

Sérgio Pedini<sup>1</sup>  
Rosa Teresa Moreira Machado<sup>2</sup>

## *Fair Trade: possibilidades de empoderamento de cafeicultores familiares no sul de Minas Gerais*

### **Introdução**

São inúmeros os processos de certificação voluntária que facilitam a comercialização de produtos agrícolas no mercado internacional. Para café, os mais conhecidos pelos consumidores são UtzKapeh, Rainforest, Orgânico, Naturland, entre outros. Cada qual tem suas diferenças específicas, mas com aspectos comuns no que diz respeito à preocupação com questões sociais, ambientais e de segurança alimentar dos produtos comercializados. Uma certificação de processos de produção que se diferencia das demais é a que sustenta os produtos transacionados no Mercado Fair Trade (MFT)<sup>3</sup>. Dentre as características peculiares que diferenciam o MFT dos demais sistemas de certificação, ressalta-se a especificidade do produtor certificado (somente agricultores familiares organizados em associações ou cooperativas podem ingressar no MFT) e na definição de um preço mínimo a ser adotado nos processos comerciais, como exigência da certificadora. Há, portanto, uma intervenção direta na condução da cadeia, ação esta coordenada pela certificadora por meio das normas e regulamentos que norteiam o sistema de certificação. Estas normas, por sua vez, são

---

<sup>1</sup> Professor de Administração e Agroecologia do Instituto Federal do Sul de Minas - Brasil. E-mail: sergio.pedini@gmail.com.

<sup>2</sup> Professora do DAE - Departamento de Administração e Economia da Universidade Federal de Lavras - Brasil. E-mail: dae577@yahoo.com.br.

<sup>3</sup> Existem várias denominações para Comércio Justo: Comércio Solidário, Mercado Solidário, Mercado Ético-solidário, *Fair Trade* (em inglês), entre outras. Neste trabalho adotaremos a denominação Mercado Fair Trade (MFT), em função de essa denominação ser a mais conhecida no mercado internacional do café.

baseadas em princípios originalmente criados pelo movimento que deu origem ao MFT, ligados à movimentos de solidariedade por parte de consumidores de países ricos, interessados no empoderamento dos agricultores familiares dos países mais pobres. As bases do que é hoje denominado MFT nasceu fortemente vinculado ao sistema de comercialização internacional de café, em especial na América Central, por se tratar de um produto amplamente consumido nos países mais ricos e por chegarem informações aos consumidores e organizações da sociedade civil de que os cafeicultores viviam em condições socioeconômicas desfavoráveis.

Diante do exposto, a questão fundamental a ser respondida pela pesquisa tem relação com a potencialidade que o MFT possui de alterar as condições de participação da agricultura familiar no agronegócio mundial do café. Esta preocupação justifica-se em função de que as normas desse mercado, materializadas pela certificação *fair trade*, instigam a promoção de estratégias empresariais alinhadas com a sustentabilidade entre diversos agentes da cadeia produtiva do café, com possibilidade de ampliar a participação e o fortalecimento dos cafeicultores familiares e suas organizações.

Portanto, no sentido de promover a discussão da evolução do MFT de café e as condições prementes de alargar e melhorar a participação dos cafeicultores familiares nesse mercado, neste trabalho busca-se responder às seguintes questões: Os cafeicultores familiares e suas organizações têm se empoderado a partir do ingresso no MFT certificado? Que tipos de empoderamento têm ocorrido? Em síntese, o MFT é uma alternativa ao mercado convencional? E é capaz de criar um ambiente que gere processos de empoderamento de cafeicultores familiares?

Desse modo, o objetivo central deste estudo foi verificar até que ponto o MFT possui a capacidade de alterar as condições de participação dos agricultores familiares no mercado global, a partir do estudo de experiência local, com atenção especial à possibilidade de empoderamento dos cafeicultores familiares e suas organizações. Entende-se empoderamento como a possibilidade de fortalecimento dos cafeicultores familiares e suas organizações, tanto individual (econômico) quanto coletivo (relacional), no ambiente em que estão inseridos.

O artigo está estruturado com uma apresentação inicial sobre o MFT e seus princípios básicos de funcionamento, organizados pelas instituições que o coordenam, notadamente aquelas que certificam os atores da cadeia comercial. Optou-se pela dimensão teórica do empoderamento como forma de avaliar o potencial de mudança que o MFT

se propõe a promover junto aos atores certificados, à luz dos princípios definidos como norteadores da ação proposta pelas organizações certificadoras. Para dar suporte ao tema proposto, recorreu-se a dois tipos de instrumentos de pesquisas de campo: um *survey* junto aos cooperados e vizinhos não cooperados e um grupo focal com agentes que atuam regionalmente próximos à uma cooperativa certificada no sul do Estado de Minas Gerais. Por fim são apresentados resultados e discussão que analisam a efetividade de empoderamento de cafeicultores familiares e suas organizações integrantes do MFT e apontam para novas possibilidades de pesquisa do tema.

### Os princípios do Mercado *Fair Trade*

Contrapondo-se a certos conceitos neoclássicos da economia, principalmente os utilitaristas, em que o preço é o único determinante na escolha do consumidor, desde a década de 1960 vêm surgindo iniciativas ligadas à economia solidária e ao MFT. Nesses processos alternativos de comercialização, os consumidores tomam suas decisões baseando-se em critérios socioambientais que nem sempre coincidem com o menor preço da mercadoria em questão. Segundo Raynolds e Wilkinson (2008), o MFT surgiu como uma das possibilidades reais de mudança promovidas pelas organizações internacionais que se esforçam em mudar os paradigmas do mercado globalizado internacional, em especial no setor alimentício. Segundo os autores, o “Mercado Fair Trade tem crescido e incorporado um crescente e complexo arranjo de *commodities*, relações produtor/consumidor e políticas locais e globais” (RAYNOLDS; WILKINSON, 2008, p. 1).

Nos últimos anos têm surgido diferentes definições, estruturas, marcas, empresas, empreendimentos e processos de MFT que vêm institucionalizando o movimento, notadamente com a inserção do instrumento de certificação de processos e produtos comercializados como sendo do MFT. Ainda que com diferentes conotações, o conceito de MFT mais referenciado é aquele elaborado pela FINE<sup>4</sup>, que trata essa forma alternativa de comercialização como uma parceria comercial baseada no diálogo, na transparência e no respeito, em busca de uma maior equidade no comércio internacional. Contribui para o desenvolvimento sustentável, oferecendo melhores condições

---

<sup>4</sup> A FINE é uma organização informal, criada em 1998. Congrega a *Fairtrade Labelling Organizations International* (FLO), o antigo IFAT e agora *World Fair Trade Organization* (WFTO), a *Network of European Worldshops* (NEWS!) e a *European Fair Trade Association* (EFTA).

de comércio e garantindo os direitos dos agricultores e dos trabalhadores marginalizados, especialmente no hemisfério sul. Organizações de MFT (apoiadas pelos consumidores) estão ativamente engajadas em apoiar os agricultores, na sensibilização e na campanha por mudanças nas regras e práticas do comércio internacional convencional.

A *World Fair Trade Organization* (WFTO), por sua vez, prescreve dez padrões que as organizações de MFT devem seguir no seu dia a dia e realiza uma fiscalização para garantir que esses princípios sejam respeitados (WFTO, 2010). São eles:

- a. criar oportunidades para agricultores economicamente desfavorecidos;
- b. transparência e responsabilidade;
- c. práticas mais justas de negociação;
- d. pagamento de um preço justo;
- e. proibição do trabalho infantil e do trabalho forçado;
- f. indiscriminação, equidade e liberdade de associação;
- g. condições adequadas de trabalho;
- h. capacitação constante;
- i. promoção contínua do MFT;
- j. proteção ambiental.

A *Fairtrade Labelling Organizations International* (FLO) é uma entidade “guarda-chuva”, criada na Alemanha em 1997. Hoje, 2011, representa vinte iniciativas nacionais na Europa, nos EUA e na região do Pacífico. A FLO possui iniciativas nacionais subsidiárias à entidade central. A *TransFair USA* (*atual Fair Trade USA*) é a única certificadora de terceira parte de produtos do MFT nos Estados Unidos e, como subsidiária da FLO, tem programas de certificação, de acordo com o produto comercializado. No caso do café, a entidade determina que os compradores devem:

- a. comprar apenas de organizações certificadas;
- b. pagar um preço mínimo de US\$ 1.26 por libra-peso (FOB<sup>5</sup>) e, no mínimo, US\$ 0.50 de prêmio;
- c. disponibilizar certa quantia como adiantamento, para evitar os atravessadores;
- d. procurar manter uma relação longa e estável com os fornecedores, evitando, assim, a insegurança dos agricultores e suas organizações.

---

<sup>5</sup> Uma libra-peso corresponde a 453,6 gramas, ou seja, um saco de 60 kg de café possui 132,275 libras-peso. O preço mínimo de U\$ 1.76/libra-peso (com o prêmio)

## A importância da perspectiva escolhida

O MFT vem sendo analisado sob diferentes perspectivas. Vários autores têm estudado o comportamento e a percepção dos consumidores quanto aos conceitos e aos princípios do MFT (BASU; HICKS, 2008; BECCHETTI; ROSATI, 2007; GIRAUD, 2006; LLOPIS-GOIG, 2007; LOUREIRO; LOTADE, 2005; PELSMACKER et al., 2005). Via de regra, nesses artigos comparam-se os preceitos estabelecidos pelo processo de certificação do MFT com sua prática comercial, com vários tipos de produtos em diversos países. Outros autores avaliam o impacto socioeconômico do MFT certificado junto aos produtores de café. Nesse caso, são feitas análises comparativas entre os períodos anteriores e posteriores ao ingresso dos agricultores e de suas organizações no movimento do MFT certificado (BACON, 2005; LAWSON, 2004; POTTS, 2010).

Lawson (2004) comenta que as vendas de café *fair trade* têm crescido consideravelmente nos últimos anos e cada vez mais produtores tornam-se certificados para vender seu produto, mas é essencial analisar os efeitos do MFT de café sobre os produtores e em que medida o comércio justo é capaz de cumprir seus ideais e princípios. O autor, em seu artigo que compara duas cooperativas de café na Costa Rica, aponta alguns questionamentos: o MFT pode tornar-se um mecanismo de alívio para a pobreza e o aumento da sustentabilidade e dos meios de subsistência das comunidades rurais? Em que medida o *fair trade* contribuiu para a sustentabilidade econômica, social e ambiental da produção de café?

Como cada vez mais agricultores tornam-se certificados para vender seu produto, percebe-se ainda a necessidade de desenvolver mais estudos sobre o impacto socioeconômico do MFT certificado junto aos produtores de café. Assim, para a pesquisa de campo deste trabalho, decidiu-se que o foco seria analisar os efeitos do MFT sobre uma organização de agricultores a ele vinculada e, sob a ótica dos agricultores envolvidos, em que medida o MFT é capaz de cumprir seus princípios e empoderá-los, à luz dos conceitos apresentados neste estudo. A abordagem do empoderamento foi escolhida como forma de categorizar o impacto da inserção de produtores familiares

---

corresponde a US\$ 232,80, o equivalente a R\$ 425,56 (câmbio de R\$ 1,828/US\$1,00, em 23/02/2010). O preço do café convencional na mesma data era de R\$ 265,00/saca de 60 kg. FOB significa *free on board*, ou seja, inclui todas as despesas até o produto estar carregado no navio do porto de origem. O resto das despesas (transporte marítimo até o porto de destino, seguro, desembarque no destino, etc.) deve ser pago pelo comprador.

de café organizados em cooperativas a partir do momento em que ingressam no MFT certificado.

## **O empoderamento**

O tema empoderamento tem sido pauta das agências de fomento, tanto governamentais como não governamentais (ONGs), sobretudo a partir da década de 1970. Historicamente, tem vinculação com os movimentos sociais que militam em questões ligadas a gênero e raça, por exemplo, e mais recentemente se tornou objeto de ação de organismos governamentais e multilaterais como o Banco Mundial.

Ainda que não se possam identificar pessoas ou organizações “empoderadas” ou “desempoderadas”, pelo fato de que empoderamento não significa um atributo que se pode possuir ou não, trata-se de um conceito que ajuda na compreensão de processos sociais referentes a possibilidades de ascensão econômica, cognitiva, psicológica ou política (HOROCHOVSKI; MEIRELLES, 2007).

Empoderamento significa, em geral, a ação coletiva e individual desenvolvida pelos indivíduos, quando participam de espaços privilegiados de decisões, e de consciência dos direitos sociais. Essa consciência ultrapassa a tomada de iniciativa individual de conhecimento e superação de uma situação particular (realidade) em que se encontra, podendo atingir, ainda que não de forma homogênea, nem simultânea, a compreensão de teias complexas de relações sociais que informam contextos econômicos e políticos mais abrangentes.

O empoderamento pode possibilitar tanto a aquisição de emancipação individual quanto de consciência coletiva necessária para a superação de “dependência social e dominação política”. Nyerere (1979) argumenta que um processo de empoderamento precisa contemplar, pelo menos, quatro níveis:

- a. cognitivo – a conscientização sobre a realidade e os processos;
- b. psicológico – ligado ao desenvolvimento de sentimentos de autoestima e autoconfiança, requisitos para a tomada de decisões;
- c. econômico – que relaciona a importância da execução de atividades que possam gerar renda que assegure certo grau de independência econômica;
- d. político – que envolve a habilidade para analisar e mobilizar o meio social para nele produzir mudanças.

Sob essa perspectiva, é possível que as pessoas e as instituições construam uma autoimagem positiva, desenvolvam capacidades para pensar criticamente e agir acertadamente, construam espaços e

grupos colaborativos, promovam a tomada de decisões de forma horizontal e democrática e implementem ações em conjunto, mesmo com a consciência crítica de que os enfrentamentos, conflitos, negociações e compartilhamentos permanentemente ocorrem nas organizações.

Sen (1997), num estudo em que analisa a influência do intervenor nas ações de empoderamento como catalisador deste processo, criou um referencial tipológico de potencialidades e limitações dessa influência. Para que ocorra um verdadeiro empoderamento, torna-se necessário observar as seguintes premissas:

- a. empoderar significa ganho de poder, tanto sobre os recursos externos quanto sobre sua autoconfiança e capacidade;
- b. ainda que haja um processo de catalisação externa, o mais importante é que as pessoas se empoderem por si mesmas;
- c. o empoderamento não é um processo neutro, mas, acima de tudo, um processo político, de transformação;
- d. empoderamento não é um jogo de soma zero, ou seja, em determinados casos haverá ganhadores e perdedores;
- e. determinante é o empoderamento do grupo, mas a transformação dos indivíduos também é essencial;
- f. empoderamento é mais do que apenas participação ou descentralização.

Iório (2002, p. 28), quando discute este conceito, aponta que o processo de empoderamento “precisa ter no centro as pessoas e grupos empoderados, suas visões, aspirações e prioridades” e é a partir desse conceito que podemos inferir as variáveis de análise do estudo proposto. Segundo a autora, pode-se dividir o empoderamento em quatro categorias de análise:

- a. “poder sobre” recursos (físicos, humanos, financeiros) ou sobre ideologias (crenças, valores e atitudes);
- b. “poder com” (envolve a noção de que o todo é mais importante que as partes, a coletividade é mais importante que a individualidade);
- c. “poder para” (um poder pró-ativo que cria possibilidades e ações);
- d. “poder de dentro” (o respeito e aceitação de que somos todos iguais).

A partir dos conceitos de Iório (2002) e das categorias discutidas por Sen (1997), o conceito de empoderamento pode ser desdobrado em quatro grandes dimensões:

- a. “poder sobre” recursos (físicos, humanos, financeiros) e ideologias (crenças, valores e atitudes);
- b. “poder com” (envolve a noção de que o todo é mais importante que as partes, a coletividade é mais importante que a individualidade);
- c. “poder para” (um poder pró-ativo que cria possibilidades e ações);
- d. “poder de dentro” (o respeito e a aceitação de que somos todos iguais).

As variáveis utilizadas na metodologia de pesquisa são organizadas à luz dos conceitos apresentados, com a finalidade de auxiliar a análise proposta.

## **Metodologia**

### *O objeto de estudo*

Em vista do objetivo apresentado, a despeito da subjetividade vinculada às categorias referenciais anteriormente descritas sobre o conceito de empoderamento, empiricamente foi possível realizar um estudo de campo quantitativo e qualitativo para avaliar o empoderamento junto a cafeicultores familiares associados da COOPFAM, localizada no município de Poço Fundo, sul do estado de Minas Gerais. A escolha dessa cooperativa justifica-se em função de seu histórico de atuação, tempo de certificação, relações comerciais nacionais e internacionais sólidas e representatividade do setor.

### *Procedimentos metodológicos*

Para a sua realização, optou-se por utilizar um conjunto de técnicas para realizar um diagnóstico descritivo e explicativo das possíveis evidências de empoderamento entre cafeicultores inseridos no MFT, tais como a aplicação de técnicas de coleta de dados padronizada, tipo survey, entrevistas, abertas ou semiestruturadas e estudo de caso.

A fim de verificar-se o potencial de empoderamento econômico individual dos cafeicultores associados, o desenho do survey implicou a definição de um grupo de controle. Para tal, foram entrevistados produtores não associados, nos mesmos bairros, de acordo com a estratificação da amostra e com características semelhantes às dos entrevistados da COOPFAM.

Uma segunda etapa da pesquisa diz respeito a uma avaliação do impacto da certificação do MFT, também na COOPFAM, no seu am-



biente externo, ou seja, junto a atores e suas organizações locais que, de alguma forma, interajam com a Cooperativa. A fim de contemplar essa etapa da pesquisa, foi utilizada a metodologia do grupo focal, descrita mais adiante.

A seguir, descrevem-se as operacionalização das categorias conceituais, as técnicas de coleta de dados e os métodos de análise das informações.

### *Operacionalização das categorias conceituais de empoderamento*

As variáveis operacionais que nortearam a elaboração do questionário foram extraídas do referencial teórico sobre empoderamento e são apresentadas na Tabela 1.

**Quadro 1** – Categorias de análise do nível de empoderamento de cafeicultores em determinada organização

Nível	Individual (não relacional)	Coletivo (relacional)
Econômico	Capacidade que o FT possui de elevar o nível individual de renda dos cafeicultores cooperados (renda calculada pelo valor recebido por saca de café, quando comparado com o grupo controle)	Relativo domínio da cadeia de suprimentos em que a organização está inserida
Cognitivo	Noção da realidade em que o cafeicultor vive	Inserção nos debates do ambiente institucional em que a organização está inserida
Psicológico	Autoestima e capacidade de tomar decisões nas ações de gestão da propriedade	Capacidade do grupo gestor da cooperativa de tomar decisões nas ações de gestão da organização
Político	Não aplicado ao nível individual, apenas ao relacional	Habilidade para mobilizar o meio social e nele produzir mudanças

**Fonte:** Elaborado pelo autor a partir dos conceitos de Iório (2002), Nyerere (1979) e Sen (1997).

As variáveis apresentadas na Tabela 1 foram organizadas a partir dos conceitos de empoderamento, dividindo a ação do MFT em dois ambientes, um individual, com efeitos estritos ao cafeicultor familiar e outro coletivo, vinculado à ação da organização certificada a que faz parte. De acordo com a categorização apresentada pelos autores referenciados, optou-se por dividir o empoderamento nos níveis propostos, como forma de melhor organizar a análise, considerando as diferentes facetas do empoderamento e sua não linearidade enquanto promotor de mudanças. Os diferentes ambientes e níveis de empoderamento foram utilizados como ponto de partida nas etapas de pesquisa de campo, detalhadas a seguir.

## *Survey*

A primeira etapa da pesquisa de campo, de ordem quantitativa, foi realizada por meio do método *survey*, envolvendo uma amostra representativa dos cafeicultores cooperados, com a finalidade de avaliar o impacto da certificação FT no processo de empoderamento dos associados à COOPFAM.

O método *survey*, de acordo com Tanur (1984 citado por PINSON-NEAULT; KRAEMER, 1993), pode ser caracterizado pela obtenção de dados ou informações sobre o objeto de pesquisa, normalmente por meio de um questionário. Em outras palavras, esse método pode ser definido como um tipo de pesquisa de opinião de caráter quantitativo, cuja coleta de dados é realizada por meio de questionários estruturados. Os questionários estruturados, de acordo com Alencar (2007), são formados por questões fechadas, ou seja, todos os entrevistados são submetidos às mesmas perguntas e às mesmas alternativas de respostas, previamente definidas.

Destaca-se, no que se refere à amostragem, que o universo de cafeicultores da cooperativa é constituído por 154 membros. A amostra foi composta por 30 produtores cooperados, divididos por bairros agrupados (representação regional), sistema de produção (orgânico/convencional) e tempo de filiação (mais antigo e mais recente). Foram entrevistados também 30 cafeicultores não cooperados, nos mesmos bairros agrupados, que serviram como grupo de controle, com o objetivo de verificar se participar do MFT afeta positivamente a situação socioeconômica individual dos cafeicultores cooperados.

O *survey* foi utilizado como método de análise das características individuais da categorização do empoderamento, tendo as características relacionais sido analisadas por meio do “grupo focal”, descrito a seguir. Todos os dados foram processados e analisados com a utilização do software *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) e suas ferramentas utilizadas foram o *Analyze* e o *Graphs* (distribuição de frequência e gerador de gráficos). Os resultados estão descritos no final do trabalho.

## *Grupo focal*

Paralelamente à aplicação do *survey*, outra etapa do trabalho de campo foi realizada por meio do método de coleta denominado grupo focal, envolvendo atores da COOPFAM e demais integrantes da cadeia certificada, bem como atores que circundam o ambiente organizacional da cooperativa em sua região de atuação. Em Poço Fundo, em

2011, existiam três cooperativas agropecuárias em atividade, sendo duas certificadas pela FLO-Cert e vinculadas ao MFT. Uma delas é a COOPFAM, objeto de estudo deste trabalho.

De acordo com Vergara (2005), o grupo focal pode ser definido como um método de entrevistas em grupo, intermediado por um moderador, com o objetivo de promover o debate de um assunto específico. Nessa área de ciências sociais, de acordo com essa autora, esse tipo de entrevista, em grupo, vem sendo realizado desde a década de 1920, em pesquisa qualitativa. Geralmente, é associado a outros métodos, como a observação participante e a entrevista individual e pode ser aplicado em pesquisas quantitativas em conjunto com questionários do tipo survey.

Vergara (2005) apresenta as seguintes características do método: gera hipóteses para investigação; auxilia na construção de outros instrumentos de coleta de dados; gera *insights* dentro do grupo; não generaliza os dados da pesquisa e é um método flexível que permite que o pesquisador (moderador) “controle” seu grau de envolvimento, de acordo com sua proposta de investigação.

Seguindo as orientações acima, os participantes do grupo focal foram selecionados com base na inserção dos atores no ambiente institucional da COOPFAM. Para tanto, foram convidadas as seguintes pessoas, representando suas organizações:

- a. presidente e cafeicultor orgânico da COOPFAM;
- b. cafeicultor convencional da COOPFAM;
- c. membro da Secretaria de Agricultura;
- d. extensionista do escritório local da Emater-MG;
- e. diretor da Cooperativa Agropecuária de Poço Fundo (COOPFUNDO);
- f. membro da Cooperativa dos Pequenos Cafeicultores de Poço Fundo e Região (COOCAMINAS);
- g. membro da empresa que representa a certificadora FLO-Cert no Brasil;
- h. membro de uma empresa compradora e exportadora de cafés do MFT.

## Resultados e discussão

### *A experiência da COOPFAM*

Como forma de avaliar o impacto no MFT na vida dos produtores familiares de café e o potencial de empoderamento que essa forma de comercialização exerce sobre os mesmos e sobre suas organizações,

foi escolhida a Cooperativa dos Produtores Familiares de Poço Fundo e Região (COOPFAM), como exemplo de análise. Tal escolha se deu em função de sua representatividade no setor, por possuir tanto café convencional como café orgânico certificado e por ser a primeira organização certificada no MFT com café orgânico no país. Criada em 2004, no município de Poço Fundo, sul do estado de Minas Gerais, Brasil. Em setembro de 2010, a COOPFAM tinha 293 famílias certificadas pela FLO-Cert e dos produtores certificados a COOPFAM possuía 162 certificados como orgânicos pela BCS, o que corresponde a 55% dos seus associados.

### ***MFT de café: vetor de empoderamento ou nicho modista passageiro?***

Foram entrevistados sessenta produtores distribuídos em duas categorias: associados e não associados. Do total dos entrevistados, 78,3% produzem segundo o sistema convencional e 21,3% são cafeicultores de café orgânico, todos estes últimos filiados à COOPFAM. De fato, a produção orgânica no município está restrita aos cafeicultores certificados pelo MFT. Como forma de avaliar se a distribuição espacial interferiu no empoderamento dos cafeicultores, todos os entrevistados, associados e não associados, foram selecionados obedecendo a uma distribuição por diferentes bairros do município, Para verificar se o tempo de filiação tem relação com a capacidade de empoderamento, o grupo dos associados foi dividido entre aqueles que estão filiados há mais tempo (63%), desde o início da formação da cooperativa, do grupo com entrada mais recente (37%).

A motivação de filiação à COOPFAM, por parte da maioria dos cooperados entrevistados, foi por questões ligadas a princípios (organização, cooperação e solidariedade), pois, de forma agrupada, cada um dos 80% dos entrevistados disse ter sido motivado por esses argumentos no momento da filiação. Não houve diferença significativa entre os cooperados que se filiaram na época da criação da cooperativa (“antigos”) e os que se filiaram mais recentemente (“novos”). Isso mostra a forte vinculação do grupo a outros movimentos organizados, conforme já descrito no histórico da COOPFAM. São respostas que têm estreita vinculação aos princípios originais do MFT.

No que diz respeito à composição familiar, dos 40 entrevistados que têm filhos em idade para trabalhar, apenas 6,6% têm filhos que trabalham fora de suas propriedades, o que aponta que os filhos não precisam trabalhar fora para completar as necessidades da família. Do total de entrevistados, 93,3% sempre foram agricultores familiares

e gostam disso e 71,6% se identificam como cafeicultor. Cem por cento dos entrevistados afirmaram que continuarão a ser cafeicultores, independentemente das oscilações do mercado cafeeiro e 76,6% esperam que seus filhos deem continuidade à sua profissão. Percebe-se, portanto, um claro otimismo com as perspectivas da atividade, embora tenha que se considerar que a pesquisa de campo foi realizada num momento de altos preços do produto no mercado convencional de café commodity.

Numa etapa da pesquisa foi proposta uma análise da evolução patrimonial e produtiva dos entrevistados. Esse aspecto não foi considerado especificamente um empoderamento, pois não necessariamente houve uma contrapartida evolutiva nas características específicas de empoderamento tratadas a seguir, mas apontam para transformações na realidade das famílias entrevistadas. Estas transformações ficam evidentes quando a maioria dos entrevistados (80%) afirma ter feito benfeitorias em suas propriedades no período compreendido entre 2002 e 2011; 60% adquiriram mais terras, enquanto somente 13,3% venderam e ainda 2/3 dos cafeicultores aumentaram sua área de cultivo. Em termos de evolução patrimonial, não houve diferença significativa entre os cooperados ligados ao MFT e os não cooperados. De qualquer modo, os resultados positivos sobre a evolução patrimonial atestam a boa fase que a cafeicultura vem atravessando nos últimos anos, independentemente de os entrevistados participarem ou não processo de certificação do MFT.

Sobre as mudanças no decorrer do tempo analisado na pesquisa, ao serem indagados sobre uma comparação entre o período atual e o anterior, apenas um entrevistado discordou em parte sobre a melhoria de sua vida, quando comparada ao período anterior, e 81,7% concordaram totalmente em sua melhoria. Outro fator observado é que 65% dos entrevistados acreditam que está mais fácil trabalhar e viver da cafeicultura, contra 30% que acreditam que antigamente era mais fácil (15% parcial e 15% totalmente); 93,3% acreditam que o apoio técnico atual para a produção do café é maior que o dado em períodos anteriores. Esses resultados também podem apontar para uma coincidência com um período favorável da cafeicultura convencional, pois não se observaram diferenças significativas entre os cooperados e os não cooperados respondentes.

Ao serem questionados se hoje vivem somente do que ganham e produzem na propriedade rural e antes não era assim, 86,7% dos entrevistados afirmaram que retiram o sustento de suas propriedades. Destaca-se que 70% dos entrevistados acreditam que é mais fácil

viver da cafeicultura, sendo apenas 10% os que discordam parcial ou totalmente. Observou-se que 46,7% dos entrevistados vivem apenas da propriedade rural, diferentemente do período anterior; 88,3% trabalham com mão de obra familiar e apenas 5% têm trabalhadores fixos cuja mão de obra familiar é insuficiente e 55% contam com trabalhadores temporários em épocas de pico (colheita). As normas da certificadora concebem essa realidade, em função da necessidade pontual de mão de obra externa, especialmente no período da colheita, quando a força de trabalho da própria família não é suficiente para atender à demanda.

O foco central da pesquisa de campo junto aos cafeicultores foi o potencial de seu empoderamento gerado a partir do ingresso no MFT. Conforme descrito na metodologia, o empoderamento foi dividido de acordo com os níveis econômicos, cognitivos e psicológicos. As perguntas do questionário foram formuladas obedecendo a essa divisão e os resultados foram tabulados de forma agregada, com vistas ao objetivo de pesquisa proposto. Quando agrupadas, não foram detectadas diferenças significativas entre os aspectos econômicos (valor de  $p = 0,5467$ ) e psicológicos (valor de  $p = 0,9745$ ) quando aplicado o teste F, considerando-se os fatores associado ou não, convencional ou orgânico e tempo de filiação. De acordo com os dados da Tabela 1, o resultado (valor de  $p = 0,00003$ ) mostra que os aspectos cognitivos apresentaram diferenças significativas, evidenciando a noção da realidade em que o cafeicultor vive, de forma individual, e sua inserção nos debates do ambiente organizacional e institucional em que a organização está inserida.

**Tabela 1:** Médias das notas agrupadas atribuídas às questões relativas aos aspectos econômicos, cognitivos e psicológicos

Classes	Econômicos		Cognitivos		Psicológicos	
Associado orgânico	40,92308	a	28,00000	a	11,46154	a
Associado convencional	40,94118	a	28,58824	a	11,52941	a
Não associado	39,50000	a	24,23333	b	11,60000	a

Esse resultado reforça a importância que a maioria dos cafeicultores dá ao princípio associativista quando da filiação à COOPFAM e o processo de empoderamento se inicia exatamente nessa ação. Ainda que comercializando o café por preços majorados e ampliando sua estrutura patrimonial, o que empodera os cafeicultores, sob sua ótica, é o trabalho associativo, em grupo. Um dado que reforça essa tese é o

de que 100% dos entrevistados (associados ou não) continuarão a ser cafeicultores, independentemente das oscilações do mercado cafeeiro.

### *O ambiente do MFT de café*

Uma segunda etapa da pesquisa de campo foi o grupo focal, realizada com atores do ambiente do MFT onde a COOPFAM atua. As seguintes questões serviram como norteadoras do trabalho: O que é MFT? Qual a importância do MFT para o desenvolvimento das organizações certificadas e para a região? Como deve ser calculado o preço justo do café? O mercado valoriza o café *fair trade* certificado? Por que entrar no MFT? Por que muitos cafeicultores familiares e suas organizações ainda não são *fair trade*? Por que Poço Fundo possui duas organizações certificadas no MFT? O processo foi conduzido com os integrantes descritos no grupo focal e os resultados estão apontados a seguir.

Para o representante da prefeitura municipal, o MFT significa um avanço para o município, pois proporciona alternativas que promovem a autoestima das pessoas que vivem no campo. O destaque, no entanto, foi dado ao MFT como mais uma alternativa de agregação de valor ao café, este sim o propulsor econômico do município. Em nenhum momento o representante da prefeitura abordou a possibilidade de empoderamento via emancipação e autonomia dos cafeicultores, ou seja, a relação se dá com poder público e “cafeicultores”, e não suas organizações como agentes do desenvolvimento.

O representante da COOPFUNDADO (cooperativa agropecuária não certificada no MFT) aponta que a certificação visa garantir ao consumidor melhor qualidade do produto e ao cafeicultor melhor condição de gerenciamento da produção para produzir com sustentabilidade e responsabilidade no contexto geral da produção. O representante da COOPFAM lembra que o papel do Estado no estabelecimento de políticas públicas de assistência técnica é falho e este foi um dos fatores que motivaram o grupo a criar a associação dos pequenos cafeicultores, nos anos 1980, que deu origem à cooperativa.

Essa mesma linha de pensamento foi defendida pelo representante da Emater, por sua vez representando o estado de Minas Gerais, pois acredita que o MFT é basicamente a união de um grupo de cafeicultores visando à comercialização obedecendo a normas específicas. Parece coerente esse posicionamento, pois a empresa é uma das executoras do programa Certifica Minas e muito integrada à cadeia do agronegócio cafeeiro na região.

A representante da empresa compradora de café certificado no MFT apresentou uma conceituação vinculada ao produto café certi-

ficado, mas com uma preocupação com a melhoria da vida dos cafeicultores, da família e da sociedade envolvida na produção do café, e com o meio ambiente. A participação e a permanência da empresa na cadeia MFT ou em outro processo de certificação têm forte vinculação com os sistemas de garantia.

A certificadora tem papel de extrema importância no funcionamento do MFT, uma vez que determina o ingresso ou não de atores (cafeicultores, exportadores, compradores, processadores e distribuidores) e baliza o próprio mercado, determinando o preço mínimo na comercialização. Um fator que chama a atenção em sua fala é a preocupação do equilíbrio na relação entre cafeicultores e consumidores, ou seja, para ser “justo”, o mercado não poderia pender apenas para um dos lados dessa balança comercial. Outro fator lembrado é o da responsabilidade ambiental que, apesar de não estar prevista na constituição histórica do MFT.

Ainda que os princípios sejam fatores determinantes na criação e na consolidação do MFT (normatizado e operacionalizado pela certificadora), cabe analisar se todos aqueles princípios originais ainda continuam em vigor. O fato de ser *fair* traz em si uma noção de desenvolvimento econômico equilibrado e justo. Mas, desenvolvimento econômico para quem? A manifestação do representante da certificadora aponta para um equilíbrio entre os interesses dos cafeicultores e a capacidade de pagamento do café por parte dos consumidores, por um preço justo e acertado entre as partes. Esse tensionamento entre cafeicultores e consumidores como representantes finais de uma única cadeia é intermediado pela certificadora que estabelece o preço mínimo e justo do café comercializado, ou seja, aquele que teoricamente atende às exigências mínimas dos cafeicultores (a ser avaliado) e a capacidade máxima de pagamento por parte do consumidor, que se dispõe a contribuir com o movimento MFT.

A influência do MFT pode ser sentida nos cafeicultores vizinhos daqueles que já são certificados, mas essa mudança é gradual e cuidadosa, segundo o membro da COOPFUNDO. A desconfiança é tida como um dos motivos da baixa velocidade de ingresso no MFT de outros cafeicultores e organizações. Ele acredita que alguns não entram em razão dos pré-requisitos a serem cumpridos imediatamente, mas que as vantagens compensam, pois 85% dos cooperados da COOPFUNDO são familiares, segundo ele. Percebe-se aqui que o cafeicultor resume a possibilidade de empoderamento de sua organização apenas como poder econômico, sem se preocupar com os aspectos cognitivo e psicológico do empoderamento. Já o cafeicultor



da COOPFAM acredita que haja um fortalecimento econômico do cafeicultor, mas lembra que o objetivo principal é “garantir a qualidade de vida e do meio ambiente de quem produz”.

O representante da COOPFUNDO reforçou que o preço é o fator preponderante na adesão ao MFT e que o êxodo rural está intimamente ligado ao preço recebido pelos cafeicultores. “No ano passado, com a crise, ouvi muitas pessoas querendo abandonar o café, mas não ouvi nenhum cafeicultor *fair trade* dizer isso”, segundo o representante. Já o cafeicultor da COOPFAM lembrou que a cooperativa nasceu com o objetivo de “garantir aos cafeicultores a permanência com melhor qualidade de vida” e a discussão sobre preço foi posterior. Mas, colocou um tema para o debate: “é mais importante o apoio econômico ou garantir um produto de qualidade ao consumidor?” O representante da certificadora acredita que os dois objetivos devem ser perseguidos, mas que apenas o argumento da sustentabilidade do cafeicultor não é mais suficiente, pois o consumidor também é exigente em qualidade do produto consumido por ele. Para o representante da COOPFAM, se o foco se inverter, o MFT se transforma num mercado convencional novamente.

O componente central do MFT é um preço mínimo garantido aos cafeicultores e este preço mínimo, em geral, tem se mantido acima do preço mundial de mercado do café, levando a um caso clássico de um piso de preços acima do mercado, em que a quantidade ofertada pode exceder a quantidade demandada. Segundo Weber (2006), no limite, nem todos os produtores de café podem acessar esse preço preferencial, uma vez que se o fornecimento de café exceder a quantidade que os compradores têm demandado, por uma questão de racionalidade, criam-se mecanismos adicionais de compensação. “Esta realidade de mercado levou os compradores de café *fair trade* a uma crescente demanda por cafés orgânicos de alta qualidade, uma tendência que só ganhou impulso nos últimos cinco anos” (WEBER, 2006, p. 3).

Outra discussão provocada no grupo foi a do preço. O valor estabelecido pela certificadora como mínimo seria realmente justo? Segundo o representante da certificadora, o que determina o preço mínimo é uma análise do custo de produção, que é praticamente igual no mundo inteiro. “É feito um estudo com critérios bem elaborados, com proposta e consulta aos produtores”. Para ele, o fortalecimento das organizações no processo de negociação é fundamental. No último ano, segundo o representante da certificadora, em função da elevação exagerada do preço do café commodity, o preço mínimo pré-estabelecido acabou não acompanhando o preço de mercado. A

certificadora acabou por definir um novo patamar de preço mínimo, com o prêmio de U\$0,20 acima do preço da bolsa de Nova Iorque, balizador do mercado. No caso brasileiro, o problema é uma valorização excessiva do real, fator que a certificadora não consegue resolver com o preço mínimo, pois o café é um produto do mercado globalizado.

Da discussão ficou claro que o preço justo, baseado no preço mínimo, é fundamental no MFT. No entanto, caso o preço mínimo não fosse justo, haveria uma tendência de aproximação entre as diferentes certificações, a ponto de se tornarem substituíveis entre si, apenas como instrumentos de redução dos custos de transação entre os agentes de cadeias de valor global, como a do café.

As representações do Estado, em todos os níveis de poder, ou seja, municipal, estadual e federal, apontam para caminhos diferentes. O poder público municipal tem papel eminentemente local, preocupado com o desenvolvimento socioeconômico de todos os segmentos. Outro fator que preocupa o poder público municipal é de que forma se integrar ao trabalho social das cooperativas certificadas, apoiando iniciativas de investimento dos recursos do prêmio, como forma de ampliar a rede de beneficiários dos projetos. Exemplo disso é o apoio ao projeto de coleta seletiva do lixo.

Quanto ao poder público estadual, ficou evidente que a assistência técnica aos cafeicultores familiares (tanto os certificados quanto os interessados em se certificar) é o lócus ideal de trabalho e apoio. Exemplo desse trabalho é o Certifica Minas, que é um programa oficial de preparação dos cafeicultores familiares e suas organizações para o mundo do café certificado, inclusive para o MFT certificado. A Emater-MG tem experiência e legitimidade para assumir esse papel na região. Ao poder público federal ficou evidenciado o papel fundamental das organizações ligadas à formação técnica, profissional e acadêmica. A região tem duas instituições que representam esse papel e possibilidade. Uma delas é o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas (IFSULMINAS), sempre citado como um parceiro em todos os segmentos, no que diz respeito à formação técnica e aos trabalhos de extensão tecnológica, como no caso da COOPFAM. Outra instituição é a Universidade Federal de Lavras (UFLA), com seus programas de pesquisa e pós-graduação com vários trabalhos conduzidos no município, com destaque para este, especificamente.

Quanto à certificadora, o trabalho de pesquisa evidenciou dois papéis fundamentais: como normatizadora e coordenadora do MFT certificado, distintos do papel de outros sistemas certificados que

abrangem a cadeia do agronegócio do café. As diferenças principais dizem respeito à priorização dos cafeicultores familiares e suas organizações como agentes certificados e na definição do preço mínimo e justo a ser adotado na comercialização. De acordo com os conceitos evidenciados por Machado (2000), a certificação voluntária é um instrumento que facilita a coordenação de cadeias produtivas. No entanto, em função do alto grau de envolvimento da FLO na definição do preço mínimo, entende-se que, como organização gestora da certificação do MFT, a FLO tem sido, em si, o grande agente coordenador desse segmento de mercado. As demais certificações existentes no mercado apenas ajudam no processo de coordenação, comandado, principalmente, pelas grandes redes varejistas.

O agente comprador evidenciou seu papel como ator com objetivos claros de maximização do resultado do investimento, mas com adequações de comportamento em função das regras do MFT, como transparência, conduta exigida pela certificadora e pouco comum nas relações comerciais convencionais. Por outro lado, aspectos como respeito a regras que visam à sustentabilidade já não são novidades exclusivas do MFT, uma vez que outros sistemas de certificação que envolvem a cadeia do agronegócio do café também exigem esses critérios das organizações responsáveis pela auditoria e controle.

Por fim, as representações de cafeicultores certificados ou em vias de se tornarem certificados apresentaram diferenças claras que justificam sua organização em cooperativas distintas. A COOPFAM se mostra mais vinculada a princípios associativos do que as demais. Sua história de formação mostra que nem sempre o preço do café ou o menor custo de produção com o uso de agroquímicos (ainda que permitidos pela certificadora) são os únicos critérios utilizados nas tomadas de decisão da cooperativa. A COOCAMINAS, por sua vez, foi criada exatamente em função dos critérios ambientais da COOPFAM não previstos pela certificadora, que não permitem redução nos custos de produção dos associados que optam pelo uso dos agroquímicos permitidos pela FLO. Já a COOPFUNDO, por possuir cooperados familiares e não familiares e uma inserção mais profunda no mercado de café commodity, vislumbra o MFT como mais uma possibilidade de agregação de valor ao produto comercializado, ainda que restrito a apenas parte de seus cooperados.

### **Conclusão: outro mundo é possível com o MFT?**

Quando retomados os objetivos da pesquisa, os resultados levam a indagar se realmente o MFT é capaz de empoderar os cafeiculto-

res familiares e suas organizações e que tipo de empoderamento tem ocorrido. Neste trabalho foram considerados os resultados do uso de duas técnicas de pesquisa de campo: a aplicação do survey junto aos cafeicultores familiares, tanto certificados como não certificados e o grupo focal junto aos atores da cadeia certificada do MFT, do ambiente organizacional da COOPFAM. Os referenciais teóricos ajudam a compor esse quadro explicativo disposto a seguir.

A pesquisa de campo centrada no survey junto aos cafeicultores familiares (associados ou não à COOPFAM), apesar de apontar diferenças significativas em termos dos preços alcançados pelo café comercializado no MFT em relação ao mercado *commodity*, revelou que o que efetivamente os empodera, sob a própria perspectiva dos cafeicultores, é o aspecto cognitivo, ou seja, a noção da realidade em que vivem e a importância que depositam no ambiente associativo e no trabalho de grupo.

A certificadora tem papel central no processo de empoderamento das organizações que atuam no MFT. Concretamente, é ela quem determina o ingresso ou não da cooperativa, por meio do sistema de certificação implantado e que se aprimora constantemente, de acordo com as exigências do mercado. As normas, por sua vez, são a garantia de que os princípios do MFT serão seguidos por todos os agentes da cadeia comercial e que critérios como a transparência e a solidariedade serão seguidos. Mas, é no estabelecimento do preço mínimo que o papel da certificadora se fortalece como agente ativo e fundamental da cadeia. Seja qual for a cadeia produtiva com processo de garantia de qualidade diferenciada, sempre haverá um agente coordenador. A assimetria informacional e o próprio poder econômico acabam por propiciar aos agentes a jusante da cadeia, principalmente as indústrias de alimentos e as grandes redes varejistas, a coordenação das cadeias produtivas. Os cafeicultores e suas organizações acabam sendo apenas coordenados e o estabelecimento do preço a ser pago pelo produto, o balizador dessa relação comercial é, via de regra, um preço que não atende aos interesses dos cafeicultores, mas apenas dos primeiros.

O estabelecimento de um preço mínimo pela certificadora inverte essa lógica, garantindo às organizações certificadoras uma condição mais justa de permanência no mercado, sob interveniência da certificadora. Esse aspecto, que diferencia o MFT de outros sistemas de garantia de qualidade na cafeicultura, baliza uma nova relação contratual entre cafeicultores e consumidores, que passam a atuar em rede, fortalecendo a solidariedade entre ambos. A certificadora, portanto, é um

dos principais agentes de empoderamento dos cafeicultores e suas organizações, desde que o preço mínimo seja sempre ajustado às necessidades básicas das famílias participantes. Ressalta-se, no entanto, que o empoderamento de cafeicultores e o de suas organizações nem sempre são simultâneos.

A partir das análises apresentadas pode-se inferir que o MFT tende a amadurecer, processo que já teve seu início com a incorporação da certificação baseada em regras consolidadas como garantia de qualidade e rastreabilidade. Tanto certificadora quanto cafeicultores e suas organizações terão que aprimorar suas habilidades gerenciais para dar conta desse crescimento. O Estado continuará tendo papel fundamental nesse processo, não como regulador, mas como articulador desse crescimento, via capacitação e crédito, por exemplo. Só assim o MFT poderá apresentar condições de se consolidar e contribuir para a sustentabilidade econômica, social e ambiental da produção de café.

Este trabalho aponta para novos desafios de pesquisa a serem explorados. Uma análise econômica mais apurada, incluindo estudos econômico-financeiros mais aprofundados, pode trazer resultados mais precisos quanto ao potencial econômico de empoderamento em diversas dimensões dos cafeicultores e suas organizações. Outro aspecto importante indicado pela investigação pode ser a tentativa de identificar em profundidade em que fases de consolidação do MFT os cenários conjunturais locais e regionais se mostram mais empoderadores ou “des”empoderadores. Outro aspecto importante é uma análise junto a organizações de compradores e distribuidoras de produtos do MFT em países nos quais esse movimento é mais avançado e junto aos consumidores, diferenciando-se aqueles mais vinculados aos princípios originais do MFT dos novos consumidores, compradores habituais das grandes redes de supermercados, por exemplo. Isso possibilitaria uma visão mais abrangente do potencial de crescimento e consolidação do MFT e a possibilidade de ele se tornar, efetivamente, uma “terceira via” do mercado global.

## Referências bibliográficas

- ALENCAR, E. *Metodologia de pesquisa*. Lavras: UFLA, 93 p, 2007.
- BACON, C. Confronting the coffee crisis: can fair trade, organic, and specialty coffees reduce small-scale farmer vulnerability in northern Nicaragua? *World Development*, Oxford, v. 33, n. 3, june. p. 497-511, 2005.
- BASU, A.; HICKS, R. Label performance and the willingness to pay for fair trade coffee: a cross-national perspective. *International Journal of Consumer Studies*, London, v. 32, n. 5, sept. p. 470-478, 2008.
- BECCHETTI, L.; ROSATI, F. C. Global social preferences and the demand for socially responsible products: empirical evidence from a pilot study on Fair Trade consumers. *World Economy*, Oxford, v. 31, n. 91, feb., p. 807-836, 2007.
- FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS INTERNATIONAL. *Aims of fairtrade standards*. Disponível em: <[http://www.fairtrade.net/aims\\_of\\_fairtrade\\_standards.html?&L=0](http://www.fairtrade.net/aims_of_fairtrade_standards.html?&L=0)>. Acesso em: 18 fev. 2010.
- HOROCHOVSKI, R. R.; MEIRELES, G. Problematizando o conceito de empoderamento. In: SEMINÁRIO NACIONAL MOVIMENTOS SOCIAIS PARTICIPAÇÃO E DEMOCRACIA, 2., 2007, Florianópolis. *Anais...* Florianópolis: Núcleo de Pesquisa em Movimentos Sociais, 2007. 1 CD-ROM.
- IORIO, C. Algumas considerações sobre estratégias de empoderamento e de direitos. In: ROMANO, J.; ANTUNES, M. (Org.). *Empoderamento e direitos no combate à pobreza*. Rio de Janeiro: ActionAid Brasil, p. 21-44, 2002.
- LAWSON, J. *Promoting sustainable livelihoods through trade: fair trade as a vehicle for economic, social and environmental sustainability in coffee production in Coto Brus, Costa Rica*. 2004. 126 p. Thesis (Ph.D. in Justice and Peace Studies) - Georgetown University, Washington.
- LLOPIS-GOIG, R. Fair trade and global cognitive orientation: a focus on spanish fair trade consumers. *International Journal of Consumer Studies*, London, v. 31, n. 5, sept. p. 468-477, 2007.
- LOUREIRO, M. L.; LOTADE, J. Do fair trade and eco-labeling in coffee wake up the consumer conscience? *Ecological Economics*, Oxford, v. 53, n. 1, apr., p. 129-138, 2005.
- MACHADO, R. T. M. *Rastreabilidade, tecnologia da informação e coordenação de sistemas agroindustriais*. 2000. 256 p. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade de São Paulo, São Paulo.

- NYERERE, J. K. Unity for a New Order. In: HAQ, K. (Org.). *Dialogue for a New Order*. New York: Pergamon, p. 3-10, 1979.
- PINSONNEAULT, A.; KRAEMER, K. L. Survey research in management information systems: an assesment. *Journal of Management Information Systems*, New York, v. 10, n. 2, feb. p. 75-105, 1993.
- POTTS, J. *Alternative trade initiatives and income predictability: theory and evidence from the coffee sector*. Disponível em: <[http://www.iisd.org/pdf/2007/trade\\_price\\_alt\\_trade.pdf](http://www.iisd.org/pdf/2007/trade_price_alt_trade.pdf)>. Acesso em: 22, fev. 2010.
- RAYNOLDS, L. T.; WILKINSON, J. Fair trade in the agriculture and food sector. In: RAYNOLDS, L. T.; MURRAY, D.; WILKINSON, J. (Ed.). *Fair trade: the challenges of transforming globalization*. London: Routledge, p. 33-47, 2008.
- SEN, G. *Empowerment as an approach to poverty*. New York: PNUD, 1997. 22p.
- VERGARA, S. C. *Métodos de pesquisa na administração*. São Paulo: Atlas, 2005. 287p.
- WEBER, J. Rationing in the Fair Trade Coffee Market: who enters and how? In: INTERNATIONAL COLLOQUIUM: FAIR TRADE AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT, 2, 2006, Montreal. *Proceedings...* Montreal: FTSD, p. 19-21, 2006.
- WILKINSON, J. Fair trade: dynamic and dilemmas of a market oriented global social movement. *Journal of Consumer Policy*, Leiden, v. 30, n. 3, mar. p. 219-239, 2008.
- WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION. *10 standards of fair trade*. Disponível em: <[http://www.wfto.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=2&Itemid=14](http://www.wfto.com/index.php?option=com_content&task=view&id=2&Itemid=14)>. Acesso em: 22, fev. 2010.

PEDINI, Sérgio, Rosa Teresa Moreira Machado. *Fair Trade: possibilidades de empoderamento de cafeicultores familiares no sul de Minas Gerais. Estudos Sociedade e Agricultura*, outubro de 2014, vol. 22, n. 2, p. 457-481, ISSN 1413-0580.

**Resumo:** (*Fair Trade: possibilidades de empoderamento de cafeicultores familiares no sul de Minas Gerais*). Neste trabalho utiliza-se o conceito de empoderamento para explicar a influência do Mercado Fair Trade (MFT) numa organização certificada de produção de café da agricultura familiar. O objetivo foi avaliar até que ponto o MFT tem a capacidade de empoderar cafeicultores familiares e suas organizações. Especificamente, estuda a experiência de uma cooperativa do Sul de Minas Gerais, certificada e atuante no mercado internacional. Para alcançar o objetivo proposto, o trabalho está baseado em pesquisa de campo, dividida entre um survey junto aos cafeicultores da organização estudada e produtores vizinhos não filiados nas mesmas condições e um grupo focal, composto por atores do ambiente organizacional da cooperativa. Os resultados do survey apontaram que apenas os aspectos cognitivos apresentaram diferenças significativas, evidenciando a noção da realidade em que o cafeicultor vive, ou seja, de forma individual. Os resultados do trabalho em torno do grupo focal reforçam o papel do MFT no ambiente organizacional local, à luz de uma atuação em rede dos atores envolvidos. Conclui-se que o MFT tende a amadurecer, processo que já teve seu início com a incorporação da certificação baseada em regras consolidadas como garantia de qualidade e rastreabilidade. O trabalho aponta para a necessidade de continuidade da investigação, incorporando estudos mais aprofundados da condição econômico-financeira dos participantes e uma investigação junto aos consumidores na ponta final da cadeia.

**Palavras-chave:** mercado fair trade. empoderamento. certificação. cafeicultores. coffee small famers.

**Abstract:** (*Fair Trade: opportunities for empowerment of family farmers in southern Minas Gerais*). This study applies the concepts of the New Institutional Economics and Economic Sociology to explain the rise of the Fair Trade Market (FTM), specifically that connected to the family-farming of coffee for fair trade marketing chains. The aim was to assess the extent to which FTM can actually empower small-scale family farmers of coffee and their organizations. Specifically, this work studies the experience of a cooperative in southern Minas Gerais state, that is certified by the FTM and operates in the international



market. The results from the survey point out that only the cognitive aspects showed significant differences, thus providing evidence of the notion of reality in which the farmer lives, that is, as an individual. The results from the focus group work reinforced the role of the FTM in the local organizational environment, in the light of networking by the actors involved. The conclusion reached is that the FTM tends to move toward maturity, a process that was consolidated with the incorporation of certification based on formal rules such as quality guarantees and traceability. This paper points to the need for further investigation, incorporating more profound study of the economic-financial conditions of the participants as well as on consumers, at the final link of the chain.

**Key Words:** Fair trade market, Empowerment, Certification, Coffee small farmers.

Recebido em fevereiro de 2014.

Aceito em agosto de 2014.