilidade e a incorporação de serviços também são fatores de diferenciação e, portanto, de agregação de valor. (SAES et al., 2001, p.68-69).

O CACCER somente em 2005 obteve a indicação de procedência da Região do Cerrado Mineiro, embora a marca Café do Cerrado tenha sido criada em 1993, e a região produtora tenha sido oficialmente demarcada em 1998 pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Segundo dados disponíveis no website do CACCER, a Região do Cerrado compreende 55 municípios, com 3.500 cafeicultores em 4.500 propriedades, que atingem uma área de produção de 155.000 hectares, ostentando produção média de 3.500.000 sacas de 60 kg, sendo o Cerrado Mineiro a primeira região demarcada de café do Brasil e oficialmente a primeira indicação geográfica de café do mundo (CACCER, 2006).

Segundo Souza (2006), as iniciativas de associar origem e qualidade são antigas no setor cafeeiro, e, ultimamente, origem acabou se transformando em estratégia de diferenciação de cafés especiais. As tentativas formais de indicações geográficas para valorizar a qualidade associada à origem dos cafezais são ainda muito recentes, não só no mundo como também no Brasil. Conforme Saes e Jayo (1997, p.10) a certificação de origem se aplica a produtos cujos atributos são indissociáveis das características próprias de uma região delimitada, entre as quais se incluem clima, solo, história ou tradição cultural e mão de obra.

No caso específico da região do Cerrado Mineiro, Uejo Neto (2006) explica que a região é beneficiada com uma escala regular de chuvas, concentradas no período que vai da primavera a parte do outono brasileiro, e ausentes no período crítico da colheita, o que permite um ordenamento extremamente controlado do processo de secagem. Adicionalmente, floradas mais concentradas, abundância de insolação e excelentes temperaturas médias no inverno, propiciam aos cafés do cerrado mineiro bebidas muito adocicadas, baixa ou até ausência de acidez cítrica, e intenso sabor, com notas que vão de frutas secas como nozes e amêndoas ao chocolate e cacau.

No início de 2005, o CACCER lançou seu programa de Certificação do Café do Cerrado, que agrega certificação de origem e qualidade e de processo produtivo num único programa (CACCER, 2005a). Um dos aspectos diferenciadores do programa de Certificação do Café do Cerrado é o fato de seu conjunto de normas, referido como Código de Conduta, ser distribuído em 4 diferentes etapas (ou graduações), denominadas "estrelas". Na primeira etapa, para obtenção do selo correspondente a 1 estrela, é exigido do produtor o atendimento às obrigações básicas da legislação brasileira quanto aos assuntos trabalhistas, do meio ambiente e de boas práticas agrícolas. A cada etapa subsequente, 2, 3 ou 4 estrelas, corresponde um nível de dificuldade crescente, conforme ilustrado no Anexo B – Código de Conduta do Programa Café do Cerrado, e esta gradualização permite ao produtor primeiramente obter familiaridade com o processo de certificação, para em seguida estimulá-lo ao aperfeiçoamento do seu trabalho.

Pelo fato de englobar também a certificação de origem e qualidade, enquanto as outras certificações tratam apenas do processo produtivo, destaca-se que, do ponto de vista do produtor nacional, há uma evidente limitação no que diz respeito à abrangência desta certificação: ela contempla apenas produtores da região demarcada como Cerrado Mineiro.

Um outro aspecto que chama a atenção no programa de certificação do CACCER é a acomodação de outras certificações, definidas em seu programa como Certificações Complementares, onde explicitamente o CACCER recomenda e estimula os produtores a participarem também de outros programas de certificação, tais como RainForest, Utz Kapeh, Fair Trade, ISO 14.001, EurepGap e outras.

Em entrevista ao jornal Estado de São Paulo de 21 de março de 2006, o presidente do CACCER, Francisco Sérgio de Assis, forneceu um indicador da adesão dos produtores ao programa de certificação da entidade: “A meta é fechar o ano com 250 propriedades certificadas [...] Hoje, as 9 propriedades certificadas [...]” (NO CERRADO..., 2006). Informações verbais obtidas junto ao CACCER, por ocasião do XIV Seminário do Café do Cerrado realizado em Patrocínio – MG, de 20 a 22 de setembro de 2006, revelavam uma expectativa de cerca de 50 produtores certificados em dezembro de 2006. Efetivamente, os registros do CACCER em janeiro de 2007 apontavam 10 registros concedidos originalmente em 2005, dos quais 9 se submeteram à revalidação do processo em 2006, e 43 novos registros originais concedidos em 2006, totalizando assim 52 registros.

Ainda que a ambiciosa meta do CACCER divulgada pelo seu presidente não tenha se concretizado, há que se reconhecer a boa acolhida que a certificação do Café do Cerrado mereceu dos produtores, principalmente quando se considera a limitação de sua área de abrangência frente à abrangência nacional da certificação Utz Kapeh, reconhecida como líder no critério número de registros emitidos no Brasil, bem como o tempo de disponibilidade dos dois processos no país: o programa CACCER foi lançado no início de 2005, enquanto a primeira certificação Utz Kapeh se deu em 2002. (PEREIRA et al., 2006b).

Os custos para a obtenção de uma certificação, para qualquer um dos programas mencionados, variam de acordo com o porte da propriedade, e são também fortemente dependentes das questões sociais e ambientais realmente experimentadas pelas unidades produtoras. As exigências são muitas, e é necessário que o produtor persista nas mudanças e adequações que devem ser feitas para alcançar a pretendida certificação.

Processos de certificação geram custos de transação e de produção, razão pela qual os sistemas de certificação devem prover incentivos que estimulem os agentes da cadeia a aderirem ao processo. Para garantir sua sustentabilidade, os recursos para provimento dos benefícios, devem ser oriundos do próprio sistema de certificação. Isto é possível porque a

certificação leva à diferenciação do produto, o que por sua vez permite a geração e agregação de margens pelos agentes da cadeia. (NASSAR, 2003, p.40-41).

A geração de custos de transação e produção provocada pela certificação força os produtores a venderem seus produtos apenas a agentes da cadeia que reconheçam a qualidade diferenciada de sua produção, pois caso contrário recebem apenas o preço do produto padrão (*commodity*), sendo este o pior cenário para o produtor (SAES, 2004, p.4). Diversos estudos mencionam que os hábitos dos consumidores têm sofrido mudanças que afetam negativamente o consumo de café, mas por outro lado mostram também que existem consumidores dispostos a pagar mais por um produto que ofereça garantia de qualidade.

A disposição dos consumidores em remunerar a qualidade do café é uma tendência que pode ser observada também em âmbito nacional. Luna (2001, p.87) observou que dentre 251 consumidores entrevistados em Belo Horizonte, cerca de 82% não se importam de pagar um pouco mais para ter garantia de procedência do café. Em pesquisa com 300 consumidores de São Paulo e Belo Horizonte, Spers et al. (2003, p.6) constataram que 92% dos entrevistados pagariam mais por um café de qualidade. Em outro estudo, Vilas Boas et al. (2004, p.92) apuraram que dentre 300 entrevistados em São Paulo, 250 em Belo Horizonte e 250 no Rio de Janeiro, cerca de 86% pagariam mais por um produto que lhes oferecesse mais sabor e cerca de 65% pagariam mais por um produto que lhes oferecesse mais qualidade. Percentuais tão expressivos justificam alegações de que o segmento de cafés especiais está em ascensão, com taxas anuais de crescimento entre 15% e 20% (PASCOAL, 1999 apud SPERS et al., 2003; OKUDA, 2005), e com estimativas de participação de cerca de 12% do mercado internacional da bebida (SOUZA e SAES, 2000).

As mudanças ocorridas no comportamento do consumidor propiciaram o surgimento de um nicho de mercado para cafés especiais, caracterizado por consumidores dispostos a remunerar melhor a procedência e a qualidade do café, preocupados com aspectos sociais e ambientais envolvidos no processo de produção dos produtos que consomem, e, principalmente, com aspectos ligados à saúde alimentar. Este segmento do mercado tem apresentado tendência de crescimento tanto no mercado internacional quanto no mercado interno.

No contexto de mercado, a certificação do café desempenha a função de comunicar e garantir, ao consumidor, a existência de um produto diferenciado que atende às exigências

características do perfil deste novo tipo de consumidor. Para o setor produtivo, a certificação do café representa a conquista de uma diferenciação do produto, capaz de agregar valor e gerar margens extras que podem amenizar os reflexos da crise de preços do café.

No período compreendido entre outubro de 2004 até dezembro de 2005, o pesquisador coordenou todas as atividades de adaptação da infra-estrutura e reestruturação operacional, com vistas à obtenção da certificação Utz Kapeh para um empreendimento rural com área de produção de café em torno de 620 hectares, na região do Cerrado Mineiro. Naquele período, pôde constatar a dificuldade de colocação do produto certificado no mercado de cafés especiais. A observação atenta do mercado, ao longo do período que vai da preparação até o pós-colheita, normalmente abril a outubro na região do cerrado, mostrou que a colocação do produto certificado no mercado, de forma a permitir que o produtor usufrua do bônus inerente à diferenciação de seu produto, não é tarefa fácil, principalmente para cafeicultores não capitalizados. As raras oportunidades de comercialização de café certificado observadas no período, geralmente envolveram prazos para recebimento da ordem de noventa a cento e vinte dias, tratando-se basicamente de formação de lotes para cumprimento de contratos de exportação direta, previamente celebrados por comerciantes ou cooperativas.

Ocorre que o período compreendido pelas etapas de pré e pós-colheita normalmente é o período mais crítico para o produtor em termos de necessidades de fundos, tanto para fazer frente às despesas de colheita do ciclo que se encerra, quanto para aquisição de insumos para o novo ciclo produtivo que se inicia. Bacha (1998, p.18) constatou que neste período “a maioria dos cafeicultores realiza a venda do produto, por não dispor de condições financeiras suficientes para manter o produto estocado até o semestre seguinte”, o que praticamente resulta no alijamento do produtor deste mercado diferenciado, frustrando assim qualquer expectativa de obtenção de renda extra que o produtor possa estar cultivando.

A adoção de um processo de controle da qualidade como a certificação do café, gera custos de implantação e de manutenção para o produtor. Conforme Pereira et al. (2006b), a certificação do café está gerando expectativa de pagamento dos investimentos apenas a médio e longo prazo. Não obstante esta perspectiva pouco animadora, a iniciativa de entidades certificadoras tem recebido boa acolhida por parte dos produtores nacionais, com destaque para o programa de certificação do Café do Cerrado patrocinado pelo CACCER. Este fato revela indícios de que os produtores, ao procurarem a certificação de seus produtos, estejam

sendo motivados por outras expectativas, além da possibilidade de auferirem benefícios de cunho estritamente pecuniários.

Justifica-se o interesse pelo presente estudo, ao se considerar que o entendimento das motivações e expectativas dos produtores seja de fundamental importância para a compreensão do recente movimento de certificação do café.

## **1.2. OBJETIVOS**

Diante do quadro delineado, em que por um lado o produtor se encontra premido pela crise internacional de preços do café, e por outro, pelo aumento de custos provocado por um processo ao qual se atribui a capacidade de mitigar os efeitos dessa mesma crise, seria esperado que o produtor questionasse a viabilidade econômico-financeira do processo de certificação do café.

A despeito deste esperado questionamento, no entanto, observa-se um grande interesse por parte dos produtores, em buscar a certificação de seu processo produtivo e com isto formalizar a diferenciação de seu produto. Este aspecto é claramente observável quando se analisa a evolução do número de produtores certificados. Destaca-se sobremaneira a procura pela certificação Café do Cerrado por parte dos produtores da região demarcada, principalmente quando se considera que, por força das ações do próprio CACCER, a região já possui uma marca criada para diferenciar o produto ali produzido, o qual reconhecidamente possui características especiais quando comparado aos demais. Destaque-se ainda que esta iniciativa do CACCER logrou êxito logo de início, ao exportar o primeiro lote de café da marca, com preço diferenciado, já em 1993 (SAES e JAYO, 1997, p.9).

Logo, é razoável admitir-se que a procura dos produtores pela certificação Café do Cerrado, esteja sendo motivada também por outros fatores, além da busca exclusiva de benefícios pecuniários. E este é justamente o problema que se buscou investigar, formulado aqui pela pergunta: quais os resultados percebidos pelos produtores certificados pelo programa Café do Cerrado?

### **1.2.1. Objetivo geral**

O estudo teve como objetivo geral identificar os resultados percebidos pelos produtores de café certificados pelo programa Café do Cerrado, em decorrência da implantação do processo de certificação da produção.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

Objetivando uma melhor compreensão do recente movimento de certificação do café, especificamente pretendeu-se também:

- a) Traçar o perfil dos produtores certificados;
- b) Apontar motivos e expectativas dos produtores quando da adesão ao processo de certificação da produção;
- c) Indicar as principais dificuldades para implantação e manutenção do processo de certificação da produção;
- d) Identificar os tipos de custos envolvidos na implantação e manutenção do processo de certificação da produção;
- e) Diagnosticar se os produtores identificam resultados financeiros, recebidos em decorrência exclusiva da adoção do processo de certificação da produção.
- f) Descrever como os produtores avaliam o processo de certificação da produção.
- g) Levantar críticas e sugestões dos produtores visando melhorias no Programa de Certificação do Café do Cerrado.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

Considerando o tema central do estudo – Certificação do Café – entende-se que a revisão bibliográfica tem que abordar, necessariamente, as teorias a montante desta área específica. Segundo Chaddad (1995), o tema desta pesquisa pode ser enquadrado como interdisciplinar, por envolver assuntos relacionados a Direito, Administração e Economia. Marca e Denominações de Origem, caracterizam propriedade intelectual, assunto tipicamente relacionado a Direito. A Certificação, caracterizada como estratégia competitiva, está inserida no contexto da Administração, e a coordenação e gestão de Sistemas Agroindustriais, envolvendo propriedade intelectual como no caso presente, requer os princípios e conceitos econômicos introduzidos pela Nova Economia Institucional, particularmente da Teoria dos Custos de Transação.

Dentro deste princípio, o referencial teórico é segmentado em quatro seções: a primeira seção enfoca a cultura do café, com destaque para sua importância sócio-econômica nos cenários internacional, nacional, mineiro e regional; a segunda seção aborda os sistemas agroindustriais, focando aspectos relativos à sua gestão; a terceira seção trata da estratégia de certificação de produtos agrícolas, caracterizando-a como estratégia de diferenciação e suas particularidades no contexto do agronegócio, e a quarta seção é dedicada especificamente ao processo de certificação do Café do Cerrado.

### **2.1. CULTURA DO CAFÉ**

O cafeeiro é uma planta da família das Rubiáceas, que tem sua origem nas regiões montanhosas africanas da Abissínia, Kaffa e Enária, as quais compreendem atualmente o sudoeste da Etiópia, sudeste do Sudão e norte do Quênia. (CIC, 2006). A região de Kaffa pode ser a responsável pelo nome café dado à planta, ao fruto, à semente, à bebida e aos estabelecimentos que a comercializam. (TAVARES, 202, p.25).

O café chegou ao Brasil em 1727, através de sementes trazidas da Guiana Francesa, hoje Suriname, por Francisco de Mello Palheta, via Belém do Pará. Somente por volta de 1790 surgiram os plantios comerciais em Areias e Vale do Ribeira em São Paulo, com comércio firme e consumo pela população, uma vez que até aquele período o café era

utilizado para fins medicinais e encontrado apenas em farmácias. (CARNEIRO FILHO, 1989, p.5).

Existem muitas espécies e variedades de café. Pino e Vegro (2005) esclarecem que as duas espécies principais de café cultivadas para fins comerciais são a *Coffea arábica* e a *Coffea canephora*, esta última também conhecida por robusta. Cada espécie tem grande número de variedades e linhagens, que podem produzir bebidas dos mais variados sabores e aromas. De acordo com Leite e Silva (2000, p.55-56), “A espécie arábica possui características organolépticas<sup>1</sup> desejadas, como aroma, pouca acidez, menos sólidos, isto é, corpo...”. Já a espécie canephora ou robusta, “é mais encorpada, menos aromática e tem pouca acidez.”. Pino e Vegro (2005, p.108) acrescentam que o café arábica possui sabor e aroma mais acentuados, sabor menos amargo e baixo teor de cafeína, enquanto o café robusta tem sabor e aroma neutros, e alto teor de cafeína. Sacarose e trigonelina conferem bom sabor ao café, ao passo que os ácidos clorogênicos e a cafeína conferem sabor amargo. O café arábica contém mais sacarose, trigonelina e lipídios, ao passo que o café robusta contém mais cafeína e ácidos clorogênicos.

Para fins de cálculo de um preço médio internacional para o café, a OIC segmenta o mercado de café mundial em quatro grupos (OIC, 2002a) e, com base no desempenho médio de exportação, as quantidades efetivamente exportadas nos últimos dois ou três anos, determina os pesos ou ponderações aplicáveis aos preços médios obtidos por cada grupo (OIC, 2005), conforme mostrado a seguir.

Grupo 1 – Suaves Colombianos: produzidos principalmente na Colômbia, Kênia e Tanzânia. Ponderação 13%.

Grupo 2 – Outros Suaves: produzidos principalmente na Costa Rica, El Salvador, Guatemala, México e Nicarágua. Ponderação 24%.

Grupo 3 – Naturais Brasileiros e Outros Arábicas Naturais: produzidos principalmente no Brasil e alguns países africanos. Ponderação 29%.

Grupo 4 – Robustas: produzidos principalmente na Costa do Marfim, Camarões, Indonésia, Uganda e Vietnam. Ponderação 34%.

Observa-se assim, com base no desempenho de exportação nos anos civis de 2002 a 2004 (OIC, 2005), que cerca de 66% dos cafés comercializados internacionalmente foram do tipo arábica, restando 34% de participação para o café tipo robusta.

---

<sup>1</sup> Propriedades organolépticas são as que impressionam um ou mais dos sentidos, basicamente aroma e sabor no caso do café. (FERREIRA, 1999).

O café é uma cultura do tipo perene, cuja primeira colheita se dá normalmente no terceiro ano a contar do ano de plantio. Segundo o calendário agrícola de Guimarães et al. (1989), o plantio ocorre mais intensamente no período de novembro a dezembro, podendo, em menor intensidade, chegar até o mês de fevereiro. A colheita por sua vez, inicia normalmente no mês de julho e pode se prolongar até setembro. Constatou-se assim, que o tempo decorrido desde o plantio efetivo das mudas no campo até a primeira colheita, pode alcançar prazos de 29 a 34 meses. Na região do Cerrado Mineiro, é comum produtores referirem-se a este prazo como sendo 2,5 anos, uma vez que o plantio normalmente se encerra no final de um segundo semestre e a colheita é iniciada no princípio de um segundo semestre. Segundo Tavares (2000), a maturidade na produção de uma lavoura de café é atingida a partir do sexto ano, e sua vida útil é estimada em vinte anos.

Considerando os dados de produção da Associação Brasileira da Indústria do Café (ABIC) dos anos 2005 (3.378 mil sacas, 146.500 mil hectares, 512.750 mil covas) e 2006 (2.886 mil sacas, 160.714 mil hectares, 523.705 mil covas), para as regiões do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba (ABIC, 2006b), pode-se considerar estas regiões como apresentando uma produtividade média bianual de cerca de 20 sacas de 60 quilos por hectare. Para este nível de produtividade, e considerando o número médio de cafeeiros em produção no mesmo período, obtém-se uma produção média de 363 gramas de café beneficiado por cova ou cafeeiro. De acordo com os índices de conversão de Bártholo et al. (1989), à razão de conversão de 8 litros de café cereja por quilo de café beneficiado e 580 gramas por litro de café cereja, um cafeeiro da região do cerrado produz então cerca de 2,9 litros de café cereja, equivalentes a 1,7 quilos de frutos e a 363 gramas de sementes, quando a produtividade média é de 20 sacas/hectare. Considerando os indicadores médios da região para os dois anos, pode-se estimar uma população média de 3.374 cafeeiros por hectare, o que resultaria, para um espaçamento padrão de 4 metros entre linhas de cafeeiros, num espaçamento médio de 74 centímetros entre plantas na linha. Prosseguindo com estes cálculos, para a produtividade média de 20 sacas/hectare, que resulta em um único cafeeiro produzindo 363 gramas de sementes, conclui-se que para a produção de uma única saca de 60 quilos de café verde, são necessários 165 cafeeiros, o que, no espaçamento médio de 74 centímetros entre plantas, equivale a uma linha de cafeeiros de 122 metros de comprimento. Estes índices fornecem uma boa indicação das dificuldades em se atingir larga escala de produção na cultura de café, principalmente em se considerando que a produtividade utilizada nos cálculos foi de 20

sacas/hectare, correspondente à Região do Cerrado, que é tradicionalmente a região de maior produtividade no estado.

Conforme Leite e Silva (2000, p.55), várias qualificações são empregadas para se descrever e classificar os cafés. As tentativas de padronizar os atributos do café têm passado por diversos ajustamentos, e não se pode esquecer do Decreto 27.173 de 14/09/1949, que aprovou as especificações e tabelas para classificação e fiscalização do café, além da determinação do tipo e da norma para a classificação por descrição, que envolve os atributos de classificação resumidamente apresentados a seguir:

**Café:** neste item classifica-se o café por sua origem, especificamente arábica ou robusta.

**Grão:** por este atributo, classifica-se o café pelo tamanho e forma dos frutos. Quanto à forma são usadas expressões como chatos e mocas. Quanto ao tamanho, aplicam-se os termos graúdo, bom, médio e miúdo.

**Peneira:** os grãos são classificados segundo as dimensões dos crivos das peneiras oficiais que os retêm, sendo que as peneiras são designadas pelo número de 64 avos de polegada, que equivalem à dimensão dos seus crivos. Peneiras 13 e 19, significam peneiras cujos furos têm dimensões de 13/64” e 19/64” respectivamente, correspondentes aproximadamente a 5,2 e 7,5 milímetros.

**Aspecto:** este atributo considera a perfeição do grão e a uniformidade no tamanho, cor e seca. Na classificação por aspecto são utilizadas as expressões bom, regular e mau.

**Cor:** a coloração relaciona-se com o aspecto e varia de acordo com o envelhecimento do café. São usadas as denominações verde-cana, verde-azulado, verde-claro, esverdeado, amarelo-claro, cor de palha, chumbado, barrento e etc., sendo que para exportação são utilizadas apenas verde, esverdeada, clara, amarelada e amarela.

**Seca:** fator essencial no aspecto e na torração do café. Boa condução da secagem confere uniformidade na cor e na consistência dos grãos, enquanto uma má seca é a que gera grãos manchados ou úmidos. Recomenda-se teor de umidade de 11,0% a 11,5% no processamento por via seca e de 12,0% a 12,5% no processamento via úmida. Denominações: boa, má ou regular.

**Preparo ou Processamento:** considera-se que há basicamente três métodos de processamento, o seco, o úmido e o semi-seco, conforme Pino e Vegro (2005, p.103). No processamento seco, os frutos são secados ao sol, resultando nos chamados café em casca ou café em coco, e classificados como cafés naturais. No processamento úmido, inicialmente os frutos são despulpados, e os grãos são submetidos a um processo de fermentação aquosa em tanques especiais, para retirada da mucilagem. Deste processo resultam os cafés lavados ou despulpados. No processamento semi-seco, os frutos também são descascados, mas ao invés de fermentação, são secos ao sol, gerando o café cereja descascado.

**Torração:** a torração dos cafés de terreiro pode ser considerada fina, boa, regular ou má, em função da homogeneidade da cor e ausência de imperfeições. A torração dos cafés despulpados é denominada de característica ou não característica, em razão da permanência de uma membrana prateada no sulco ventral do grão despulpado.

**Bebida:** este é o fator mais importante na determinação da qualidade do café. Segundo Leite e Silva (2000, p.58), a prova da xícara foi instituída no Brasil no início do século XX, tendo sido adotada na Bolsa de Santos a partir de 1917. As denominações utilizadas são: mole (gosto agradável, brando e doce), estritamente mole (padrões da mole acentuados), apenas mole (levemente suave, sem adstringências ou asperezas), duro (gosto acre, adstringente e áspero), riado (leve sabor típico de iodofórmio) e rio (acentuado gosto de iodofórmio).

Ainda em vigor, a classificação determinada pelo decreto 27.173 de 1949 é muito criticada por todos que de alguma forma atuam no setor da cafeicultura nacional, em razão de ser ela baseada em defeitos e não em qualidades, o que acaba por resultar em uma enorme contrapropaganda para o café brasileiro. A classificação atual para o sabor da bebida - mole, dura, etc. -, também não consegue vincular o produto brasileiro à sua qualidade. (SILVA, 2000).

Leite e Silva (2000, p.55) atestam que qualidade de café é um termo cada vez mais empregado ultimamente. Silva (2000) defende o conceito comum de que a qualidade de um bom café já nasce no pé. Embora não se possa adicionar qualidade a um café ruim, qualquer descuido pode prejudicar as características de um excelente grão, uma vez que diversas variáveis podem ser associadas à qualidade do café. Pino e Vegro (2005, p.108) mencionam diversos fatores que afetam a qualidade do café, desde o plantio até a xícara do consumidor: espécie cultivada, clima, altitude, pragas e doenças, método de colheita, tipo de

processamento, quantidade de defeitos, tamanho do grão, classificação da bebida, armazenamento e transporte, e grau de torra.

Um aspecto que merece atenção quando o assunto é café, diz respeito aos possíveis benefícios e malefícios que o uso da bebida pode trazer ao seu consumidor. O assunto é bastante controverso, havendo quem aborde com maior profundidade apenas os benefícios, tais como Floriani (2001, p.34-35), o website Cafés do Brasil ([www.cafesdobrasil.com.br/cafes/cafe\\_saude.htm](http://www.cafesdobrasil.com.br/cafes/cafe_saude.htm)), o website Café e Saúde ([www.cafeesaude.com.br/index.htm](http://www.cafeesaude.com.br/index.htm)), que é coordenado pelo Dr. Darcy Roberto Lima, que também coordena tecnicamente a mesma área do website da ABIC ([www.abic.com.br/sabor\\_cafe.html](http://www.abic.com.br/sabor_cafe.html)), e o website equivalente da OIC ([www.positivelycoffee.org](http://www.positivelycoffee.org)).

Pino e Vegro (2005, p.76-85) discutem a ação do café no organismo humano com bastante equilíbrio e profundidade, abordando categorias orgânicas e outros aspectos correlacionados, tais como Câncer, Coração, Aparelho Digestivo, Fígado, Sistema Nervoso, Fertilidade, Gestantes, Crianças, Café e Direção de Veículos e Café e Cigarro. No final do capítulo os autores advertem que resultados de pesquisas podem parecer contraditórios, especialmente as que relacionam café com saúde humana, quando geralmente são feitas com um número reduzido de indivíduos. À medida que se descobre a existência de uma relação, várias repetições do experimento são necessárias para se concluir pela relação de causa e efeito e pelo entendimento do funcionamento do processo. Por esta razão, eventualmente pode-se tomar conhecimento de uma bombástica notícia sobre o café em relação à saúde, ora informando que faz bem, ora que faz mal. Mesmo podendo ser corretas, na maioria das vezes tais notícias referem-se a resultados de uma única pesquisa.

### **2.1.1. Panorama mundial**

O café é um dos principais produtos do agronegócio mundial, e segundo Tavares (2000, p.8) é atualmente a segunda maior *commodity* comercializada no mundo, perdendo a liderança apenas para o petróleo. Floriani (2000, p.2) destaca que o café participa do mercado mundial com mais de US\$ 12 bilhões anualmente, somente em valor de produto exportado.

Conforme Pereira et al. (2006a), o café é produzido em mais de 60 países em desenvolvimento e é consumido principalmente em países desenvolvidos, onde as vendas anuais no varejo atingem valores superiores a US\$ 70 bilhões. Segundo Tavares (2000, p.25),

a cultura do café é de imensa importância para o terceiro mundo, onde mais de 20 países possuem ganhos com exportação de café representando 25% ou mais do total de suas exportações.

Estima-se que 25 milhões de pessoas em todo o mundo, dependam da produção do café para sua sobrevivência (TECHNOSERVE, 2003). Pereira et al. (2006a) acrescentam que em todo o mundo, estima-se que 100 milhões de pessoas dependam do setor cafeeiro de um modo geral.

A produção mundial de café nos últimos 10 anos, não tem apresentado variações que possam representar uma tendência de crescimento, conforme se pode observar na Figura 2. A produção média anual no decênio 1996 a 2005 foi de 109,5 milhões de sacas, a maior produção anual foi de 121,7 milhões de sacas em 2002, e a menor produção foi de 100,5 milhões de sacas em 1997.



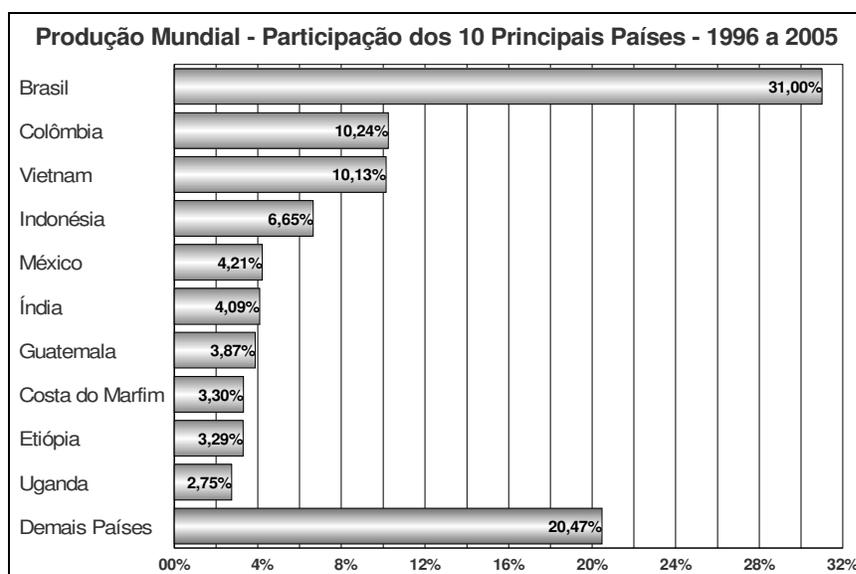
Fonte: Dados OIC, organizado pelo autor (nov. 2006).

Figura 2 – Produção mundial de café em sacas de 60 kg.

Estatísticas da OIC, relativas à produção de todos os países membros daquela organização, revelam que cerca de 80% da produção mundial está concentrada apenas nos 10 primeiros maiores produtores, restando aos outros 41 países membros apenas 20% da produção mundial.

Esta concentração do maior volume de produção em poucos países, é enfatizada quando se compara os indicadores: 80% da produção mundial provêm de 10 países, 58% da

produção provêm de 4 países e os 3 maiores produtores respondem por cerca de 51% da produção mundial, conforme se pode observar na Figura 3.



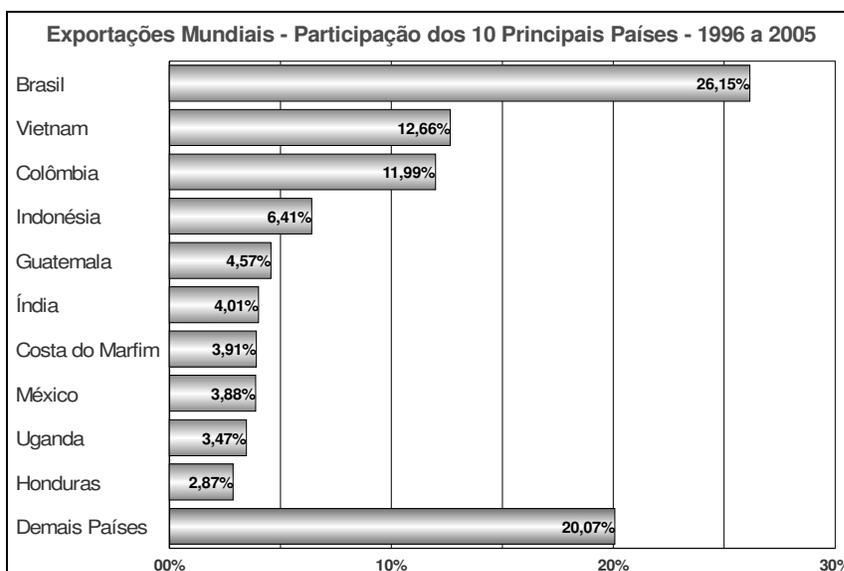
Fonte: Dados OIC, organizado pelo autor (nov. 2006).

Figura 3 – Produção mundial: participação dos 10 principais países.

De acordo com a Figura 3, o Brasil é o maior produtor mundial, e sua média de produção nos últimos 10 anos (de 1996 a 2005) representou 31% da produção média mundial. Destaque-se também que, no período analisado, o Brasil produziu o equivalente à soma da produção dos países colocados do segundo ao quinto lugar.

A análise da evolução da produção média dos principais países produtores, no decênio 1996 a 2005, quando comparada à produção média no decênio 1986 a 1995, revela um crescimento em torno de 26% para o Brasil, de 29% para Etiópia, de 56% para a Índia, e de extraordinários 488% para o Vietnã. A produção mundial dos países membros da OIC apresentou um aumento de 17% no mesmo período da comparação.

De modo semelhante à produção, cerca de 80% da exportação mundial pelos países produtores, também está concentrada apenas nos 10 primeiros maiores exportadores, conforme ilustra a Figura 4. Nota-se ali que o Brasil é o maior exportador mundial, e sua média de exportação nos últimos 10 anos representou 26% da média dos volumes totais exportados pelos países produtores membros da OIC.



Fonte: Dados OIC, organizado pelo autor (nov. 2006).

Figura 4 – Exportações mundiais: participação dos 10 principais países.

Diferentemente do que ocorreu com a produção, a exportação do Brasil no período analisado equivaleu apenas à soma da produção dos dois países colocados em segundo e terceiro lugares.

Na comparação entre os 10 maiores países produtores com os 10 países maiores exportadores, observa-se que a Etiópia cedeu seu lugar dentro do grupo de exportadores para Honduras, e destaca-se a troca de posição entre Colômbia e Vietnã, onde o segundo maior produtor passa para terceiro maior exportador e vice-versa, além de outras trocas de posição para níveis de produção e exportação pouco significativos, abaixo do patamar de 5%.

A análise da evolução dos volumes médios exportados por estes países no decênio de 1996 a 2005, com os volumes médios exportados no decênio 1986 a 1995, revela um crescimento de cerca de 32% para o Brasil, de 51% para Honduras, de 65% para a Índia, e de altamente expressivos 536% para o Vietnã.

Já a exportação global dos países produtores e membros da OIC, apresentou um crescimento de 18% no mesmo período da comparação.

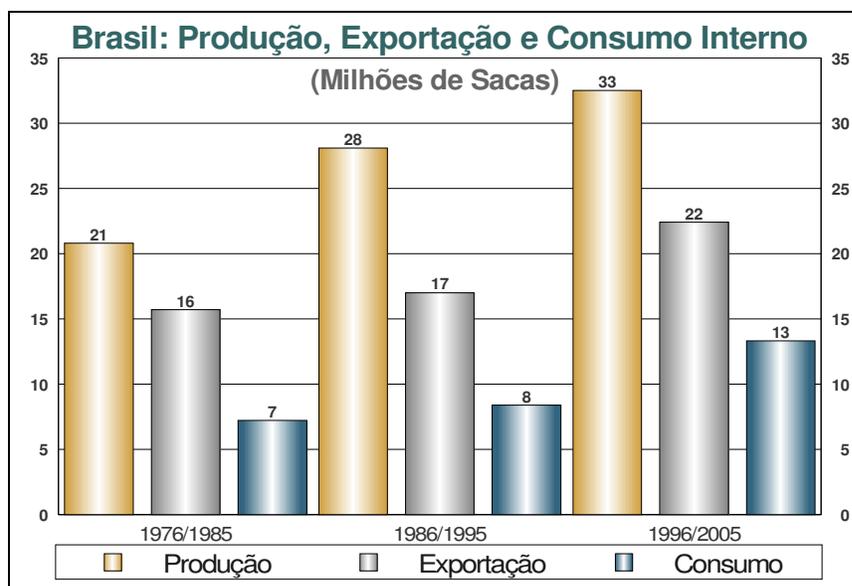
### 2.1.2. Panorama nacional

O café sempre ocupou posição de destaque na economia brasileira, tendo chegado, no início do século XX, a níveis de participação no mercado mundial da ordem de 80% (FLORIANI, 2000, p.11), resultando numa contribuição equivalente a 70% das exportações brasileiras. (CAFÉS DO BRASIL, 2006b).

Segundo Floriani (2000, p.11; 2001, p.19) o Brasil continua sendo o maior produtor e o maior exportador mundial de café, embora venha perdendo espaço no mercado internacional. Com base nos dados primários da OIC, constata-se que do decênio 1976/1985 ao decênio 1996/2005 (período de 20 anos), a produção média dos países produtores membros da OIC apresentou um crescimento de 34,4%, enquanto a exportação média destes mesmos países apresentou um crescimento de 36,4% no mesmo período. No caso do Brasil, a produção média cresceu 56,4%, enquanto a média das exportações apresentou no mesmo período um crescimento de apenas 42,9%. O desalinhamento entre as taxas de crescimento da produção e da exportação do Brasil, quando comparado ao conjunto de todos os países produtores membros da OIC, mostra que a participação brasileira no montante produzido saltou, em números inteiros, de 26% para 30% no período, enquanto a participação no montante exportado subiu de 25% para apenas 26%, evidenciando assim a perda de espaço no mercado internacional alegada por Floriani (2000; 2001).

O café foi durante muitos anos o principal produto das exportações brasileiras, mas sua importância tem decaído bastante. Segundo Carvalho (2001, apud Pereira et al., 2006a), em 1962 o café representava 60% do total das exportações brasileiras, tendo caído esta participação para 2,8% em 2000. Não obstante essa queda de importância sob o ponto de vista econômico, o café ainda é muito importante para o Brasil do ponto de vista social: “Em todo o Brasil, o cultivo do café cria empregos, moradias e renda para cerca de 5 milhões de pessoas.” (CAFÉS DO BRASIL, 2006b). Pereira et al. (2006a) acrescentam que o café no Brasil é produzido em cerca de 370 mil propriedades rurais, gerando cerca de 8,4 milhões de empregos diretos e indiretos.

O Brasil é o segundo maior consumidor mundial, ficando atrás apenas dos Estados Unidos (CIC, 2006; PEREIRA et al., 2006a). A evolução das médias decenais de produção, exportação e consumo interno de café no Brasil é ilustrada na Figura 5.



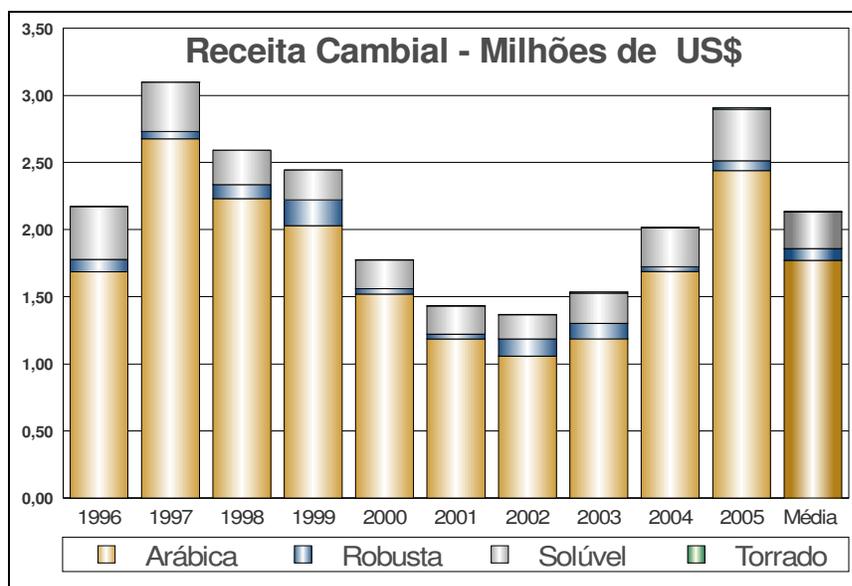
Fonte: Dados OIC, organizado pelo autor (nov. 2006)

Figura 5 – Brasil: médias decenais de produção, exportação e consumo.

No período de 20 anos compreendido entre os decênios 1976/1985 e 1996/2005, a produção média decenal cresceu 56,3%, a exportação média decenal cresceu 42,9%, enquanto a média decenal do consumo interno apresentou no mesmo período um crescimento de 84,7%.

No último decênio (1996/2005) o Brasil foi o maior produtor mundial, com participação média de 30% na produção total dos países produtores membros da OIC, tendo sido também o maior exportador mundial, com participação média de 26% no total exportado por aqueles mesmos países. No mesmo período, foi também o segundo maior consumidor mundial, sendo responsável por um consumo equivalente a 12% de toda a produção dos países produtores membros da OIC.

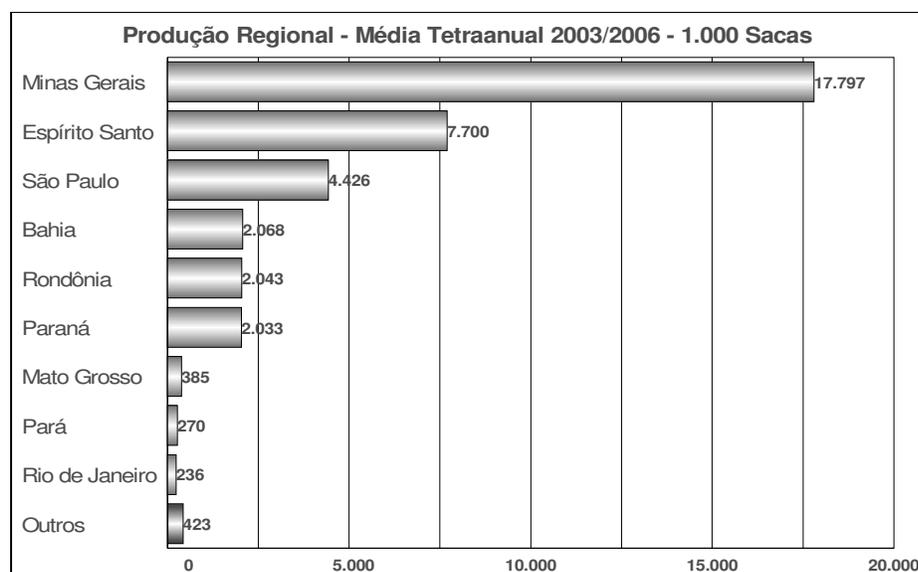
No decênio 1996/2005, o agronegócio café gerou em média US\$ 2,13 bilhões anuais de divisas para o Brasil. A Figura 6 ilustra que, em média, 87% das exportações brasileiras no último decênio foram na forma de café verde - arábica e robusta -, enquanto os cafés industrializados responderam por apenas 13% das receitas cambiais.



Fonte: Dados CIC, organizado pelo autor (nov. 2006)

Figura 6 – Brasil: receita cambial em bilhões de US\$.

As áreas cafeeiras do Brasil estão concentradas no centro-sul, onde se destacam quatro estados produtores: Minas Gerais, São Paulo, Espírito Santo e Paraná. Na região nordeste há que se destacar a Bahia e na região norte pode-se destacar Rondônia. (CIC, 2006). A Figura 7 mostra a distribuição regional da média de produção tetraanual correspondente ao período de 2003 a 2006, organizada com dados primários da Associação Brasileira da Indústria do Café (ABIC).



Fonte: ABIC, organizado pelo autor (nov. 2006)

Figura 7 – Brasil: estados produtores - média tetraanual da produção

Constata-se que na média dos últimos quatro anos, Minas Gerais respondeu por cerca de 48% da produção nacional, o que equivale aproximadamente à soma da produção dos estados do Espírito Santo, São Paulo, Bahia, Rondônia e Paraná.

O Brasil ocupa ainda a posição de líder mundial em pesquisa cafeeira, posição esta conquistada através do empenho de várias entidades, hoje reunidas através do Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café (CBP&D), que é coordenado pela Embrapa Café. O consórcio conta com mais de 40 instituições de pesquisa e extensão, estrategicamente localizadas em 12 estados, constituindo um corpo técnico de mais de 1300 pesquisadores e extensionistas, e conta também com um acervo de centenas de pesquisas e tecnologias já desenvolvidas. (EMBRAPA, 2006).

### **2.1.3. Panorama mineiro**

Minas Gerais é o estado maior produtor de café do Brasil, tendo apresentado no último quadriênio (2003/2006) uma produção média de cerca de 18 milhões de sacas, correspondentes a 48% da produção nacional e 14,4% da produção mundial do período. No triênio 2003/2005, a produção média de Minas Gerais (18,7 milhões de sacas) foi superior à produção média do Vietnã (13,4 milhões de sacas), que é o segundo país maior produtor mundial. O parque cafeeiro de Minas superou em 2006 a marca de 3 bilhões de covas, distribuídas em 1,2 milhões de hectares. (ABIC, 2006). O café é cultivado em cerca de 150 mil propriedades (ANUÁRIO..., 2006, p.44), distribuídas por 510 municípios mineiros. (FLORIANI, 2001, p.28).

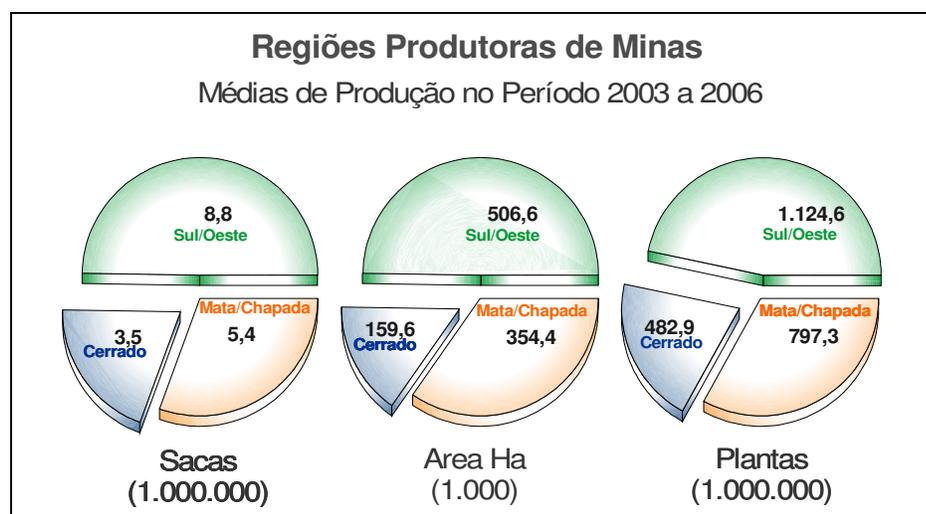
Considerando que Minas Gerais exporta 90% e consome 10% do café que produz (FLORIANI, 2001, p.29), e considerando também sua média de produção do último quadriênio de 18 milhões de sacas, obtém-se um consumo médio anual de 1,8 milhões de sacas e uma exportação média anual de 16,2 milhões de sacas. Utilizando os mesmos indicadores de Floriani (2001, p.29-30) obtém-se que uma saca de café verde produz 12.000 xícaras de café de 50 mililitros cada, aqui considerada a relação de conversão de café verde em torrado de 80%, e o consumo médio de 4 gramas de café torrado por xícara.

Seguindo o mesmo modelo de Floriani (2001, p.29-30) para estimativa do valor gerado pelo agronegócio café em Minas Gerais, pelas 1,8 milhões de sacas de consumo interno seriam gerados anualmente R\$6,5 bilhões, considerando que todo esse café fosse

consumido em cafeterias pelo preço médio de R\$0,30 por xícara. Pelas 16,2 milhões de sacas exportadas, ao preço médio de US\$115,20 (OIC, preços pagos ao café arábica brasileiro em 2005) seriam gerados cerca de US\$1,87 bilhões, que ao dólar médio de R\$2,43<sup>2</sup> do ano de 2005, correspondem a outros R\$ 4,5 bilhões, perfazendo assim uma receita anual da ordem de R\$11 bilhões. Ressalte-se ainda que “A cadeia produtiva gera cerca de 4 milhões de postos de trabalho diretos e indiretos no Estado.” (ANUÁRIO..., 2006, p.44).

A Portaria 165/95 de 27 de abril de 1995, emitida pelo Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA), delimitou as regiões produtoras de café do Estado de Minas Gerais, como um primeiro passo para a implantação do Programa Mineiro de Certificação de Origem e Qualidade do Café (CERTICAFÉ), que veio a ser formalizado através do Decreto 38.559 de 17/12/1996, com posterior alteração provida pelo Decreto 41.475 de 19/12/2000.

Este último documento nomeou as quatro regiões produtoras do estado como Cerrados de Minas, Chapada de Minas, Matas de Minas e Sul de Minas (FLORIANI, 2001, p.31), cada uma delas com sua respectiva marca. Para fins de estatísticas, a ABIC segrega a produção de Minas Gerais em apenas três regiões, denominadas Sul/Oeste, Triângulo/Alto Paranaíba e Zona da Mata/Jequitinhonha. A Figura 8 ilustra as características de produção médias no quadriênio 2003/2006 das regiões produtoras de Minas, segundo a divisão realizada pela ABIC (2006).



Fonte: ABIC, organizado pelo autor (nov. 2006)

Figura 8 – Regiões produtoras de Minas Gerais

<sup>2</sup> Valor médio calculado pela cotação de compra do dólar no primeiro dia útil do mês, obtido através do Portal Estadão, disponível em [http://www.estadao.com.br/ext/economia/financas/historico/dolar\\_2005.htm](http://www.estadao.com.br/ext/economia/financas/historico/dolar_2005.htm).

### 2.1.4. Panorama regional - Cerrado Mineiro

De acordo com a demarcação oficial, a região do Cerrado de Minas compreende as áreas geográficas delimitadas pelos paralelos 16° 37' e 20° 13' de latitude, e 44° 20' a 49° 48' de longitude, abrangendo as regiões do Triângulo Mineiro, Alto Paranaíba, e partes do Alto São Francisco e do Noroeste Mineiro. Segundo o website do CACCER (2006), a região caracteriza-se por altitude de produção de 800 a 1.250 metros acima do nível do mar, temperatura média de 18°C a 23°C e índice pluviométrico médio de 1.600 milímetros anuais. A região engloba 55 municípios, 3.500 cafeicultores, 4.500 propriedades, área de produção de 155 mil hectares e uma produção média de 3,5 milhões de sacas de café.

Descrevendo a região do Cerrado, Saes e Jayo (1997, p.4) acrescentam:

A amplitude térmica ao longo do ano é baixa, porém as estações chuvosas são muito bem definidas. O verão, época da florada dos cafezais, é quente e chuvoso. No inverno, sem chuvas, o ar é quente e seco, criando condições para um processo de maturação longo, ideal para a retenção de aromas e sabor. A insolação abundante, por sua vez, diminui os riscos de fermentação por fungos. Com técnicas modernas e tratos culturais adequados, é possível obter um café de padrão diferenciado, com características de corpo, sabor e aroma que o tornam único no mundo.

Respondendo em uma entrevista (VENÂNCIO, 2002) sobre características do Café do Cerrado, o engenheiro Químico Ensei Uejo Neto, especialista em Tecnologia de Alimentos e Marketing, explicou:

O Café do Cerrado, cuja produção em região em que o clima privilegiado durante o período da colheita, extremamente seco, permite que os açúcares da polpa migrem lentamente para o interior dos grãos, apresenta uma bebida de intenso aroma, com notas variando do caramelo a frutas secas, como nozes, delicada acidez cítrica, sabor adocicado e de finalização achocolatada de longa duração. Com esses predicados, tem sido a origem preferida de afamados “blends” de “espresso” em todo o mundo, além de compor excelentes cafés para preparo por coador. Com o início do movimento dos cafés especiais, cujo ícone é o “espresso”, o Café do Cerrado tornou-se item obrigatório.

O reconhecimento de que a Região do Cerrado possui características diferenciadas para a produção de café, é manifestado explicitamente já no Artigo 1º da Portaria 165/95, ao descrever as regiões demarcadas e características dos respectivos produtos. Na descrição das características da Região Sul de Minas, inciso I, é mencionada a “[...] possibilidade de produção de bebida fina, sendo que, nas áreas próximas de represas, é produzida bebida dura a rio”. Para a Região das Montanhas de Minas e para a Região do Jequitinhonha de Minas, incisos III e IV, é citada simplesmente a “[...] possibilidade de produção de bebida dura a

rio.”, enquanto para a Região do Cerrado, inciso II, é mencionada a “[...] possibilidade de produção de bebida fina, de corpo mais acentuado.”.

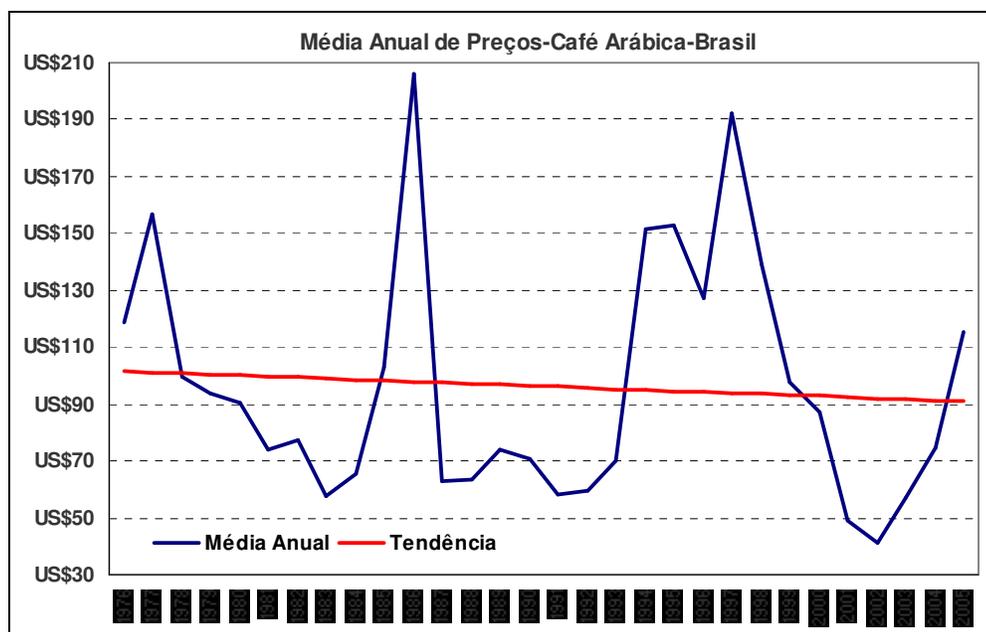
No quadriênio 2003/2006, Minas foi responsável por 48% da produção nacional, com média anual de 17,7 milhões de sacas de café. No mesmo período, os dados primários da ABIC indicam para a Região do Cerrado uma produção média de 3,5 milhões de sacas, o que representa assim 19,8% da produção do Estado e 9,5% da produção nacional.

### **2.1.5. Crise de preços do café**

Em comunicação à XI Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e o Desenvolvimento, realizada em junho de 2004 em São Paulo, Néstor Osorio, Diretor Executivo da OIC, afirmou que a queda das receitas geradas pelo café e outros produtos básicos oriundos dos países em desenvolvimento, constitui uma das principais causas da pobreza mundial. Diversos estudos concordam em que a magnitude da queda dos preços dos produtos básicos nos últimos 20 anos, seja avaliada entre 50% a 86%. Afirma ainda o documento, que o café foi o produto cujos preços mais caíram. (OIC, 2004).

No final da década de 80 e em parte da década de 90, as receitas que a exportação de café trazia para os países produtores somavam de US\$10 a US\$12 bilhões por ano, enquanto agora são de aproximadamente US\$5,5 bilhões. Os preços no mercado mundial, que alcançavam uma média de 120 centavos de dólar por libra-peso nos anos 80, estão atualmente um pouco acima de 50 centavos, o que em termos reais, considerando a inflação, é o nível mais baixo já praticado nos últimos 100 anos. (OIC, 2003). O valor das vendas no comércio varejista mundial, subiu de cerca de US\$30 bilhões nos anos 80 para cerca de US\$80 bilhões atualmente, o que contrasta fortemente com a queda dos preços pagos ao produtor. (OIC, 2004). Adicionalmente, “[...] a parcela que chega ao produtor do preço pago pelo consumidor por uma xícara da bebida numa casa de café pode não chegar a 2%.” (OIC, 2002b, p.2)

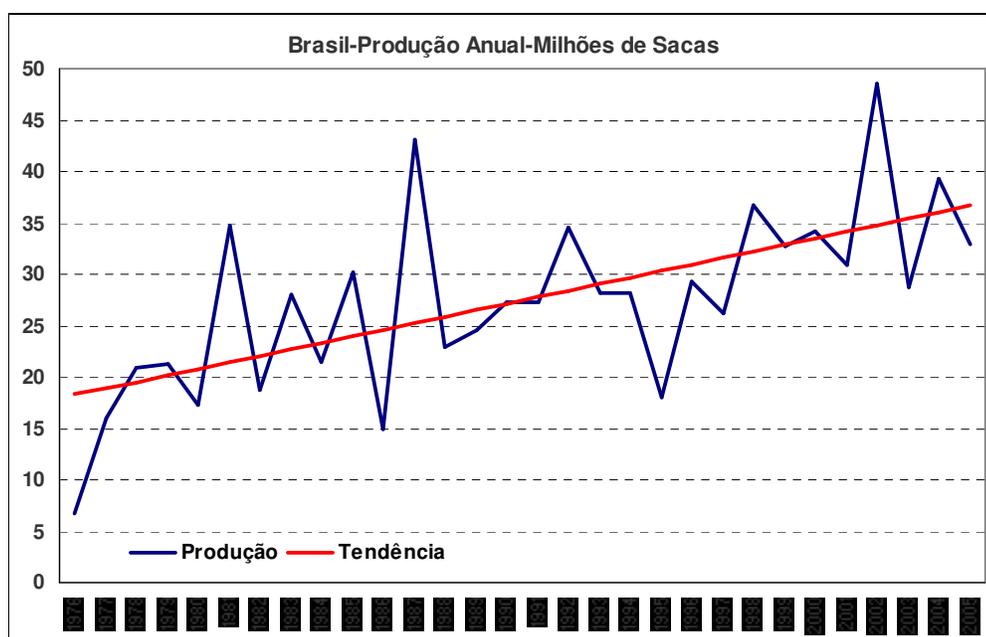
A Figura 9 ilustra os reflexos para o Brasil desta queda de preços do café tipo arábica, mostrando as médias anuais dos preços recebidos pelo produtor brasileiro, e uma linha de tendência linear, calculada pelo método dos mínimos quadrados, para as médias anuais de preços.



Fonte: Dados OIC, organizado pelo autor (nov. 2006).

Figura 9 – Brasil: preço médio recebido pelo café arábica em US\$/saca 60kg

Embora possam ser identificados indícios de componentes cíclicas na variação dos preços recebidos pelo produtor brasileiro, a reta que representa a tendência de longo prazo tem declividade nitidamente negativa, e revela um decréscimo relativo de 0,38% ao ano. A Figura 10 mostra a evolução da produção brasileira, em milhões de sacas, adotando o mesmo tipo de representação utilizado para o preço médio recebido pelos produtores.



Fonte: Dados OIC, organizado pelo autor (nov. 2006).

Figura 10 – Brasil: produção anual em milhões de sacas de 60 kg

A presença da linha de tendência enfatiza a característica cíclica bienal da produção brasileira, conforme explicado por Bacha (1998, p.17), e indica simultaneamente uma tendência crescente nos patamares de produção, da ordem de 2,31% ao ano, em contraste com o decréscimo anual de 0,38% nos preços recebidos pelos produtores brasileiros no mesmo período.

A exemplo do que ocorre com o Brasil, a produção mundial também tem sido constantemente maior que a demanda, e este excesso de oferta é apontado pela OIC como o principal motivo para a crise de preços que a cafeicultura mundial enfrenta nos últimos anos:

Há muitos meses a OIC vem procurando alertar a comunidade internacional para as conseqüências de um problema causado, em essência, pelo excesso persistente de oferta em relação à demanda. O problema foi tratado em profundidade na Conferência Mundial do Café em 2001 e, mais recentemente, numa Mesa-Redonda realizada sob o patrocínio conjunto da OIC e do Banco Mundial em maio de 2003, assim como nas sessões ordinárias do Conselho Internacional do Café. A questão também foi levantada com os governos dos países desenvolvidos e com organismos internacionais como a OMC, na Cúpula Mundial do Desenvolvimento Sustentável, realizada em Johannesburgo em 2002. (OIC, 2004, p.5).

A perda de receita provocada pela queda de preços, apresentou significativo impacto na vida econômica e social de muitos países em desenvolvimento. As conseqüências desfavoráveis da crise incluem, em muitos casos, efeitos sociais e ambientais além de econômicos, o que “[...] constitui evidente empecilho ao desenvolvimento sustentável nas áreas e países afetados.” (OIC, 2003, p.1). As conseqüências da crise de preços relatadas à OIC pelos governos dos países membros (OIC, 2004, p.2), mostram a gravidade da situação:

**Conseqüências econômicas:** abandono de propriedades, perda generalizada de empregos, redução de receitas fiscais, efeito multiplicador em outros setores econômicos e redução de receitas de exportação. Relatadas por Camarões, Costa do Marfim, El Salvador, Etiópia, Nicarágua, e República Centro-Africana.

**Conseqüências sociais:** migração do campo para cidade, emigração para o exterior, menos dinheiro disponível para a saúde e a educação, aumento do número de famílias vivendo abaixo do limiar da pobreza, maior incidência de subnutrição, maior endividamento e crescimento de plantações de produtos ilícitos. Relatadas por Camarões, Colômbia, Costa Rica, Equador, El Salvador, Etiópia, Nicarágua, Papua-Nova Guiné, República Centro-Africana e Vietnã.

**Conseqüências ambientais:** abandono dos cultivos de sombra, que amiúde representam pequenas áreas remanescentes de matas e abate de árvores de sombra para extrair madeira. Relatadas por Equador, El Salvador e Índia.

Considerando a gravidade dos reflexos da crise de preços, tanto no aspecto econômico quanto no social e ambiental, diversos organismos internacionais empenharam-se no estudo do problema, destacando-se dentre eles os já mencionados Instituto Internacional para o Desenvolvimento Sustentável (IISD), a Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD), o Banco Mundial, através de vários de seus departamentos, a Technoserve, organização não governamental que atua mundialmente visando o desenvolvimento rural, além da própria OIC. A partir de 2003, vários documentos e relatórios foram produzidos por essas entidades, enfocando principalmente as causas da crise e possíveis soluções.

Num dos pioneiros relatórios divulgados pelo Banco Mundial em 2003, a natureza e magnitude da crise foram profundamente analisadas, levando à conclusão de que a atual crise não é reflexo apenas de variações cíclicas, mas uma conseqüência direta de mudanças estruturais no mercado, razão pela qual mudanças na oferta e na demanda não indicam recuperação de preços a curto prazo, ameaçando com isso a sustentabilidade da produção de café, principalmente na América Central. (BANCO MUNDIAL, 2003).

Um relatório de âmbito mais geral (BANCO MUNDIAL, 2004) aponta que além do excesso de oferta, duas importantes mudanças de paradigma marcam a situação atual: as mudanças estruturais da natureza da oferta e da demanda. A mudança estrutural na natureza da oferta é representada principalmente pelo aumento da quantidade e qualidade dos cafés produzidos por Brasil e Vietnã. Já a mudança estrutural na demanda, envolvendo demandas crescentes por produtos diferenciados, maior flexibilidade na produção de *blends*<sup>3</sup> conferida por novas tecnologias, e mudanças na procura por diferentes tipos de produtos obtidos do café, provêm das preferências regionais e do surgimento de uma nova geração de consumidores.

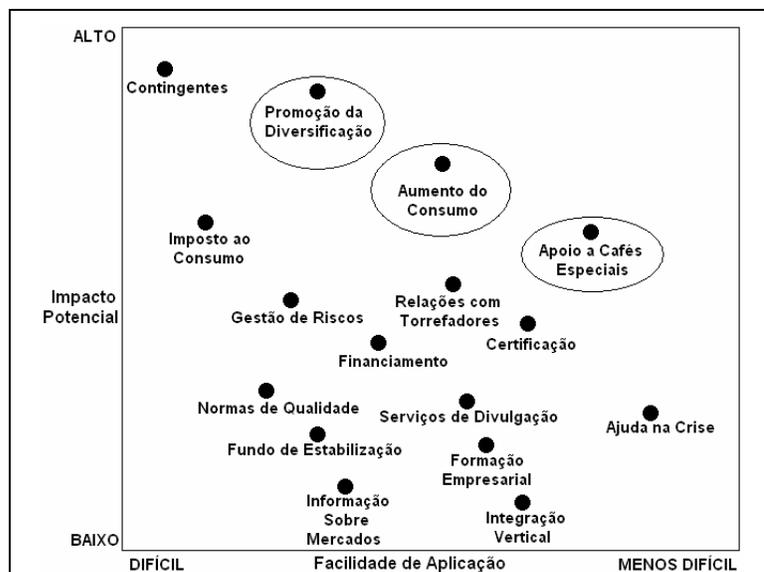
---

<sup>3</sup> Blend, mistura ou liga, refere-se à proporção de tipos diferentes de café, basicamente arábica e robusta, utilizada no preparo da bebida. A mistura pode se referir também à proporção de cafés de origens diferentes, dentro de um mesmo país ou de países diferentes. (PINO e VEGRO, 2005, p.6.).

Os relatórios do Banco Mundial de 2003 e 2004 abordam com profundidade as causas que conduziram à atual crise de preços do café, embora não deixem de apontar também possíveis soluções que poderiam amenizar a situação.

Uma análise mais profunda das possíveis soluções é provida pela Technoserve, organização sem fins lucrativos que dá apoio às empresas rurais dos países em desenvolvimento. O relatório da Technoserve está baseado em pesquisa encomendada à consultora McKinsey & Company, que realizou cerca de 200 entrevistas com produtores e especialistas em café do mundo todo. Além das entrevistas, a consultora ainda analisou em profundidade a situação do Brasil, Guatemala, Tanzânia e Vietnã para obter um detalhado entendimento das particularidades em cada um destes países.

O referido relatório da Technoserve, intitulado *Business Solutions to the Coffee Crisis*, de 4 de dezembro de 2003, menciona algumas soluções possíveis para a crise, e destaca três delas, por seu maior potencial para assegurar efeitos sustentáveis: Promoção da Diversificação, Aumento do Consumo e Apoio a Cafés Especiais, conforme ilustra a Figura 11.



Fonte: TechnoServe - Business Solutions to the Coffee Crisis (2003)

Figura 11 – Soluções apontadas pela Technoserve

Embora tenha tido também a preocupação de analisar as origens da crise, o maior mérito do documento da Technoserve reside não só na maior quantidade de possíveis soluções analisadas, bem como na profundidade da análise empregada em cada possível solução apontada. Além de apontar o tema principal do presente estudo como uma das possíveis

soluções para a crise, o relatório da Technoserve contextualiza a Certificação em termos de impacto potencial e facilidade de aplicação, facilitando o entendimento das suas vantagens e limitações diante das outras propostas apresentadas.

Uma vez estabelecidas a importância sócio-econômica do café nos cenários internacional, nacional e regional, e a gravidade da crise de preços que tem afetado os produtores, o prosseguimento do estudo da certificação do café requer os conceitos introduzidos pela abordagem de sistemas agroindustriais e aspectos relativos à sua gestão, com vistas à adequada contextualização da estratégia certificação.

## **2.2. SISTEMAS AGROINDUSTRIAIS**

Segundo Tavares (2002), o elevado grau de evolução experimentado pelo conceito de agronegócio a partir da década de 90, justificou a criação de um bem definido programa de pesquisa, educação e consultoria sobre o tema. O PENSA – Programa de Estudos dos Negócios dos Sistemas Agroindustriais (da FEA/USP) foi criado em 1990, tendo como objetivo estruturar um arcabouço teórico para tratar o Sistema Agroindustrial, tomando por base a Nova Economia Institucional, combinada com elementos de Organização Industrial. (FARINA, 1997, p.15).

Inúmeros estudos foram gerados pela agenda de pesquisa do PENSA e pelos seus pesquisadores, e serão utilizados neste trabalho como base para o estudo dos Sistemas Agroindustriais, com destaque para as obras de Zylbersztajn e Neves (2005) e Farina, Azevedo e Saes (1997).

### **2.2.1. Conceitos gerais do SAG**

De acordo com Zylbersztajn (2005a), o estudo de Sistemas Agroindustriais (SAGs) tem amplas aplicações, que vão desde o projeto de políticas públicas e de organizações, até a formulação de estratégias corporativas. As relações de dependência entre as indústrias de insumos, a produção agropecuária, a indústria de alimentos e o sistema de distribuição não podem ser relegadas a segundo plano, havendo que se repensar a tradicional distinção entre os setores agrícolas, industrial e de serviços. Neste contexto, os elementos fundamentais para a análise descritiva de um SAG são os agentes, as relações entre eles, os setores, as organizações de apoio e o ambiente institucional.

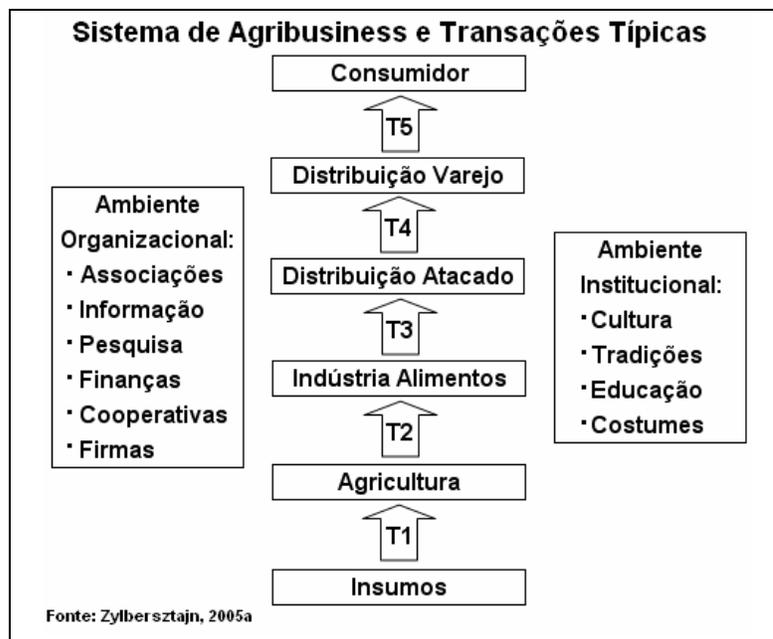


Figura 12 – Sistemas de agribusiness e transações típicas

A Figura 12 mostra uma concepção de SAG que comporta os elementos fundamentais mencionados. De acordo com Zylbersztajn (2005a, p.13), o SAG é visto “[...] como um conjunto de relações contratuais entre empresas e agentes especializados, cujo objetivo final é disputar o consumidor de determinado produto.”. Na verdade, esta definição pode ser aplicada a qualquer cadeia produtiva, conforme postula o próprio autor, acrescentando que o SAG é, em geral, focalizado em um produto, enquanto sua dimensão geográfica depende de cada caso. Farina (1997, p.16) contribui para a definição de SAG, acrescentando:

O sistema agroindustrial passou a ser tratado como um *nexus* de contratos formais e informais, cujo objetivo é coordenar a cadeia produtiva, provendo estímulos, controles e agilizando o fluxo de informações do mercado para todos os segmentos componentes do sistema. Tais contratos, formais e informais, desenham um *continuum* de soluções de coordenação, que vai das relações impessoais de mercado até a integração vertical.

O conceito de SAG segundo Zylbersztajn (2005a), envolve outros elementos além daqueles estritamente ligados à cadeia vertical de produção, ressaltando-se a importância do ambiente institucional e das organizações de suporte ao funcionamento da cadeia. A distinção entre cadeia e SAG, salientada pelo autor, reside na incorporação pelo SAG do ambiente institucional e das organizações que dão suporte ao funcionamento da cadeia.

Mudanças tecnológicas ou intervenções externas provocam modificações nas relações entre os agentes, o que acaba por provocar modificações também no sistema. As relações

contratuais entre os agentes também sofrem mudanças, razão pela qual devem ser muito bem entendidas. “Agentes atuantes nos SAGs estarão mantendo uma relação intensa de cooperação e conflito.” (Op. cit., p.15). O sucesso individual pode depender da cooperação, mas ao mesmo tempo os agentes estarão disputando margens entre si.

Zylbersztajn (2005a, p.16-19) defende que a análise dos SAGs passa necessariamente pelo estudo e identificação dos agentes que o compõem, apresentando-os e comentando suas principais características:

**Consumidor:** É o ponto de convergência do fluxo de produtos do SAG. Os consumidores adquirem os produtos para satisfazer suas necessidades alimentares, as quais variam em função da renda, preferências, faixa etária, expectativas e outros aspectos. A decisão final do consumidor é determinada pela valorização de atributos característicos do produto, e o autor constata que o consumidor moderno, em razão da globalização de hábitos e padrões, tem apresentado mudanças de comportamento, principalmente no que diz respeito à preocupação com a qualidade dos produtos e com aspectos ligados à saúde. Novos atributos também valorizados pelo consumidor, incluem compatibilidade ambiental, que releva a tecnologia de produção, e o bem-estar social dos trabalhadores ligados à produção dos alimentos.

**Varejo do alimento:** Tem a função de distribuir os produtos aos consumidores nos grandes centros. As preocupações dos consumidores com a qualidade, têm provocado mudanças neste setor em todo mundo, aumentando a importância das marcas, dos selos de qualidade e de aspectos de rastreabilidade dos alimentos. O contato com o consumidor pode conferir a este agente grande poder de coordenação do SAG, tanto por exercer poder de barganha, como por ter acesso privilegiado às informações a respeito das preferências dos consumidores.

**Atacado:** Tem a função de concentrar fisicamente o produto e permitir que os varejistas se abasteçam. Este setor também passa por grandes mudanças, principalmente no caso das grandes centrais públicas, em razão do surgimento de contratos diretos entre setor produtivo e setor varejista, como no caso de produtos perecíveis, e do surgimento de plataformas de distribuição especializadas, que passam a ter maior eficiência em relação às plataformas multiprodutos.

**Agroindústria:** Compreende os agentes que procedem à transformação do alimento, podendo ser de primeira transformação, que adiciona atributos ao produto sem transformá-lo, ou de segunda, quando o produto de origem primária passa por transformação física. Por um lado, lida com seu cliente, que é seu distribuidor, e por outro com seu supridor, o setor primário.

**Agricultura ou produção primária:** Agentes que atuam na geração de matéria-prima para a indústria de alimentos. Por estarem distante do mercado final, em geral têm informações assimétricas, sendo normalmente dispersos geograficamente e bastante heterogêneos. A produção agrícola é uma atividade bastante complexa, levando o produtor a lidar com aspectos técnicos, mercadológicos, de recursos humanos e ambientais, exigindo dele a obtenção de informações e tomada de decisões, de modo similar ao dos empresários urbanos. A crescente complexidade gerencial da produção agrícola provoca adaptações nos demais agentes dos agronegócios: as empresas de insumos passam a perceber a importância de ajudar seus clientes em seus problemas, ao invés de apenas vender o insumo para o agricultor.

A partir da concepção de SAG apresentada na Figura 12, identifica-se que o Sistema Agroindustrial pode ser visto como um fluxo de relações entre os agentes, amparado por duas margens, representadas pelo ambiente institucional e pelo ambiente organizacional. Zylbersztajn (2005a, p.20) provê uma breve descrição destes elementos, ressaltando que estes “São os verdadeiros agentes que fazem os SAGs funcionar.”

**Instituições:** são as regras do jogo da sociedade e são representadas pelas leis, tradições e costumes que caracterizam as diferentes sociedades. Uma definição mais abrangente é dada por North (apud AZEVEDO, 1997, p.58-59):

Instituições são restrições (normas) construídas pelos seres humanos, que estruturam a interação social, econômica e política. Elas consistem em restrições informais (sanções, tabus, costumes, tradições e códigos de conduta) e regras formais (constituições, leis e direitos de propriedade).

**Organizações:** são aquelas estruturas criadas para dar suporte ao funcionamento dos SAGs, tais como as empresas, universidades, cooperativas, e associações de produtores, entre outras. Saes (2005, p.167), retomando uma metáfora utilizada por North, esclarece que as organizações estão para os “jogadores”, assim como as instituições estão para as “regras do jogo”, e apresenta (Op. cit., p.168) uma definição de organização creditada a Olson (1965):

Organizações são grupos de indivíduos que têm interesses comuns, julgam que as ações individuais desorganizadas são menos eficientes que a ação coletiva destinada a contemplar seus interesses e atuam, sob certas circunstâncias, de maneira coordenada.

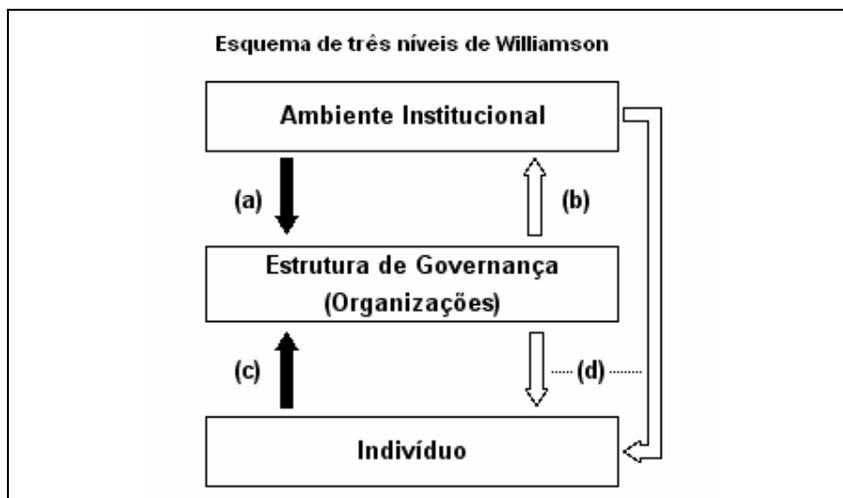
Acrescenta Zylbersztajn (2005b), que as mudanças podem ocorrer com rapidez nas organizações, enquanto nas instituições as mudanças enfrentam maior dificuldade, disto resultando que a dinâmica das empresas adapta-se ao ambiente institucional, ao mesmo tempo em que busca modificá-lo, exercendo pressões sobre o legislativo em busca de regras mais favoráveis aos seus interesses.

A visão da organização industrial vigente no agronegócio, propiciada pela concepção de SAG representada na Figura 12, aliada à breve conceituação dos elementos componentes do modelo, permitem a compreensão da organização dos diferentes mercados que compõem um SAG. O entendimento da atuação dos agentes nestes diferentes mercados, sobretudo com relação à formatação das relações contratuais que regem a interação entre eles, requer a introdução de conceitos derivados da economia das organizações, o que permitirá o completamento da base conceitual necessária à compreensão das cadeias produtivas.

### **2.2.2. Conceitos econômicos**

Segundo Azevedo (1997, p.59-60), as instituições podem ser enfocadas em dois diferentes níveis analíticos, permitindo a sua segregação em regras que operam predominantemente em um nível macro, como por exemplo, a legislação que regula um país, e as regras que operam em um nível micro, a exemplo dos regimentos internos de uma empresa. Esta distinção torna-se útil na comparação das duas correntes que compõem a Nova Economia Institucional (NEI): a corrente do Ambiente Institucional, que privilegia a análise das macroinstituições, e a corrente das Instituições de Governança, que centra seu foco nas microinstituições.

Para fins de consolidação da NEI em um único corpo de pesquisa, Azevedo (1997, p.60-61) argumenta que é mais importante definir o modo pelo qual estes níveis se relacionam, do que analisar os mecanismos internos a cada nível.



Fonte: Williamson (1993), adaptado de Azevedo (1997, p.61) e Saes (2005, p.168)

Figura 13 – Esquema de três níveis de inter-relacionamento.

Para tanto, o autor recorre ao esquema de três níveis proposto por Williamson (1993, apud Azevedo, 1997, p.61) mostrado na Figura 13, onde são apresentados de forma integrada, os interrelacionamentos entre Ambiente Institucional, Estrutura de Governança, também denominada de Organizações por Saes (2005, p.167-168), e Indivíduos.

No supramencionado esquema de três níveis de Williamson, conforme explicado por Azevedo (1997, p.61), verifica-se que as Estruturas de Governança se desenvolvem dentro dos limites impostos pelo Ambiente Institucional e pelos pressupostos comportamentais sobre os Indivíduos, de forma que estes limites se apresentam como restrições para o desenvolvimento das organizações. Saes (2005, p.167) acrescenta que o ambiente institucional fornece o conjunto de regras fundamentais, que determinam a seleção de formas estruturais para as organizações, e os indivíduos por sua vez influenciam as organizações por meio de ações regidas por seus atributos comportamentais, estabelecendo assim as relações primárias representadas pelas linhas (a) e (c). As ações estratégicas das organizações sobre o ambiente institucional e sobre os indivíduos, são admitidas como relações secundárias, e estão representadas pelas linhas (b) e (d) na Figura 13. Admite-se assim que elementos microanalíticos podem modificar o ambiente institucional, o que se constata pela existência do lobby<sup>4</sup> setorial.

<sup>4</sup> Lobby é entendido como um grupo de pessoas ou organização que tem como atividade profissional buscar influenciar, aberta ou veladamente, decisões do poder público, especialmente no legislativo, em favor de determinados interesses privados. (FERREIRA, 1999)

Segundo Azevedo (1997, p.63), a principal contribuição da corrente de Ambiente Institucional tem sido o estabelecimento da relação entre instituições e desenvolvimento econômico, o que fundamenta o consagrado slogan da NEI em que instituições são importantes e suscetíveis de análise. Enquanto esta corrente se dedica precipuamente ao estudo das regras do jogo, a corrente de Instituições de Governança, particularmente a Economia dos Custos de Transação (ECT), estuda as transações com enfoque microanalítico, buscando abordar as diferentes formas contratuais enquanto estruturas de governança dessas transações. Assim, a ECT fornece os microfundamentos ao estudo do Ambiente Institucional, enquanto este último fornece a análise dos parâmetros macroinstitucionais aos quais todas as transações se referenciam. Conclui o autor, que a complementaridade entre essas correntes e as coincidências de proposta e método, estabelecem a união das duas correntes no corpo teórico conhecido por NEI.

Avançando no estudo das organizações, Zylbersztajn (2005b, p.26) define que “[...] a firma moderna pode ser entendida como um conjunto de contratos entre agentes especializados, que trocarão informações e serviços entre si, de modo a produzir um bem final.”. Esclarece ainda, que estes agentes podem estar dentro de uma hierarquia, ao que tradicionalmente se convencionou denominar de firma, ou mesmo fora dela, num relacionamento extrafirma em que permanecem os estímulos para que atuem coordenadamente. Tais relações contratuais, quer ocorram entre firmas ou dentro da firma, requerem algum tipo de coordenação, e em ambos os casos surgirá a questão sobre divisão dos resultados. Assim, torna-se relevante compreender quais os elementos associados à formatação e desenho dos contratos, direitos de propriedade sobre os resíduos, formas de monitoramento e cláusulas de rompimento contratual.

Objetivando trocar bens ou permutar serviços, atividade que, em conjunto com a especialização, fundamenta o funcionamento do sistema econômico, os agentes econômicos se engajam em transações. (Op. cit., p.28). Azevedo (1997, p.71), esclarece que numa transação, as partes estão sujeitas ao risco de que alguns elementos previamente acordados não se efetivem, razão pela qual são criados mecanismos e estruturas de governança objetivando a redução de tais riscos e suas conseqüências.

Saes e Farina (apud Saes et. al., 2002, p.39) definem estruturas de governança como mecanismos que regulam uma determinada transação, e que são utilizados pelos agentes visando reduzir os custos da transação. Como exemplos de estruturas de governança,

mencionam o mercado *spot*<sup>5</sup>, contratos de suprimento regular, contratos de longo prazo com cláusulas de monitoramento, e integração vertical, entre outras.

Neste contexto, Zylbersztajn (2005b, p.34-35) postula que a firma pode ser vista como uma estrutura de governança das transações, e acrescenta que a forma de governança mais eficiente advém da interação das características das transações, com os pressupostos comportamentais característicos dos agentes.

Uma definição genérica de custos de transação é fornecida por Azevedo (1997, p.55): “[...] são custos não diretamente ligados à produção, mas que surgem à medida que os agentes se relacionam entre si e problemas de coordenação de suas ações emergem.”. O autor esclarece que esta definição genérica evoluiu através do tempo, e que, atualmente, custos de transação são definidos não só pelo uso do mercado, um caso particular, mas pelo uso de qualquer forma organizacional. O autor finaliza afirmando que “Uma definição mais completa de custos de transação necessita incluir, além dos vários elementos apropriadamente apontados por Cheung (1990), os custos de adaptações ineficientes às mudanças do sistema econômico.” (Op. cit., p.58).

Em plena concordância com Azevedo, Saes e Farina (apud Saes et. al., 2002), estabelecem então que custos de transação podem ser definidos como custos de: a) elaboração e negociação de contratos, b) mensuração e fiscalização de direitos de propriedade, c) monitoramento do desempenho, d) organização de atividades, e e) problemas de adaptação.

Segundo Zylbersztajn (2005b, p.28-30), as transações se distinguem por três características<sup>6</sup> básicas:

**Frequência:** característica associada ao número de vezes que dois agentes realizam determinadas transações. A transação entre dois agentes pode ocorrer uma única vez, ou se repetir dentro de uma periodicidade conhecida, caso que enseja o surgimento de reputação, característica que normalmente afetará o desenho de novos contratos entre as partes. Reputação pode ser entendida como a perda potencial de uma renda futura por uma das partes, em razão de rompimento oportunístico<sup>7</sup> do contrato, podendo ser construída ou

---

<sup>5</sup> Compra e venda de mercadorias, moeda estrangeira, etc. com pagamento em dinheiro e entrega imediata; mercado à vista. (FERREIRA, 1999).

<sup>6</sup> Azevedo (1997, p.49) denomina de *dimensões das transações*.

<sup>7</sup> *Oportunismo* é uma das características comportamentais dos agentes.

destruída a partir da memória dos agentes de mercado. A atribuição de um valor ao comportamento não oportunístico dos agentes, pode levar à diminuição das salvaguardas contratuais, e com isto reduzir custos de transação.

**Incerteza:** característica normalmente associada a efeitos não previsíveis, não passíveis de terem uma função de probabilidade conhecida. A impossibilidade de previsão de choques, que possam afetar os resultados de uma transação, impede que as partes desenhem cláusulas contratuais que associem a distribuição dos resultados aos impactos externos, uma vez que estes não são conhecidos previamente. A incerteza pode levar ao rompimento contratual, por estar associada a custos transacionais irremediáveis.

**Especificidade dos ativos:** esta característica das transações é definida como a perda de valor dos ativos envolvidos em determinada transação, no caso de rompimento contratual ou no caso dela não se concretizar. Alta especificidade de ativos significa que uma ou ambas as partes perderão caso a transação não se concretize, por não encontrarem uso alternativo que mantenha o valor do ativo desenvolvido especificamente para aquela transação. As categorias mais comuns de especificidades são as de lugar, tempo, capital humano e ativos dedicados. Dentre os três atributos das transações descritos, a especificidade de ativos é a característica mais destacada pelas teorias, e a que permite melhor visualização do problema de desenho contratual.

Pohlmann et al. (2004, p.26) alegam que, em suas relações econômicas, as firmas podem optar por no mínimo um dos três modos de coordenação, também denominados de estruturas de governança, com base na minimização dos custos de transação: via mercados, via formas híbridas, e via hierarquia ou integração vertical.

Ainda segundo Pohlmann et al. (2004, p.26), quando da seleção da forma minimizadora de custos de transação, as firmas julgam a estrutura de governança mais adequada com base na análise dos três parâmetros da transação: a especificidade dos ativos, a frequência e a incerteza.

Zylbersztajn (2005b, p.30) acrescenta que, quando existem ativos específicos em determinadas transações, há o surgimento de quase rendas, e que estas podem mudar de mãos no caso de ruptura dos contratos. Na busca por eficiência, salvaguardas são então incorporadas pelos agentes aos contratos, e a busca por explicações para a arquitetura destes contratos passa necessariamente pelo estudo das características dos agentes, o que Azevedo

(1997, p.71) denomina de pressupostos comportamentais: oportunismo e racionalidade limitada.

**Oportunismo:** deriva do reconhecimento de que os agentes buscam o auto-interesse, podendo para tanto lançar mão de critérios baseados na manutenção de informação privilegiada, rompendo contratos com a intenção de apropriar-se de quase rendas, e com isto ferindo códigos de ética tradicionalmente aceitos pela sociedade. Segundo Zylbersztajn (2005b, p.31), existem três motivos que explicam a não-quebra ou continuidade dos contratos, quando existem quase rendas oriundas de ativos específicos: a reputação, as garantias legais e os princípios éticos.

A reputação representa uma motivação pecuniária, derivada do conhecimento de que o rompimento de uma transação presente interromperá um fluxo de renda futura, sendo que o custo de rompimento supera os benefícios representados pelo valor presente da renda futura.

As garantias legais enfatizam a importância das instituições legais no suporte ao funcionamento da economia. Na existência de um mecanismo punitivo instituído pela sociedade, os agentes econômicos são desestimulados da quebra contratual oportunística. Em muitos casos, especialmente quando há muita interação entre grupos sociais, o ambiente institucional formal é substituído por sanções impostas de modo informal pela sociedade, explicando em certos casos, a maior eficiência de funcionamento de códigos de conduta informais, quando comparados ao aparato legal.

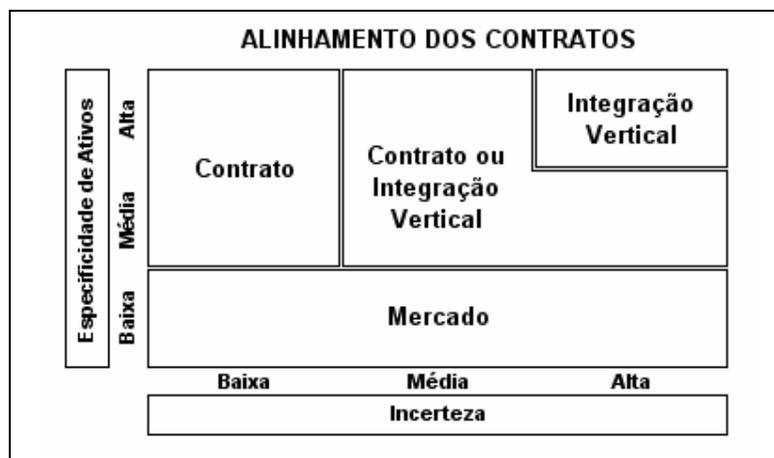
Quanto aos princípios éticos, Zylbersztajn (2005b, p.32-33) defende que existem organizações que conseguem a estabilidade de seus contratos a partir do princípio ético de seus membros, manifestado por códigos de conduta definidos pelo próprio grupo. Um código de conduta é um contrato tácito entre os agentes, e pelo fato de possuir monitoramento muito difícil, enseja oportunidades de quebra contratual, apesar dos princípios e doutrinas. É o caso típico referido como fidelidade do cooperado em cooperativas agrícolas.

**Racionalidade limitada:** conceito derivado do reconhecimento de que os agentes desejam ser racionais, mas só conseguem sê-lo parcialmente. A limitação decorre da complexidade do ambiente que cerca a decisão dos agentes, que os impede de atingir a racionalidade plena. Argumenta Zylbersztajn (Op. cit., p.33) que se os agentes fossem plenamente racionais, seriam capazes de formular contratos completos e não surgiria a necessidade de se estruturar formas sofisticadas de governança. Azevedo (1997, p.44) afirma

que a importância do conceito racionalidade limitada, reside no reconhecimento de que os contratos elaborados para reger uma determinada situação, são inevitavelmente incompletos. Diante da impossibilidade de se prever todas as contingências de uma transação, um contrato é incapaz de resolver previamente todas as eventuais pendências. Daí, Azevedo (1997, p.57) afirmar que o estabelecimento de um contrato, em virtude de sua inerente incompletude, gerará custos de transação em sua execução.

Zylbersztajn (2005b, p.34-36) ressalta que as organizações são arquitetadas pelos indivíduos, e que o princípio básico da teoria dos contratos implica em que elas sejam formatadas, buscando o alinhamento entre as características das transações e as características dos agentes, regidos pelo ambiente institucional.

Conforme pode ser observado através da Figura 14, a forma de governança eficiente emerge da interação das características das transações com os pressupostos comportamentais.



Fonte: Zylbersztajn (2005b) organizado pelo autor (nov. 2006)

Figura 14 – Alinhamento dos contratos.

A racionalidade limitada, com seus contratos incompletos, aliada à existência de ativos específicos, com seus riscos de comportamentos oportunistas, exige que a procura por formas eficientes de governança contratual, deve considerar os riscos envolvidos e definir o nível de controle sobre as transações. Caso a especificidade de ativos seja baixa, a transação pode ser levada a cabo no mercado. Conforme se eleva a especificidade dos ativos, as outras duas formas de governança, contrato com salvaguardas e integração vertical, se tornam mais eficientes no controle da transação, e a escolha dentre essas duas formas depende do nível de incerteza associado à transação.

Os conceitos econômicos introduzidos nesta seção, com destaque para especificidade de ativos, custos de transação e oportunismo, são de fundamental importância no entendimento dos elementos que cercam a certificação de produtos agroalimentares, tipicamente uma estratégia de diferenciação, que é adotada na gestão não só das organizações urbanas, mas também no agronegócio.

### **2.2.3. Gestão do agronegócio**

A concepção de SAG mostrada na Figura 12 permite compreender o agronegócio dentro de uma visão sistêmica, englobando os setores comumente chamados de “antes da porteira”, “dentro da porteira” e “depois da porteira”, ladeados pelos ambientes institucional e organizacional.

Em referência a esta visão sistêmica do SAG, Callado e Moraes Filho (2005) destacam que o agronegócio tem incorporado as diversas práticas tradicionalmente relacionadas a organizações industriais, comerciais e prestadoras de serviço tipicamente urbanas. Adentrando neste contexto, ressaltam os autores que os procedimentos de coleta de informações relacionadas ao gerenciamento de empresas inseridas em um SAG, assumem importância sem precedentes, principalmente considerando a aplicabilidade do marketing dentro da visão sistêmica do agronegócio.

No mesmo sentido, Azevedo (2005) destaca que elementos como concorrência, competitividade, globalização, marketing e, sobretudo, organização industrial, complementam e são complementares na análise do agronegócio. O autor adianta que em qualquer atividade ligada ao agronegócio, a noção de concorrência e das ações das empresas para sobreviver e crescer num ambiente competitivo é de suma importância:

Competitividade pode ser entendida como a capacidade de uma empresa crescer e sobreviver de modo sustentável, sendo, portanto, a característica de um agente (a empresa). Em contraposição, concorrência é essencialmente uma característica dos mercados, sendo uma referência à disputa entre as empresas pela renda limitada dos consumidores ou pelo acesso aos insumos. Pode-se dizer, em suma, que competitividade é a capacidade de concorrer de modo sustentável. (Op. cit., p.62).

Jank e Nassar (2005) alegam que competitividade é um termo que não tem definição precisa, e que dificilmente se pode estabelecer uma definição que possa ser, ao mesmo tempo, abrangente e útil. Concordam com a definição de Azevedo, e a ampliam, acrescentando outros conceitos (Op.cit., p.141):

Do ponto de vista das teorias de concorrência, **a competitividade pode ser definida como a capacidade sustentável de sobreviver e, de preferência, crescer nos mercados correntes ou em novos mercados**. Decorre dessa definição que a competitividade é uma medida de **desempenho** das firmas individuais [...].

[...] A evolução da participação no mercado é um indicador de **resultado** que tem a vantagem de condensar múltiplos fatores determinantes do desempenho. Custos e produtividade são indicadores de **eficiência** que explicam, em parte, a competitividade. [...] A evolução da participação no mercado reflete a **competitividade passada**, decorrente de vantagens competitivas já adquiridas.

Com relação ao conceito de globalização, Jank e Nassar (Op. cit., p139) explicam que “Trata-se de um fenômeno externo irreversível, que decorreu do forte incremento no intercâmbio mundial de mercadorias, serviços, fatores de produção, tecnologias, informações e, sobretudo, capitais.”. E acrescentam que em mercados globalizados, a competitividade das empresas e dos setores econômicos é determinada pela sua capacidade de crescer frente aos melhores concorrentes internacionais, concluindo que a globalização trouxe a necessidade de incrementar a competitividade do agronegócio brasileiro.

Ao discorrer sobre estratégias de crescimento dentro do contexto de concorrência e competitividade, Azevedo (2005, p.69) alega que fusões e aquisições, diversificação e integração vertical são tipicamente ações que visam alterar a estrutura dos mercados, enquanto segmentação de mercado e diferenciação representam ações que buscam uma posição mais favorável das empresas na disputa pelos consumidores.

Numa abordagem introdutória à diferenciação, Azevedo (2005, p.74-75) alega que diferenciação é tipicamente uma estratégia de marketing, que guarda evidente relação com o processo concorrencial. Enquanto a segmentação procura explorar os meandros de um mercado, a diferenciação é um processo de busca de elementos que distingam o produto de uma empresa das demais marcas concorrentes. O autor defende que fica explícita a idéia de marca e, portanto, também de concorrência, já que a diferenciação ocorre por comparação com produtos de outras empresas. A distinção de um produto dentre seus rivais está necessariamente ligada à percepção dos consumidores, o que implica na importância do conceito de qualidade percebida. A característica da diferenciação que a torna uma estratégia interessante para quem a adota, é que ela reduz o grau de substituição do produto pelos produtos concorrentes, criando com isto um espaço para a elevação de preços sem que haja perda de consumo para as empresas rivais. A diferenciação de produtos no agronegócio se dá principalmente na venda ao consumidor final, caso em que as decisões de compra podem ser orientadas por vários critérios, tais como sabor, preço, conveniência, saúde e etc. Quanto mais subjetivos forem os critérios de escolha do consumidor, e por conseqüência menos sujeitos a

avaliações quantitativas, tanto maiores as possibilidades de diferenciação, uma vez que ela pode ser dada em cada um dos critérios.

Retornando à competitividade, Neves (2005, p.109) ressalta a utilidade do marketing para a competitividade das empresas e para a melhoria da coordenação dos sistemas agroindustriais. Segundo Kotler (2000, p.30), “Marketing é um processo social por meio do qual pessoas e grupos de pessoas obtêm aquilo de que necessitam e o que desejam com a criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com outros.”. Resumindo o conceito, Neves (Op. cit., p.109) acrescenta que marketing é um processo que visa satisfazer as necessidades das partes através das trocas.

Historiando a evolução do marketing, Neves (Op. cit., p.110) salienta que até meados dos anos 50, o marketing era considerado como uma disciplina administrativa destinada à atividade de vendas, sendo pois o responsável por vender o que as empresas produziam, através do convencimento dos consumidores de que eles precisavam de tais produtos. Assim, o foco central do marketing era nos produtos. A partir da década de 60, o marketing passou a ser considerado como disciplina aplicada da ciência comportamental, voltada ao entendimento dos sistemas entre compradores e vendedores, e sob esta nova orientação, passou então a visar a satisfação do consumidor, oferecendo-lhe o que ele desejava, de maneira melhor que os concorrentes. Inverteu-se assim o pensamento, e o foco passou do produto para os consumidores, de forma que o conceito central do marketing hoje, pode ser visto como a transação, a mesma unidade de análise da ECT, que é definida como a troca de valores entre duas partes. Destaque-se que valores aqui são entendidos não apenas como produtos, mas também como serviços, recursos, tempo, sentimentos, energia e outros.

Neves (Op. cit., p.112) acrescenta que, na visão sistêmica do SAG, o papel do marketing é ajudar no fluxo de informações, auxiliando a empresa a monitorar o macroambiente onde opera. Num ambiente em que as empresas expandem suas fronteiras, necessitando de informações rápidas e lidando com um grande número delas, surge a necessidade de organização das informações. O estabelecimento de um sistema de informações que seja rápido e adequado constitui vantagem, na medida em que a redução dos custos para obtenção das informações e de eventuais desperdícios, implica na redução dos custos de transação.

Argumenta ainda o autor, que dada a grande diversidade de consumidores, o papel do marketing é fundamental para o entendimento de quais fatores afetam seu comportamento de compra, e como se dá seu processo de decisão de compra, de forma a auxiliar no estabelecimento das estratégias a serem adotadas, com o objetivo de tornar a oferta da empresa distinta da dos seus concorrentes. Aqui, o autor estabelece a importância do marketing para a estratégia de diferenciação. Neves salienta ainda, que cabe primordialmente ao marketing, as tarefas de “[...] transformar necessidades em desejos.” (Op. cit., p.121), e de “[...] comunicar o mercado consumidor que o produto está disponível.” (Op. cit., p125). Concorrendo para destacar a importância da comunicação para as funções do marketing, Megido (2005, p.420) acrescenta que “[...] a informação vende e a comunicação altera hábitos e comportamentos.”.

Esta seção procurou enfatizar como as ferramentas de gestão administrativa, tradicionalmente utilizadas pelas organizações urbanas, passam a ser utilizadas também no agronegócio, principalmente em função dos novos requisitos de competitividade impostos pela globalização e outras alterações estruturais no mercado. Particularmente, foram ressaltadas as funções do marketing, especialmente no que diz respeito à necessidade de tornar a oferta da empresa distinta da dos concorrentes, e de comunicar ao consumidor a existência do produto por ele demandado. A distinção de oferta implica no conceito de diferenciação, categoria de estratégia na qual se enquadra a certificação do produto, tema central do presente estudo.

## **2.3. CERTIFICAÇÃO**

A abordagem do tema certificação, implica necessariamente na verificação dos conceitos associados à estratégia de diferenciação. A seção anterior enfocou a diferenciação de uma forma sumária, razão pela qual ela será agora tratada com maior profundidade, na busca da base conceitual que vai proporcionar o desenvolvimento do tema certificação.

### **2.3.1. Estratégia de diferenciação**

Segundo Carneiro et al. (1997), o conceito de estratégia genérica está ligado ao fato de muitos autores acreditarem ser possível definir uma tipologia de estratégias suficientemente amplas, de forma a serem aplicáveis a qualquer empresa, independentemente do setor em que

atuam e seu estágio de desenvolvimento. As estratégias genéricas desenvolvidas por Michael Porter em 1980, têm merecido destacada aceitabilidade tanto no meio acadêmico quanto no meio empresarial, tornando-a uma obra padrão de referência neste contexto, não obstante as críticas, complementos e refinamentos desenvolvidos por outros autores.

Porter (2004, p.36) sustenta que existem três estratégias genéricas internamente consistentes e potencialmente bem sucedidas, que podem ser usadas isoladamente ou de forma combinada, para uma empresa criar uma posição defensável a longo prazo e superar seus concorrentes: estratégia de liderança em custo, estratégia de diferenciação e estratégia de enfoque.

De acordo com Carneiro et al. (1997, p.11), alguns autores se referem à liderança em custos e à diferenciação como formas de competição – *como* competir, enquanto a estratégia de enfoque se refere a *onde* competir, uma vez que o próprio Porter (Op. cit., p.40) define estratégia de enfoque como “enfocar um determinado grupo comprador, um segmento da linha de produtos ou um mercado geográfico”. Quanto à liderança em custo, Porter (Op. cit., p.37) afirma que “consiste em atingir a liderança total em uma indústria por meio de um conjunto de políticas funcionais orientadas para esse objetivo básico.”

Para Porter (Op. cit., p.39), a diferenciação consiste em “diferenciar o produto ou serviço oferecido pela empresa, criando algo que seja considerado único no âmbito de toda a indústria”. Hitt et al. (2002, p.154) acrescentam que a diferenciação visa fornecer bens ou serviços que, na percepção do consumidor, apresentem importantes diferenças para ele, e complementam: a diferenciação requer que a empresa venda produtos não padronizados a clientes com necessidades únicas.

Como atributos do produto utilizáveis para atingir a diferenciação, Porter menciona: projeto ou imagem da marca, tecnologia, peculiaridades, serviços sob encomenda, rede de fornecedores e outras dimensões. Aaker (2001, p.18) expande as características de produtos que podem gerar valor ao consumidor, acrescentando ampliação da performance, da qualidade, do prestígio, das aparências, do serviço de apoio, da confiabilidade ou da conveniência do produto.

A grande expressão da importância da diferenciação no contexto de estratégia, pode ser percebida em Carneiro et al. (1997, p.18-20), onde os autores ressaltam que Mintzberg propôs uma nova tipologia de estratégias genéricas, em que todas elas derivam

exclusivamente do conceito de diferenciação: diferenciação por preço, por imagem, por suporte, por qualidade, por design (projeto) e não diferenciação, esta última baseada na cópia de ações de outras empresas.

Porter (2004, p.39) ressalta que, em termos ideais, a empresa se diferencia ao longo das várias dimensões possíveis, e que embora a diferenciação não permita à empresa ignorar os custos, eles não são o alvo estratégico primário. Se alcançada, a diferenciação é uma estratégia viável para a obtenção de retornos acima da média, e proporciona um isolamento contra a rivalidade competitiva, devido à lealdade dos consumidores em relação à marca e sua conseqüente menor sensibilidade ao preço, derivada da falta de alternativas comparáveis. Destaca ainda Porter, que a diferenciação eventualmente pode tornar impossível a obtenção de uma alta parcela do mercado, já que esta posição é incompatível com o sentimento de exclusividade que a diferenciação requer.

Aaker (2001, p.167-168) alega que para ser bem sucedida, a diferenciação deve gerar valor ao cliente, fornecer valor percebido e ser difícil de copiar. O autor destaca a diferença entre valor aparente e valor de fato, argumentando que um ponto de diferença com valor aparente pode não ser valorizado pelo cliente, razão pela qual ele deve ser estabelecido a partir da perspectiva do consumidor. Adicionalmente, o valor agregado deve ser percebido pelo cliente, e uma das tarefas mais importante da empresa é, através da comunicação eficiente, emitir sinais de valor agregado ao consumidor, permitindo que ele possa avaliá-lo sem um significativo dispêndio de tempo e esforço.

Abordando os requisitos requeridos da empresa para obtenção de sucesso com as estratégias genéricas, Porter (2004, p.42) afirma que geralmente é necessário o compromisso contínuo da empresa com seu alvo primário. No caso específico da diferenciação aplicada a produtos agroalimentares, entre as habilidades requeridas da empresa destacam-se, principalmente, a necessidade de uma grande habilidade de marketing, a reputação da empresa como líder em qualidade ou tecnologia, e uma forte cooperação dos canais.

Porter (Op. cit., p.46-48) alerta para os riscos na adoção das estratégias genéricas, que fundamentalmente são dois: primeiro, falhar em alcançar ou sustentar a estratégia; segundo, que o valor da vantagem propiciada pela estratégia seja desgastado com a evolução do setor. No caso específico da diferenciação, o autor enumera três riscos potenciais: o diferencial de custos entre os concorrentes de baixo custo e a empresa diferenciada torna-se muito grande

para que a diferenciação consiga manter a lealdade à marca, fazendo com que os clientes troquem o valor agregado por uma economia de custos; a necessidade dos compradores diminui em relação ao fator de diferenciação, como no caso de incremento no nível de exigências/necessidades do consumidor; e por último, a imitação pelos concorrentes reduz a diferenciação percebida pelos consumidores.

Farina (2003, p.23) recorre a Tirole (1988) para definir duas categorias de diferenciação, que serão úteis no entendimento das ações estratégicas do CACCER: diferenciação horizontal e diferenciação vertical. A diferenciação horizontal ocorre em atributos que podem ser avaliados de forma diferente por variados consumidores, como é o caso da localização geográfica da produção. A diferenciação vertical é definida como a valorização de determinado atributo por todos os consumidores, permitindo identificar um produto como de qualidade superior quanto a tal atributo.

Buscou-se aqui estabelecer os principais conceitos ligados à estratégia de diferenciação, através de definições, formas com que pode ser atingida, requisitos necessários à sua adoção, e benefícios e riscos associados à sua adoção. Estes conceitos, apresentados de forma genérica e ainda que fundamentados no referencial construído basicamente para o setor industrial e de serviços, mesmo assim vão contribuir para o estudo sobre a certificação de produtos agroalimentares, principalmente se lembrado que o agronegócio tem incorporado as técnicas administrativas desenvolvidas primariamente para as empresas urbanas.

A certificação de produtos agrícolas se enquadra como uma típica estratégia de diferenciação. Na abordagem da competitividade no agronegócio, ao ser a diferenciação colocada como a busca de elementos que distingam o produto de uma empresa dos produtos concorrentes, foi evidenciado por Azevedo (2005) que a diferenciação se dá por comparação com outros produtos. Antes que se adentre o estudo da certificação, principalmente no caso de *commodities* agrícolas como o café, é conveniente então que se estabeleçam as bases em que a comparação com outros tipos de produto pode ocorrer, buscando caracterizar estes “outros produtos”. Neste sentido, torna-se de capital importância a introdução dos conceitos associados à padronização de produtos no agronegócio.

### 2.3.2. Padronização de produtos agrícolas

Farina (2003) alega que a coordenação de sistemas descentralizados, exige que os indivíduos saibam onde comprar e vender os produtos, bem como os preços desses produtos, acrescentando que é necessário que bens e serviços sejam padronizados, e que a terminologia envolvida na sua descrição seja conhecida de todos, para que isso se viabilize. Justifica a autora que, na ausência de padrões, compradores e vendedores teriam que inspecionar fisicamente as mercadorias, resultando em custos e limitações na capacidade de livre funcionamento do mercado.

A autora cita David e Greenstein (1990, Op. cit., p.19), para definir padrão como “um conjunto de especificações técnicas, às quais adere um produtor voluntária ou compulsoriamente, tácita ou formalmente”. Acrescenta ainda, que padrões de referência incluem definições, terminologias e princípios de classificação e rotulagem, tornando público o conjunto de características que asseguram as propriedades de reprodução, equivalência e estabilidade dos produtos.

Farina (Op. cit., p.20) revela que entre os benefícios introduzidos pela padronização, pode-se citar a redução dos custos de aquisição das informações, a limitação das situações sujeitas ao risco moral<sup>8</sup>, a redução da variedade e a simplificação das estimativas de avaliação da relação preço-desempenho, concentrando a concorrência na variável preço. Adicionalmente, a padronização e a classificação viabilizam o comércio a longa distância sem inspeção física, poupam tempo de descrição dos produtos, e permitem o pagamento de prêmios e/ou penalidades por divergências em relação ao padrão. Em suma, padronização é redutora de custos de transação.

Farina (2003, p.21) esclarece que o funcionamento do mercado de *commodities* agrícolas, baseia-se em padrões de classificação de produtos reconhecidos e adotados internacionalmente, como é o caso do café e da soja. Conforme esteja a classificação referida a atributos físicos dos produtos, tais como número de defeitos, impurezas, tamanho, coloração e outros, o monitoramento e verificação da conformidade do produto podem ser procedidos pelos próprios agentes envolvidos na transação. No mercado de bens complexos, em que os

---

<sup>8</sup> Risco moral decorre da possibilidade de ação oportunista de uma das partes da transação, que detém informação privilegiada sobre o produto transacionado, e dela tira proveito em detrimento da outra parte. (FARINA, 2003, p.20).

compradores não podem verificar o atendimento a padrões de qualidade desejada, torna-se necessária a certificação, endossada por uma entidade independente (pública ou privada), de que os produtos contêm os atributos específicos desejados pelos consumidores.

Assim, argumenta a autora que a complexidade e a universalidade evoluem em sentido contrário: quanto mais simples os padrões definidos, em termos de atributos definidos e sua classificação, maior sua aplicabilidade e maiores as economias de rede<sup>9</sup> alcançadas. Por outro lado, padrões associados a estratégias competitivas de empresas tendem a ser mais complexos, e carecem de auditorias de processo e produto amparadas por contratos formais ou informais. Acrescenta ainda, que a segmentação por qualidade, amparada na diferenciação vertical como é o caso da Certificação Café do Cerrado, altera também os atributos das transações, levando à adoção de estruturas de governança que sustentem a estratégia, criando-se assim um subsistema estritamente coordenado por uma empresa ou grupo de produtores, papel desempenhado pelo CACCER no caso em estudo.

Zylbersztajn e Farina (apud Nassar, 2003, p.33) definem subsistema estritamente coordenado como:

Encadeamento de transações que se sucedem para produzir um produto final, em que partes e contrapartes são identificadas e asseguram a continuidade da relação por meio de uma estrutura de governança particular. Diz respeito ao governo das transações verticais de uma firma específica, associado à sua estratégia de concorrência.

Finalizando a conceituação da padronização, Farina (2003, p.26) alerta que a adoção ou mudança de padrões exige ajustamentos em todos os sistemas agroindustriais, para que possam adequar-se às novas regras de produção e comercialização. Tais ajustamentos implicam em custos monetários, quando demandam novos insumos ou equipamentos, e em custos de aprendizado, quando exigem comportamento diferente do produtor ou intermediários no manejo dos produtos.

Um alerta final da autora (Op. cit., p.27): se as firmas têm que incorrer em custos de ajustamento a curto prazo e os benefícios somente poderão ser colhidos a longo prazo e sob incerteza, a difusão da padronização poderá ser um fracasso.

---

<sup>9</sup> Há economias de rede quando benefícios decorrentes do uso/consumo de um bem ou serviço, são afetados positivamente pelo número de usuários/consumidores de referidos bens/serviços. (FARINA, 2003, p.19).

### 2.3.3. Certificação de produtos agrícolas

Segundo Nassar (2003, p.31), embora certificação e padronização tenham muitos pontos em comum, a certificação não depende da padronização, e na verdade é um passo à frente da padronização, do ponto de vista da coordenação de sistemas agroindustriais. O grande diferencial entre certificação e padronização, é que a certificação é mais detalhada e inclui um mecanismo de exclusão dos que não seguirem as regras.

Objetivando um conceito amplo, Nassar (2003, p.30) explica que certificação é a definição dos atributos do produto, processo ou serviço, e a garantia de seu enquadramento em normas previamente definidas. A partir desta definição, e retomando os conceitos da NEI, observa-se que a certificação envolve o ambiente institucional, na medida em que prescreve as normas que definem os atributos do produto, e o ambiente organizacional, garantidor do cumprimento das normas. Há nitidamente três atores principais nos sistemas de certificação: Estado, empresas e associações de interesse privado. De modo geral, cabe ao setor público o papel de agente regulamentador, garantindo o ambiente institucional, enquanto o setor privado se encarrega dos papéis de executor e coordenador, garantindo o ambiente organizacional. (Op. cit., p.33).

O autor revela que a certificação tem dois objetivos (Op. cit.,p30):

Do lado da oferta, é um instrumento que oferece procedimentos e padrões básicos que permitam às empresas participantes gerenciar o nível de qualidade de seus produtos e garantir um conjunto de atributos. Nesse caso, a certificação cria um instrumento de exclusão e seleção de firmas e produtos. Do lado da demanda, a certificação espera informar o consumidor de que determinado produto tem certos atributos por ele procurados, servindo portanto como mecanismo de redução de assimetrias informacionais, aumentando a eficiência dos mercados.

Contribuindo com a definição de assimetria informacional, Azevedo (1997, p.38-39) esclarece que a assimetria de informações ocorre quando uma das partes envolvidas na transação, possui a priori ou adquire no decorrer da vigência do contrato, alguma informação privilegiada não adquirível sem custos pela outra parte. De forma simplificada e voltada ao agronegócio, Akerlof (1970, apud Spers, 2003, p.62) define a assimetria informacional como a situação em que o vendedor sabe muito mais a respeito da qualidade e da segurança do produto do que o comprador. O exemplo clássico de assimetria informacional ocorre no comércio de veículos usados, em que somente o vendedor possui alguma informação sob o veículo à venda.

Retomando os princípios da certificação, Nassar (2003) ressalta que, enquanto a padronização é importante na redução da assimetria informacional na transação específica, a certificação desempenha este mesmo papel para o consumidor, e, portanto, para todo o SAG. A certificação é adotada quando: a) a padronização torna-se insuficiente para atender às necessidades de agentes e consumidores; b) a padronização passa a ser muito complexa, exigindo certificados que comprovem os padrões estabelecidos; e c) a padronização refere-se aos detalhes de um processo de produção. (Op. cit., p.31).

Os dois princípios fundamentais da certificação são: gerar benefícios aos consumidores, pela redução da assimetria informacional; e criar incentivos à cooperação vertical e horizontal entre os agentes. (Op. cit., p.31). A certificação somente é viável se houver cooperação e coordenação entre os agentes, disso resultando que, para adesão a sistemas de certificação, as empresas devem receber incentivos à cooperação. Desta forma, a certificação não fere o poder de concorrência nem prejudica os consumidores: pelo contrário, a certificação traz benefício para as empresas e para consumidores.

No tocante aos objetivos da certificação, Nassar (2003, p.34-38) alega que as experiências hoje existentes, permitem a classificação das certificações em até oito grupos mais importantes: rótulo, denominações de origem, sanidade, pureza, socioambiental, produtos orgânicos, certificação interna e, finalmente, produtos da fazenda.

A certificação do tipo **Rótulo**, também referida como Padrão de Processo, pode assumir várias formas, e aplica-se a qualquer produto do agronegócio, desde que haja normas que especifiquem o conjunto das características previamente estabelecidas para o produto, e estabeleçam um nível de qualidade superior em relação aos similares. Embora não seja específica aos processos agroindustriais, as certificações ISO podem ser enquadradas neste grupo.

Quanto às **Denominações de origem**, Chaddad (1995, p.1) esclarece que a proteção internacional das denominações de origem foi instituída pelo Acordo de Lisboa, datado de 1958 e assinado por 17 países inclusive o Brasil, o qual define denominações de origem controlada como “o nome geográfico de um país, região ou localidade que serve para designar um produto nele originado, cuja qualidade e características devem-se exclusivamente ou essencialmente ao ambiente geográfico, incluindo-se fatores humanos e naturais”. A Lei 9.279 de 14 de maio de 1996, que regula direitos e obrigações relativos à propriedade

industrial no Brasil, estabelece duas modalidades de indicações geográficas: Indicação de Procedência e a Denominação de Origem. Especificamente:

Art. 177. Considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

Art. 178. Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

Observe-se aqui a semelhança da redação dada ao artigo 178 da legislação brasileira, com a definição de denominação de origem controlada dada pelo Acordo de Lisboa, acima transcrita. Outra observação pertinente, diz respeito à grande semelhança entre as descrições de indicação de procedência e denominação de origem, destacando-se nesta última o surgimento de requisitos de qualidade sobre o produto ou serviço.

Chaddad (1995) acrescenta que a denominação de origem deve ser considerada um sinal de distinção de um produto, sendo seu uso reservado às empresas localizadas na área geográfica nomeada, e por isso constituindo-se um direito de propriedade intelectual, em que as empresas localizadas na área indicada têm o direito de excluir terceiros do uso da denominação de origem controlada. Souza (2006) destaca que a primeira indicação geográfica formal para o café brasileiro – Café do Cerrado, foi concedida ao CACCER em junho de 2005 pelo INPI.

A certificação de **Sanidade** é uma certificação normalmente associada a produtos de origem animal, tais como carne e lácteos. Programas de rastreabilidade da carne bovina são exemplos desta certificação.

Quanto ao tipo de certificação de **Pureza**, ela atesta apenas a existência de determinado produto, sendo interpretado pelo consumidor como indicador de qualidade. O selo de pureza ABIC é o exemplo clássico no agronegócio brasileiro.

Já a certificação **Socioambiental** é um tipo de certificação voltada ao manejo sustentado da produção agropecuária, envolvendo critérios ambientais, sociais e econômicos. As certificações de café Utz Kapeh, EurepGap, Rain Forest e Fair Trade são exemplos deste grupo.

No que se refere à certificação de **Produtos orgânicos**, cabe ressaltar que se trata essencialmente de uma certificação de processo, pois o processo produtivo é que pode conferir o caráter orgânico. O selo é emitido por diferentes organizações privadas, e a Instrução Normativa nº. 007 de 17/5/1999 do Ministério da Agricultura exige que a certificação seja feita por entidades nacionais e sem fins lucrativos. O website Planeta Orgânico (<<http://www.planetaorganico.com.br/qcertif.htm>> acesso em 15 dez. 2006) lista 18 entidades no Brasil, para certificação da qualidade para os produtos orgânicos de origem vegetal e animal.

A certificação do tipo **Interna**, é uma certificação semelhante aos certificados ISO, criada e coordenada por uma empresa, quando julgado que as alternativas oferecidas pelo mercado não satisfazem às suas necessidades. A Cadeia da Qualidade do Carrefour e a certificação da Socôco como fornecedor exclusivo da Nestlé, são exemplos deste grupo no Brasil.

A certificação tipo **Produtos da fazenda** é uma modalidade francesa de certificação interna, que se baseia em regras informais, não possuindo regulamentação nem organização de monitoramento. Nassar (Op. cit., p.38) menciona que 27% dos produtores franceses adotam esse sistema, mas não registra casos desse grupo no Brasil.

Na discussão sobre os princípios da certificação, foi estabelecido que as funções da certificação são gerar ganhos de qualidade para o consumidor, e criar incentivos para que os agentes cooperem. Nassar (Op. cit., p.38) esclarece que incentivos são estímulos dados aos agentes econômicos, que os levem a perceber benefícios na certificação, estimulando-os a criar um sistema de certificação, aderir a um sistema existente, ou manter sua permanência no sistema de certificação. Tais incentivos devem ser atrativos o suficiente, para gerar retornos acima dos custos de adesão e permanência no programa.

O autor alega ainda, que a certificação sempre envolverá algum nível de investimento específico, sendo o tipo de investimento dependente do tipo de processo de certificação. Exemplificando, o investimento específico é bem superior no caso de rótulos, porque envolve a adaptação do sistema de produção e comercialização. Postula o autor que quanto maior o nível de investimentos específicos e custos irrecuperáveis realizados, maiores serão os incentivos para que o processo perdure.

Os incentivos mais difundidos da certificação estão associados às condições de demanda, pois enquanto houver consumidores dispostos a pagar mais por um produto certificado, e que reconheçam seus atributos qualitativos, haverá estímulos à certificação. Assim, a diferenciação promovida pela certificação permite aos agentes a agregação de margens, a abertura de novos mercados e a descoberta de nichos não explorados. Para garantir a sustentabilidade de um sistema de certificação, os recursos para a geração dos incentivos devem ser gerados pelo próprio sistema.

Retornando à exigibilidade de investimentos em certificações, Nassar (Op. cit., p.41), identifica três tipos de custos nos sistemas de certificação: custos de implantação, custos de manutenção e custos de exclusão.

Os **Custos de implantação** envolvem a elaboração das normas e procedimentos, a criação das organizações de controle, a formação dos canais de comercialização e marketing, e os custos de adaptação dos sistemas produtivos;

Os **Custos de manutenção** são custos que devem ser arcados com a arrecadação dos participantes, para custeio das organizações de controle;

**Custos de exclusão** são aqueles decorrentes da seleção de novos participantes, da exclusão de caronas, e da punição de agentes oportunistas.

Na apresentação dos objetivos da certificação, foram estabelecidos dois objetivos principais, que em síntese podem ser resumidos como: primeiro, permitir ao segmento produtor gerenciar o nível de qualidade de seus produtos, e segundo, reduzir a assimetria informacional para o consumidor. No caso específico do café, a certificação foi apontada como uma das possíveis estratégias para amenizar os efeitos da crise de preços para o produtor, ao propiciar um aumento de renda advindo de preços prêmio, que um segmento de consumidores especiais estaria disposto a pagar por produtos diferenciados, que atendam às suas exigências quanto aos requisitos de qualidade e saúde alimentar, além de aspectos ligados à sustentabilidade ambiental e social. Para o lado produtor, a certificação então passa a ser o passaporte de ingresso como fornecedor em um mercado de cafés especiais, a conquista de um ativo específico, conseguido às custas dos investimentos realizados em adaptação de sistemas produtivos e em manutenção da estrutura de coordenação. Do outro lado, a certificação do café precisa garantir ao consumidor que o produto em oferta incorpora as características de qualidade, saúde alimentar e sócio-ambientais desejadas. O estudo da

certificação de produtos agroalimentares se completa com a introdução de conceitos e mecanismos, que operacionalizam a função redutora de assimetrias informacionais para o consumidor.

#### **2.3.4. Qualidade, rastreabilidade e saúde alimentar**

O termo qualidade é bastante utilizado em vários contextos. Conquanto se possa facilmente definir qualidade como “propriedade, atributo ou condição das coisas ou das pessoas capaz de distingui-las das outras e de lhes determinar a natureza” (FERREIRA, 1999), a operacionalização desta definição é bastante complexa.

Referindo-se genericamente a produtos e serviços, Teboul (1991, p.33) entende que a definição de qualidade deve conter os elementos cliente, oferta e concorrência: “A qualidade é a capacidade de satisfazer as necessidades, tanto na hora da compra, quanto durante a utilização, ao melhor preço possível, minimizando as perdas, e melhor do que nossos concorrentes.” (Op. cit., p.60). O autor explica que esta definição, além de conter os três elementos acima referidos, comporta também outras definições mais simples que focam apenas sobre um ou mais dos aspectos: conformidade a especificações, satisfação de necessidades, valor percebido pelo cliente e superação de expectativas do cliente. O autor (Op. cit., p.37) enfatiza que as especificações do produto devem ser elaboradas de modo a permitir o atendimento às necessidades do cliente.

Os atributos do produto valorizados pelo consumidor, estão na base de suas necessidades e expectativas, de forma que a qualidade percebida de um produto pelo consumidor, depende fundamentalmente dos atributos do produto. Conforme Souza et al. (2003), um aspecto relevante que surge na identificação da qualidade de um produto pelos consumidores, é a dificuldade que eles enfrentam para aferir a presença no produto, de determinados atributos desejáveis.

Douglas (1992, apud Souza et al., 2003, p.23) classifica bens e serviços em bens de pesquisa, de experiência e de crença, com base na dificuldade e no custo que o consumidor enfrenta para avaliar a qualidade de um produto no momento da compra. Tais custos de informação, em função da dificuldade de avaliação dos atributos, aumentam para o consumidor no sentido dos bens de pesquisa para os bens de experiência, e destes para os bens de crença.

Tomando o café como exemplo: o tamanho dos grãos pode ser facilmente observado, constituindo um atributo tangível, e por esta razão pode ser considerado um bem de pesquisa. Sabor, aroma e outros atributos da bebida, somente podem ser avaliados no ato da degustação, e embora envolvam certo grau de subjetividade, também podem ser considerados atributos tangíveis e neste caso, como são avaliados apenas após a prova da bebida, são considerados bens de experiência. Atributos intangíveis, não prontamente identificáveis tais como sistema de produção ou tipo de processamento, são caracterizados como bens de crença. Bens de crença geram incerteza para o consumidor, e neste caso a certificação surge como elemento redutor da incerteza para o consumidor. (SOUZA et al., 2003).

Atributos de qualidade como responsabilidade social e preservação ambiental não podem ser identificados por observação, como no caso da avaliação visual, e nem por experimentação, como no caso da avaliação sensorial, e são então caracterizados como bens de crença. Quanto mais características de crença houver nas exigências do consumidor, maior a sua dificuldade em identificar a qualidade, e maior a necessidade de certificação como garantia da presença destes atributos. É necessário que o organismo certificador tenha credibilidade, construa uma excelente reputação, e que todo o caminho do produto ao longo do sistema produtivo seja rastreado, para que não haja perda de informação. (SAES et al., 2001, p.59).

O surgimento do conceito de rastreabilidade no agronegócio é atribuído à Síndrome da Vaca Louca<sup>10</sup>, que obrigou os agentes públicos e privados europeus a se organizarem para erradicar e evitar o alastramento da doença. Ainda segundo Jank (2003), em termos gerais, rastreabilidade é um conceito que está ligado à capacidade de se remontar o histórico de uso ou localização de um produto qualquer, com base em registros de identificação. O autor (Op. cit., p.47) recorre a Planète (1999) para introduzir o conceito de rastreabilidade no âmbito do agronegócio: “uma forma organizacional que permite a estreita ligação de todas as etapas da cadeia agroalimentar, do agricultor ao produto final, permitindo traçar etapas anteriores, até a origem do produto, seu histórico e seus componentes”.

O autor destaca também, que a rastreabilidade ainda é um conceito em evolução, ao contrário da certificação. De forma análoga à certificação, a rastreabilidade também exige a

---

<sup>10</sup> Encefalopatia Espongiforme Bovina (BSE na sigla em inglês) é uma doença degenerativa progressiva que afeta o sistema nervoso central dos bovinos, diagnosticada pela primeira vez na Inglaterra em 1986. (Jank, 2003, p.47).

coordenação dos agentes econômicos e também lida com processos, mas é comum o entendimento de que sistemas de rastreamento requerem alguma forma de certificação, e nem todo sistema de certificação requer rastreamento. Adicionalmente (Op. cit., p.48), rastreabilidade não deve ser confundida com certificação de origem, pois esta, conceitualmente, é bem menos rigorosa, ao exigir apenas a identificação da região que originou um produto, enquanto a rastreabilidade requer o registro encadeado de todas as etapas do percurso do produto desde o produtor até o consumidor.

Lombardi (1998, apud Jank, 2003, p.49) esclarece que o objetivo da rastreabilidade é “garantir ao consumidor um produto seguro e saudável, por meio do controle de todas as fases da produção, industrialização, transporte/distribuição e comercialização, possibilitando uma perfeita correlação entre o produto final e a matéria-prima que lhe deu origem”. Desta forma, a rastreabilidade permite remontar as transações pelas quais passou um produto, dando nome e endereço a seus agentes, enfatizando assim um dos aspectos mais importantes da rastreabilidade, que é o da atribuição de responsabilidades em cada etapa da cadeia produtiva..

Jank (2003, p.50) chama a atenção para o fato de que a rastreabilidade não estipula a obrigatoriedade de se chegar à identificação do primeiro elo da cadeia, referindo-se apenas ao processo de acompanhar a evolução de um ou mais atributos desejados do produto, percorrendo sequencialmente as etapas da cadeia que originaram o produto, identificando e responsabilizando os agentes nela envolvidos. Com respeito à segurança do alimento, a rastreabilidade garante ao consumidor que o produto por ele consumido está sendo controlado em todas as fases de produção, desde a fazenda até o prato final. O autor destaca os principais motivos que endossam a importância atribuída à rastreabilidade: a) privilegiar as preferências e a satisfação do consumidor; b) originar-se da crescente preocupação com qualidade e segurança dos alimentos; e c) ser a base para a implantação de um programa de qualidade em toda a cadeia.

Spers (2003, p.60) destaca a importância de se diferenciar os conceitos de segurança alimentar e segurança do alimento. Segurança alimentar refere-se ao abastecimento adequado de uma população, privilegiando o foco no aspecto quantitativo, ou seja, se a população produz o suficiente para atender a suas próprias necessidades. Segurança do alimento privilegia um enfoque qualitativo, representando a forma de garantir ao consumidor a aquisição de um produto alimentar, com atributos de qualidade que sejam do seu interesse, aí incluídos os atributos ligados à sua saúde. Em outras palavras, segurança do alimento

significa a confiança do consumidor em receber um alimento que não cause riscos à sua saúde, podendo ser entendida também como saúde alimentar.

Spers (Op. cit., p.61) apresenta a definição de segurança do alimento segundo a Organização das Nações Unidas para a Agricultura e a Alimentação (FAO): “é a garantia em se consumir um alimento isento de resíduos que prejudiquem ou causem danos à saúde”. Por resíduos entenda-se: contaminantes de natureza química (pesticidas, inseticidas, herbicidas, conservantes, corantes e outros aditivos), biológica (organismos patogênicos, antibióticos, germes, fungos, bactérias, hormônios), física (vidros, metais, pedras) e outras substâncias que possam causar algum dano à saúde.

A abordagem técnica do problema de segurança do alimento enfoca os níveis e formas de contaminação, juntamente com as formas de controle das doenças provocadas por alimentos, ocupando-se ainda do estudo de técnicas que detectem e mensurem a presença no alimento, de substâncias nocivas à saúde. (JANK, Op. cit., p.66)

Segundo Jank (Op. cit., p.70), em função do crescente aumento no número de novos patógenos, da crescente importância pública dada ao problema e do aumento do tamanho das indústrias de alimentos, a FDA<sup>11</sup> tem adotado a implementação do programa APPCC (Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle) no programa de segurança do alimento norte-americano. O APPCC se baseia no controle e monitoramento de pontos críticos no processo produtivo, onde possa haver a contaminação do alimento, sendo que tais pontos críticos são obtidos após criterioso mapeamento de riscos nas instalações. O programa é entendido como uma forma de prevenir potenciais riscos relacionados à segurança do alimento.

Na seção anterior foi estabelecido que a certificação do café precisa garantir ao consumidor que o produto em oferta incorpora as características de qualidade, saúde alimentar e sócio-ambientais desejadas. A presente seção abordou os conceitos envolvendo a qualidade, realçando a dificuldade que o consumidor enfrenta em identificar no produto a existência dos atributos por ele exigidos. O conceito de bens de crença permitiu verificar como o mecanismo da rastreabilidade se torna necessário ao sistema de certificação, na medida em que atribui responsabilidades ao longo de toda a cadeia produtiva, e assegura ao consumidor que o

---

<sup>11</sup> *Food and Drug Administration*. Agência federal norte-americana que monitora a venda de remédios e alimentos.

produto está sendo controlado em todas as fases de sua produção, o que transmite ao consumidor a segurança de estar consumindo um produto seguro e saudável.

No caso específico da certificação do café, a rastreabilidade é um requisito indispensável, conforme bem atestam, por exemplo, os Códigos de Conduta da Certificação Utz Kapeh e da Certificação do Café do Cerrado, em que o requisito rastreabilidade é o primeiro item do código em ambos os sistemas.

O mesmo ocorre em relação à exigência de manutenção, por parte do produtor, de um sistema de controle nos moldes do APPCC, para monitorar preventivamente os possíveis pontos de contaminação do café, como forma de garantir a sanidade do produto. Também neste caso, esta exigência fica claramente determinada nos itens 7 e 8 do código da Utz Kapeh, e no tópico relativo a Colheita e Pós Colheita do código de conduta do Programa Café do Cerrado. (UTZ KAPEH, 2006c; CACCER, 2005a; ANEXO B).

Ficou claramente estabelecido pelos trabalhos de Saes et al. (2001) e Souza et al. (2003) que a qualidade percebida de um produto pelo consumidor, depende fundamentalmente dos atributos do produto. A identificação dos atributos da qualidade de um produto pode ser dada pela avaliação visual, no caso de bens de pesquisa tangíveis como cor, tamanho, etc., pela avaliação sensorial, no caso de bens de experiência, ainda classificados como tangíveis conquanto subjetivos, tais como aroma, sabor, etc., e no caso de bens de crença, somente a rastreabilidade do produto, propiciada por um sistema de certificação, pode garantir ao consumidor que o produto incorpora os desejados atributos de saúde alimentar e sustentabilidade sócio-ambiental.

#### **2.4. CACCER E CERTIFICAÇÃO CAFÉ DO CERRADO**

Os primeiros produtores de café se instalaram na Região do Cerrado Mineiro em 1972, mais especificamente em Patrocínio, oriundos do norte do Paraná, de São Paulo e do sul de Minas, atraídos naquela época pelo baixo preço das terras na região, e pela ausência de geadas. (SAES e JAYO, 1997; CACCER, 2005b).

Conforme Saes e Jayo (1997), nos anos 70 e 80 a cafeicultura se expandiu em todas as regiões de Minas, incentivada por programas de estímulo à produção, patrocinados pelo Instituto Brasileiro do Café (IBC), em sua maioria baseados na concessão de créditos

subsidiados. A política de incentivos à produção, que privilegiava exclusivamente a quantidade produzida, não era capaz de gerar nos produtores qualquer estímulo à produção de qualidade, e ao mesmo tempo inibia estratégias de segmentação na produção e comercialização de cafés. Neste contexto, a principal vantagem competitiva da região, sua vocação para produzir cafés de qualidade, permaneceu inexplorada por quase 20 anos.

O mercado externo de café foi regulado por quase 30 anos pelos Acordos Internacionais do Café (AICs), que desde 1962, com algumas poucas interrupções, limitavam a oferta do produto mediante um sistema de cotas, como forma de sustentação dos preços. No mercado interno, o IBC, criado em 1952, definia toda a política para o setor cafeeiro, orientando e coordenando as estratégias de produção e comercialização do produto. No final de 1989 foram suspensos os AICs e no início de 1990 foi extinto o IBC, culminando assim na total desregulamentação do mercado cafeeiro. (SAES e JAYO, 1998, p.11).

A desregulamentação do mercado de café resultou num excesso de oferta do produto no mercado, provocando uma das piores crises de preços enfrentada pela cafeicultura mundial. No período entre 1990 e 1994, as cotações internacionais do café atingiram níveis inferiores ao custo de produção, tendo o preço pago ao produtor chegado a US\$ 44,90 por saca em agosto de 1992, enquanto o custo de produção atingia US\$ 70,50 em Minas Gerais.

Foi neste cenário, que surgiram as primeiras percepções de que as vantagens comparativas propiciadas ao café do cerrado pelos atributos naturais da região, poderiam ser transformadas em vantagem competitiva, através da adoção de uma estratégia de diferenciação por qualidade e origem. Com essa intenção, no final de 1992 foi criado o CACCER. (SAES e JAYO, 1997, p.6).

A empresa Illycaffè, importadora italiana de Trieste e reconhecida especialista em café *espresso*<sup>12</sup> e em produzir *blends* de café gourmet, desempenhou papel importante na alavancagem da estratégia dos produtores da região do cerrado, através de seu concurso anual denominado “Premio Brasil de Qualidade do Café para Espresso”, lançado em 1991. Na primeira edição, dos 10 primeiros premiados, 5 pertenciam à região do cerrado. Nas primeiras 9 edições do concurso, de um total de 90 posições possíveis, 67 foram conquistadas pelos cafeicultores da região do cerrado, sendo que em 1997 e 1998, todas as 10 primeiras

---

<sup>12</sup> A grafia *espresso* provém do italiano *espremere*, que significa espremido, comprimido, ou seja, sob pressão. (SAES, 2004).

colocações foram de cafés do cerrado, comprovando assim a alta qualidade dos cafés da região. (JAKUBASZKO, 2002).

O sucesso do café da região no primeiro concurso motivou os produtores. Liderados por Aguinaldo José de Lima, então presidente da Associação dos Cafeicultores da Região de Patrocínio (ACARPA), os cafeicultores da região do cerrado se convenceram da conveniência em se organizarem, para melhor exploração da qualidade dos cafés ali produzidos. Além da ACARPA, duas associações de cafeicultores já existiam previamente, as de Araguari (1986) e de São Gotardo (1989), tendo sido criadas as de Araxá (1991), Carmo do Paranaíba (1991), Coromandel (1992), Monte Carmelo (1992), Campos Altos (1993) e Paracatu (1997), especialmente para viabilizar a criação de uma entidade que agregasse toda a região em uma única voz de representação.

Em encontro dos dirigentes das 7 associações então existentes, realizado em julho de 1992, surgiu a decisão que culminou na criação, em outubro de 1992, do Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado, o CACCER. (SAES e JAYO, 1997).

Nos estatutos sociais, o CACCER está definido como uma entidade sem fins lucrativos, constituída de Associações e Cooperativas de Cafeicultores. Os objetivos da entidade foram direcionados a três áreas de ação: a) gerir o marketing do café do cerrado; b) funcionar como um canal político de representação; e c) prestar aos associados orientações em todos os aspectos do seu agronegócio. A exemplo do que ocorre nas associações, as funções executivas no conselho são desempenhadas pelo presidente e pelos gerentes contratados, sendo que os diretores eleitos são não remunerados, exercendo função de representação. O Conselho Deliberativo do CACCER é formado pelos presidentes das associações de cafeicultores afiliadas. (CACCER, 1999).

Uma das primeiras e principais ações do CACCER foi o registro da marca *Café do Cerrado*, lançada em julho de 1993 e desde então administrada pela entidade. A estratégia de diferenciação pela marca incluiu ainda a definição de uma escala de padrões de qualidade para o café do cerrado. Não ignorando a classificação por número de defeitos, foi estabelecida uma escala que levava em conta também outros atributos como a fava, coloração do grão e altitude da área de produção, classificando o café do cerrado em três padrões denominados Ouro, Prata e Bronze. Tais padrões, basicamente em função de análise granulométrica, dão origem a duas classificações cada, resultando nas seis marcas Ouro I e II, Prata I e II e Bronze

I e II, o que definitivamente transformou o café do cerrado de um produto padronizado em uma especialidade. (SAES e JAYO, 1997; CACCER, 1999).

O objetivo de garantir ao produtor um preço diferencial pelo registro da marca, logrou êxito logo no primeiro ano: em dezembro de 1993, um lote de 1.400 sacas de café com a marca Café do Cerrado foi exportado para a Bélgica, com um prêmio de 8% sobre o preço praticado à época na região. Mas apenas o registro da marca não seria suficiente para impedir ações oportunistas, o que levou o CACCER a mobilizar-se para a obtenção de uma maior garantia institucional, como a criação de um sistema oficial de certificação de origem para o café produzido no cerrado. Destaque-se que o CACCER possui direitos sobre a marca Café do Cerrado no Brasil, Argentina, Estados Unidos e alguns países da Europa. No Japão, a marca foi originalmente registrada por terceiros (SAES e JAYO, 1997), mas hoje, de acordo com informação verbal obtida junto à Superintendência do CACCER, a marca Café do Cerrado no Japão já retornou à propriedade do CACCER, através de doação por um grupo de cafeicultores que adquiriu a empresa japonesa detentora da marca naquele país.

O primeiro passo rumo à certificação de origem foi a assinatura, em junho de 1993, de um protocolo de intenções envolvendo o IMA, a Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais (EPAMIG), a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais (EMATER-MG), a Universidade Federal de Uberlândia (UFU) e o CACCER. Este documento foi o ponto de partida para uma seqüência de ações conjuntas, que culminaram na publicação da já mencionada Portaria 165/95 de 27 de abril de 1995 do IMA, que delimitou oficialmente as 4 regiões produtoras de Minas Gerais, e previa a instituição do Certificado de Origem. Em dezembro de 1996, o Decreto 38.559 do governo de Minas instituiu o regulamento do Certificado de Origem – batizado de CERTICAFÉ – cujo lançamento oficial se deu em junho de 1997. A atuação do CACCER foi fundamental para articular e obter junto ao poder público, mais especificamente junto ao IMA em 1998, o credenciamento como Certificador de Origem e Qualidade de Café para o Café do Cerrado, tornando-se a primeira entidade certificadora oficial de Minas Gerais. O CACCER é também certificador credenciado pela OIC para o Certificado de Origem Brasil - Cerrado, sendo a única certificadora do gênero representativa de produtores, já que as entidades congêneres para Certificação Origem-País pela OIC são todas constituídas por exportadores. (CACCER, 1999; CACCER, 2005a; CACCER, 2005b).

Num processo iniciado em janeiro de 1999 e concluído apenas em junho de 2005, o CACCER obteve junto ao INPI o registro de Indicação Geográfica IG990001 (ANEXO A), modalidade Indicação de Procedência, para a Região do Cerrado Mineiro, transformando-a na primeira região produtora de café do Brasil e do mundo a obter este título, concedendo-lhe status semelhante ao das mais famosas regiões produtoras de vinho. A indicação de procedência Região do Cerrado Mineiro foi conseguida de acordo com as normas da Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI) da qual o INPI faz parte, e identifica, no caso, o café que é produzido na região demarcada do Cerrado Mineiro, o qual apresenta características sensoriais específicas, identificáveis e indissociáveis da região. (CACCER, 2005b).

Segundo a legislação brasileira para concessão do registro de Indicação Geográfica-espécie Indicação de Procedência, o uso do registro é restrito aos produtores do local. Já para a obtenção da Denominação de Origem, alguns requisitos de qualidade devem ser atendidos (CAFEPOINT, 2006), conforme destacado pela redação dos artigos 177 e 178 da Lei 9.279/1996, que regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial no Brasil.

A partir de 2003, o CACCER adotou, através de convênio, a metodologia para classificação de cafés especiais da Specialty Coffee Association of América (SCAA), a maior entidade mundial do gênero, para a emissão de laudos de classificação de cafés sob certificação. Tal metodologia é baseada em critérios sensoriais tais como fragrância, aroma, doçura, acidez, corpo, sabor, finalização e outras, que classificam o café numa escala de zero a 100 pontos, enfatizando assim seus atributos de qualidade, em contraposição à Classificação Oficial Brasileira (COB), que classifica o café por seus defeitos (CACCER, 2005a; CACCER, 2005b). Aqui já se identifica o primeiro passo dado pelo CACCER em direção à Denominação de Origem Controlada (DOC), dando provimento a uma padronização para aferição das características físicas e sensoriais do produto, acobertando desta forma os atributos de qualidade anteriormente mencionados como bens de pesquisa e bens de experiência.

Em 2005 o CACCER lançou seu Programa de Certificação do Café do Cerrado, que na realidade abrange dois programas integrados e distintos: a Certificação de Origem e Qualidade, aplicável ao produto, e a Certificação da Propriedade Produtora, tipicamente uma certificação de processo produtivo (CACCER, 2005a).

A Certificação de Origem e Qualidade tem como fundamentos os conceitos associados à Denominação de Origem Controlada: a demarcação oficial da região produtora, a caracterização e identificação sensorial da bebida e a padronização das condições de produção. Os fundamentos mencionados impõem os seguintes requisitos para obtenção do Certificado de Café do Cerrado para um determinado lote de café: a unidade produtora do lote tem que pertencer à região do Cerrado Mineiro, a classificação sensorial da bebida deve atingir no mínimo 75 pontos segundo a norma SCAA, e, finalmente, a unidade produtora tem que possuir a Certificação de Propriedade Produtora. (CACER, 2005a).

A Certificação da Propriedade Produtora surge para completar os requisitos necessários para que o CACER possa pleitear a DOC, uma vez que a certificação do processo produtivo, segundo o modelo de cafés sustentáveis, propicia o acobertamento daqueles atributos de qualidade anteriormente definidos como bens de crença, tais como saúde alimentar e compatibilidade de aspectos de produção referentes a boas práticas agrícolas com vistas à preservação ambiental, e o interesse na saúde e desenvolvimento social da mão de obra de produção.

De acordo com a documentação fornecida pelo CACER (2005a, 2006), a Certificação de Propriedade Produtora abrange aspectos agrônômicos, sociais e ambientais, sob os preceitos de produção responsável e sustentável. O Código de Conduta do programa Café do Cerrado (ANEXO B) é um guia para o cultivo de café, que tem como referência as Boas Práticas Agrícolas (*GAP – Good Agricultural Practices*) definidas pelo protocolo EurepGap e pelo código de conduta da fundação Utz Kapeh. A principal característica da Certificação do Café do Cerrado é o modelo de inclusão idealizado, pelo qual as propriedades são classificadas em até quatro níveis, denominados *estrelas*, permitindo a adesão dos produtores ao programa, independentemente de sua classificação quanto ao tamanho da propriedade ou estrutura administrativa. A cada etapa, corresponde um nível de dificuldade crescente, e esta gradualização permite ao produtor primeiramente obter familiaridade com o processo de certificação, para em seguida estimulá-lo ao aperfeiçoamento do seu trabalho.

O Código de Conduta para a propriedade produtora de Café do Cerrado, é um conjunto de normas que estabelece a padronização do processo de produção do café, descrevendo os requisitos de natureza social, ambiental e de boas práticas agrícolas, aos quais a unidade produtora tem que provar conformidade em suas operações. Quando da realização de auditorias externas, normalmente para implantação do sistema de controle, ou de auditorias

internas e externas, necessárias à manutenção do sistema de controle objetivando a busca de melhoria contínua, comum aos sistemas de controle da qualidade, os itens do Código de Conduta constituem a lista de verificação dos pontos de controle, para fins de aferição de conformidade das operações da unidade produtiva. (CAC CER, 2005a; ANEXO B).

O Código de Conduta versão 2006 da Utz Kapeh Foundation (UTZ KAPEH, 2006c, p.4), auto-intitulado o principal programa de certificação de café responsável, possui 204 pontos de controle, segmentados em três níveis: 71 itens vermelhos, 98 itens amarelos e 35 itens verdes, totalizando 204 pontos de verificação. Para ser considerado aprovado, o produtor precisa comprovar 100% de conformidade nos itens vermelhos e 95% de conformidade nos itens amarelos, o que totaliza 165 itens indispensáveis. No caso do Programa de Certificação do Café do Cerrado, a segmentação do Código de Conduta em etapas impõe normas cumulativas para cada nível, de forma que para obtenção do nível 1 estrela o produtor deve provar conformidade para 19 itens, para o nível 2 estrelas são 49 itens adicionais, totalizando 68 itens, para o nível 3 estrelas são 70 itens adicionais, totalizando 138 itens, e para a maior graduação 4 estrelas, 59 itens adicionais são verificados, totalizando assim 197 pontos de controle nesta última etapa, tornando-a equivalente às normas EurepGap e Utz Kapeh. (CAC CER, 2005a).

Outra característica do programa de certificação do CAC CER, não usual em programas congêneres, diz respeito à denominação Certificações Complementares:

O Programa de Certificação do CAFÉ DO CERRADO é flexível a ponto de acomodar outras certificações, denominadas Certificações Complementares. Estas certificações são aquelas que os produtores podem pleitear individualmente, passando pelos competentes procedimentos de certificação em vista de oportunidades de negócios em mercados específicos.

O CAC CER estimula os produtores do Cerrado Mineiro a participarem de um ou mais sistemas de certificações complementares, como forma de aperfeiçoamento empresarial. (CAC CER, 2005a, p.13)

Entre as certificações complementares recomendadas pelo CAC CER, são mencionadas explicitamente: Café Orgânico, Rain Forest, Utz Kapeh, Fair Trade, EurepGap e ISO 14.001.

Objetivando motivar os produtores com vistas à adesão ao seu Programa de Certificação do Café do Cerrado, o CAC CER promoveu inúmeros encontros com cafeicultores, basicamente em todas as associações de produtores de sua área de atuação. De acordo com informações verbais colhidas junto à superintendência do CAC CER, esta

campanha procurou levar aos produtores, os dois benefícios que o CACCER entende como auferíveis pelas propriedades certificadas: o primeiro, foi a visão da certificação como uma ferramenta de gestão, pois na medida em que obriga o produtor a se organizar e a documentar todos os eventos relativos ao controle de todas as práticas agrícolas, ambientais e sociais, contribui para uma melhor organização da propriedade como um todo. O segundo, teve a função de preparar o produtor para o mercado, com base na hipótese de que futuramente a certificação de café vai virar *commodity*, relegando ao mercado secundário quem não for certificado. Observe-se que na campanha de divulgação da certificação promovida pelo CACCER, não houve menção a benefícios de natureza econômico-financeira.

O lançamento do Programa de Certificação do Café do Cerrado, agora nitidamente uma estratégia de diferenciação vertical na definição de Farina (2003, p.19), complementa todos os requisitos teóricos que permitem conferir ao CACCER, de maneira definitiva e formal, o papel de organismo coordenador do subsistema Café do Cerrado.

Exercendo sua função de coordenação, em janeiro de 2007 o CACCER já havia emitido as especificações, e aguardava o desenvolvimento do software de controle de emissão e registro de certificados para todos os lotes de café mantidos nos armazéns credenciados pela entidade como pertencentes à cadeia de custódia do Café do Cerrado. Quanto aos custos gerados pela necessidade de coordenação do assim definido subsistema Café do Cerrado, em 2006 ficou acertado entre CACCER e os armazéns credenciados, uma contribuição de 15 centavos de real por saca de café certificado comercializada, para formação do fundo de manutenção da entidade, o qual cobre apenas parcialmente os custos operacionais, como destacou o superintendente do CACCER. O complemento necessário à cobertura integral dos custos, é obtido através de parcerias com entidades como SEBRAE e fornecedores de insumos, em eventos e outras atividades desenvolvidas pelo CACCER.

Na primeira seção deste capítulo, foram introduzidos conceitos e indicadores do agronegócio café, objetivando enfatizar a importância econômica e social da cultura nos cenários internacional, nacional, estadual e regional. A crise internacional de preços vivida pelo setor cafeeiro foi abordada, tanto no tocante a causas quanto às suas danosas consequências econômicas, sociais e ambientais. A revisão do problema e possíveis soluções, à luz dos estudos efetuados por organizações não governamentais ligadas ao setor, permitiu chegar ao tema principal do estudo, a certificação do café.

A abordagem da estratégia de certificação, exigiu uma prévia revisão dos conceitos e definições que cercam o tema, com vistas à sua contextualização dentro do agronegócio. Para tanto, a segunda seção deste capítulo abordou os sistemas agroindustriais, mostrando seus agentes e inter-relações e introduzindo conceitos oriundos da Nova Economia Institucional e da visão integrada do SAG. Do estudo dos ambientes institucional e organizacional, surgiram os conceitos de transação e suas características, a frequência, a incerteza e a especificidade de ativos, bem como a definição de custos de transação, e dos pressupostos comportamentais dos agentes do SAG, o oportunismo e a racionalidade limitada. Estes elementos foram fundamentais para o entendimento das estruturas de governança criadas para gestão das transações, dado que a certificação do café é uma estratégia de marketing que demanda por coordenação, em função de envolver ativos específicos, custos de adaptação e de transação, e, devido ao fato de propiciar a possibilidade de renda extra, ensejar o surgimento de ações oportunísticas por parte dos agentes.

A certificação de produtos agrícolas foi tratada na terceira seção do capítulo, onde introdutoriamente foi apresentada a estratégia de diferenciação, com suas definições, benefícios e riscos associados, por ser esta a categoria estratégica onde se enquadra a certificação. A conceituação de diferenciação exigiu por sua vez, a abordagem do papel da padronização, base conceitual da estrutura do mercado de *commodities*, que tradicionalmente rege o comércio do café, e de quem a certificação pretende se diferenciar. Foram introduzidos os conceitos afetos à certificação, seus princípios e objetivos, o que conduziu à abordagem do termo qualidade. A incerteza do consumidor quanto à presença no produto dos atributos desejados, leva à assimetria informacional, cuja supressão é o principal benefício que a certificação se propõe conceder ao consumidor, e simultaneamente explica o surgimento da rastreabilidade e sua necessidade para os programas de certificação, como forma de transmitir segurança ao consumidor quanto à sanidade do alimento.

Finalmente, a última seção apresentou o relato histórico do surgimento e das principais ações estratégicas empreendidas pelo CACCER, mostrando que a intenção primeira desde sua criação, foi transformar em vantagem competitiva, através da adoção de uma estratégia de diferenciação por qualidade e origem, as vantagens comparativas concedidas pelos atributos naturais da região, objetivo em cuja direção o Programa de Certificação do Café do Cerrado representa importante passo.

### **3. METODOLOGIA**

#### **3.1. TIPO DE PESQUISA**

Objetivando captar as percepções dos produtores quanto à Certificação do Café do Cerrado, foi desenvolvida uma pesquisa de campo junto a um grupo de produtores de café certificados pelo CACCER, associados da EXPOCACCER, a Cooperativa de Cafeicultores do Cerrado. De acordo com Vergara (2004, p.47), a pesquisa de campo é a investigação realizada num local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno, ou haja elementos disponíveis para sua explicação, sendo que os dados e informações sobre o fenômeno podem ser obtidos através de entrevistas, formulários, questionários e outras técnicas de aquisição direta de dados. A aquisição direta dos dados junto aos produtores é imprescindível no caso da presente pesquisa, em que o principal objetivo é o de descobrir as percepções dos produtores a respeito do processo de certificação do café.

Outra característica da metodologia empregada, diz respeito à ocasionalidade da pesquisa, representada por um corte transversal no processo evolutivo do fenômeno em estudo, pois foi utilizada uma amostra da população de interesse num determinado instante do tempo, mais precisamente em janeiro de 2007, sem qualquer pretensão de análise quanto à evolução do fenômeno.

Quanto à abordagem, a presente pesquisa é classificada como qualitativa. Segundo Collis e Hussey (2005, p.26), o método qualitativo é mais subjetivo e envolve examinar e refletir as percepções para obter um entendimento das atividades sociais e humanas. Na tentativa de verificar as percepções dos produtores certificados a respeito da estratégia de diferenciação certificação, verifica-se a impossibilidade de mensuração destas variáveis, havendo que se recorrer ao exame das percepções dos produtores, ou ainda à indagação direta sobre suas opiniões. Conforme Hair et al. (2005, p152), a abordagem qualitativa é usada tipicamente no estado exploratório do processo de pesquisa, tendo como objetivo identificar e/ou refinar problemas de pesquisa que podem ajudar a formular e testar estruturas conceituais.

Para Vergara (2004, p.46), embora haja várias taxionomias para tipos de pesquisa, apenas dois critérios básicos são apontados: quanto aos fins e quanto aos meios. Quanto aos

meios de investigação, trata-se de uma pesquisa de campo, conforme anteriormente mencionado. Quanto aos fins, a pesquisa é classificada como exploratória. Há que se reconhecer que a investigação pretendida é de caráter eminentemente exploratório, em razão do pouco conhecimento acumulado e sistematizado (VERGARA, 2004, p.47) sobre as percepções que os produtores têm do processo de certificação do café. O assunto é recente e é flagrante o desencontro de informações relativas aos resultados alcançados.

### 3.2. UNIDADE DE ANÁLISE

Fonseca e Martins (1996, p.111), definem população como um conjunto de indivíduos ou objetos que apresentam pelo menos uma característica em comum. A população em estudo é composta por produtores certificados pelo CACCER e associados da Cooperativa de Cafeicultores do Cerrado Ltda. (EXPOCACCER). A escolha de membros de tal cooperativa como objeto do estudo, se deve à sua própria razão de ser: cooperativa de comercialização, com ênfase na exportação de café. Na qualidade de entidade que congrega produtores, a cooperativa tem maior acesso aos mercados compradores de cafés certificados do que os produtores de forma isolada, e o acesso aos mercados específicos é de fundamental importância para que o produtor tenha a chance de usufruir dos bônus pagos a título de incentivo pela adesão ao programa de qualidade. Quando o produtor não tem acesso ao mercado específico, sua produção é comercializada como simples *commodity*, e conforme já estabelecido por Saes (2004, p.4), este é o pior cenário para o produtor, pois o selo de certificação, considerado no caso um ativo específico, perde seu valor ao ser utilizado fora da transação específica para a qual foi criado, gerando assim custos irrecuperáveis (FARINA, 2005, p.48).

Na definição de Collis e Hussey (2005, p.62), uma amostra é um subgrupo de uma população e deve representar o principal interesse do estudo, enquanto população é qualquer grupo definido de pessoas ou itens que estará sob consideração. Fonseca e Martins (1996, p183) estabelecem que quando há uma escolha deliberada dos elementos componentes da amostra, incorre-se em métodos não probabilísticos para composição de amostras. Acrescentam os autores, que quando o investigador se dirige intencionalmente a grupos de elementos dos quais deseja saber sua opinião, a tal método se classifica como amostragem intencional. Ainda a esse respeito, Barbetta (2005, p56) acrescenta que quando a população é pequena, tipicamente em torno de 50 elementos, a utilização de uma amostragem aleatória

pode não ser recomendável, e o uso de uma amostragem por julgamento pode ser uma boa alternativa, não obstante a limitação sobre a generalização dos resultados. Finalmente, Hair et al. (2005, p152) complementam que no caso de pesquisa qualitativa, normalmente são utilizadas pequenas amostras ou estudos de caso. Na amostragem por julgamento ou intencional, o julgamento do pesquisador é usado para selecionar elementos da amostra, e ele o faz por acreditar que os elementos selecionados representam a população alvo, mas não são necessariamente representativos. (Op. cit., p.247).

A unidade de análise da pesquisa foi então definida por um grupo de indivíduos, composto pelos produtores certificados associados da EXPOCACCER, através de amostragem intencional desta população demarcada. Segundo Marconi e Lakatos (2004, p.274) “O Estudo de Caso refere-se ao levantamento com mais profundidade de determinado caso ou grupo humano sob todos os seus aspectos”. Acrescentam as autoras que o método é limitado, pois ao se restringir ao caso que estuda não pode ser generalizado. Em contrapartida, é o método que reúne o maior número de informações e de detalhes, com o objetivo de apreender uma determinada situação e descrever a complexidade de um fato. Fica claro assim que a técnica escolhida privilegia profundidade em detrimento da amplitude.

A intencionalidade na seleção da amostra utilizou como critério a antiguidade do produtor, em termos de operação dentro do novo processo. Considerando o ciclo anual da cultura do café, tornou-se imperativo então delimitar a população como sendo constituída pelos produtores certificados até dezembro de 2005, de forma que tais produtores pudessem contar, até a data da entrevista originalmente prevista para janeiro de 2007, com no mínimo um ciclo completo sob o novo regime operacional, tempo considerado como mínimo necessário para que o produtor possa perceber eventuais benefícios e dificuldades originadas das novas condutas impostas pelo processo de certificação.

De posse dos registros oficiais das certificações do CACCER, observou-se que durante o ano de 2005, o CACCER emitiu exatos 10 certificados para 10 propriedades diferentes. A crítica destes 10 registros feita pelo pesquisador, resultou na exclusão de 2 registros pelos seguintes motivos: o primeiro registro que foi descartado havia sido emitido para pessoa jurídica, não tendo sido possível caracterizar concretamente um produtor proprietário; o segundo registro que foi descartado estava com seu prazo de validade vencido em setembro de 2006, indicando com clareza a desistência do produtor em período anterior àquela data, e certamente antes de concluído um ciclo produtivo completo da cultura.

Após a crítica dos registros feita pelo pesquisador, restaram assim 8 registros para compor a população de interesse. Ocorre que os 10 primeiros registros foram emitidos basicamente para apenas uma propriedade cada, algumas das quais pertencentes a grupos familiares proprietários de mais de uma fazenda certificada na mesma época. Assim, os 8 registros elencados pertenciam na verdade a apenas 5 proprietários ou grupos familiares diferentes, sendo 3 deles possuidores de 2 propriedades certificadas cada, enquanto dois deles possuíam apenas uma única propriedade originalmente certificada em 2005. Desta forma, a população selecionada ficou reduzida a 5 produtores, detentores de 8 dos 10 registros originais.

### **3.3. TÉCNICA E INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS**

Segundo Thiollent (1981, p.32), “[...] questionários e entrevistas são considerados como técnicas de observação direta pelo fato de estabelecerem um contato efetivo com as pessoas implicadas no problema investigado”. Adicionalmente, este mesmo autor afirma que questionários e entrevistas são consideradas técnicas complementares, e distingue questionário de formulário, quando menciona que o primeiro é preenchido pelo respondente e o segundo é aplicado pelo entrevistador. A este propósito, Vergara (2004, p.55) também classifica formulário como um meio-termo entre questionário e entrevista.

Marconi e Lakatos (2004, p.278) afirmam que as entrevistas qualitativas são pouco estruturadas, mas ao mesmo tempo aconselham o uso de um roteiro simples, que guie o entrevistador através dos principais tópicos a serem abordados. Considerando o interesse na apreensão de dados quantitativos auxiliares, caracterizadores do perfil do produtor, e as generalidades inerentes ao questionamento principal da pesquisa – percepções-, o instrumento de coleta de dados a ser utilizado será a entrevista semi-estruturada, com uma seção específica para informações sobre o perfil do produtor, contendo perguntas fechadas, e outra seção com perguntas eminentemente abertas, para o levantamento de suas percepções quanto à estratégia de diferenciação certificação. De acordo com Marconi e Lakatos (2004, p.279), a entrevista semi-estruturada se caracteriza pela liberdade outorgada ao pesquisador, para desenvolver cada situação na direção que julgar mais adequada, permitindo a exploração mais ampla da questão. Considerando ainda a pretensão de fazer uso de uma lista de tópicos relativos ao assunto, a entrevista realizada pode ser também qualificada como entrevista focalizada, segundo classificação de Ander-Egg (1978, apud Marconi e Lakatos, 2004, p.279). O

Apêndice A - Roteiro de Entrevista mostra a forma adotada para o formulário utilizado nas entrevistas, o qual contempla nitidamente as duas seções previamente mencionadas: uma seção com perguntas fechadas para levantamento de perfil e outra seção com um roteiro para encaminhamento dos principais tópicos cujas percepções dos entrevistados se deseja levantar.

A respeito de vantagens e limitações do instrumento entrevista, Marconi e Lakatos (2004, p.280) mencionam como vantagens: capacidade de poder ser utilizada com todos os segmentos da população; maior flexibilidade para avaliar atitudes e comportamentos, e a possibilidade de coleta de dados importantes que não se encontram em fontes documentais; como limitações, as autoras destacam: possibilidade de falsa interpretação em função da dificuldade de expressão, comunicação ou interpretação dos significados; possibilidade do entrevistador sofrer influência do questionado; longa duração, e alto custo.

Todas as entrevistas foram feitas e gravadas pelo próprio pesquisador, bem como a transcrição, digitação e processamento dos dados levantados. No início da execução da entrevista, foi esclarecido ao produtor entrevistado os objetivos da pesquisa, e apresentada promessa formal de que todos os dados obtidos seriam tratados com a adequada confidencialidade, enfatizando que dados individuais, sobretudo os característicos do perfil do produtor, seriam juntados aos de outros entrevistados para levantamento de perfil do grupo, e não seriam jamais utilizados de forma isolada, já que nesta forma não teriam utilidade para a pesquisa. Adicionalmente, foi também o entrevistado informado de que se procurou captar as expectativas, motivações e percepções do produtor sobre o processo de certificação, e que portanto não existiam respostas certas ou erradas (MATTAR, 2006, p.8-9).

Foi realizada também uma entrevista com um dirigente executivo do CACCER, objetivando obtenção de informações pertinentes tais como as intenções da entidade ao lançar o programa de certificação do Café do Cerrado, as ações desenvolvidas junto aos produtores visando seu engajamento no programa, bem como pesquisa documental junto à entidade, principalmente do Código de Conduta e outros documentos que pudessem apresentar informações consideradas relevantes para o completo entendimento do processo.

### **3.4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS**

A análise e a interpretação dos dados obtidos da pesquisa foram feitas mediante análise de conteúdo das respostas fornecidas pelos produtores durante as entrevistas. Os dados

foram tratados de forma qualitativa, através da sua codificação e apresentação de forma mais estruturada, conforme preceitua Vergara (2004, p.59). É por meio da análise sistemática e da observação, que o pesquisador identifica o conteúdo e as características de informações presentes no texto, podendo o resultado final ser utilizado para quantificar os dados qualitativos (HAIR et al., 2005, p.154).

Ao classificar as categorias que refletem as características mais frequentemente imputadas pelos produtores ao processo de certificação, o pesquisador procurou identificar e alinhar as características percebidas pelos produtores, com os conceitos teóricos do referencial utilizado e com os princípios seguidos pela sua entidade de classe no lançamento de seu programa de certificação.

## 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em conformidade com o planejamento original, a coleta de dados ocorreu efetivamente em janeiro de 2007. Da população intencionalmente demarcada de 8 registros de propriedade, pertencentes a 5 grupos produtores, foram entrevistados 4 produtores, detentores de 7 dos 8 registros emitidos em 2005, que constituíam a população de interesse.

A apresentação e discussão dos resultados foram desenvolvidas em duas seções, definidas a partir do Apêndice A – Roteiro de Entrevista, seguindo-se a ordem de aquisição de dados: primeiramente o perfil dos entrevistados e posteriormente suas percepções sobre o processo de certificação.

### 4.1. PERFIL DOS PRODUTORES

Na apresentação dos traços característicos dos produtores entrevistados, objetivando estabelecer um ordenamento dos elementos que favorecessem tanto a apresentação quanto, e principalmente, a discussão e análise subseqüentes, julgou-se apropriado segregar os traços característicos dos produtores entrevistados em duas categorias: a das características particulares, ligadas mais à pessoa do entrevistado, e a das características profissionais, estas ligadas ao desenvolvimento da atividade cafeicultora. Assim, na primeira classe buscou-se alinhar as características que particularizam cada produtor, e que, portanto, os diferenciam fora do contexto de produtor de café certificado, enquanto na segunda classe foram mantidas as características que os tornam similares dentro deste mesmo contexto.

No grupo das características particulares, foram alocadas as características *idade*, *grau de instrução* e *atividades desenvolvidas*. Já no grupo das características profissionais, permanecem as outras características identificadas no roteiro de entrevistas mostrado, representadas basicamente por: *situação de exploração*, *tempo na atividade*, *número de certificações*, *unidades produtoras*, *área de produção*, *produtividade*, *geração de empregos*, *capacidade de armazenamento* e *tipo de pré-processamento*.

Com relação ao grupo de características particulares dos produtores entrevistados, observou-se que:

**Idade:** dois dos quatro produtores (2/4) possuem idade inferior a 40 anos, um produtor (1/4) possui mais de 50 anos, e um produtor (1/4) se encontra na classe intermediária que vai dos 40 aos 50 anos.

**Grau de instrução:** dois dos produtores (2/4) possuem instrução de nível superior completo, um dos produtores (1/4) possui nível superior incompleto, e o outro (1/4) possui grau de instrução de nível médio completo.

**Atividades desenvolvidas:** todos os produtores (4/4) declaram ter na cafeicultura sua principal ocupação. Dois produtores (2/4) se dedicam também a outras duas atividades além da cafeicultura. Destes, ambos (2/2) se dedicam também à suinocultura como segunda atividade, enquanto a terceira atividade a que se dedica um deles (1/2) é a pecuária leiteira, e o outro (1/2) se dedica à agricultura sazonal como terceira atividade, destacando-se que esta última não é desenvolvida apenas como suporte às outras atividades, embora também produza ingredientes normalmente destinados à nutrição animal.

Quanto ao conjunto de traços característicos dos produtores que se denominou de características profissionais, foi observado o seguinte:

**Situação de exploração:** todos os produtores entrevistados (4/4) se dedicam à cafeicultura na condição de proprietários das unidades produtoras certificadas.

**Tempo na atividade:** três dos produtores (3/4) atuam na cafeicultura há mais de 15 anos, enquanto apenas um deles (1/4) se enquadra na classe superior a 10 anos, mas ainda inferior a 15 anos.

**Registros CACCER:** três produtores (3/4) possuem 2 registros cada, enquanto um produtor (1/4) possui apenas um registro. Inicialmente, todos os produtores (4/4) obtiveram a certificação CACCER nível quatro estrelas.

**Outras certificações:** todos os produtores (4/4) possuíam inicialmente, pelo menos duas certificações: CACCER e Utz Kapeh. Três produtores (3/4) possuem três certificações diferentes: um deles (1/3) possui a certificação Rain Forest, em adição às certificações CACCER e Utz Kapeh, e os outros dois produtores (2/3) possuem adicionalmente a certificação Starbucks.

**Unidades produtoras:** todos os produtores (4/4) declaram possuir duas unidades produtoras (fazendas) certificadas pelo CACCER, sendo que um produtor (1/4) possui um único registro para o que ele considera duas fazendas, enquanto os outros três produtores (3/4) possuem dois registros para duas propriedades cada.

**Área de produção:** o menor produtor possui área certificada em torno de 170 hectares, enquanto o maior produtor possui área certificada de cerca de 800 hectares. Os produtores entrevistados são responsáveis em conjunto, pela produção de café certificado numa área pouco superior a 1.500 hectares.

**Produtividade e produção:** a produtividade declarada pelos produtores como média bianual, reside no intervalo de 30 a 40 sacas de café beneficiado por hectare. A menor produtividade bianual é de 30 sacas e a maior é de 40 sacas beneficiadas por hectare, sendo de 33 sacas por hectare a produtividade média bianual. Os índices de produtividade declarados permitem classificar os produtores pela estimativa de produção anual: a menor produção é de cerca de 5.200 sacas, enquanto a maior produção é de cerca de 24.000 sacas de café anuais. Em conjunto, os produtores entrevistados são responsáveis pela produção média bianual de cerca de 50.400 sacas de café beneficiado.

**Geração de empregos fixos:** o menor empregador gera 4 empregos fixos, enquanto o maior empregador gera 25 empregos fixos em suas fazendas, sendo de 66 vagas a capacidade conjunta de geração de empregos fixos. Não se identifica qualquer tipo de correlação entre o número de empregos fixos gerados e a área de produção, ou mesmo entre o número de empregos fixos gerados e o total da produção anual de café. Tampouco se identifica correlação entre o número de empregos fixos gerados e o número de atividades desenvolvidas pelos produtores em suas propriedades, conforme pode atestar o fato de que os dois produtores (2/4) que se dedicam exclusivamente à cafeicultura ocupam neste quesito as duas posições intermediárias.

**Capacidade de armazenamento:** todos os produtores (4/4) possuem em suas unidades produtoras, uma pequena capacidade de armazenamento de sacas de café beneficiadas, o suficiente apenas para dar suporte à produção de poucos dias, a que os produtores costumam se referir como “capacidade pulmão”. Após o pré-processamento desenvolvido nas propriedades, todos os produtores entrevistados enviam a totalidade de sua produção para os armazéns da EXPOCACCER em Patrocínio.

**Tipo de pré-processamento:** neste quesito se buscou averiguar o nível de tecnificação dos produtores, mais especificamente no que concerne à preocupação com a qualidade sensorial da bebida produzida, tendo em vista o enorme risco potencial de perda da qualidade intrínseca do café, que caracteriza os processos de finalização de sua produção: colheita e preparação para armazenagem. Tanto antes quanto após a implantação do processo de certificação, todos os produtores entrevistados (4/4) adotavam e continuam adotando o processamento semi-seco, conforme definido por Pino e Vegro (2005, p.103), característico da produção do café “cereja descascado”, popularmente referido como “CD”.

O Quadro 1 apresenta o resumo do perfil dos produtores entrevistados.

Quadro 1 – Resumo dos traços característicos do Perfil dos Produtores entrevistados.

<b>Característica</b>	<b>Resultado</b>
Idade	(2/4) inferior a 40 anos (1/4) entre 40 e 50 anos (1/4) superior a 50 anos
Grau de Instrução	(2/4) superior completo (1/4) superior incompleto (1/4) médio completo
Atividades	(2/4) apenas cafeicultura (1/4) cafeicultura, suinocultura e pecuária leiteira (1/4) cafeicultura, suinocultura e agricultura sazonal
Situação de exploração	(4/4) proprietários
Tempo na atividade	(3/4) superior a 15 anos (1/4) entre 10 e 15 anos
Registros CACCER (nº)	(3/4) dois registros (inicialmente 4 estrelas) (1/4) um registro (inicialmente 4 estrelas)
Outras certificações	(1/4) Utz Kapeh e CACCER (1/4) Utz Kapeh, CACCER e Rain Forest (2/4) Utz Kapeh, CACCER e Starbucks
Unidades produtoras	(3/4) duas fazendas (1/4) uma fazenda
Área de produção	(1/4) Menor: 170 hectares (1/4) Maior: 800 hectares (4/4) Conjunta: 1.500 hectares
Produtividade média bianual	(2/4) Menor: 30 sacas/ha (1/4) Maior: 40 sacas/ha (4/4) Média: 33 sacas/ha
Produção média bianual	(1/4) Menor: 5.200 sacas/ano (1/4) Maior: 24.000 sacas/ano (4/4) Conjunta: 50.400 sacas/ano
Geração de empregos fixos	(1/4) Menor: 4 empregos (1/4) Maior: 25 empregos (4/4) Conjunta: 66 empregos
Capacidade de armazenamento	(4/4) Capacidade pulmão
Tipo de pré-processamento	(4/4) Semi-seco

Fonte: Dados da Pesquisa

## 4.2. PERCEPÇÕES DOS PRODUTORES

Uma observação pertinente quanto aos dados apresentados neste tópico, diz respeito à natureza eminentemente exploratória do presente estudo. Conforme já mencionado na seção metodologia, o assunto é recente e é flagrante a falta de conhecimento acumulado e sistematizado sobre as percepções que os produtores têm do processo de certificação do café.

A própria amplitude da população demarcada como de interesse para a pesquisa, corrobora o argumento de que não há elementos suficientes para sustentar uma tentativa de generalização de eventuais resultados que venham a ser obtidos. Colaborando para mesmo assim validar o estudo de situações semelhantes, Hair et al. (2005, p.152) esclarecem que o estudo exploratório se presta a identificar e/ou refinar problemas de pesquisa, que podem ajudar a formular e testar estruturas conceituais. Acatando os autores supramencionados, além da consecução do objetivo principal do trabalho, que é a identificação dos resultados percebidos pelos produtores certificados, buscou-se também apontar outras variáveis que, na opinião dos entrevistados, intervêm significativamente no processo de certificação do café. Por esta razão, dos pronunciamentos dos entrevistados serão retiradas e apresentadas todas as contribuições consideradas relevantes, sem a preocupação quanto à concordância dos outros entrevistados, mas privilegiando ainda o interesse coletivo, o que em outras palavras, significa a exclusão de circunstâncias e casos estritamente particulares.

Ainda com relação à captação das percepções dos produtores, cabe notar que no roteiro de entrevista utilizado e mostrado no Apêndice A, a abordagem dos tópicos correspondentes foi intencionalmente preparada, seguindo um ordenamento cronológico dos fatos ligados à certificação da unidade produtora. Tal ordenamento teve por objetivo, facilitar aos entrevistados a recuperação histórica dos fatos, e por esta razão, a apresentação dos resultados neste relato, além de seguir também a ordem de obtenção dos dados, procurou valer-se de recursos gráficos como grafia em itálico, para destacar os elementos centrais contidos nos diversos tópicos abordados.

O primeiro elemento investigado nas entrevistas diz respeito à forma e ocasião em que os produtores tiveram o *primeiro contato* com o tema certificação de café. Por caminhos diferentes ou comuns, em 2004 todos os entrevistados já exportavam café diretamente para o Japão, sendo que alguns produtores exportavam diretamente até para outros países da Europa. Naquela época, foi veiculado no meio produtor de cafés especiais, que a partir de 2005, todo o

café importado pelo Japão, teria que ter rastreabilidade. Embora para alguns produtores, o contato com processos de certificação possa ter ocorrido anteriormente àquela época, é unânime entre eles que o ano de 2004 marca o real interesse e a busca dos produtores pelo selo de certificação para seus produtos. A propósito das exportações para o Japão e da época do surgimento da certificação, observe-se: “A questão da certificação começou acho que em 2004 [...] que eles começaram a querer um tipo de certificação para nosso café.”, ou “Surgiu dentro do grupo que a gente tem [...] que é um grupo que exporta para o Japão. [...] Foi em meados de 2004.”, e também “Próximo de 2004, que a gente começou, visitou algumas fazendas já certificadas...”. Saliente-se que todos os produtores entrevistados se iniciaram no processo de certificação através do selo Utz Kapeh e não do CACCER, e que, portanto, estes produtores não vieram a conhecer o processo de certificação em decorrência das ações divulgadoras do CACCER.

Quanto aos principais *motivos para adesão* a programas de certificação e *expectativas de benefícios* decorrentes, observou-se que basicamente duas expectativas, manifestadas com igual intensidade, dominaram a motivação dos produtores entrevistados para adesão a programas de certificação. A primeira motivação está relacionada à expectativa cultivada pelos produtores entrevistados, de *manutenção* e até *aumento da demanda* por cafés especiais, segmento de mercado em que todos os produtores se declaram inseridos. A preocupação dos produtores quanto ao mercado para seus produtos e ao atendimento às novas exigências do consumidor, sinais evidentes de ações de marketing não características de produtores de *commodities*, ficam patentes em declarações como “[...] aquilo era importante para meus clientes e isto é que me levou a me certificar”, “[...] atender ao meu cliente que estava solicitando este tipo de café [...]”, “[...] a expectativa de que a gente fosse negociar bem mais café [...]”, “[...] a gente já sabia, que se você não tivesse um produto certificado, com normas, garantias de segurança alimentar, você não ia colocar esse produto lá fora” ou “Minha expectativa era [...] uma maior procura pelo meu café.”.

A segunda expectativa está relacionada à esperança de obtenção de *benefícios de natureza econômico-financeira*, decorrentes da possibilidade de auferir o preço prêmio característico de produtos diferenciados. Esta expectativa também fica bastante clara em extratos de pronunciamentos como: “Uma das principais motivações sempre é a econômica, expectativa de melhores vendas.”, “Então você espera que tenha essa possibilidade e, lógico, espera melhores preços, melhores condições de comercialização.”, “Minha expectativa era ganhar prêmios remuneratórios...”, “[...] ninguém faz isso aí para... nós não estamos na

atividade para brincadeira, estamos aí é para ganhar dinheiro.”, “[...] a gente almejava um diferencial melhor [...] tentar melhorar o meu preço total.”, e “[...] vender o produto com um diferencial melhor, pegar uma margem melhor.”.

Na abordagem das *dificuldades para implantação e manutenção* de programas de certificação, observou-se que para os produtores, o conceito de dificuldade para adesão a programas de certificação, está fortemente ligado aos custos demandados pelas exigências do processo. A dificuldade para implantação mais referenciada pelos produtores entrevistados diz respeito à *adequação das instalações físicas* da propriedade para atendimento às normas, principalmente no tocante às instalações para armazenamento e manejo de defensivos, às instalações para alojamento e vestiários de trabalhadores, e às instalações para tratamento de dejetos, tais como os efluentes da limpeza e manutenção de máquinas. Destaque-se especificamente: “A principal dificuldade foi a adequação da fazenda às normas, normas de manejo de defensivos agrícolas.”, “Tive que fazer algumas modificações, tirar almoxarifado de lugar e fazer em outro.”, “[...] como o cômodo de defensivos que a gente fez isolado...”, “Toda essa questão do tratamento de dejetos e tudo o mais, a questão da separação do óleo...”, “[...] a maior parte foi para a adaptação de alojamentos.” e “Também acho que a questão dos vestiários...”.

Uma segunda dificuldade de implantação muito referenciada trata da necessidade de mudança na cultura de documentação da organização, mais especificamente da *manutenção de registros documentais* para todos os eventos associados à atividade produtiva nas fazendas, uma vez que a certificação normalmente demanda mais evidências documentais de controle do que, mesmo os produtores mais bem organizados, sentem necessidade ou consideram úteis. Na verdade, observou-se que todos os produtores entrevistados já estavam familiarizados com a cultura de apontamentos das atividades produtivas, em que normalmente são registrados os fatos ocorridos. Mas o que diferencia a documentação exigida na certificação, é que esta vem antes da ação, registrando e comprovando primeiramente a necessidade da intervenção, e não apenas sua ocorrência com detalhes de execução. Observe-se: “Acho que no início, a maior dificuldade que você tem, é colocar na tua cabeça e na cabeça de teus funcionários, o modelo da certificação.”, “Mas a maior dificuldade nossa foi o preenchimento da papelada.” e ainda “Você tem que fazer do jeito deles.”.

Outra dificuldade de implantação também atrelada aos custos extras que acaba gerando, é a exigência de *treinamento aos operadores*, devidamente documentada por

certificados, em que o produtor normalmente tem que recorrer a empresas especializadas, pagando pelo serviço quando encontra o treinamento desejado, uma vez que a agenda do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR), instituição paraestatal mantida pela própria classe patronal rural, costumeiramente se encontra tomada por seis ou mais meses de antecedência. Os fragmentos de depoimentos a seguir comprovam esta dificuldade: “Agora nós tivemos alguns obstáculos como cursos, porque não havia disponibilidade de cursos.”, “Uma dificuldade que nós tivemos no início foi os cursos do SENAR.”, “Para marcar um curso do SENAR eu gastei 6 meses para agendar.”, “Então não dá para você contratar um tratorista e esperar o curso do SENAR para capacitá-lo.”, e “Tenho que fazer o treinamento de pessoas com empresas especializadas, que cobram por isso.”.

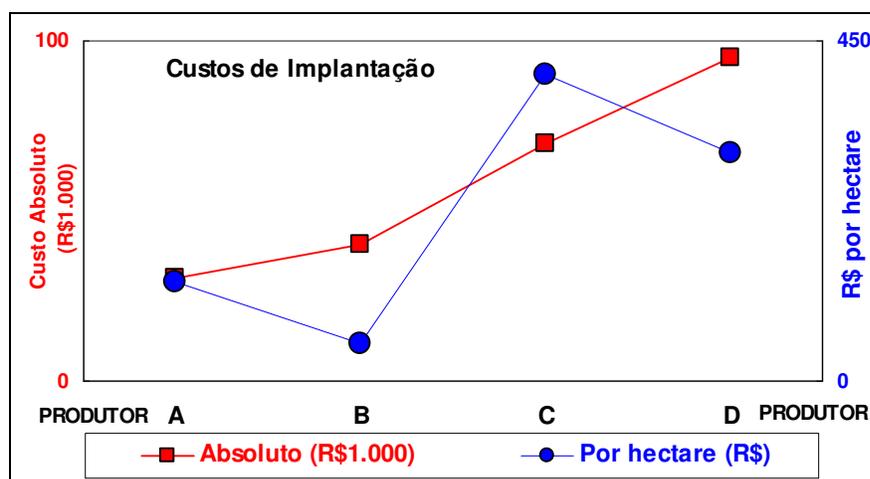
As *dificuldades* que os produtores alegam sentir na *manutenção* ou *permanência no programa*, também estão muito mais fortemente associadas aos custos decorrentes das exigências do processo, do que propriamente a dificuldades operacionais, sendo mais adequadamente tratadas na abordagem das críticas dos produtores relativas à certificação, mesmo porque algumas destas dificuldades ou críticas são específicas às certificações de mais alto nível, como a certificação Utz Kapeh e a de nível 4 estrelas do CACCER.

Relativamente à identificação dos tipos de *custos de implantação* e de *manutenção* associados a programas de certificação, constatou-se que, indiscutivelmente, o tipo de custo de implantação mais mencionado por todos os produtores é aquele decorrente das necessárias *adequações das instalações*, seja para atendimento às normas de manejo de defensivos e fertilizantes, ou para tratamento de dejetos e efluentes, e até para segurança e bem estar dos trabalhadores, como no caso de placas sinalizadoras e dos alojamentos nas fazendas para quem os possui. A adequação das instalações foi, portanto, a atividade mais mencionada pelos produtores, tanto na abordagem das dificuldades quanto na identificação dos tipos de custos para a implantação, conforme se pode perceber nos depoimentos: “A parte que eu gastei mais foi a construtiva, a parte de adequação das instalações.”, “Então, por exemplo, a casa de defensivos, que é a parte que a gente gasta mais...”, “Eu não esperava que fosse necessário tanto investimento, quanto como aconteceu para enquadramento nas normas. [...] Na realidade, construção não fiz nenhuma, eu fiz adequação.”, “Mas a pessoa tem que pensar, é um custo aí acima de 100 mil para colocar a coisa em ordem [...] dependendo da estrutura que ela tem.”.

Também foi mencionado como pertencente aos *custos de implantação*, o custo decorrente de *assessoria técnica*, os serviços especializados iniciais, que incluem principalmente os custos de consultoria e de auditoria independente. Observe-se: “Gastei [...] com a certificação [...] entre adequação, a assistência do consultor [...], e incluindo auditorias...”, “[...] auditoria anual, o consultor [...] que você tem que ter.”.

As estimativas feitas pelos produtores sobre os custos incorridos na implantação, variaram de R\$30.000 a R\$95.000, e conforme já mencionado na seção contextualização deste documento (1.1), constata-se que tais custos podem depender não só do porte da propriedade, mas também das particulares condições iniciais das unidades produtoras, principalmente no que diz respeito aos aspectos de natureza social e ambiental. Esta multiplicidade de fatores que afetam os custos de implantação pode ser mais bem avaliada, quando se calcula os custos de implantação do programa relativamente à capacidade produtiva: os produtores experimentaram custo de implantação mínimo de R\$50 e máximo de R\$405 por hectare cultivado com café, o que em termos de produção efetiva, dadas suas semelhanças em nível de produtividade, significa custos variando de R\$1,70 a R\$13,50 por saca de café beneficiado.

As amplitudes de variação dos indicadores mostrados já fornecem uma boa indicação da heterogeneidade dos custos de implantação experimentados pelos produtores, e a Figura 15 a seguir ilustra justamente a dificuldade encontrada na tentativa de se estabelecer um parâmetro padrão para estimativa de tais custos, baseado exclusivamente no porte da propriedade.



Fonte: Dados da pesquisa.

Figura 15 – Custo de Implantação Absoluto e Relativo

A tipificação dos *custos de manutenção* apontados pelos produtores, apresenta como custos específicos do programa de certificação o custo anual de *auditoria* externa e interna e eventualmente de *consultoria* também, o custo das *análises químicas* de águas e fertilizantes, o custo de *controle de roedores* através de empresas especializadas, eventualmente *custos de treinamentos* para o pessoal, e até o custo de *mão de obra específica* (destinada a apontamentos e controles), dependendo do porte da propriedade e também do nível (número de estrelas) da certificação. Atente-se para os depoimentos: “[...] eu tenho que trazer auditores independentes, tenho que continuar o plano de auditorias internas, tenho que ter ações internas de treinamento, análises de água, controle de roedores, que tudo isso é custo.”, “[...] os custos do que você vai fazer, as análises de água que você tem que fazer...”, “[...] tem as pessoas, auditoria anual, o consultor é anual [...] são gastos que você tem...”, “Na verdade, eu melhorei um pouco o salário do meu funcionário, porque aumentou um pouco o serviço dele.”.

No que diz respeito a *custos de manutenção*, não há um perfeito entendimento entre os produtores sobre quais tipos de custos, dentre os acima mencionados, são de consequência exclusiva do processo de certificação, ou seja, quais deles deixariam de existir se o produtor abandonasse o programa. Por esta razão, as estimativas feitas pelos produtores para os custos de manutenção variaram de R\$8.000 a R\$20.000 por ano, o que no caso dos produtores entrevistados acarreta um aumento no custo de produção de seus cafés de no mínimo R\$0,33 até um máximo de R\$3,85 por saca de café beneficiado.

Quanto aos *benefícios* proporcionados pelo programa de certificação, o benefício mais facilmente identificado pelos produtores trata o processo de certificação como uma *ferramenta de gestão*, exatamente o primeiro aspecto abordado pelo CACCER em sua campanha de divulgação do programa de certificação. O minucioso controle documental de todas as atividades desenvolvidas proporciona informações detalhadas sobre o desenvolvimento das atividades de produção, o que acaba por transmitir ao produtor uma maior segurança quanto à minimização de desperdícios, com seus consequentes reflexos nos custos, bem como quanto ao correto enquadramento das atividades agrícolas desenvolvidas nas legislações ambiental e trabalhista. Este benefício está fundamentado em depoimentos como: “[...] o que trouxe de melhor para a nossa atividade foi isso: foi a melhoria da organização da propriedade.”, “Eu já tinha a propriedade organizada, mas ela melhorou sensivelmente com a certificação.”, “...essa questão da organização, e mais o detalhamento em cima da atividade...”, “Serviu como ferramenta de gestão.”, “[...] melhorou bastante a

confiança nos controles da fazenda e apontamentos.”, “[...] uma coisa que eu acho que melhorou bastante com a certificação foi a parte organizacional da fazenda.”.

Os constantes treinamentos de pessoal, a disseminação e uso correto de Equipamentos de Proteção Individual (EPI), e o irrestrito cumprimento à legislação trabalhista, são elencados como aspectos concorrentes para um significativo *aumento no nível de satisfação dos funcionários*. E a esta satisfação com o trabalho, é atribuído maior rendimento, cuja maior eficiência acaba por refletir em menores custos operacionais, conforme afirmam os produtores: “[...] a parte de gestão enxugou, a parte de manutenção de máquinas, por causa dos cursos que foram feitos.”, “Nós tivemos uma economia de mão de obra. O pessoal está trabalhando muito mais satisfeito, está rendendo mais.”, “[...] o pessoal treinado sabe até onde vai para não quebrar... você diminui toda parte de manutenção.”.

Em se tratando de *benefícios de natureza econômico-financeira*, também não se observa consenso entre os produtores entrevistados, sobre o que é possível de se obter, exclusivamente por causa da certificação ou não. Benefícios financeiros foram claramente percebidos e apontados pelos produtores, apenas no caso de vendas de cafés de baixo padrão granulométrico, denominados pelo mercado de *grinders*, mas com selo de certificação Utz Kapeh e não CACCER, conforme se pode observar: “Eu só recebi prêmio, que eu considerei como prêmio, cafés baixos Utz Kapeh, os *grinders*...”, “Acho que o que agrega realmente valor no Utz é o café mais baixo, o quebradinho, que a gente acaba tacando nos *grinders*.”, “Você está conseguindo agregar melhor este café mais baixo.”, “O café fino, acertado, eu não enxergo prêmio. Tem gente enxergando, eu não enxergo.”.

Segundo os produtores, os cafés finos do Cerrado Mineiro, principalmente os cerejas descascados, já possuem um prêmio por sua qualidade superior, independentemente de selos de certificação, o qual pode chegar com facilidade aos R\$15 por saca. Considerando que previamente ao advento do programa de certificação, todos os produtores entrevistados já exportavam café para o Japão com um preço-prêmio, entende-se a frustração atual de alguns deles com eventuais preços-prêmio advindos da certificação, manifestadas por expressões como “... então vão me dar outros R\$15? Na minha cabeça era isso...” ou “...a expectativa nossa era maior...Eu consegui a metade do que a gente estava esperando.”.

Por outro lado, ainda que sem o esperado prêmio adicional, as exportações destes produtores para o Japão continuam a acontecer, já no novo ambiente de exigência daquele

país e, conforme se pode perceber, por conta da certificação CACCER: “Para o Japão, através do CACCER, eles estão satisfeitos, mas se tiver Utz também, para eles está bom.”.

Retomando então as motivações e expectativas dos produtores na adesão aos programas de certificação, observa-se que quanto à expectativa de retorno financeiro, os indícios são de que a Certificação CACCER não correspondeu ao que os produtores esperavam. Por outro lado, no que diz respeito à preocupação dos produtores quanto à manutenção e até surgimento de novos mercados para cafés especiais, os indícios são favoráveis ao cumprimento pela Certificação CACCER desta expectativa dos produtores, tendo em vista a manutenção de suas exportações para o Japão. Reforça este argumento, o fato de um dos produtores não ter procedido em 2006 à re-certificação Utz Kapeh, a reavaliação anual de conformidade comumente exigida por todos os programas de certificação, confiando somente ao selo Café do Cerrado a manutenção de suas exportações para o Japão.

A questão dominante na abordagem das *expectativas quanto ao futuro* dos programas de certificação do café, diz respeito à possibilidade de “comoditização” da certificação, justamente um dos riscos mencionados por Porter (2004) na adoção da estratégia genérica de diferenciação, em que o valor da vantagem propiciada pela estratégia pode ser volatilizado com a evolução do setor. Neste aspecto, os produtores entrevistados também não apresentam um consenso, havendo quem duvide que a certificação vá se tornar uma *commodity*, e aqueles que acreditam que sim, mas que no entanto, divergem quanto ao prazo em que isto vai acontecer, já que alguns defendem um longo prazo enquanto há quem acredite em prazos médios. A controvérsia é patente: “A certificação vai ser uma obrigação. Ou você tem ou não vai conseguir... Eu acho que nem pro mercado interno não vai ter...”, “Eu não acho que se vá chegar ao ponto em que só se vai comprar café certificado.”, “Eu acho que isso aí vai acabar acontecendo. No final, vão ter poucas diferenças.”, “Eu acho que a certificação pode virar *commodity*, mas não é a curto prazo.”, “Então, acho que não é uma coisa para amanhã, não. Acho que ainda vai demorar.”.

Não obstante a falta de consenso entre os produtores quanto ao futuro da certificação, nota-se entretanto o alinhamento da maioria destes produtores com sua entidade de classe, lembrando que a “comoditização” da certificação é uma das bandeiras levantadas pelo CACCER na campanha de divulgação do seu programa de certificação, onde a falta de

certificação é colocada como futuro elemento de exclusão dos produtores do mercado primário de café.

Na busca de uma *avaliação final* do programa de certificação do Café do Cerrado por parte dos produtores, merece destaque a constatação de que todos os entrevistados promoveram em 2006 suas renovações de registro CACCER, as denominadas re-certificações anuais, e nenhum dos entrevistados manifestou qualquer intenção de abandonar o programa. Pelo contrário, há indícios suficientes para indicar a *satisfação* destes produtores com a certificação do Café do Cerrado, quando se relembra que antes do advento da necessidade de certificação, todos os entrevistados já exportavam seus cafés para o Japão, e que a Certificação CACCER hoje, mesmo em níveis inferiores a quatro estrelas, é suficiente para prover o acobertamento desta exigência do comprador. Reforçando os indícios, há neste sentido manifestações explícitas: “Recomendar é muito pouco... Eu defendo com unhas e dentes, qualquer uma...”, “Mas no total [...] estou super satisfeito...”, “O processo do CACCER é um negócio interessante. Eu acho que a vida inteira eu vou ter que ter a certificação do CACCER.”.

Uma *sugestão* apresentada objetivando a melhoria do processo, advém da avaliação dos produtores de que atualmente, no máximo 30% a 40% da produção anual conseguem atingir a pontuação mínima requerida de 75 pontos na escala SCAA adotada pelo CACCER, e da ausência de provisão de um certificado para os cafés abaixo dos 75 pontos, ainda que num nível inferior, possivelmente destinado ao mercado interno. Explicitamente: “Tem que ter o certificado do CACCER para cafés abaixo de 75 pontos, por que não?”.

Algumas *críticas* formuladas pelos produtores merecem destaque. Mesmo entendendo que, para manter similaridade com programas de certificação internacionais, o CACCER fica obrigado a manter determinadas normas e restrições em seu código de conduta, os produtores questionam a coexistência do Manejo Integrado de Pragas (MIP), tipicamente uma conduta para tratamento corretivo de infestações, com tratamentos preventivos para algumas pragas e doenças, ainda que reconheçam a consistência do menor impacto ambiental causado por essa associação de tratamentos. As evidências: “Um plano de diminuição de defensivos é você só usar defensivo quando necessário... A gente continua fazendo o MIP na fazenda, mas usando preventivos.”, “Por exemplo, fazer o MIP... Aí você tem alguns problemas. Tem alguns produtos que eu tenho que usar preventivo... Se você não fizer preventivo, vai ter que fazer corretivo.”. Mas há o reconhecimento de que, embora merecendo tais críticas, a associação de

tratamento preventivo com tratamento corretivo é benéfica: “Mas é que, ecologicamente, fazer um preventivo às vezes é melhor.”, “[...] você usa preventivo hoje tarja verde. Se você não usar, você vai usar depois um curativo tarja preta.”, e “Na minha opinião, você está fazendo um benefício ambiental...”. Ressalte-se contudo, que MIP não é exclusividade da certificação do CACCER, pois é integrante do conjunto de boas práticas agrícolas a que as certificações do tipo socioambiental prometem se submeter.

Alguns aspectos em que o Código de Conduta do CACCER superou as exigências dos programas similares internacionais em que se baseia, também são motivos de *críticas* dos produtores, dentre os quais se destaca a necessidade de *uniforme para os funcionários fixos*, como acontece no caso do nível 4 estrelas, mais especificamente item 4.25 do código de conduta mostrado no Anexo B. O manifesto: “Por exemplo, no 4 estrelas, eles estavam exigindo uniforme, é obrigatório ter uniforme. Ninguém exige isto, não tem porque isto...”, e “... ela pautou-se em outras certificações, e acho que ela inclusive é mais severa que uma Utz Kapeh.”.

Quanto às atividades do CACCER enquanto coordenador do Programa de Certificação do Café do Cerrado, algumas *críticas* foram apresentadas: a primeira trata da *taxa cobrada* pelo CACCER para cada saca de café certificada, que de acordo com sua Superintendência, consegue dar provimento apenas parcial a seus custos operacionais. Defendendo a massificação da certificação CACCER, o produtor critica a cobrança desta taxa nesta fase inicial do programa, em prol de um possível aumento no volume de certificados emitidos para o exterior. Especificamente: “[...] sem essas cobranças que vêm fazendo pelo certificado, lacre e tal... porque se a gente estivesse mandando mais certificados lá pra fora, é mais fácil amanhã da pessoa querer cobrar este certificado, querer um café certificado aqui da região.”, “A partir do momento em que você taxa muito aqui, você está prejudicando a exportação, está prejudicando o crescimento...”.

A segunda *crítica* à atuação do CACCER, diz respeito à *morosidade para emissão do certificado*, em que o produtor alega estar ocorrendo perda de embarques, pela não emissão do certificado a tempo: “[...] muito burocrático mesmo... muito difícil até emitir o certificado. [...] nós estamos perdendo navio para o Japão, por exemplo, porque não sai o certificado do CACCER.”

Uma terceira *crítica* trata do despreparo do CACCER em lançar seu programa, sem contar com uma infra-estrutura organizacional adequada para trabalhar o marketing do produto. Lembra o produtor que à época da entrevista, iniciava-se o terceiro ano de vigência do Programa de Certificação do Café do Cerrado, e até então o website do CACCER sequer continha as desejáveis informações detalhadas de todos os aspectos ligados à certificação, incluindo aí propriedades, proprietários e lotes certificados, a exemplo do que ocorre com o website da Utz Kapeh. A crítica é incisiva: “Eles desenvolveram um site que está totalmente incompleto, desatualizado. [...] qualquer mercadoria que você tiver, para valorizar você precisa fazer propaganda, tem que mostrar ao mercado... E esta parte eles estão pecando muito. [...] eles estão andando muito devagar com isso...”, “Precisa melhorar... é uma gestão muito devagar.”.

De acordo com os propósitos iniciais, foram apresentadas todas as contribuições dos produtores consideradas relevantes no âmbito do interesse coletivo, devidamente caucionadas pelas evidências obtidas. A compilação de um resumo sobre as percepções dos produtores, propiciou a montagem do Quadro 2 a seguir, em que são realçados os resultados obtidos.

Quadro 2 – Resumo das Percepções dos Produtores sobre o programa Café do Cerrado.

<b>Percepção</b>	<b>Respostas</b>
Principais motivos para adesão e Expectativas de benefícios	Expectativa de manutenção e até aumento da demanda por cafés especiais Expectativa de obtenção de benefícios de natureza econômico-financeira: o preço prêmio
Dificuldades para implantação e manutenção do programa	Adequação das instalações físicas Manutenção de registros documentais Treinamento de operadores
Custos de implantação (estimativas de 30 a 95 mil reais)	Adequação das instalações físicas Assessoria técnica: consultores e auditores
Custos de manutenção (estimativas de 8 a 20 mil reais)	Auditoria anual Consultoria eventual e anual Análises químicas de águas e fertilizantes Controle de roedores por empresas especializadas Treinamento de pessoal Mão de obra específica para apontamentos e controles
Benefícios auferidos	Ferramenta de gestão Aumento no nível de satisfação dos funcionários
Expectativas quanto ao futuro	Possibilidade de “comoditização” da certificação
Avaliação final	Satisfeitos com o programa Café do Cerrado
Sugestão	Prover acomodação para cafés abaixo de 75 pontos
Críticas	Exigência de uniformes para funcionários fixos Cobrança da taxa para emissão de certificado Morosidade na emissão dos certificados Despreparo e falta de infra-estrutura organizacional

Fonte: Dados da Pesquisa.

## 5. CONCLUSÕES

O presente estudo teve como objetivo geral identificar os resultados percebidos pelos produtores de café certificados pelo Programa de Certificação do Café do Cerrado, em virtude de sua adesão ao programa do CACCER. Em função da falta de conhecimento acumulado sobre o assunto e também dos flagrantes desencontros das informações até então disponíveis, outros objetivos foram também definidos, no sentido de captar as percepções dos produtores quanto às demais variáveis intervenientes no processo, e por eles julgadas como de maior importância.

A natureza prospectiva do estudo ficou claramente estabelecida, e tanto o instrumento de coleta de dados, a entrevista semi-estruturada no caso, como o critério de intencionalidade na seleção da população de interesse, o pioneirismo ou a maturidade no processo, foram escolhidos de forma a privilegiar profundidade em detrimento da amplitude. Desta forma, fica também bastante claro que os eventuais resultados obtidos através da metodologia de pesquisa empregada, possuem a natural limitação de não serem passíveis de generalização, sendo aceita sua validade apenas para o caso apresentado.

Não obstante a limitação apontada, a importância dos resultados obtidos neste estudo pode ganhar relevo especial, quando se considera o perfil dos produtores entrevistados. Todos os produtores consultados são proprietários das respectivas unidades certificadas, sendo também cafeicultores profissionais e experientes, pois têm na cafeicultura sua principal atividade econômica e a ela se dedicam por mais de uma década, e podem ser enquadrados como grandes produtores, pelo fato de possuírem individualmente mais de 150 hectares de café em produção. São altamente tecnicizados e eficientes, pois adotam as tecnologias de ponta no cultivo e processamento de sua produção, e conseguem índices médios de produtividade cerca de 100% superiores à média da região, conforme dados da ABIC mencionados na seção 2.1- Cultura de Café. Marca o empreendedorismo destes produtores, o ingresso no mercado de cafés especiais anteriormente ao advento dos programas de certificação, pela exportação de seus cafés para o Japão e outros países da Europa. No contexto de certificação, a característica mais importante destes produtores é o seu pioneirismo na adesão a programas de certificação, mais especificamente ao Programa de Certificação do Café do Cerrado, e por esta e outras características de liderança apontadas, são considerados como formadores de opinião no meio cafeicultor do cerrado mineiro. O

seleto conjunto de atributos do grupo entrevistado, assegura uma elevada representatividade às suas percepções, conferindo a este trabalho um caráter de distinguida significância.

No estudo das percepções dos produtores, observou-se que duas expectativas dominaram a motivação dos produtores para adesão aos programas de certificação: a possibilidade de recebimento do preço-prêmio característico de produtos diferenciados, e o ingresso formal no mercado de cafés especiais. Por ingresso formal, entenda-se o cumprimento de uma exigência do consumidor moderno, a conquista do agora necessário selo de certificação, que viabiliza o acesso ao nicho de mercado denominado de cafés especiais.

No rol de benefícios que os produtores reconhecem como auferidos em decorrência da certificação, identifica-se claramente o cumprimento pela Certificação CACCER, da segunda expectativa manifestada pelos produtores quando de sua adesão ao programa: o selo de certificação do Café do Cerrado é efetivamente um passaporte de ingresso para o mercado de cafés especiais. Ainda que não relatada a abertura de novos mercados sob a chancela exclusiva deste selo, a manutenção de antigas transações, já no novo ambiente de exigências do Japão, comprova a confiança no selo Café do Cerrado, tanto da parte do produtor quanto do comprador. Quanto à expectativa de benefícios financeiros, o recebimento do propalado preço-prêmio decorrente exclusivamente da certificação, observou-se um geral desapontamento entre os produtores entrevistados, e que eles não reconhecem retorno financeiro associado exclusivamente ao programa do CACCER.

Embora não vinculados às expectativas iniciais, outros benefícios propiciados pela certificação foram identificados pelos produtores. O primeiro deles é a utilização da sistemática de controles e documentação imposta pelos programas de certificação, como ferramenta de gestão do processo produtivo na unidade produtora. Minimização de desperdícios, organização administrativa da unidade produtora e segurança do produtor quanto ao correto cumprimento dos requisitos legais aplicáveis à sua atividade, são benefícios que os produtores mencionam haver percebido em decorrência da nova sistemática imposta. O segundo benefício percebido é o aumento no nível de satisfação dos funcionários, fruto da percepção destes quanto às preocupações do produtor com a saúde e bem estar dos trabalhadores, e da melhoria no ambiente de trabalho que daí resulta.

Confrontando as expectativas que motivaram os produtores a aderirem aos programas de certificação, com os benefícios que os produtores identificaram como auferidos em

decorrência do processo de certificação, à luz da previsibilidade inerente a tais fatores mesmo antes da realização de uma pesquisa, resulta como fato novo apenas o percebido aumento no nível de satisfação dos funcionários.

Que as principais expectativas dos produtores para adesão à certificação recaíssem sobre possibilidades de melhores condições de comercialização de seus produtos, era absolutamente previsível. Assume-se aqui, que no núcleo das duas principais expectativas dos produtores está a preocupação com o resultado econômico-financeiro da sua atividade. No contexto de resultado da atividade, benefícios de natureza pecuniária, e manutenção ou eventualmente até aumento da demanda por seus produtos, apontam para o mesmo objetivo final, conforme bem destaca um dos pronunciamentos selecionados na apresentação dos resultados das entrevistas: “nós não estamos na atividade para brincadeira, estamos aí é para ganhar dinheiro.”. Constatou-se assim, como era esperado, que os produtores de café aderem a programas de certificação, motivados basicamente pela expectativa de melhor resultado econômico-financeiro para a atividade.

Que a adoção de um processo de controle da qualidade como a certificação do café, gera custos de implantação e de manutenção para o produtor também já era sabido, bem como já era também do conhecimento geral, que a expectativa de pagamento destes investimentos com os resultados da própria certificação, contemplava apenas médio e longo prazos, conforme foi reforçado por Pereira et al. (2006b). Havia portanto, enormes chances de frustração das expectativas de benefício financeiro mantidas pelos produtores. Corrobora essa previsão, o fato de o CACCER, na campanha de divulgação do programa junto aos seus associados, não ter sequer aventado a hipótese de benefícios de natureza pecuniária.

Que os produtores acabassem por enxergar nos rigorosos procedimentos exigidos pela certificação, uma ferramenta auxiliar na gestão de sua atividade, que contribui para a melhoria geral da organização e sobretudo na obtenção de informações sobre as várias etapas do processo produtivo, também era absolutamente previsível. Endossa a assertiva, o fato de o CACCER ter usado este argumento para incentivar a adesão dos associados ao seu programa de certificação.

Como fato ainda inexplorado, restou apenas a percepção de produtores quanto ao aumento no nível de satisfação dos funcionários, com os conseqüentes reflexos percebidos em termos de redução de vários tipos de custos, face à maior eficiência resultante. Neste aspecto,

abre-se aqui a possibilidade de novos e mais abrangentes estudos sobre o tema certificação de café, cujos resultados poderiam fornecer ao CACCER mais uma bandeira na divulgação de seu programa junto aos seus associados.

Para um melhor entendimento do significado de um programa de certificação do café para os produtores, além do confronto dos resultados percebidos com as expectativas cultivadas, há que se destacar ainda a relevância da contribuição de outras percepções, associadas a outras variáveis intervenientes no processo. Na análise das principais dificuldades enfrentadas pelos produtores, tanto para implantação dos programas de certificação, quanto para permanência neles, observou-se que os produtores associam fortemente o conceito de dificuldade ao conceito de custos incorridos. Filtrando dentre os fatores mencionados pelos produtores como dificuldades, aqueles que efetivamente representam dificuldades operacionais, mesmo com orçamentos generosos à disposição, constata-se que a manutenção de registros documentais para todas as atividades desenvolvidas na propriedade, mesmo para produtores familiarizados com a manutenção de controles de produção, pode carecer até de mudança cultural na organização, e são de domínio público as dificuldades que tal mudança acarreta. Também relatada como dificuldade, a exigência de treinamento para operadores nem sempre é possível de ser cumprida a tempo, em função de aspectos como rotatividade de pessoal, disponibilidade de agenda do SENAR, disponibilidade de empresa especializada, e problemas de agenda até mesmo para este último caso.

Quanto aos custos de implantação de programas de certificação, é unanimidade entre os produtores entrevistados, que os custos de adequação das instalações para atendimento às normas representam a parcela mais significativa destes custos. Ficou claro também, que os custos de implantação, embora possam apresentar alguma relação com o porte da propriedade, dependem em maior intensidade de outros aspectos específicos de cada unidade produtora, não sendo possível identificar um padrão de referência baseado simplesmente no porte ou capacidade produtiva da propriedade. Outra parcela apreciável dos custos de implantação foi atribuída aos custos de serviços técnicos especializados, compostos pelos custos da auditoria inicial e da consultoria técnica durante o período de preparação, destacando-se que estes normalmente são proporcionais ao porte do sistema produtivo.

Custos específicos de permanência nos programas de certificação são atribuídos principalmente aos serviços técnicos especializados, ao controle de roedores feito por empresas especializadas, às análises químicas de águas e fertilizantes, e eventualmente ao

custo de pessoal administrativo, contratado especificamente para atendimento às exigências dos programas. Neste aspecto, cabe ressaltar que tais custos são também proporcionais ao porte do sistema produtivo, e que paira muita discussão no meio cafeicultor sobre que tipos de custos de manutenção podem ser atribuídos exclusivamente à certificação, e quais outros derivam de imposições legais que não estavam sendo cumpridas antes da implantação dos programas de certificação, como por exemplo, no caso das análises químicas de águas ou de presença de metais pesados nos fertilizantes.

Entre as críticas dirigidas pelos produtores entrevistados ao CACCER, quer seja no tocante especificamente ao seu Código de Conduta, quer seja no que respeita às ações do órgão como coordenador do subsistema Café do Cerrado, aquelas críticas afetam exclusivamente às atitudes da entidade, independentemente de outras implicações de ordem nacional ou internacional, destacam-se a questão da exigência de uniforme para os funcionários fixos nas fazendas, a questão da morosidade na emissão dos certificados para liberação de embarques, e a questão da inexistência de um atualizado sistema de informações e gestão do programa de certificação da entidade, decorridos quase dois anos após o seu lançamento.

Excetuando-se a aparente inutilidade dos uniformes segundo os produtores, as outras duas críticas dirigidas às ações, ou mais apropriadamente à falta de ações competentes do CACCER, perfeitamente fundadas e meritorias, acabam por remeter o assunto à questão dos recursos necessários à gestão do programa. Neste aspecto, cabe ressaltar que no item 2.3.3, que trata especificamente da certificação de produtos agrícolas, foi estabelecido por Nassar (2003b, p.41) que a sustentabilidade do sistema deve ser garantida por recursos oriundos do próprio sistema de certificação. No item 2.4, que trata especificamente da certificação Café do Cerrado, o provimento de recursos propiciado pela taxa de 15 centavos de real por saca de café certificada, acordada pelo CACCER e os armazéns da cadeia de custódia para formação do fundo de manutenção do subsistema criado, foi demonstrado como insuficiente para este fim, quando é declarado que o complemento dos recursos necessários é provido por parceiros, eventos e outras atividades promovidas pelo CACCER.

Sem qualquer intenção de complacência com eventuais desleixos, falhas ou inércia, há que se reconhecer a existência de evidentes sinais de insuficiência de recursos por parte da entidade de classe. Por outro lado, há que se reconhecer também a licitude dos reclames dos produtores, por mais e melhores serviços por parte de sua entidade de classe. Considerando

estes argumentos, e considerando ainda que a taxa de manutenção do sistema, mesmo que demonstrada insuficiente para o fim a que se destina, teve sua cobrança também criticada por produtores, indica-se como da maior conveniência para o CACCER, o desenvolvimento junto a seus associados de campanha elucidativa sobre o provimento de recursos para a gestão do programa, através da qual possa a entidade mostrar a prestação das contas efetuadas até o presente, excelente oportunidade para demonstrar uma possível insuficiência de recursos, e possa também apresentar algumas alternativas de provimento de fundos e eventualmente também coletar novas sugestões dos associados para a formação do fundo de gestão do subsistema Café do Cerrado.

Por último, na abordagem da única sugestão apresentada pelos produtores, torna-se necessário o levantamento de algumas observações, à luz dos conceitos teóricos introduzidos ao longo de toda a seção sobre certificação (2.3). A argumentação dos produtores na justa cobrança de um acobertamento pelo selo Café do Cerrado para os cafés abaixo de 75 pontos, está fundamentada no fato de que o registro de propriedade produtora atesta conformidade ao código de conduta, dos procedimentos operacionais utilizados na obtenção da totalidade de sua produção, ao passo que os próprios produtores estimam que apenas 30% a 40% da produção total acabam alcançando os 75 pontos da escala SCAA. Reforçando a necessidade de um selo para acobertamento dos restantes 60% a 70% da produção, os produtores argumentam ainda que a certificação Utz Kapeh, por exemplo, acoberta sob seu selo todos os cafés produzidos, do mais fino até os mais baixos, como bem ilustraram os casos relatados de identificação de benefícios financeiros dos cafés *grinders* com certificado Utz Kapeh.

Qualquer tentativa de implementação da sugestão dos produtores, passa necessariamente pela observação das diferenças entre a Certificação Utz Kapeh e a Certificação Café do Cerrado. A certificação Utz Kapeh é tipicamente uma certificação de processo produtivo, qualificada na seção 2.3.3 como certificação socioambiental, a qual em síntese procura garantir que o produto certificado foi produzido em conformidade com critérios ambientais, sociais e econômicos, o já mencionado tripé basilar da sustentabilidade. Conforme também já mencionado, o programa de certificação Café do Cerrado abrange dois programas distintos e simultaneamente integrados: a certificação de origem e qualidade, que é aplicável ao produto, e a certificação de processo produtivo, que é aplicável à unidade produtora. Esta última parte do programa Café do Cerrado equivale exatamente à certificação Utz Kapeh, e procura acobertar aqueles atributos da qualidade denominados de bens de crença. Já a classificação limiar de 75 pontos na escala SCAA, estabelece uma padronização

para aferição das características físicas e sensoriais do produto, acobertando desta forma os atributos de qualidade denominados como bens de pesquisa e bens de experiência, e juntamente com a indicação de procedência já obtida para a Região do Cerrado, pretende cumprir com os requisitos de qualidade da certificação que é aplicável ao produto.

Visando acobertar os cafés de baixo padrão sob o selo Café do Cerrado, a adoção de padrões menos restritivos para os atributos sensoriais da qualidade pode significar a inexecutabilidade do projeto do CACCER, que é obter a Denominação de Origem Controlada para o Café do Cerrado. Por outro lado, uma vez conquistada a DOC para o Café do Cerrado, qualquer outra certificação menos restritiva, ainda que apenas quanto aos atributos sensoriais do café, que tenha a pretensão de conter a origem geográfica no nome do produto, se apresenta como potencial destruidora da reputação de qualidade já conseguida pela marca Café do Cerrado. Os riscos levantados deixam clara a complexidade do assunto, e a tentativa de solução da questão levantada, vai exigir profundas reflexões tanto do lado dos produtores quanto da entidade de classe.

Finalizando, ressalte-se que as decantadas limitações do presente estudo, principalmente levando-se em conta que os dados foram obtidos a partir das percepções de poucos produtores, pioneiros na implantação de um sistema muito recente, principalmente em função de sua amplitude de aplicação de âmbito notadamente internacional, não permitem classificar os resultados aqui obtidos como conclusivos, mas há que se considerar, no entanto, que podem ensejar novas pesquisas, visando o aprofundamento em vários dos aspectos aqui levantados, dentre os quais destaque-se, por exemplo, a possibilidade de redução de custos operacionais, em contraposição a uma expectativa de aumento de custos, em razão do percebido aumento no nível de satisfação dos funcionários. Ressalvadas suas limitações, mesmo assim os resultados aqui obtidos certamente podem contribuir para um direcionamento na divulgação, implantação e crescimento do Programa de Certificação do Café do Cerrado.

## 6. REFERÊNCIAS

- AAKER, D. A. **Administração estratégica de mercado**. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- ABIC. Associação Brasileira da Indústria de Café. Website disponível em <<http://www.abic.com.br>>. Acesso em 18 ago. 2006.
- ABIC. Associação Brasileira da Indústria de Café. **Estatísticas de Produção**. Disponível em <[http://www.abic.com.br/estat\\_pagricola.html](http://www.abic.com.br/estat_pagricola.html)>. Acesso em 18 ago. 2006.
- ANUÁRIO Brasileiro do Café 2006. Santa Cruz do Sul: Editora Gazeta Santa Cruz, 2006. 136p.
- AZEVEDO, P. F. A Nova Economia Institucional. In FARINA, E. M. M. Q.; AZEVEDO, P. F.; SAES, M. S. M. **Competitividade: Mercado, Estado e Organizações**. São Paulo: Editora Singular/FAPESP/PENSA, 1997. Parte I, p.29-111.
- AZEVEDO, P. F. Concorrência no Agribusiness. In ZYLBERSTAJN, D.; NEVES, M. F. (org). **Economia & Gestão dos Negócios Agroalimentares**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005. cap.4, p.61-79.
- BACHA, C. J. C. **A Cafeicultura Brasileira nas décadas de 80 e 90 e suas perspectivas**. Revista Preços Agrícolas, ago. 1998.
- BANCO MUNDIAL. **Dealing with the Coffee Crisis in Central America**: Impacts and Strategies. World Bank: Police Research Working Paper #2993, march 2003. Disponível em <[http://www-wds.worldbank.org/servlet/WDSContentServer/WDSP/IB/2003/04/23/000094946\\_03040404262852/Rendered/PDF/multi0page.pdf](http://www-wds.worldbank.org/servlet/WDSContentServer/WDSP/IB/2003/04/23/000094946_03040404262852/Rendered/PDF/multi0page.pdf)>. Acesso em 06 abr. 2006.
- BANCO MUNDIAL. **Coffee Markets**: New paradigms in Global Supply and Demand. World Bank: Agriculture and Rural Development Discussion Dept., march 2004. Disponível em <[http://Inweb18.worldbank.org/ESSD/ardext.nsf/11ByDocName/CoffeeMarketsNewParadigmsinGlobalSupplyandDemand/\\$FILE/CoffeeMarkets-ArdDp3.pdf](http://Inweb18.worldbank.org/ESSD/ardext.nsf/11ByDocName/CoffeeMarketsNewParadigmsinGlobalSupplyandDemand/$FILE/CoffeeMarkets-ArdDp3.pdf)>. Acesso em 06 abr. 2006.
- BARBETTA, P. A. **Estatística Aplicada às Ciências Sociais**. 5.ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 2005. 340p.
- BÁRTHOLO, G. F.; MAGALHÃES FILHO, A. A. R.; GUIMARÃES, P. T. G.; CHALFOUN, S. M. **Cuidados na Colheita, no Preparo e no Armazenamento do Café**. Informe Agropecuário, Ano 14, nº162, p.33-44. Belo Horizonte: 1989.
- BRASIL quer ser o primeiro na exportação de café de alta qualidade. Comciencia - Revista Eletrônica de Jornalismo Científico. jan. 2004. Disponível em <<http://www.comciencia.br/noticias/2004/23jan04/cafe.htm>>. Acesso em 06 abr. 2006.
- CACER. **Histórico**. Arquivo eletrônico cacer\_hist.pdf, [1999?]. Disponível em <[http://www.cafedocerrado.org/br/doc/cacer\\_hist.pdf](http://www.cafedocerrado.org/br/doc/cacer_hist.pdf)>. Acesso em 20 nov. 2006.
- CACER. **Programa de Certificação do Café do Cerrado**. Cartilha. Fev. 2005.

CACCIER. **Café do Cerrado**: Qualidade com Origem Certificada. Arquivo eletrônico caccier\_apresenta.pdf, [2005?]. Disponível em <[http://www.cafedocerrado.org/br/doc/caccier\\_apresenta.pdf](http://www.cafedocerrado.org/br/doc/caccier_apresenta.pdf)>. Acesso em 20 nov. 2006

CACCIER. **Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado**. Website disponível em <<http://www.cafedocerrado.com.br>>. Acesso em: 13 ago. 2006.

CAFÉS DO BRASIL. The new Coffee Generation. **Café e Saúde**. Disponível em <[http://www.cafesdobrasil.com.br/cafes/cafe\\_saude.htm](http://www.cafesdobrasil.com.br/cafes/cafe_saude.htm)>. Acesso em: 18 ago. 2006.

CAFÉS DO BRASIL. The new Coffee Generation. **Tradição e Modernidade**. Disponível em <<http://www.cafesdobrasil.com.br/cafes/tradicao.htm>>. Acesso em: 18 ago. 2006.

CAFÉPOINT - O ponto de encontro da cadeia produtiva de café. **INPI analisa registro geográfico para café**. Disponível em <<http://www.cafepoint.com.br/?actA=7&areaID=26&secaoID=47&noticiaID=91>>. Acesso em 12 set. 2006.

CALLADO, A. A. C.; MORAES FILHO, R. A. Gestão empresarial no agronegócio. In CALLADO, A. A. C. (org) **Agronegócio**. São Paulo: Atlas, 2005, cap.1, p.2-10.

CARNEIRO, J. M. T.; CAVALCANTI, M. A. F. D.; SILVA, J. F. **Porter Revisitado**: Análise Crítica da Tipologia Estratégica do Mestre. RAC-Revista de Administração Contemporânea, v.1, n.3, set/dez 1997.

CARNEIRO FILHO, F. **Café: O Planejamento da Comercialização pelo Produtor**. Londrina: Edições Planejamento Cafeeiro, 1989. 98p.

CHADDAD, F. R. **Denominações de Origem Controlada**: um projeto de pesquisa. Caderno de Pesquisas em Administração. São Paulo, v.1, nº1, 2º sem. 1995.

CIC - Centro de Inteligência do Café. **História do Café**. Disponível em <<http://www.cicbr.org.br/cafe-historia.htm>>. Acesso em: 18 set. 2006.

COLLIS, J. e HUSSEY, R. **Pesquisa em Administração**: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação. Porto Alegre: Bookman, 2005.

EMBRAPA - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **Café**. Disponível em <[http://www.embrapa.br/linhas\\_de\\_acao/alimentos/cafe/index\\_html](http://www.embrapa.br/linhas_de_acao/alimentos/cafe/index_html)>. Acesso em 18 set. 2006.

FARINA, E. M. M. Q. Apresentação e Introdução. In FARINA, E. M. M. Q.; AZEVEDO, P. F.; SAES, M. S. M. **Competitividade: Mercado, Estado e Organizações**. São Paulo: Editora Singular/FAPESP/PENSA, 1997. p.13-28.

FARINA, E. M. M. Q. Padronização em sistemas Agroindustriais. In ZYLBERSTAJN, D.; SCARE, R.F. (org). **Gestão da Qualidade no Agribusiness**: Estudos e Casos. São Paulo: Atlas, 2003, cap.2, p.18-29.

FARINA, E. M. M. Q. Organização Industrial no Agribusiness. In ZYLBERSTAJN, D.; NEVES, M. F. (org). **Economia & Gestão dos Negócios Agroalimentares**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005, cap.3, p.37-57.

- FARINA, E. M. M. Q.; AZEVEDO, P. F.; SAES, M. S. M. **Competitividade: Mercado, Estado e Organizações**. São Paulo: Editora Singular/FAPESP/PENSA, 1997. 286p.
- FERREIRA, A. B. de H. **Dicionário Aurélio Eletrônico Século XXI**. Ver. 3.0. Novembro 1999. CD-ROM. Produzido por Lexicon Informática Ltda.
- FLORIANI, C. G. **Café - a certificação é o caminho**. Belo Horizonte: IMA, 2000. Caderno Técnico nº1.
- FLORIANI, C. G. **Cafés de Minas - pioneirismo em certificação e marketing**. Belo Horizonte: IMA, 2001. Caderno Técnico nº4.
- FONSECA, J. S.; MARTINS, G. A. **Curso de Estatística**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 1996. 320p.
- GUIMARÃES, P. T. G.; BÁRTHOLO, G. F.; MELLES, C. C. A.; ALVARENGA, M. P. **Acompanhamento de Lavouras de Café**. Informe Agropecuário, Ano 14, nº162, p.12-25. Belo Horizonte: 1989.
- HAIR, JR, J.F.; BABIN, B.; MONEY, A. H.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005. 471p.
- HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKINSON, R. E. **Administração Estratégica: competitividade e globalização**. São Paulo: Thomson Learning, 2002. 550p.
- IMAFLORA** - Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola. Website disponível em < <http://www.imaflora.org>>. Acesso em 06 abr. 2006.
- JANK, M. S. Rastreabilidade nos Agronegócios. In ZYLBERSTAJN, D.; SCARE, R. F. (org). **Gestão da Qualidade no Agribusiness: Estudos e Casos**. São Paulo: Atlas, 2003, cap.4, p.47-59.
- JANK, M. S.; NASSAR, A. M. Competitividade e Globalização. In ZYLBERSTAJN, D.; NEVES, M. F. (org). **Economia & Gestão dos Negócios Agroalimentares**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005, cap.7, p.109-135.
- JAKUBASZKO, R. **Competência no agronegócio tem nome: Café do Cerrado**. Revista DBO Agrotecnologia. [2002?]. Disponível em <[http://www.portaldbo.com.br/agrotecnologia/imagens/pdfs/mat\\_1308.pdf](http://www.portaldbo.com.br/agrotecnologia/imagens/pdfs/mat_1308.pdf)>. Acesso em 21 nov. 2006.
- KOTLER, P. **Administração de Marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Prentice Hall, 2000. 764p.
- LEITE, C. A. M.; SILVA, O. M. A Demanda de Cafés Especiais. In ZAMBOLIM, L. (editor). **Café: Produtividade, Qualidade e Sustentabilidade**. Viçosa: UFV, 2000, p.51-74.
- LUNA, R. M. **Marca, Certificação de Origem e Consumidor de Café: Um Estudo de Marketing**. 2001. Dissertação (Mestrado em Administração Rural). Departamento de Administração e Economia, Universidade Federal de Lavras - MG.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia Científica**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2004. 305 p.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2006. v.2. 224 p.

MEGIDO, J. L. T. A Comunicação. In ZYLBERSTAJN, D.; NEVES, M. F. (org). **Economia & Gestão dos Negócios Agroalimentares**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005, Apêndice, p.417-428.

NASSAR, A. M. Certificação no Agribusiness. In ZYLBERSTAJN, D.; SCARE, R.F. (org.). **Gestão da Qualidade no Agribusiness: Estudos e Casos**. São Paulo: Atlas, 2003, cap.3, p-30-46.

NEVES, M. F. Marketing no Agribusiness. In ZYLBERSTAJN, D.; NEVES, M. F. (org). **Economia & Gestão dos Negócios Agroalimentares**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005, cap.6, p.109-135.

**No cerrado de Minas, a inspiração francesa:** Café da região recebe selo como a uva dos vinhos de Bordeaux. Jornal O Estado de São Paulo, São Paulo, 19 mar. 2006. Economia e Negócios. Disponível em <<http://txt.estado.com.br/editorias/2006/03/19/eco66248.xml>>. Acesso em 15 abr. 2006.

OKUDA, T. **Consumidor exigente estimula produção de café sustentável**. Publicado em 14 jan. 2005. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/agronegocios/noticias/2005/jan/14/102.htm>>. Acesso em 25 set. 2005.

OIC - Organização Internacional do Café. **Históricos de Preços e Produção**. Disponível em <<http://www.ico.org/historical.asp>> . Acesso em: 15 ago. 2006.

OIC – Organização Internacional do Café. **Normas para coleta, transmissão, cálculo e publicação dos preços dos grupos e do preço composto a partir de 1º de Outubro de 2001**. Londres, mar 2002. Documento EB3776R1P.pdf, disponível em <[http://www.ico.org/rules\\_pres.asp](http://www.ico.org/rules_pres.asp)>. Acesso em: 20 nov. 2006.

OIC – Organização Internacional do Café. **A Crise Global do Café: Uma Ameaça ao Desenvolvimento Sustentável**. Londres, ago. 2002. Comunicação à Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável, disponível em <<http://www.ico.org/crisis.asp>>. Acesso em: 15 ago. 2006.

OIC – Organização Internacional do Café. **Impacto da crise do café na pobreza nos países produtores**. Cartagena, set. 2003. 89ª sessão do Conselho Internacional do Café. Documento ICC89-5R1P.pdf, disponível em <<http://www.ico.org/crisis.asp>>. Acesso em: 15 ago. 2006.

OIC – Organização Internacional do Café. **Lições da Crise Mundial do Café: Um Problema Sério para o Desenvolvimento Sustentável**. Londres, abr. 2004. Documento ED1922P.pdf, disponível em <<http://www.ico.org/crisis.asp>>. Acesso em: 15 ago. 2006.

OIC – Organização Internacional do Café. **Share of markets and their weightings in the calculation of group and composite prices from 1 October 2005**. Londres, jun. 2005. Documento EB3776R1A2E.pdf, disponível em <[http://www.ico.org/coffee\\_prices.asp](http://www.ico.org/coffee_prices.asp)>. Acesso em: 23 nov. 2006.

PEREIRA, S. P.; BLISKA, F. M. M.; ROCHA, A. B. O.; **Um panorama sobre cafés certificados**. Publicado em 11 set. 2006. Disponível em <<http://www.cafepoint.com.br/?actA=7&areaID=32&secaoID=88&noticiaID=31064>>. Acesso em 15 set. 2006.

PEREIRA, S. P.; BLISKA, F. M. M.; ROCHA, A. B. O.; GIOMO, G. S. **Situação atual da certificação de café no Brasil**. Publicado em 06 out. 2006. Disponível em <<http://www.cafepoint.com.br/?actA=7&areaID=32&secaoID=88&noticiaID=31688>>. Acesso em 12 out. 2006.

PINO, F. A.; VEGRO, C. L. R. **Café: Um Guia do Apreciador**. São Paulo: Saraiva, 2005. 142p.

POHLMANN, M. C.; AGUIAR, A. B.; BERTOLUCCI, A.; MARTINS, E. **Impacto da Especificidade de Ativos nos Custos de Transação, na Estrutura de Capital e no Valor da Empresa**. Revista Contabilidade & Finanças - USP, Edição Especial, p.24-30. São Paulo: junho de 2004.

PORTER, M. E. **Estratégia Competitiva: Técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. 409p.

SAES, M.S.M. **Evitando a queda da rentabilidade na produção agrícola: basta diferenciar?** ENANPAD XXVII, 2004, Curitiba. 14p.

SAES, M.S.M. Organizações e Instituições. In ZYLBERSTAJN, D.; NEVES, M. F. (org). **Economia & Gestão dos Negócios Agroalimentares**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005. cap.8, p.165-186.

SAES, M.S.M.; JAYO, M. **CACCER: Coordenando ações para a valorização do Café do Cerrado**. VII Seminário Internacional Pensa de Agribusiness, set. 1997, PENSA/FIA/USP.

SAES, M.S.M.; JAYO, M. Competitividade do Sistema Agroindustrial do Café. In FARINA, E. M. M. O.; ZYLBERSZTAJN, D. (coord) **Competitividade no Agribusiness Brasileiro: Sistema Agroindustrial do Café**, v.IV, jul. 1998, PENSA/FIA/FEA/USP.

SAES, M. S. M.; NAKASONE, D.; NASSAR, A. M. **Estudo da Competitividade de Cadeias Integradas no Brasil: impactos das zonas de livre comércio**. Cadeia: Café. Campinas: UNICAMP/IE/NEIT, out. 2002.

SAES, M. S. M. et al. **Diagnóstico sobre o Sistema Agroindustrial de Cafés Especiais e Qualidade Superior do Estado de Minas Gerais**. São Paulo: SEBRAE-MG/PENSA, jun. 2001. (Relatório Final PENSA/FIA/FEA/USP).

SILVA, G. **Veredas da excelência**. Globo Rural nº176–Especial/Café, 2000. Disponível em <[http://globorural.globo.com/edic/176/rep\\_producao2.htm](http://globorural.globo.com/edic/176/rep_producao2.htm)>. Acesso em: 21 nov. 2006.

SOUZA, M. C. M. **Indicações Geográficas de Produtos Agropecuários: O Caso do Café**. São Paulo: IEA, 2006. Disponível em <<http://www.iea.sp.gov.br/out/verTexto.php?codTexto=4511>>. Acesso em 14 ago. 2006.

SOUZA, M. C. M.; SAES, M. S. M. **A qualidade no segmento de cafés especiais**. Informações FIPE. São Paulo: FIPE/USP, nº236, maio 2000.

SOUZA, M. C. M.; SAES, M. S. M.; OTANI, M. N. **Diagnóstico da Produção no Segmento de Cafés Especiais Paulista**. Informações Econômicas. São Paulo, v.33, nº6, jun. 2003.

SPERS, E. E. Segurança do Alimento. In ZYLBERSTAJN, D.; SCARE, R. F. (org). **Gestão da Qualidade no Agribusiness: Estudos e Casos**. São Paulo: Atlas, 2003. cap.5, p.60-79.

SPERS, E. E.; SAES, M. S. M.; SOUZA, M. C. M. **Análise das Preferências do Consumidor Brasileiro de Café: Um Estudo Exploratório dos Mercados de São Paulo e Belo Horizonte**. IV Congresso Internacional de Economia e Gestão de Redes Agroalimentares. Out. 2003. FEA/USP. Campus Ribeirão Preto.

TAVARES, E. L. A. **A Questão do Café Commodity e sua Precificação: o “C Market” e a Classificação, Remuneração e Qualidade do Café**. 2002. 225p. Tese (Doutorado em Engenharia Agrícola). Faculdade de Engenharia Agrícola, Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP.

TEBOUL, J. **Gerenciando a dinâmica da qualidade**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1991.

TECHNOSERVE. **Business Solutions to the Coffee Crisis**. Dec 2003. (Relatório). Disponível em <<http://www.technoserve.org/news/CoffeeAnalysisRelease.htm>>. Acesso em: 06 abr. 2006.

THIOLLENT, M.J.M. **Crítica Metodológica, Investigação Social & Enquete Operária**. São Paulo: Polis, 1981.

UEJO NETO, E. **Cafés: origem, vocação, preparo e aplicação**. Disponível em <<http://www.cafepoint.com.br/?actA=7&areaID=26&secaoID=69&noticiaID=450>>. Acesso em 30 ago. 2006.

UTZ KAPEH Foundation. **Website**. Disponível em <<http://www.utzkapeh.org>>. Acesso em: 27 jul. 2006.

UTZ KAPEH Foundation. **Boletim de julho 2006**. Documento 06\_07newsletter\_pt.pdf. Disponível em <<http://www.utzkapeh.org/index.php?pageID=105&showItem=122&filterCat=C>>. Acesso em 27 jul. 2006.

UTZ KAPEH Foundation. **Código de Conduta**. Versão 2006, rev. 01. Documento por\_code\_of\_conduct\_2006\_rev.01.pdf. Disponível em <<http://www.utzkapeh.org>>. Acesso em: 15 ago. 2006.

VAN RAIJ, B. **Desenvolvimento Sustentável: um novo contexto para a cafeicultura**. O Agrônomo, v.55, nº2. p.45-46. Campinas: 2004.

VENÂNCIO, J. **Café do Cerrado, de Minas Gerais, faz sucesso no mercado internacional**. Revista Almanaque, 08 dez. 2002. Disponível em <<http://www.revistaalmanaque.jor.br/web/vejamaiz.php?codNoticia=62>>. Acesso em 27 nov. 2006.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2004. 96p.

VILAS BOAS, L. H. B.; ANTONIALLI, L. M.; SETTE, R. S.; MÁRIO, T. M. C.; LUNA, R. M. **Marketing dos agentes da cadeia do agronegócio do café: uma análise sob a ótica do marketing mix**. Revista de Administração da UFLA, v.6, nº 1, jan/jul 2004, p.92-106.

ZAMBOLIM, L. (editor). **Café: Produtividade, Qualidade e Sustentabilidade**. Viçosa: UFV, 2000. 394p.

ZYLBERSTAJN, D. Conceitos Gerais, Evolução e Apresentação do Sistema Agroindustrial. In ZYLBERSTAJN, D.; NEVES, M. F. (org.). **Economia & Gestão dos Negócios Agroalimentares**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005. cap.1, p.1-21.

ZYLBERSTAJN, D. Economia das Organizações. In ZYLBERSTAJN, D.; NEVES, M. F. (org.). **Economia & Gestão dos Negócios Agroalimentares**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005. cap.2, p.23-38.

ZYLBERSTAJN, D.; NEVES, M. F. (org.). **Economia & Gestão dos Negócios Agroalimentares**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005. 428p.

ZYLBERSTAJN, D.; SCARE, R. F. (org.). **Gestão da Qualidade no Agribusiness: Estudos e Casos**. São Paulo: Atlas, 2003. 273p.

## APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA

### I PERFIL DO CAFEICULTOR

#### 1. Idade

20 |-- 30       30 |-- 40       40 |-- 50       50 ou mais

#### 2. Nível de Instrução

Fund. Incompleto     Fund. Completo     Médio Incompleto     Médio Completo  
 Sup. Incompleto     Sup. Completo       Pós Graduação

3. Ocupação Principal:  Agropecuária     Cafeicultura     Outra

#### 4. Outras Culturas/Atividades:

---

#### 5. Situação de exploração da cultura de café:

Proprietário       Sócio                       Parceiro                       Arrendatário  
 Meeiro               Outra                      \_\_\_\_\_

#### 6. Tempo na Cafeicultura (anos)

1 |-- 5               5 |-- 10               10 |-- 15               15 ou mais

#### 7. Certificações que possui:

CACER              Desde: \_\_\_\_\_ ha              Estrelas: \_\_\_\_\_  
 UTZ KAPEH        Desde: \_\_\_\_\_ ha  
 \_\_\_\_\_        Desde \_\_\_\_\_ ha

8. Nº de Unidades Produtivas (fazendas): \_\_\_\_\_ área total (ha): \_\_\_\_\_

9. Nível de Produtividade Média (média bianual): \_\_\_\_\_ sacas/ha

10. Número de empregados fixos na atividade cafeeira: \_\_\_\_\_ funcionários.

#### 11. Tipo de Pré-Processamento pré Certificação

Via Úmida                                       Via Seca

#### 12. Tipo de Pré-Processamento pós Certificação

Via Úmida                                       Via Seca

13. Capacidade de Armazenamento na(s) Unidade(s) Produtora(s): \_\_\_\_\_ scs.

## II PERCEPÇÕES SOBRE A CERTIFICAÇÃO

**1. Quando e Como teve contato pela primeira vez com processo de certificação.**

**2. Principais MOTIVOS e EXPECTATIVAS que o convenceram a implantar o processo de Certificação.**

### **DIRETRIZES PARA ABORDAGEM DE DIFICULDADES E BENEFÍCIOS**

Se possível, encaminhar a abordagem de dificuldades e benefícios segmentada por áreas tais como:

- **econômica/financeira** (instalações, documentação, etc.);
- **social** (saúde, segurança, bem estar da mão de obra, legislação, etc.);
- **ambiental** (tratamento de resíduos, reciclagem, análises, etc.);
- **agronômica** (agrodefensivos, manejo integrado, controles, receituários, rastreabilidade, mudas, etc.).

**3. Principais DIFICULDADES sentidas na IMPLANTAÇÃO e na MANUTENÇÃO do processo de Certificação.**

**4. Tipos e Estimativa de CUSTOS incorridos na IMPLANTAÇÃO e na MANUTENÇÃO do processo de Certificação.**

**5. Principais BENEFÍCIOS auferidos em decorrência do processo de Certificação. Estimativa de BENEFÍCIOS PECUNIÁRIOS já auferidos.**

**6. Principais EXPECTATIVAS quanto ao Futuro da Certificação.**

**7. AVALIAÇÃO FINAL quanto ao Processo de Certificação. CRÍTICAS e SUGESTÕES para MELHORIAS no Processo de Certificação.**

## ANEXO A – REGISTRO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL  
Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior  
Instituto Nacional da Propriedade Industrial

REGISTRO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA Nº IG 990001

O INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL – INPI reconhece a denominação **REGIÃO DO CERRADO MINEIRO** como **INDICAÇÃO GEOGRÁFICA** para **CAFÉ**, concedendo o seu registro para os fins e efeitos da proteção de que trata a Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996, nos seguintes termos:

Espécie da Indicação Geográfica: **Indicação de Procedência**  
Apresentação: **Nominativa** Natureza: **De Produto**

País: **Brasil**

Delimitação da Área Geográfica: **A área geográfica é delimitada pelos paralelos 16° 37' a 20° 13' de latitude e 45° 20' a 49° 48' de longitude, abrangendo as Regiões do Triângulo Mineiro, Alto Paranaíba e parte do Alto São Francisco e do Noroeste. Caracteriza-se por áreas de altiplano, com altitude de 820 a 1.100m., com clima ameno, sujeitas a geada de baixa intensidade.**

Data do Pedido de Registro: **28 de Janeiro de 1999**

Titular: **Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado**

Endereço: **Rua Marechal Floriano, nº 72 - Centro - Patrocínio  
CEP.: 38740-000 - MG - Brasil**

Rio de Janeiro, 14 de junho de 2005

Breno Belo de Almeida Neves  
Diretor de Contratos de Tecnologia e Outros Registros

Roberto Jaguaribe  
Presidente do INPI

**ANEXO B – CÓDIGO DE CONDUTA – PROGRAMA CAFÉ DO CERRADO**  
**LISTA DE VERIFICAÇÃO DE CONFORMIDADES-VERSÃO 11.4 - 15/JUNHO/2005**

<b>1. PROPRIEDADE 1 ESTRELA</b>	
<b>RASTREABILIDADE</b>	
1.1	Está a Propriedade estabelecida na Região Demarcada do Cerrado Mineiro?
1.2	É o Produtor filiado a uma entidade do CACCER (Associação ou Cooperativa)?
<b>VARIEDADES/MUDAS/PLANTIO</b>	
1.3	São utilizadas variedades recomendadas da espécie <i>Coffea arábica</i> no plantio das lavouras, sendo vedada qualquer uma da espécie <i>Canephora</i> ?
<b>PROTEÇÃO DE CULTIVOS</b>	
1.4.a	São usados exclusivamente produtos registrados para a cultura, segundo normativos do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento?
1.4.b	São mantidas Notas Fiscais dos produtos de proteção de cultivo adquiridos para a safra corrente?
1.4.c	Existem Receituários Agronômicos correspondentes aos tratamentos a serem efetuados, com justificativa no caso de utilização de produtos de proteção de cultivos?
<b>GESTÃO DE RESÍDUOS, POLUIÇÃO, RECICLAGEM E REUTILIZAÇÃO</b>	
1.5.a	Existe sistema de recolhimento de lixo, mantendo o ambiente de trabalho limpo?
1.5.b	Existe(m) local(is) específico(s) e adequado(s) para depósito de lixo?
1.6	Existem procedimentos definidos para manuseio e direcionamento de embalagens vazias de produtos de proteção de cultivos e fertilizantes?
1.7	São utilizados subprodutos do café, como casca, pergaminho e polpa, como fertilizantes, matéria vegetal de cobertura ou fonte de energia?
<b>SAÚDE, SEGURANÇA E BEM-ESTAR DOS TRABALHADORES</b>	
1.8.a	Há o uso obrigatório de EPIs por parte dos funcionários?
1.8.b	São mantidos registros de fornecimento de EPIs aos funcionários, com fichas correspondentes?
1.8.c	Há local adequado para guarda dos EPIs?
1.9	Há o registro obrigatório de todos os funcionários?
1.10	É vedado o trabalho infantil?
1.11	Existe Caixa de Primeiros Socorros sempre disponível e de fácil acesso?
<b>MEIO-AMBIENTE E CONSERVAÇÃO</b>	
1.12	São os mananciais de água protegidos e preservados?
1.13	É mantida a vegetação nativa ao longo dos cursos d'água?
<b>TEMPO DE PERMANÊNCIA</b>	
1.14	Está há menos de 3 anos neste Nível de Qualificação?

<b>2. PROPRIEDADE 2 ESTRELAS</b>	
<b>RASTREABILIDADE</b>	
2.1.a	Há Placa Identificatória da Certificação de Propriedade Produtora do CAFÉ DO CERRADO segundo padrões estabelecidos pelo CACCER?
2.1.b	Está afixado em local visível na propriedade o Certificado de Propriedade Produtora Certificada de CAFÉ DO CERRADO?
2.2.	É filiado a uma das Associações do CACCER?
<b>VARIEDADES, MUDAS E PLANTIO</b>	
2.3.a	Há utilização somente de mudas de viveiros registrados e verificados por órgãos oficiais?
2.3.b	São mantidas as Notas Fiscais das mudas adquiridas com especificação de variedade?
2.3.c	Existem os respectivos certificados fito-sanitários de origem?
2.3.d	São mantidos os registros de destinação das mudas, especificando sua finalidade (plantio ou replantio)?
2.3.e	São mantidos os registros de quantidade empregada por finalidade e indicação de gleba ou talhão?
2.4	O plantio segue técnicas recomendadas que permitem adequada proteção do solo?
<b>HISTÓRICO E GERENCIAMENTO DA PROPRIEDADE</b>	
2.5.a	Nos novos plantios os regulamentos brasileiros quanto ao uso do solo e conservação da biodiversidade são obedecidos?
2.5.b	São os novos plantios compatíveis com as boas práticas de conservação de solo e da preservação da biodiversidade e dos mananciais de água?
<b>GESTÃO E USO DO SOLO</b>	
2.5	São adotadas técnicas de cultivo que minimizam a erosão do solo?
2.6	O solo é mantido com cobertura vegetal ou palhada na maior parte do ano-safra?

<b>USO DE FERTILIZANTES</b>	
2.7.a	Há local específico para estocagem de fertilizantes não-orgânicos e orgânicos?
2.7.b	Está o local, para cada tipo de fertilizante, adequado e preparado para evitar riscos ao meio-ambiente?
2.7.c	Estão os fertilizantes não-orgânicos sobre paletes ou estruturas similares, isolados do piso?
2.7.d	Estão os fertilizantes, não-orgânicos ou orgânicos, estocados separadamente de produtos alimentícios e de café?
2.7.e	Estão os fertilizantes identificados e têm seus inventários atualizados, especialmente os não-orgânicos?
2.8.a	Há programa de adubação elaborado por profissional técnico competente, com base num Plano de Adubação?
2.8.b	É o Plano de Adubação discriminado por tipo de nutriente, quantidade e período de aplicação por gleba ou talhão?
2.8.c	São mantidos os registros das aplicações de fertilizantes, discriminando-se a data de aplicação, local da aplicação, tipo de fertilizante utilizado, quantidade aplicada, método de aplicação, equipamento de aplicação e o nome do operador?
2.8.d	É o Plano de Adubação baseado em dados de análises rotineiras de solo e folhas?
2.8.e	São mantidos os registros das análises rotineiras de solo e folhas por gleba ou talhão?
<b>USO DE PRODUTOS DE PROTEÇÃO DE CULTIVOS</b>	
2.9.a	Somente são utilizados Produtos de Proteção de Cultivos registrados para a cultura?
2.9.b	São mantidos os registros das aplicações de Produtos de Proteção de Cultivos, discriminando-se data de aplicação, local de aplicação, princípio ativo empregado, quantidade aplicada, método de aplicação, equipamento empregado e nome do operador ?
2.9.c	É mantido o respectivo Receituário Agrônomo dos Produtos de Proteção de Cultivos utilizados?
2.10	São os trabalhadores capazes de demonstrar que seguem as instruções de aplicação?
2.11	São respeitados os intervalos de carências recomendados após a aplicação de produtos de proteção de cultivos?
2.12.a	Há local apropriado para manuseio e preparação dos Produtos de Proteção de Cultivo?
2.12.b	Há captação de água adequada para esta finalidade?
2.13.a	Estão os Produtos de Proteção de Cultivos estocados nas suas embalagens originais, em local apropriado, coberto, com piso revestido, adequadamente preparado para evitar riscos ao meio-ambiente?
2.13.b	Estão atualizados os registros de estoque de cada um dos Produtos de Proteção de Cultivos no local de armazenagem?
2.14.a	São as embalagens vazias dos Produtos de Proteção de Cultivos armazenadas em local específico?
2.14.b	Há programa de coleta de embalagens vazias de defensivos?
2.14.c	São cadastradas ou enviadas regularmente embalagens vazias de defensivos para Centro de Recepção de Embalagens Vazias mais próximo à propriedade?
<b>COLHEITA E PÓS-COLHEITA</b>	
2.15	São as máquinas e os equipamentos revisados antes do início da colheita?
2.16.a	Há verificação periódica dos equipamentos de medida da produção, no caso de colheita manual?
2.16.b	Há higienização das máquinas, equipamentos e utensílios antes do contato com o café a ser colhido para evitar contaminações?
2.17.a	Há a realização da separação física dos cafés colhidos no pano dos de varrição nos processos de pós-colheita, secagem e armazenagem?
2.17.b	É o processamento do café colhido no pano ou por colheitadeira feito no mesmo dia?
2.18	São mantidas boas práticas de manejo de terreiro, visando à contínua melhoria da qualidade do café colhido?
<b>GESTÃO DE RESÍDUOS, POLUIÇÃO, RECICLAGEM E REUTILIZAÇÃO</b>	
2.19	É proibida a reutilização de embalagens vazias de produtos de proteção de cultivos?
2.20	É proporcionado treinamento e formação aos funcionários para as aplicações agrônômicas, bem como na utilização correta dos EPIs?
2.21	É o operador que aplica produtos de proteção de cultivos e fertilizantes treinado, utilizando devidamente EPIs?
2.22.a	Passam os funcionários por exames médicos anuais?
2.22.b	Passam os operadores que aplicam Produtos de Proteção de Cultivos por exames médicos específicos dentro dos períodos previstos por lei?
2.23	É mantida água potável disponível nos locais de serviço, devidamente acondicionada?
2.24	Caso exista, é o sistema de transporte dos funcionários mantido de acordo com a legislação em vigor?
2.25	Têm os trabalhadores acesso a banheiros limpos nas proximidades de sua área de residência e de refeições?
<b>GESTÃO ADMINISTRATIVO-FINANCEIRA</b>	
2.26	É mantido adequado controle administrativo-financeiro da propriedade?

<b>3. PROPRIEDADE 3 ESTRELAS</b>	
<b>RASTREABILIDADE</b>	
3.1	É mantido registro das atividades desenvolvidas na propriedade, permitindo o rastreamento de cada lote de café produzido até sua entrada num armazém credenciado?
3.2	Há mapa geo-referenciado da fazenda?
3.3	São todas as glebas ou talhões da lavoura identificados por placas?
3.4	É mantido arquivo fotográfico da fazenda atualizado?
3.5	São mantidos registros de pluviometria e temperaturas da propriedade?
<b>VARIEDADES/MUDAS/PLANTIO</b>	
3.6	Há registro dos tratamentos de proteção do cultivo durante a propagação da safra, discriminando-se tipos de tratamento, princípios ativos, quantidades empregadas e datas de aplicação?
<b>GESTÃO E USO DO SOLO</b>	
3.7	Há APPs – Áreas de Proteção Permanente identificadas?
3.8	Há Licenciamento Ambiental cadastrado?
3.9	São utilizados métodos mecânicos conjuntamente ao uso de herbicidas para o controle de ervas?
3.10	É realizado adequado manejo de plantas invasoras?
<b>USO DE FERTILIZANTES</b>	
3.11	São os fertilizantes armazenados separados dos Produtos de Proteção de Cultivos?
3.12	São utilizados adubos orgânicos disponíveis?
3.13	Está o fertilizante não-orgânico acompanhado de comprovante do seu conteúdo mineral e químico, e, se possível, níveis de metais pesados?
3.14	É o fertilizante orgânico armazenado de forma apropriada, com mínimo risco de contaminação do meio-ambiente?
3.15	Evita-se captar águas que contenham dejetos humanos para fins de fertilização nas lavouras?
3.16.a	São as máquinas e os equipamentos para aplicação dos fertilizantes mantidos em boas condições de uso?
3.16.b	São as máquinas e equipamentos para aplicação dos fertilizantes regulados periodicamente?
<b>IRRIGAÇÃO</b>	
3.17	Há Outorga de Água protocolada?
3.18.a	São utilizados métodos sistematizados de previsão de necessidade hídrica da plantação?
3.18.b	São mantidos registros de pluviometria e temperaturas das áreas com irrigação?
3.19	É o sistema de irrigação empregado eficiente, assegurando o uso racional da água?
3.20.a	São mantidos registros da utilização da água de irrigação e, quando houver, de produtos aplicados?
3.20.b	Evita-se o uso de água de esgoto residencial não-tratada utilizada para irrigação ou ferti-irrigação?
3.21	É a água de irrigação extraída de fontes sustentáveis?
<b>PROTEÇÃO DE CULTIVOS</b>	
3.22	Há instruções claras no local quanto ao respeito de distância mínima de qualquer curso d'água permanente quando forem feitas aplicações de fertilizantes e produtos de proteção de cultivos?
3.23	São empregadas estratégias para se evitar resistência de pragas, mantendo-se a eficácia dos produtos de proteção de cultivos?
3.24	É mantida lista atualizada de produtos de proteção de cultivos aprovados para a cultura?
3.25.a	É mantida lista de princípios ativos proibidos na União Européia, Estados Unidos e Japão?
3.25.b	São utilizados apenas os produtos contidos na lista do item 3.24?
3.26	Estão os produtos de proteção de cultivos sobre paletes ou similares, feitos de materiais não absorventes?
3.27	São os produtos de proteção de cultivos de natureza pó mantidos acima dos de natureza líquida?
3.28.a	São as máquinas e os equipamentos para aplicação dos produtos de proteção de cultivos mantidos em boas condições de uso?
3.28.b	São as máquinas e os equipamentos para aplicação dos produtos de proteção de cultivos regulados periodicamente?
3.29	Há no local de preparação dos produtos de proteção de cultivos piso revestido, com sistema de proteção adequada para evitar riscos ao meio-ambiente?
3.30	É a aplicação dos produtos de proteção de cultivo, quando via pulverização, feita de forma a diminuir as perdas por deriva?
3.31.a	Emprega-se no preparo das misturas de produtos de proteção de cultivos, ordem de enchimento conforme orientação técnica?
3.31.b	É feita a tríplice lavagem de todas as embalagens dos produtos de proteção de cultivos?
3.31.c	É, após a tríplice lavagem, a água de lavagem posta no tanque de aplicação?
3.31.d	É a sobra da calda de aplicação ou da lavagem dos tanques aplicada a uma parte não tratada da lavoura, desde que não exceda a dose recomendada e feitos os registros do descarte?

<b>COLHEITA E PÓS-COLHEITA</b>	
3.32	É evitado ao máximo o contato de cerejas de café colhidas com fontes de contaminação por fungos?
3.33	Caso a fazenda não possua sistema de processamento de pós-colheita e, sendo feito este processamento por terceiros, estão estes locais em Propriedades Produtoras Certificadas de CAFÉ DO CERRADO?
3.34	É a umidade do café verificada durante o processo de secagem com uso de equipamento confiável?
3.35	São, antes de nova utilização, as tulhas higienizadas adequadamente?
3.36	É o café de pano processado separadamente do café de varrição?
3.37	São os cafés de pano armazenados separadamente e identificados dos cafés de varrição?
<b>GESTÃO DE RESÍDUOS, POLUIÇÃO, RECICLAGEM E REUTILIZAÇÃO</b>	
3.38	Caso tenha secadores mecânicos, é usado preferencialmente combustível renovável, como a lenha proveniente de podas das lavouras de café?
3.39	Há sistema de coleta de água de lavagem de veículos, máquinas e implementos, minimizando contaminação ambiental?
3.40	Há sistema de coleta de óleos lubrificantes utilizados pelos veículos e máquinas, que devem ser mantidos em reservatórios adequados?
3.41	São os esgotos domésticos direcionados para fossas sépticas?
<b>SAÚDE, SEGURANÇA E BEM ESTAR DO TRABALHADOR</b>	
3.42	É cumprido o Contrato Coletivo de Trabalho vigente na região?
3.43.a	Foram todos os operadores de equipamentos complexos ou que envolvam riscos à segurança pessoal, treinados ou receberam instruções específicas?
3.43.b	Há registros destes treinamentos com data, local e instrutor?
3.44.a	Há funcionário com treinamento específico para primeiros socorros?
3.44.b	Estão os treinamentos a que este funcionário se submeteu, registrados com data, local e instrutor?
3.45	São mantidas cópias de certificados de cursos freqüentados pelos funcionários?
3.46	Existem instruções claras para os funcionários sobre higiene, áreas de alimentação e sobre áreas permitidas ao ato de fumar?
3.47	São os intervalos de reentrada recomendados após aplicação de produtos de proteção de cultivos em cada gleba ou talhão respeitados?
3.48.a	Estão os perigos existentes claramente identificados por avisos?
3.48.b	São mantidos cartazes ou similares que orientem os funcionários no caso de um acidente de trabalho?
3.49	Há nos locais de habitação e refeição medidas de controle de pragas, reduzindo sua infestação?
3.50.a	São as crianças e menores de idade em idade escolar estimuladas à frequência regular nas escolas?
3.50.b	Há facilidades, como transporte ou unidade escolar na própria fazenda, para que crianças e menores de idade em idade escolar freqüentem regularmente a escola?
3.51	São as acomodações confortáveis e têm instalações básicas como água encanada, chuveiro quente e eletricidade?
<b>MEIO-AMBIENTE E CONSERVAÇÃO</b>	
3.52	Há entendimento e avaliação do produtor sobre o impacto que suas atividades de cultivo têm sobre o meio-ambiente?
3.53	Inexiste cultivo de café em área de preservação permanente ou de reserva legal?
3.54	É o desmatamento de flora nativa minimizado, atendendo à legislação nacional e local vigentes?
3.55	São utilizadas, preferencialmente, árvores nativas no reflorestamento para estimular a biodiversidade?
3.56	São a caça e a coleta de flora e fauna nativas proibidas na propriedade?
<b>GESTÃO ADMINISTRATIVO-FINANCEIRA</b>	
3.57	São mantidos registros de custos por gleba ou talhão?
3.58	São mantidos registros de desempenho comercial da propriedade?

<b>4. PROPRIEDADE 4 ESTRELAS</b>	
<b>RASTREABILIDADE</b>	
4.1.a	É mantida identificação dos lotes de café no terreiro, indicando-se a gleba ou talhão proveniente?
4.1.b	É mantida a continuidade da identificação dos lotes do café quando da passagem de terreiros para secagem por via mecânica?
4.1.c	São mantidos registros dos controles de temperatura e tempo de secagem nos secadores mecânicos?
4.1.d	São mantidas identificações dos lotes de café nas tulhas?
4.1.e	É mantida a identificação dos lotes de café após o benefício?
<b>GESTÃO E USO DO SOLO</b>	
4.2	É o herbicida aplicado em apenas parte do terreno, procurando preservar a biodiversidade botânica na medida do possível?

4.3	É mantido mapa de solos para a propriedade?
<b>PROTEÇÃO DE CULTIVOS</b>	
4.4	É empregado Manejo Integrado de Pragas e Doenças?
4.5.a	É mantido sistema de monitoramento fito-sanitário, baseando-se em dados climáticos, com o objetivo de controle preventivo de doenças?
4.5.b	É mantido sistema de monitoramento fito-sanitário com o objetivo de controle preventivo de pragas?
4.5.c	São mantidos registros dos controles fito-sanitários?
4.6a	A dosagem de aplicação dos produtos de proteção de cultivos na lavoura a ser tratada é calculada adequadamente?
4.6b	Foram o tipo de tratamento proposto e a indicação de preparo devidamente registrados?
4.7.a	Foram todas as aplicações de produtos de proteção de cultivo registradas com a justificativa técnica?
4.7.b	Há autorizações técnicas para cada aplicação pelo profissional responsável?
4.7.c	Existe, durante a aplicação de produtos de proteção de cultivo, sinalização na área em questão?
4.7.d	Há para as áreas que sofreram aplicação de produtos de proteção de cultivos, controle referente à reentrada?
4.8.a	É o acesso ao depósito de produtos de proteção de cultivos restrito, limitado ao um responsável devidamente treinado?
4.8.b	Há avisos de riscos potenciais afixados em locais visíveis do depósito de produtos de proteção de cultivos?
4.9.a	Estão os procedimentos contra acidentes a menos de 10 (dez) metros do depósito de produtos de proteção de cultivos?
4.9.b	Há instalações de emergência para lidar com vazamentos acidentais de produtos durante a preparação da calda de pulverização?
4.9.c	Está o inventário dos produtos de proteção de cultivos utilizados na propriedade documentado e disponível?
4.9.d	Há na lista dos produtos de proteção de cultivos utilizados na propriedade a descrição dos sintomas de intoxicação, bem como informações para primeiros socorros?
4.9.e	Há na lista dos produtos de proteção de cultivos utilizados na propriedade a descrição dos sintomas de intoxicação, bem como informações para os profissionais de postos de saúde ou hospitais?
<b>IRRIGAÇÃO</b>	
4.10	Periodicamente, é feita análise laboratorial da qualidade da água de irrigação, incluindo-se análise microbiológica, química e de poluentes minerais?
4.11	São os resultados das análises comparados com os limites padrões aceitáveis vigentes?
4.12	Caso os resultados não respeitem os limites padrões aceitáveis, há ações preventivas ou corretivas executadas?
<b>COLHEITA E PÓS-COLHEITA</b>	
4.13	É mantido sistema de reciclagem de água utilizada nos processos de pós-colheita?
4.14.a	Há registros de avaliação de desempenho de reciclagem da água, verificada periodicamente?
4.14.b	É o uso da água no processo por via úmida de pós-colheita racional e bem administrado?
4.14.c	Havendo recirculação da água no processo por via úmida, é essa água filtrada?
4.14.d	São os sólidos do sistema de filtragem, após coleta, utilizados como adubo orgânico?
4.14.e	Há sistemas coletores dos resíduos provenientes dos processos de reciclagem em locais adequados e identificados?
4.15.a	Há identificação de todas as fontes de poluição?
4.15.b	São os resíduos identificados em todas as áreas de operação e apoio?
4.15.c	Uma vez identificados resíduos e fontes de poluição, é elaborado plano para sua redução, procurando diminuir seu impacto ao meio-ambiente?
4.16	Há controle de umidade adequado para os locais de benefício de café e na sua armazenagem?
4.17.a	São as instalações e equipamentos de benefício mantidos limpos, evitando-se focos de contaminação?
4.17.b	São os produtos de limpeza, bem como os lubrificantes, guardados em local especialmente designado, separado do café e de materiais de embalagem?
4.17.c	São os agentes de limpeza, lubrificantes e etc, que podem entrar em contato com o café, aprovados para aplicação na indústria alimentícia? E as dosagens seguidas corretamente?
4.18.a	É restrito o acesso de animais domésticos às instalações de pós-colheita, secagem e benefício?
4.18.b	É feito monitoramento nas áreas de processamento de café para evitar qualquer infestação de animais nocivos, como roedores?
<b>GESTÃO DE RESÍDUOS, POLUIÇÃO, RECICLAGEM E REUTILIZAÇÃO</b>	
4.19	Há plano para se evitar ou reduzir sobras e poluição, com o objetivo de evitar uso de aterros ou queimadas, através de reciclagem de resíduos?
4.20	É mantido programa de coleta seletiva de lixo?
4.21	É mantido programa formal de treinamento para combate a incêndios?

<b>SAÚDE, SEGURANÇA E BEM ESTAR DO TRABALHADOR</b>	
4.22	Há um membro da administração perfeitamente identificado como responsável pelas questões de bem-estar dos trabalhadores na fazenda?
4.23.a	Estão todas as questões trabalhistas de acordo com os regulamentos locais e nacionais com relação à idade dos trabalhadores e às condições de trabalho?
4.23.b	Estão todas as questões trabalhistas de acordo com os regulamentos locais e nacionais com relação à remuneração dos trabalhadores?
4.23.c	Estão todas as questões trabalhistas de acordo com os regulamentos locais e nacionais com relação às horas trabalhadas?
4.23.d	Têm os trabalhadores, em cumprimento aos regulamentos locais e nacionais, liberdade de organização e associação?
4.24.a	É a água potável consumida na propriedade analisada periodicamente por laboratório adequado?
4.24.b	Têm os laudos de análise apresentados resultados de acordo com o padrão nacional de qualidade para água potável?
4.25	São mantidos funcionários fixos uniformizados?
<b>MEIO-AMBIENTE E CONSERVAÇÃO</b>	
4.26	Há um plano documentado de uso de energia, visando diminuição no uso ou substituição de fontes de combustível fóssil e de eletricidade?
4.27	Há medidas que demonstrem a utilização eficiente de energia e sua conservação nos processos de pós-colheita de café?
4.28	É estabelecido plano formal de estímulo ao desenvolvimento da biodiversidade na propriedade?
<b>GESTÃO ADMINISTRATIVO-FINANCEIRA</b>	
4.29a	É realizada auditoria interna anualmente?
4.29b	São mantidos os registros das auditorias internas anuais?

# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)