

RESSALVA

Atendendo solicitação do(a) autor(a), o texto completo desta dissertação será disponibilizado somente a partir de 12/01/2018.

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
“Júlio de Mesquita Filho”
Instituto de Geociências e Ciências Exatas
Câmpus de Rio Claro

MARCELA BARONE

CAFÉS ESPECIAIS E SALTO DE ESCALA: ANÁLISE DO
CIRCUITO ESPACIAL PRODUTIVO E DOS CÍRCULOS DE
COOPERAÇÃO DOS CAFÉS ESPECIAIS NO SUL DE MINAS
GERAIS

Dissertação de Mestrado apresentada ao Instituto de Geociências e Ciências Exatas do Câmpus de Rio Claro, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. Samuel Frederico

Rio Claro - SP

2017

633.73 Barone, Marcela
B265c Cafés especiais e salto de escala : análise do circuito espacial produtivo e dos círculos de cooperação dos cafés especiais do Sul de Minas Gerais / Marcela Barone. - Rio Claro, 2017

215 f. : il., figs., gráfs., tabs., quadros, mapas

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Instituto de Geociências e Ciências Exatas
Orientador: Samuel Frederico

1. Café. 2. Cafeicultura. 3. Café especial. 4. Salto de escalas. I. Título.

MARCELA BARONE

CAFÉS ESPECIAIS E SALTO DE ESCALA: ANÁLISE DO
CIRCUITO ESPACIAL PRODUTIVO E DOS CÍRCULOS DE
COOPERAÇÃO DAS COOPERATIVAS DE CAFÉ DO SUL DE
MINAS GERAIS

Dissertação de Mestrado apresentada ao
Instituto de Geociências e Ciências Exatas
do Câmpus de Rio Claro, da Universidade
Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”,
como parte dos requisitos para obtenção
do título de Mestre em Geografia.

Comissão Examinadora

Prof. Dr. Samuel Frederico (orientador)
IGCE / UNESP – Câmpus Rio Claro

Prof. Dr. Fabrício Gallo
IGCE / UNESP – Câmpus Rio Claro

Prof. Dr. Ricardo Abid Castillo
Instituto de Geociências / UNICAMP

Rio Claro – SP

Dedico este trabalho às Baronesas:

Rosmeire e Nadir.

AGRADECIMENTOS

Considero que a gratidão é um dos mais belos atos do ser humano. Agradecer exige de nós humildade suficiente para reconhecer que sozinhos nós podemos atingir certos resultados, mas com o apoio de certas pessoas podemos ampliar nossos horizontes e expectativas. Portanto, aproveito este espaço para demonstrar meu afeto a essas pessoas que tive a sorte de conhecer e que me apoiaram (das mais diversas maneiras) ao longo do desenvolvimento desta dissertação de Mestrado.

Primeiramente, gostaria de fazer um agradecimento especial à minha família: minha mãe Rosmeire, minha avó Nadir, meu pai Mário. Vocês sempre souberam me dar apoio incondicional, mesmo nos piores momentos dessa caminhada. Sinto gratidão por ser parte da família Barone. Muito obrigada pela paciência, orações e carinho. Se eu cheguei até aqui e me tornei a pessoa que sou, foi graças a vocês. Agradeço também a torcida da minha Tia Roberta e dos meus primos (Hugo, Haruan e Renan). Amo-os imensamente.

Também agradeço a orientação do Prof. Dr. Samuel Frederico. Desde 2010 trabalhamos juntos durante sua tutoria no Programa de Educação Tutorial da Geografia, passando pela orientação da Iniciação Científica e do Trabalho de Conclusão do Curso, pelo Treinamento Técnico, pelo Mestrado e pelo Estágio Docência na Graduação. Em todas essas experiências o Professor Samuel foi um exemplo de dedicação à pesquisa, docência e extensão. Agradeço sua paciência durante as minhas inúmeras crises e entregas de trabalho com prazo apertado. Mais importante ainda: obrigada por me ensinar as responsabilidades envolvidas no desenvolvimento de uma pesquisa científica, por acreditar no meu potencial, me incentivar a superar minhas limitações, por sempre realizar correções atenciosas e por me apresentar perspectivas que jamais imaginei alcançar.

À Comissão Avaliadora desse Mestrado, composta pelo Prof. Dr. Fabricio Gallo e Prof. Dr. Ricardo Castillo: obrigada pela leitura atenciosa do texto e pelas críticas enriquecedoras realizadas durante a arguição de defesa. Muito obrigada Professor Castillo pela aula de método realizada durante sua fala. Foi uma honra contar com excelentes profissionais que dialogaram comigo de maneira muito respeitosa, principalmente durante os apontamentos dos erros e das sugestões de alteração – o que tem se tornado raro diante de alguns “egos acadêmicos inflamados” que infelizmente observei em certas defesas. Aos professores que dedicaram seu

tempo para conhecer e contribuir com meu trabalho: José Gilberto de Souza, Marina Castro, Cindi Katz e Sallie Marston. Gostaria de agradecer pelo profissionalismo e pela solidariedade com que vocês me receberam em suas vidas.

Um forte agradecimento aos grupos de cafeicultores que possibilitaram a realização deste trabalho: Cooperativa dos Produtores de Café Especial de Boa Esperança, Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo e Cooperativa Regional dos Cafeicultores do Vale do Rio Verde. Em especial, gostaria de agradecer aos funcionários, membros dos Conselhos Administrativos e produtores filiados: obrigada pela recepção calorosa no melhor “estilo mineiro de ser”, pela atenção e pela colaboração durante os trabalhos de campo e visitas técnicas. Além disso, agradeço outros grupos e instituições que foram consultados ao longo da pesquisa: à Paola Figueiredo – que além de colaboradora também se tornou uma amiga querida (CLAC), à Claudia (BR Fair), ao Sr. João Piva e D. Sandra (Assodantas), ao Ulisses Ferreira (Comitê Poços Comércio Justo), ao Alvaro P. Coli (Cocarive), aos funcionários das unidades locais da EMATER de Poço Fundo e Carmo de Minas, ao Sérgio Pereira (IAC) e à Diretoria da BSCA.

Aproveito para agradecer à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo pelo financiamento que possibilitou a realização desta pesquisa.

Não poderia deixar de agradecer aos companheiros de vida e de estudos: Raquel Fulino, Mariana Oliveira, Bruno Rezende, Jaqueline Vigo, Yuri Saweljew, Paula Juliasz, Messias Lira, Guilherme Gattás e Isabella Vido – saibam que os estimo imensamente. Aos amigos amados que me apoiaram com carinho, atenção e torcida: Larissa Grecco, Camila Carbone, Daniela Mara, Nara Olivog, Natália Pereira, Marcelo Santos, Vitor Laubstein, Vinícius Veloso, Lucas Coutinho, Bruno PJ, Raul Nunes, Felipe Valle, Livia Camargo, Carol Rocha, Vernon Caldwell, Rose Francin, Judite Antunes, Fernando Mota, Natália Castillo, Bruno Cardoso, Bruna Alves, Tainah de Azevedo, Danilo Forlini, Carol Gierwiatowski, Rafael Barone, Renato Belinelli, Alexandre Toledo, Luan Ribeiro, Jessica Seabra, Camila Mauri, Caio Perego, Jéssica Bevilacqua, Frederico Negrini e Lyssa de Carvalho.

Agradeço a todos pelo apoio durante a realização desse trabalho.

CAFÉS ESPECIAIS E SALTO DE ESCALA: ANÁLISE DO CIRCUITO ESPACIAL PRODUTIVO E DOS CÍRCULOS DE COOPERAÇÃO DOS CAFÉS ESPECIAIS DO SUL DE MINAS GERAIS

RESUMO

Com a desregulamentação do mercado cafeeiro, a partir da década de 1990, e a subsequente crise internacional do café, muitos produtores brasileiros têm buscado se inserir no mercado de cafés especiais como uma alternativa à produção de cafés convencionais. Dessa forma, o objetivo principal desta pesquisa foi analisar os circuitos espaciais produtivos e os círculos de cooperação da produção de cafés especiais no Sul de Minas Gerais, especificamente do Comércio Justo, do Orgânico e do *Gourmet*. Para isso, analisamos três relevantes estudos de caso: a Cooperativa dos Produtores de Café Especial de Boa Esperança, a Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo e a Cooperativa Regional dos Cafeicultores do Vale do Rio Verde. Tratou-se de analisar se a inserção nos circuitos espaciais produtivos desses três tipos de cafés especiais proporcionou um salto de escala (*jump of scale*) aos pequenos cafeicultores. Entende-se que as noções indissociáveis de circuito espacial produtivo e dos círculos de cooperação são nitidamente transescalares, sendo assim, nos embasamos nesses conceitos para verificar as relações de cooperação e competição entre os agentes nas diferentes escalas geográficas. Ainda que a cafeicultura seja um cultivo fortemente vinculado à lógica das *commodities*, os grupos de produtores aqui analisados se apropriaram das especificidades dos três tipos de mercados de cafés estudados como um meio de fortalecer sua coesão social. Embora cada um deles apresente seus desafios particulares, de maneira geral, a inserção nos circuitos espaciais produtivos dos cafés especiais possibilitou a ampliação da escala geográfica de ação dos produtores. Contudo, a tradução do salto de escalas em empoderamento apresentou limitações, sendo mais expressivo no caso do Comércio Justo e do Orgânico, do que no *Gourmet*.

PALAVRAS-CHAVE: Café especial. Circuito espacial produtivo. Círculos de cooperação. Salto de escalas.

SPECIALTY COFFEE AND JUMP OF SCALES: ANALYSIS OF THE SPATIAL PRODUCTIVE CIRCUIT AND CIRCLES OF COOPERATION OF SPECIALTY COFFEE IN SOUTHERN MINAS GERAIS

ABSTRACT

After the deregulation of the coffee market, since the 1990s, and the subsequent international coffee crisis, many Brazilian coffee producers have sought to insert themselves in the specialty coffee market as an alternative to the conventional coffee production. Therefore, the aim of this research was to analyze the spatial productive circuit and circles of cooperation of specialty coffees in Southern Minas Gerais, particularly of Fair Trade, Organic and Gourmet. For this purpose, we have analyzed three relevant cases: Cooperativa dos Produtores de Café Especial de Boa Esperança, Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo and Cooperativa Regional dos Cafeicultores do Vale do Rio Verde. Our intention was to examine whether the insertion in these spatial productive circuits has provided a jump of scale for the organized small-scale coffee producers. It is understood that the inseparable notion of spatial productive circuit and circles of cooperation are clearly trans-scalar. Thus, we have based our research on these concepts to verify the relations of cooperation and competition between some agents in the different geographical scales. Although coffee production is strongly bounded to the logic of commodities, the cooperatives here analyzed have appropriated some specificities of the specialty coffee market as a means of strengthening their social cohesion. Overall, it was understood that the insertion of these small-scales cooperatives in the spatial productive circuit of the specialty coffee market has allowed the expansion of the producers' geographical scale. However, the translation of the jump of scales into empowerment has presented limitations, being more expressive in the case of Fair Trade and Organic coffee than in the Gourmet one.

KEY WORDS: Specialty coffee. Spatial productive circuit. Circles of cooperation. Jump of scales.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA

FIGURA 1 – PROCESSO PRODUTIVO DO CAFÉ	51
FIGURA 2 - ESQUEMA DAS ETAPAS E AGENTES DO CIRCUITO ESPACIAL PRODUTIVO E DOS CÍRCULOS DE COOPERAÇÃO DO CAFÉ	57
FIGURA 3 - ORIGENS DO CAFÉ BRASILEIRO.....	65
FIGURA 4 - PRINCIPAIS ÁREAS PRODUTORAS DE CAFÉ NO BRASIL	66
FIGURA 5 – SELO DO COMÉRCIO JUSTO EMITIDO PELA FLO	76
FIGURA 6 - CAFÉ DO COMÉRCIO JUSTO: PRINCIPAIS DADOS, 2014	84
FIGURA 7 - DISTRIBUIÇÃO MUNDIAL DAS CIDADES DO COMÉRCIO JUSTO, 2016.....	89
FIGURA 8 – AÇÕES REALIZADAS PELO COMITÊ GESTOR DA CIDADE DO COMÉRCIO JUSTO DE POÇOS DE CALDAS, 2015.	94
FIGURA 9 – ATIVIDADES DO DIA INTERNACIONAL DO COMÉRCIO JUSTO EM BOA ESPERANÇA E POÇO FUNDO – MG, 2016.....	95
FIGURA 10 - ESQUEMA REPRESENTATIVO DAS RELAÇÕES ENTRE ESCALAS GEOGRÁFICAS E AGENTES DO CIRCUITO ESPACIAL PRODUTIVO (CEP) E DOS CÍRCULOS DE COOPERAÇÃO (CC) DO CAFÉ DO COMÉRCIO JUSTO PRODUZIDO PELOS COSTAS	100
FIGURA 11 – ALGUNS PONTOS DE VENDA DO CAFÉ COSTAS 5588 EM REDES VAREJISTAS DE BOA ESPERANÇA – MG, 2016.....	109
FIGURA 12 - SELO OFICIAL DA CERTIFICAÇÃO ORGÂNICA BRASILEIRA.....	125
FIGURA 13 – CARTAZ DE DIVULGAÇÃO DA FESTA DO CAFÉ ORGÂNICO <i>FAIRTRADE</i>	130
FIGURA 14 - ESQUEMA REPRESENTATIVO DAS RELAÇÕES ENTRE ESCALAS GEOGRÁFICAS, CIRCUITO ESPACIAL PRODUTIVO (CEP) E CÍRCULOS DE COOPERAÇÃO (CC) DO CAFÉ ORGÂNICO PRODUZIDO PELA COOPFAM	139
FIGURA 15 – CAFÉ FAMILIAR DA TERRA - COOPFAM	149
FIGURA 16 – ALGUNS PONTOS DE VENDA DO CAFÉ FAMILIAR DA TERRA EM REDES VAREJISTAS DE POÇO FUNDO – MG, 2016.....	149
FIGURA 17 - ESQUEMA MENTAL DO CONCEITO DE PRODUTO <i>GOURMET</i>	153
FIGURA 18 – EXEMPLO DE RASTREAMENTO POR CÓDIGO QR DO CAFÉ SUBASIO	158
FIGURA 19 – SELO DE PUREZA DA ABIC.....	163
FIGURA 20 – CATEGORIAS DE QUALIDADE SEGUNDO O NÍVEL MÍNIMO DE QUALIDADE	164
FIGURA 21 - TENDÊNCIAS DE CONSUMO DE CAFÉ NO BRASIL EM 2016: CONHECIMENTO SOBRE O CONCEITO DE CAFÉ <i>GOURMET</i>	171
FIGURA 22 - ESQUEMA REPRESENTATIVO DAS RELAÇÕES ENTRE ESCALAS GEOGRÁFICAS, CIRCUITO ESPACIAL PRODUTIVO (CEP) E CÍRCULOS DE COOPERAÇÃO (CC) DO CAFÉ <i>GOURMET</i> PRODUZIDO PELA COCARIVE	177
FIGURA 23 – EXEMPLO DE RASTREAMENTO DE CAFÉ DA INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA DA MANTIQUEIRA DE MINAS	181

FIGURA 24 – RANCHO SÃO GABRIEL – MARCA QUE COMERCIALIZA CAFÉ TORRADO E MOÍDO COM O SELO DA MANTIQUEIRA DE MINAS	182
---	-----

GRÁFICO

GRÁFICO 1 - PREÇO PAGO AOS PRODUTORES EM PAÍSES EXPORTADORES (1990 – 2014)	29
GRÁFICO 2 - NÚMERO DE UNIDADES DE <i>SPECIALTY COFFEE SHOPS</i> NOS EUA, ENTRE 1993 – 2013	40
GRÁFICO 3 – MERCADO DE CAFÉ POR VOLUME (TONELADAS) NO BRASIL, 2014.	43
GRÁFICO 4 – MÃO DE OBRA (MDO) PERMANENTE E TEMPORÁRIA NO CULTIVO BRASILEIRO DE CAFÉ ESPECIAL E CONVENCIONAL, 2008.	45
GRÁFICO 5 - PARTICIPAÇÃO DO CAFÉ NAS EXPORTAÇÕES TOTAIS E DO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO (1997 - 2015)	63
GRÁFICO 6 - USO DO PRÊMIO PELAS ORGANIZAÇÕES DE PEQUENOS PRODUTORES DO COMÉRCIO JUSTO, 2013 – 2014.	86
GRÁFICO 7 - USO DO PRÊMIO PELAS ORGANIZAÇÕES DE TRABALHADORES DO COMÉRCIO JUSTO, 2013 – 2014	87
GRÁFICO 8 – PARTICIPAÇÃO ABSOLUTA DO <i>CUP OF EXCELLENCE</i> (DUAS MODALIDADES) POR REGIÃO BRASILEIRA CAFEICULTORA, ENTRE 2011 E 2015	168
GRÁFICO 9 - PARTICIPAÇÃO (%) DA PRODUÇÃO DE CAFÉ POR UNIDADE FEDERATIVA DO BRASIL, EM 2015	212

MAPA

MAPA 1 - MESORREGIÕES DO ESTADO DE MINAS GERAIS	59
MAPA 2 – LOCALIZAÇÃO DA ÁREA MAPEADA COM CAFÉ NO ESTADO DE MINAS GERAIS EM 2015	67
MAPA 3 - LOCALIZAÇÃO DAS SEDES DAS COOPERATIVAS ANALISADAS	71
MAPA 4 – PAÍSES QUE APRESENTAM ORGANIZAÇÕES PRODUTORAS CERTIFICADAS COMO COMÉRCIO JUSTO, 2014	81
MAPA 5 - NÚMERO DE ORGANIZAÇÕES PRODUTORAS DE CAFÉ DO COMÉRCIO JUSTO POR PAÍS, 2014	85
MAPA 6 - MERCADO EXTERNO DO CAFÉ <i>FAIRTRADE</i> PRODUZIDO PELOS COSTAS, 2015	108
MAPA 7 - MERCADO INTERNO DO CAFÉ COSTAS 5588 – 2015	109
MAPA 8 – MUNICÍPIOS ONDE SE LOCALIZAVAM OS PRODUTORES DA COOPFAM, EM 2015.	144
MAPA 9 - MERCADO EXTERNO DA COOPFAM, EM 2015	148
MAPA 10 - MERCADO INTERNO DO CAFÉ FAMILIAR DA TERRA, 2015	150
MAPA 11 - NÚMERO DE GANHADORES DO CUP OF EXCELLENCE POR REGIÃO BRASILEIRA CAFEICULTORA, DADOS AGLOMERADOS DE 2011 A 2015	169
MAPA 12 - MUNICÍPIOS PRODUTORES DA COCARIVE, 2015	185
MAPA 13 - MERCADO EXTERNO DA COCARIVE, 2015.	187

QUADRO

QUADRO 1 – CLASSIFICAÇÃO OFICIAL BRASILEIRA DO CAFÉ BENEFICIADO	32
QUADRO 2 – CORRELAÇÃO ENTRE A CLASSIFICAÇÃO OFICIAL BRASILEIRA E A METODOLOGIA SCAA USADA PARA MENSURAR A QUALIDADE DO CAFÉ	36
QUADRO 3 – ANÁLISE SOBRE A INCLUSÃO DE PRODUTORES FAMILIARES NOS MERCADOS DE CAFÉS ESPECIAIS	47
QUADRO 4 - PARTICIPAÇÃO MÉDIA ANUAL (EM %) DO TOTAL DE CAFÉ PRODUZIDO NOS PRINCIPAIS ESTADOS CAFEICULTORES, ENTRE 1969-1985	60
QUADRO 5 - PRODUÇÃO BRASILEIRA DE CAFÉ BENEFICIADO DOS ESTADOS PRODUTORES, ENTRE 1968 A 1985 (EM MILHÕES DE SACAS DE 60 QUILOS)	61
QUADRO 6 – PRINCIPAIS VARIÁVEIS DO CIRCUITO ESPACIAL PRODUTIVO (CEP) E DOS CÍRCULOS DE COOPERAÇÃO (CC) DO CAFÉ DO COMÉRCIO JUSTO DOS COSTAS EM RELAÇÃO À LOCALIZAÇÃO DOS AGENTES, EM 2015	97
QUADRO 7 – PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DAS FORMAS CONVENCIONAL E ORGÂNICA DE PRODUÇÃO AGRÍCOLA	113
QUADRO 8 – EVOLUÇÃO DA LEGISLAÇÃO SOBRE O SISTEMA ORGÂNICO NO BRASIL	123
QUADRO 9 – PRINCIPAIS VARIÁVEIS DO CIRCUITO ESPACIAL PRODUTIVO (CEP) E DOS CÍRCULOS DE COOPERAÇÃO (CC) DO CAFÉ ORGÂNICO DA COOPFAM EM RELAÇÃO À LOCALIZAÇÃO DOS AGENTES, EM 2015 (CONTINUA)	134
QUADRO 10 – CARACTERÍSTICAS SENSORIAIS DO CAFÉ SEGUNDO AS CATEGORIAS DA ABIC	164
QUADRO 11 - PRINCIPAIS VARIÁVEIS DO CIRCUITO ESPACIAL PRODUTIVO (CEP) E DOS CÍRCULOS DE COOPERAÇÃO (CC) DO CAFÉ <i>GOURMET</i> DA COCARIVE EM RELAÇÃO À LOCALIZAÇÃO DOS AGENTES, EM 2015	174
QUADRO 12 - ÁREA EM PRODUÇÃO, PRODUTIVIDADE E PRODUÇÃO DE CAFÉ NO BRASIL, EM 2015	212

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - CAFÉ - NÚMERO DE PRODUTORES, TRABALHADORES E DE ORGANIZAÇÕES PRODUTORAS CERTIFICADAS PELO COMÉRCIO JUSTO, POR REGIÃO, 2014.....	82
TABELA 2 – CAFÉ – NÚMERO DE MEMBROS OU TRABALHADORES POR ORGANIZAÇÕES PRODUTORAS CERTIFICADAS PELA FLO, 2014.....	82
TABELA 3 - NÚMERO E PERCENTUAL DE PRODUTORES E TRABALHADORES POR PRODUTO CERTIFICADO PELA FLO, EM TODO O MUNDO, 2014	83
TABELA 4 – PARTICIPAÇÃO RELATIVA (EM %) DE MINAS GERAIS, MANTIQUEIRA DE MINAS E CARMO DE MINAS NO <i>CUP OF EXCELLENCE</i> , ENTRE 2011 E 2015.....	167

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AAO – Associação de Agricultura Orgânica

ABIC – Associação Brasileira da Indústria de Café

ACE – *Alliance for Coffee Excellence*

ACOB – Associação de Cafés Orgânicos do Brasil

AIC – Acordos Internacionais do Café

APROCAM – Associação dos Produtores de Café da Mantiqueira

APROCEM – Associação dos Produtores de Cafés Especiais do Sul de Minas

ASCARIVE – Associação dos Cafeicultores do Vale do Rio Verde

ATO – *Alternative Trade Organizations*

BR FAIR – Associação das Organizações de Produtores *Fair Trade* no Brasil

BSCA – *Brazil Specialty Coffee Association*

CAPEBE – Cooperativa Agropecuária de Boa Esperança

CC – Círculo de Cooperação

CEP – Circuito Espacial Produtivo

CLAC – *Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo*

COB – Classificação Oficial Brasileira

COCAMINAS – Cooperativa dos Cafeicultores de Minas

COCARIVE – Cooperativa Regional dos Cafeicultores do Vale do Rio Verde

COCCAMIG – Cooperativa Central de Cafeicultores e Agropecuaristas de Minas Gerais

COE – *Cup of Excellence*

CONAB – Companhia Nacional de Abastecimento

COOPERRITA – Cooperativa Regional Agropecuária de Santa Rita do Sapucaí

COOPERVASS – Cooperativa Agropecuária do Vale do Sapucaí

COOPFAM – Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo

COSTAS – Cooperativa de Produtores de Café Especial de Boa Esperança

CPC – Consórcio Pesquisa Café

DO – Denominação de origem

EISA – Interagrícola S/A

EMATER – Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural

FAEMG – Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de Minas Gerais

FLO – *Fairtrade Labelling Organization International*

FLO-Cert – *FLO Certification of Social-Economic Development GmbH*

GERCA – Grupo Executivo de Racionalização da Cafeicultura

IAC – Instituto Agrônômico de Campinas

IBC – Instituto Brasileiro de Café

IBD – Instituto Biodinâmico

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IFOAM – *International Federation of the Organic Agriculture Movement*

IFSM – Instituto Federal do Sul de Minas

IG – Indicação Geográfica

IMA – Instituto Mineiro de Agropecuária

IN – Instrução Normativa

INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial

IP – Indicação de Procedência

MA – Ministério da Agricultura

MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

MDA – Ministério do Desenvolvimento Agrário

MDO – Mão de obra

NCA – *National Coffee Association*

NCDT – *National Coffee Drinking Trends*

NLH – *Natural Late Harvest*

NMQ – Nível Mínimo de Qualidade

PEH – *Pulped Early Harvest*

PQC – Programa de Qualidade do Café

OCS – Organização de Controle Social

OIC – Organização Internacional do Café

ONG – Organização Não Governamental

OPAC – Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade

PLANAPO – Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica

PRONAF – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar

PRRC – Plano de Renovação e Revigoramento dos Cafezais

SCAA – *Specialty Coffee Association of America*

SCAE – *Specialty Coffee Association of Europe*

SCAJ – *Specialty Coffee Association of Japan*

SCJC – Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural

SIPAF – Selo de Identificação da Participação da Agricultura Familiar

SISORG – Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica

SPG – Sistema Participativo de Garantia

TECPAR – Instituto de Tecnologia do Paraná

UFLA – Universidade Federal de Lavras

WFTO – *World Fair Trade Organization*

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	16
CAPÍTULO 1 - GLOBALIZAÇÃO E NOVAS DINÂMICAS AGRÍCOLAS NO BRASIL: PRODUÇÃO E EXPANSÃO DOS CAFÉS ESPECIAIS	23
1.1 Cafés especiais: contextualização e aspectos conceituais	24
1.2 Inserção dos pequenos produtores no mercado de cafés especiais.....	44
1.3 Circuito espacial produtivo e círculos de cooperação: uma análise através das escalas geográficas.....	48
<i>1.4 Cafeicultura em Minas Gerais e potencialidades de expansão dos cafés especiais.....</i>	<i>58</i>
CAPÍTULO 2 - CIRCUITO ESPACIAL PRODUTIVO E CÍRCULOS DE COOPERAÇÃO DO CAFÉ FAIRTRADE	72
2.1 O sistema internacional do Comércio Justo: da solidariedade à certificação.....	73
2.2 Comércio Justo no Brasil.....	90
2.3 Circuito espacial produtivo e círculos de cooperação do café do Comércio Justo produzido pela Cooperativa de Produtores de Café Especial de Boa Esperança.....	96
<i>2.3.1 A inserção da Cooperativa de Produtores de Café Especial de Boa Esperança no Comércio Justo: organização e regulação.....</i>	<i>101</i>
<i>2.3.2. Café do Comércio Justo dos Costas: produção, distribuição, troca e consumo.....</i>	<i>105</i>
CAPÍTULO 3 - CIRCUITO ESPACIAL PRODUTIVO E CÍRCULOS DE COOPERAÇÃO DO CAFÉ ORGÂNICO.....	111
3.1 O sistema internacional de produção orgânica.....	112
3.2 Produção orgânica no Brasil.....	121
3.3 Circuito espacial produtivo e círculos de cooperação da produção de café Orgânico da Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo e Região.....	133

3.3.1 A inserção da Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo e Região na agricultura orgânica: organização e regulação.....	140
3.3.2 Café Orgânico da Coopfam: produção, distribuição, troca e consumo.....	143
CAPÍTULO 4 - CIRCUITO ESPACIAL PRODUTIVO E CÍRCULOS DE COOPERAÇÃO DO CAFÉ GOURMET	152
4.1 Cafés <i>Gourmet</i> : diferenciação material e simbólica.....	153
4.2 Inserção brasileira no mercado de café <i>Gourmet</i>	162
4.3 Circuito espacial produtivo e círculos de cooperação do café <i>Gourmet</i> da Cooperativa Regional dos Cafeicultores do Vale do Rio Verde.....	172
4.3.1 A inserção da Cooperativa Regional dos Cafeicultores do Vale do Rio Verde na cafeicultura <i>Gourmet</i> : organização e regulação.....	178
4.3.2. Café <i>Gourmet</i> da Cocarive: produção, distribuição, troca e consumo.....	184
CONCLUSÕES	188
REFERÊNCIAS	199
ANEXO	212

INTRODUÇÃO

Entre as décadas de 1960 e 1980, a cafeicultura mundial foi fortemente regulada pelo Estado. Os Acordos Internacionais do Café (AIC) entre os principais países produtores e consumidores, criados a partir de 1962, asseguravam preços internacionais relativamente elevados (maiores médias históricas) e maior participação percentual dos produtores no valor final do produto (TALBOT, 2004). Porém, com a adoção da ideologia e das políticas neoliberais e a consequente desregulamentação (“nova regulação”) da política cafeeira estatal, a partir da última década do século XX, houve uma queda acentuada dos preços internacionais e do percentual recebido pelos produtores no valor final do produto. O café alcançou os menores índices históricos no início das décadas de 1990 e 2000 (TALBOT, 2004; OXFAM, 2002), período comumente conhecido como crise internacional do café.

A expansão dos denominados “cafés especiais” surgiu como uma saída à crise cafeeira, ao buscar inserir os produtores em novos mercados, a partir da diferenciação da produção. Por um lado, os agentes do circuito espacial produtivo do café estimularam a introdução de atributos qualitativos que permitiram a maior precificação do produto em relação ao café convencional. Por outro, Bacon (2008) afirma que a produção de cafés especiais foi estimulada pelo interesse de empresas e consumidores vinculados ao discurso da sustentabilidade ambiental. Soma-se a essas duas perspectivas a significativa mudança no perfil do consumidor do café ocorrida durante as últimas duas décadas, caracterizada pelo aumento da demanda de cafés de alta qualidade e com critérios sociais e pela expansão do consumo em ambientes fora do lar (GUIMARÃES, 2016). Devido a isso, parte da cafeicultura brasileira pós-1990 passou a ter como principal foco a melhoria da qualidade dos cafés produzidos.

A nova demanda criada por diversos agentes e a necessidade de aumentar os preços estimularam a expansão da produção de cafés com algum tipo de diferenciação, tais como o café Orgânico, o *Gourmet*, com certificação socioambiental e com Indicação Geográfica. Para entender a dinâmica agrícola da atual produção cafeeira no Brasil, esta pesquisa analisou os circuitos espaciais produtivos e os círculos de cooperação (SANTOS, 1988, 1986; SANTOS; SILVEIRA, 2001) dos cafés especiais no Sul de Minas Gerais, especificamente aqueles relacionados ao café do Comércio Justo, Orgânico e *Gourmet*. Considerando que os pequenos produtores ainda representam uma importante parcela da cafeicultura brasileira, o objetivo desse

trabalho é analisar como se dá a inserção desses cafeicultores organizados, em associações e cooperativas, no mercado internacional de cafés especiais, a fim de verificar se há a possibilidade de “*jump of scales*” (salto de escala) desses agentes, tal como é proposto por Neil Smith (1992).

O primeiro capítulo deste trabalho apresenta os eventos que estimularam a expansão dos cafés especiais, a fim de entender o conceito de “especial” dentro do mercado de café e como se dá a participação brasileira nele. Primeiramente, foi traçado um breve panorama da cafeicultura a partir do processo de desregulamentação, ocorrido no fim do século XX. Posteriormente, é discutido o conceito de café especial e a inserção dos pequenos produtores no mercado internacional. Por fim, a análise é direcionada para a inserção brasileira no segmento, destacando, particularmente, o papel da cafeicultura de Minas Gerais.

Os capítulos dois, três e quatro são dedicados para a análise dos circuitos espaciais produtivos e dos círculos de cooperação do café do Comércio Justo, Orgânico e *Gourmet*, respectivamente. Para isso, foram escolhidos três relevantes estudos de caso, localizados no Sul de Minas: a Cooperativa dos Produtores de Café Especial de Boa Esperança, a Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo e a Cooperativa Regional dos Cafeicultores do Vale do Rio Verde. Cada uma das Cooperativas escolhidas apresentam especificidades que permitiram o seu destaque no contexto dos cafés especiais do Sul de Minas. Contudo, elas têm em comum o fato de serem organizações com considerável presença de pequenos produtores que buscaram se inserir no mercado de cafés especiais como um meio de permanência na cafeicultura e de desenvolvimento socioeconômico.

Espera-se que este trabalho contribua para a substantivação dos conceitos de circuito espacial produtivo e círculos de cooperação, além de fornecer uma maior compreensão da atual dinâmica agrícola vinculada aos cafés especiais no Brasil. Entende-se que as noções indissociáveis de circuito espacial produtivo e dos círculos de cooperação são nitidamente transescalares (FREDERICO, 2014a). Portanto, nos embasamos nesses conceitos para verificar as relações de cooperação e competição entre os agentes nas diferentes escalas geográficas em que eles atuam.

CONCLUSÕES

Desde sua chegada ao Brasil, no século XVIII, a cafeicultura teve grande relevância política, social e econômica na formação socioespacial brasileira. Embora a participação do café na pauta econômica no país tenha diminuído consideravelmente nas últimas décadas, ainda se trata de um importante cultivo para a geração de renda e permanência dos produtores no campo em diversos municípios brasileiros, principalmente no estado de Minas Gerais. Este trabalho buscou analisar a conjuntura formada após a crise internacional do café, entre as décadas de 1990 e 2000, que deu origem aos novos dinamismos agrícolas e tendências de consumo pautados no conceito de café especial. Ainda que este termo seja utilizado há mais de 25 anos, não existe um consenso amplamente aceito sobre a sua definição. Para esta análise, consideramos como cafés especiais aqueles que além de apresentar alta qualidade do produto, também possuem critérios sociais e ambientais de produção.

O que torna esses cafés diferenciados é a incorporação de atributos de qualidade (materiais e imateriais) desejados por certos nichos de mercado. Esses atributos podem estar relacionados ao emprego de práticas agrícolas que contribuem para o uso consciente e equilibrado dos recursos naturais, como no caso da agricultura orgânica, ou às relações comerciais que apoiam o desenvolvimento social e econômico dos produtores, tal como o Comércio Justo, ou ainda à produção de grãos de excelente qualidade e lotes com origem única, como no caso do *Gourmet* e da Indicação Geográfica.

A cafeicultura orgânica faz parte de um movimento internacional de agricultura alternativa ao modelo imposto pela Revolução Verde, que visa estabelecer práticas agropecuárias com menor impacto ambiental, em equilíbrio com os processos naturais e com a qualidade de vida humana. Os cafeicultores que desejam se inserir nesse nicho de mercado devem utilizar insumos orgânicos, realizar o controle biológico integrado de pragas e doenças, rotação e consorciação de culturas, reciclagem de nutrientes e desenvolvimento do solo, entre outras técnicas agrícolas. De maneira geral, considera-se que a produção de café orgânico demanda maior uso de mão de obra, conhecimento técnico e controle sobre a produção.

Alguns autores, tais como Vilela et al. (2006) e Campanhola e Vallarin (2001), afirmam que os pequenos produtores apresentam condições mais favoráveis para a realização da produção orgânica, pois as menores extensões das unidades produtivas são desejáveis para se alcançar

melhor domínio do processo produtivo e das variáveis ambientais, exigidos para um funcionamento efetivo do sistema orgânico. Contudo, a inserção desses agricultores no mercado pode ser dificultada devido ao menor volume produzido e possíveis irregularidades de oferta, o que prejudica o estabelecimento de contratos. Além disso, esses produtores enfrentam a falta de assistência técnica e despreparo dos extensionistas rurais com agricultura orgânica, as dificuldades financeiras durante o período de conversão da unidade produtiva de convencional para orgânico e os altos custos e rigorosas exigências envolvidos no processo de certificação.

A organização de um movimento orgânico no Brasil começou por volta da década de 1980, contudo, o sistema normativo brasileiro somente foi lançado no final da década seguinte. Existem três formas de avaliação de conformidade orgânica: a) certificação por auditoria; b) sistema participativo de garantia; c) organização de controle social. A certificação por auditoria é realizada por empresas pública ou privada, com ou sem fins lucrativos, que avaliam e certificam a conformidade com os procedimentos e os critérios orgânicos reconhecidos internacionalmente e com os requisitos técnicos estabelecidos pela legislação brasileira. O Sistema Participativo de Garantia se caracteriza pelo processo de geração de credibilidade, no qual os fornecedores (produtores, distribuidores, comercializadores, transportadores e armazenadores) e colaboradores (consumidores, técnicos, organizações públicas e privadas) se reúnem em um Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade, uma pessoa jurídica que assume a responsabilidade formal pela avaliação e certificação da conformidade orgânica. A Organização de Controle Social pode ser formada por um grupo de agricultores familiares que estabelecem quais serão os seus mecanismos próprios de avaliação e controle da conformidade de produção orgânica, no qual um produtor verifica e garante a veracidade da qualidade da produção do outro. A legislação brasileira estabeleceu a certificação obrigatória dos produtores e produtos orgânicos, com exceção daqueles provenientes da agricultura familiar. Neste caso, os produtores devem se credenciar em um órgão fiscalizar oficial para receber uma declaração de cadastro que habilita a comercialização direta no mercado nacional.

O consumo de café orgânico representa uma pequena parcela do mercado nacional, estes os fatos que talvez justifiquem esta conjuntura, pode-se citar os preços mais elevados em relação aos produtos convencionais, devido aos sobrepreços abusivos impostos, principalmente, pelas redes varejistas, e pela falta de conhecimento sobre o conceito orgânico entre os consumidores brasileiros. Embora alguns canais de comercialização alternativos estejam sendo organizados no

mercado interno, tais como feiras, cestas de produtos domiciliares e vendas pela internet, a maior parte da produção é destinada para exportação, em razão da maior demanda e melhores preços pagos. Todavia, os grupos de pequenos produtores orgânicos enfrentam desafios para o escoamento dos seus produtos no mercado internacional, por causa das complexas tramitações do processo de exportação (o que exige contratação de serviços ou um quadro de funcionários qualificados) e das altas exigências de qualidade, volume e regras rigorosas de certificação.

Com relação ao Comércio Justo, segundo a *Fair Trade International* (FLO), trata-se de um movimento que visa estabelecer melhores relações comerciais para pequenos produtores e trabalhadores assalariados, cujo desenvolvimento social e econômico é restringido pelas condições do mercado convencional. Contudo, com a expansão do movimento, tem sido observada a existência de desafios e paradoxos para alcançar os seus princípios diante das práticas comerciais realizadas que possuem, cada vez mais, vínculos com grandes empresas e canais de comercialização convencionais.

Para se inserir no sistema do Comércio Justo, os produtores devem estar organizados em grupos (associações ou cooperativas) e atender aos critérios mínimos e de progresso regulados pelo Conselho de Diretores da FLO. Esses atributos são avaliados durante um processo de certificação por auditoria, realizado pela FLO-Cert. Em contrapartida, os produtores certificados no Comércio Justo podem ter o acesso a um nicho de mercado com escala internacional que garante o pagamento de um preço mínimo e do Prêmio. Esses dois fatores são considerados com os principais benefícios para os cafeicultores, constantemente sujeitos às oscilações de preços estabelecidas pelas Bolsas de Mercadorias e Futuros. O uso do Prêmio é aplicado de acordo com as necessidades específicas das organizações produtoras, entretanto, a FLO exige que os produtores elaborem um planejamento prévio desse uso, o qual deve ser discutido, votado em assembleia e documentado em atas de reunião. Além disso, 25% do Prêmio deve ser obrigatoriamente investido no aperfeiçoamento da produtividade do processo de produção e/ou da qualidade do produto.

O Brasil teve a sua primeira iniciativa de inserção no Comércio Justo no final da década de 1990 e, desde então, os grupos de produtores certificados têm buscado sua coesão social e representação política diante do movimento. Em 2014, foi criada a BR Fair, uma associação que reúne os representantes das organizações certificadas como Comércio Justo do Brasil. Além disso, após a criação da Iniciativa Nacional da FLO no país, a *Fair Trade* Brasil, em 2015, foi

possível que os grupos produtores lançassem seus produtos industrializados com a certificação do Comércio Justo no mercado nacional. Desde então, as organizações certificadas têm buscado apoio com diversos agentes para introduzir o conceito do Comércio Justo no mercado consumidor brasileiro, tal como o lançamento das “Cidades do Comércio Justo” em Poços de Caldas – MG e no Rio de Janeiro – RJ.

No que diz respeito aos cafés *Gourmet*, houve uma significativa expansão a partir da década de 2000, decorrente da emergência da tendência de consumo denominada de Terceira Onda do Café. Nesta, os consumidores e empresas visam aprimorar a experiência de consumo do café a partir da apreciação de origens, qualidades únicas e formas de preparo diferenciadas. Por vezes, esses compradores visitam as unidades produtoras para conhecer o processo de produção e os produtores, o que pode possibilitar a realização de comercialização sem intermediários, denominada de *Direct Trade*. A diminuição do número de intermediários no circuito espacial produtivo permite a maior participação do produtor no valor final do produto. Entretanto, o acesso ao mercado de café *Gourmet* é extremamente limitado a uma parcela dos produtores e consumidores.

A cafeicultura brasileira apresenta forte potencial para se destacar no mercado *Gourmet*, devido à existência de regiões cafeicultoras com condições edafoclimáticas ideais para o desenvolvimento de cafés com características únicas e de alta qualidade. Entre elas, se destacam as produções realizadas na Mantiqueira de Minas, Matas de Minas, Cerrado, Sul de Minas, Chapada Diamantina, Mogiana, Montanhas do Espírito Santo e Norte Pioneiro do Paraná. Porém, para a obtenção de grãos *Gourmet* é necessário domínio técnico, importantes investimentos em capital e cuidados especiais durante os tratos culturais, colheita, pós-colheita, beneficiamento e armazenamento.

Para isso, os produtores devem possuir certas infraestruturas e maquinários, dominar os conhecimentos tecnológicos e contar com mão de obra suficiente para realizar a rastreabilidade da produção. Essas características excluem grande parte dos pequenos produtores brasileiros que não possuem o capital suficiente para esses investimentos. Existem alguns casos em que mesmo que o produtor esteja em desvantagem em relação ao acesso a esses recursos, ele consegue obter parte de sua produção com excelente qualidade devido às condições ideais de produção de algumas regiões com Indicações Geográficas, por exemplo, a Mantiqueira de Minas, e ao apoio de agentes localizados na escala local, como cooperativas e instituições públicas e privadas de

desenvolvimento agrícola. Esses pequenos produtores têm conseguido aumentar sua escala geográfica ao comercializar sua produção em circuitos produtivos com menor número de intermediários, a partir da participação em concursos de qualidade (tal como o *Cup of Excellence*) e das parcerias comerciais estabelecidas com cafeterias especializadas.

O consumo *Gourmet* no Brasil apresentou relevante aumento nas últimas duas décadas, devido ao aumento da oferta de produtos com maior qualidade e da abertura de cafeterias vinculadas com a Terceira Onda. Porém, ainda se configura como um nicho de mercado elitizado, concentrado nas metrópoles e nas grandes cidades brasileiras. Na cidade de São Paulo, mais especificamente, foi observada uma grande expansão das cafeterias da Terceira Onda a partir de 2013 (GUIMARÃES, 2016). Consideramos que apesar da forte cultura de consumo de café no Brasil, a expansão do mercado interno *Gourmet*, assim como dos demais cafés analisados nessa pesquisa, esbarra na decisão de compra do consumidor que, em sua maioria, sofre influência da falta de esclarecimento sobre o que difere um café especial do convencional e de seu desigual poder aquisitivo.

A diferenciação do café associada aos sistemas produtivos supracitados permitiu a obtenção de sobrepreços quando comparados aos cafés convencionais. Esta pesquisa demonstrou que embora existam diversos benefícios relacionados à produção dos cafés especiais, o sobrepreço é, sem dúvida, o maior incentivo para os produtores buscarem se inserir nesse mercado. O café *Gourmet* é o nicho que possibilita os preços mais elevados em relação ao café convencional (podendo chegar a mais de 100% no caso dos micro-lotes), seguido pelo Orgânico (entre 30% e 50%) e pelo Comércio Justo (em média 10%). Devemos destacar que os produtores de café *Gourmet* entrevistados durante os trabalhos de campo em Carmo de Minas afirmaram usar grande parte do lucro no aprimoramento contínuo da produção, manutenção dos maquinários de beneficiamento e pagamento de funcionários. Portanto, o sobrepreço, advindo da produção *Gourmet*, é utilizado principalmente para o aprimoramento ainda maior do processo produtivo.

Especialmente entre os pequenos produtores, a obtenção do diferencial de preço pago pelo produto e a possibilidade de acesso ao mercado gerou profundos impactos em sua reprodução social. Os três estudos de caso eram certificados pelo Comércio Justo⁸⁰, portanto, além do sobrepreço recebido pelas especificidades da produção Orgânica e *Gourmet*, os produtores

⁸⁰ No caso do café *Gourmet*, os pequenos produtores estavam associados na Ascarive para obtenção da certificação do Comércio Justo, porém eles também eram membros da Cocarive.

também usufruíam do Prêmio pago pelo Comércio Justo, que foi usado em projetos de desenvolvimento econômico, aprimoramento da produção e ações sociais e ambientais voltados para os produtores e para a comunidade rural. No caso específico da cafeicultura orgânica, também podemos citar como impactos os ganhos ambientais, diminuição de dependência de insumos externos e o incentivo à diversificação produtiva. Em relação aos cafeicultores *Gourmet*, as premiações obtidas em concursos de qualidade repercutem em prestígio e reconhecimento internacional dos produtores.

Para a realização do estudo empírico deste trabalho, analisamos três relevantes estudos de caso, no qual há importante participação de pequenos produtores de café especial, são eles: a Cooperativa dos Produtores de Café Especial de Boa Esperança (Costas), a Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo (Coopfam) e a Cooperativa Regional dos Cafeicultores do Vale do Rio Verde (Cocarive). Durante a obtenção de dados primários com as cooperativas aqui analisadas, foram solicitadas informações sobre as diferenças entre o circuito espacial produtivo de cafés convencionais e o de cafés especiais. Foi observado que a introdução de novos atributos qualitativos à produção (tangíveis ou intangíveis) modificou a organização do circuito espacial produtivo e a relação entre os agentes dos círculos de cooperação, tornando-os mais complexos. Nesse sentido, o circuito de cafés especiais envolveu maior número de agentes que apoiam o fortalecimento dos produtores e cooperativas, menor número de agentes intermediários durante a negociação (entre a produção propriamente dita e o consumo final) e maior intensidade de fluxos (materiais e imateriais), principalmente, aqueles relacionados: ao volume de café comercializado (acesso a novos mercados), à regulação externa (normas de certificação e parâmetros de classificação da qualidade) e às trocas de informação (participação em cursos de aprimoramento, feiras de negócios e concursos de qualidade).

A análise também demonstrou que a conversão da produção convencional para a especial permitiu que os produtores, representados pelas cooperativas, aumentassem sua abrangência espacial. Anteriormente à formação dos Costas e da Coopfam, os produtores que hoje são membros das cooperativas comercializavam o café exclusivamente na escala local e regional. No caso dos produtores que agora compõe os Costas, os principais compradores de café eram a Cooperativa Agropecuária de Boa Esperança (CAPEBE), maquinistas e corretores que visitavam as fazendas. Já os produtores da Coopfam vendiam seus cafés para corretores de café localizados, principalmente, no próprio município de Poço Fundo e cidades vizinhas. Desde o início de

formação das cooperativas, os Costas e a Coopfam possuíam como principal finalidade a inserção da sua produção no mercado internacional de café especial, a fim de superar a crise econômica vivida naquele momento (final da década de 1990). Já a Cocarive teve sua formação associada a um período anterior à expansão dos cafés especiais no Brasil, em 1961. A posterior inserção nesse mercado ocorreu devido à busca de negociações mais lucrativas, ao acúmulo de aprimoramentos técnicos de qualidade dos seus produtores e à tendência natural da região para a produção de grãos de excelência com qualidade única (presença da IG Mantiqueira de Minas).

Os estudos de caso revelaram a importância do desenvolvimento do grupo produtor para a realização do empoderamento desses cafeicultores. Na medida em que os pequenos produtores conquistaram maior coesão social e organizacional, na forma de associações e cooperativas, eles ampliaram sua capacidade de operar os procedimentos de venda, proporcionando o aumento relativo de sua autonomia em relação aos intermediários presentes no circuito produtivo do café (*traders*, corretores, exportadores, etc.). Foi observado que a organização desses produtores em associações e cooperativas trouxe um maior profissionalismo nas negociações, com a introdução da classificação do café (realizada por profissionais contratados pela cooperativa) e o alcance do volume mínimo necessário para a exportação (preenchimento de um contêiner).

Em relação à comercialização de café no mercado externo, a Cocarive possui o conhecimento técnico e operacional necessário para realizar a venda direta, sem a intervenção de *traders*. Já a Coopfam realizou parte de suas comercializações como venda direta e outra parte com a contratação de serviços da MC Coffee, Comexim e *Master Blends*. Enquanto os Costas realizaram toda sua comercialização no exterior pelos serviços da MC Coffee e Eisa. Além disso, parte do café da Coopfam e dos Costas está sendo industrializado e comercializado diretamente no mercado nacional, a partir do lançamento de suas marcas próprias.

As Cooperativas também apoiam o desenvolvimento dos produtores, no que diz respeito ao aprimoramento da gestão individual dos negócios e da qualidade da produção. Os grupos aqui analisadas contratam técnicos agrícolas que acompanham o desenvolvimento dos cultivos, realizam cursos de aprimoramento da qualidade, orientações sobre como cumprir com os critérios das certificações, conversão para sistema orgânico, organização dos custos de produção, técnicas de melhoria de manejo, entre outras atividades. Também têm sido realizados concursos internos para premiar os melhores cafés, visando incentivar os produtores a aumentar a qualidade.

Foi observado que o número de membros das Cooperativas aumentou depois que elas passaram a participar do mercado de cafés especiais. Se por um lado, o crescimento caracteriza-se como um ponto positivo, ao atingir maior número de pequenos produtores. Por outro lado, o crescimento das cooperativas também pode levar à perda de identidade e compromisso com o desenvolvimento social do produtor, substituindo sua razão de ser cooperativa pela lógica da competitividade empresarial. Esta pesquisa não avaliou essa questão particular, porém ressaltamos que a educação e a postura mais ativa dos produtores nas atividades da cooperativa contribuem para que a estrutura de governança e de poder mantenham seus fins sociais.

A análise do circuito espacial produtivo dos três tipos de cafés demonstrou que ocorreu uma ampliação da escala de ação das cooperativas (representantes políticos e econômicos dos pequenos produtores). Esses agentes conseguiram obter maior mobilidade espacial e estabelecer trocas com agentes localizados em outros estados brasileiros e países, dispostos a pagar mais pelos atributos de diferenciação dos cafés especiais. Há um consenso em todos os casos analisados que a participação em feiras e concursos possibilita o contato com compradores, sendo uma eficiente maneira de realizar o marketing de seus produtos. As organizações produtoras contaram com o apoio do Estado, a partir de chamadas públicas, e com o dinheiro obtido como Prêmio para enviarem alguns representantes nas feiras de negócios internacionais, onde foram conseguidos novos compradores de café. Ademais, as cooperativas também criaram relações com instituições internacionais de apoio aos pequenos produtores, como a CLAC, IFOAM e WFTO. Contudo, conforme Haarstad e Fløysand (2007), a habilidade de “saltar escalas”, proposto por Smith (1992), não depende apenas de maior alcance espacial dos agentes. As maiores escalas de ações somente se transformam em uma fonte de empoderamento na medida em que o conteúdo e a realidade política são traduzidos nessas novas escalas.

Nesse sentido, nossa análise sobre as cooperativas revela uma situação paradoxal. Esta pesquisa demonstrou que diversas das ações voltadas para fortalecer a coesão social e empoderamento dos produtores são dependentes do uso do Prêmio que, por sua vez, é gerado pelas relações comerciais com o mercado externo. Esse mercado é fortemente regulado por sistemas de certificação, no caso do Comércio Justo e Orgânico, ou de rastreabilidade e alta exigência de padrões de qualidades, no caso do *Gourmet*. Sendo assim, a principal fonte que possibilita o desenvolvimento de ações voltadas para o empoderamento dos produtores é, de certa forma, dependente e regulada pelo mercado externo. Entendendo o empoderamento tal como é

apresentado por Haarstad e Fløysand (2007), como a habilidade de os agentes ou os grupos mobilizarem seus recursos a fim de pressionar suas reivindicações contra outros agentes ou grupos supostamente dominantes, a situação descrita acima revela um caráter paradoxal, pois os produtores usam do próprio sistema que subordina e regula suas ações como um recurso para o aumento de suas escalas de ação.

Consideramos que a simples comercialização do café com sobrepreços não é suficiente para gerar empoderamento dos produtores e, conseqüentemente, seu salto de escala. Para isso, os produtores devem assumir uma postura mais ativa dentro da cooperativa, a fim de desenvolver sua autonomia e expandir sua escala de controle pessoal. Considerando as escalas de ação das cooperativas, o salto de escala pode ser obtido a partir de ações que visem diminuir a dependência e regulação dos agentes externos. De certa forma, as cooperativas analisadas e algumas instituições de apoio já estão realizando atividades com esse caráter, entre elas destacamos: a) a contribuição dos Costas, da Coopfam e de outros grupos certificados pelo Comércio Justo para a formação da BR Fair, associação que uniu os produtores certificados e possibilitou a representação política do Brasil diante da CLAC; b) a participação da Coopfam em um Sistema Participativo de Garantia, como alternativa ao sistema de certificação por auditoria para comercialização no mercado nacional; c) a concentração dos procedimentos necessários para a produção (técnicos agrícolas e loja de insumos), beneficiamento, armazenagem e exportação conquistada ao longo da história de formação da Cocarive; d) as iniciativas voltadas para conscientização e estímulo do mercado interno de cafés especiais; e) a busca contínua por aumento da instrução de seus cooperados e do desenvolvimento das organizações produtoras⁸¹.

As Cooperativas analisadas neste trabalho afirmaram que embora existam diversos desafios, os produtores têm um grau elevado de satisfação com sua atual inserção nos mercados de café especial, quando se considera a situação de extrema competição e desigualdade dos mercados convencionais. Para os produtores, a nova escala de ação criada a partir da sua inserção no mercado internacional de cafés especiais reflete em maior participação no valor final do produto e cria expectativas de estabelecer parcerias comerciais de longo prazo. Contudo, as relações de trocas comerciais são estabelecidas entre cooperativas (representando os produtores) e os importadores, torrefadores ou grandes empresas, as quais não necessariamente criam

⁸¹ Entretanto, os representantes das cooperativas relataram que ainda é frequente a falta de interesse de uma parte considerável de seus membros pelas atividades de fortalecimento, principalmente, nos cursos de aprimoramento e nas assembleias.

relações diretas pautadas em solidariedade entre produtores e consumidores finais do circuito espacial produtivo, tal como o discurso do Comércio Justo e Orgânico defendem. De fato, os compradores de cafés especiais são extremamente rigorosos no que diz respeito às suas relações comerciais.

Essa constatação foi notada ao analisar como se dá a certificação por auditorias realizadas no Comércio Justo e no Orgânico. A certificação trata-se de um procedimento oneroso e desafiador, com isso, as cooperativas têm que apresentar certo desenvolvimento organizacional para conseguir atender aos critérios estabelecidos e os custos dispensados. O preço cobrado pela manutenção das certificações é um motivo de desconforto entre as Cooperativas certificadas, pois se esses movimentos visam o desenvolvimento dos produtores, trata-se de algo contraditório solicitar um investimento tão alto. No caso dos Costas, o Prêmio é usado para pagar os custos com certificação do Comércio Justo, o que implica dizer que parte do sobrepreço adquirido é usado para alimentar o próprio sistema. Na Coopfam a certificação orgânica é paga pelos próprios produtores, porém a união em cooperativa permite realizar a divisão dos custos entre os produtores de acordo com o tamanho da lavoura. Por outro lado, as exigências das certificadoras forçam os produtores a buscar novos conhecimentos e melhorar a organização administrativa dos negócios, o que, talvez, não seriam realizados fora desses sistemas de certificação. Sendo assim, o conhecimento adquirido com a experiência de certificação, de certa forma, se torna algo positivo.

Embora o Brasil seja o segundo maior consumidor mundial de café, os cafés especiais representam uma ínfima parte do mercado nacional. Entre os fatores que inibem o crescimento desse tipo de consumo, pode-se citar a imagem de que “café é tudo igual”, construída durante o período do tabelamento de preços do café, que vigorou até o início da década de 1990, ainda dificulta a busca por produtos diferenciados. Além disso, o enfoque na exportação dos cafés de melhores qualidades fez com que restasse à indústria nacional o papel de absorver o café não-exportável, portanto, a oferta de cafés especiais ainda é limitada. Por fim, deve-se considerar que o preço mais elevado dessa categoria de café o configura como um nicho de mercado elitizado, o que esbarra diante da extrema desigualdade de renda e poder aquisitivo da população brasileira. Se por um lado o diferencial de preço dos cafés especiais elitiza o seu consumo, por outro possibilita importantes benefícios para as cooperativas analisadas e, indiretamente, para os

produtores membros. Mesmo diante dessas limitações, os cafés especiais têm conquistado espaço nas metrópoles e grandes cidades brasileiras.

Algumas iniciativas têm sido tomadas por agentes públicos e privados para estabelecer o mercado interno de cafés especiais. Por exemplo, as políticas criadas pela ABIC, que visam melhorar e categorizar a qualidade do café. Além disso, a BSCA tem desenvolvido projetos e apoiado a divulgação das diferentes regiões cafeicultoras do Brasil, a partir da organização de concursos de qualidade, tal como o *Cup of Excellence* e o financiamento de estandes em feiras internacionais de café. As cooperativas analisadas também têm organizado eventos para incentivar a expansão do consumo de cafés especiais no Brasil, usando para isso a narrativa do consumo como forma de apoio ao produtor local.

De maneira geral, a descrição dos circuitos espaciais produtivos e círculos de cooperação demonstrou que os atributos de qualidade adicionados à produção de café possibilitaram a inserção de alguns pequenos produtores, antes condicionados à comercialização no mercado local, em canais de comercialização diferenciados, denominados aqui de mercado de cafés especiais. Contudo, o preço diferenciado alcançado pela certificação de atributos intangíveis (Comércio Justo e Orgânico) ou pela avaliação de aspectos tangíveis de qualidade dos grãos (*Gourmet*) não é suficiente para isentar esse tipo de mercado da competição do mercado internacional, regulado pela lógica das *commodities*. Dessa forma, as organizações de pequenos produtores ainda estão suscetíveis, por exemplo, às oscilações das bolsas de valores e mercados futuros e à concorrência com grandes empresas e cooperativas. Assim, a construção de empoderamento e a resistência para a manutenção dos pequenos produtores no campo devem ter como foco de reivindicação o maior engajamento político dos extensionistas rurais, a educação voltada para a construção de uma postura ativa dos cooperados e o desenvolvimento de redes com diversos agentes que possibilitem o consumo regional/nacional da produção.

REFERÊNCIAS

- AGRIPOINT. *Produção de café da Colômbia retorna aos níveis de antes da crise*. Publicado em 06 de fev. de 2015. Disponível em: <<http://www.cafepoint.com.br/noticias/internacional/producao-de-cafe-da-colombia-retorna-aos-niveis-de-antes-da-crise-93320n.aspx>>. Acesso em: 04 nov. de 2016.
- _____. *Cafés especiais: vencedora do Cup of Excellence Late Harvest receberá mais de US\$ 2 mil por saca*. Publicado em 10 de mar. de 2014. Disponível em: <<http://www.cafepoint.com.br/noticias/mercado/cafes-especiais-vencedora-do-cup-of-excellence-late-harvest-recebera-mais-de-us-2-mil-por-saca-87920n.aspx>>. Acesso em 5 mai. de 2015.
- _____. *Cafés especiais: tecnologias, requisitos e mercado*. Publicado em 19 de abr. de 2013. Disponível em: <<http://www.cafepoint.com.br/radares-tecnicos/certificacao-e-qualidade/cafes-especiais-tecnologias-requisitos-e-mercado-83454n.aspx>>. Acesso em 5 de mai. de 2014.
- _____. *MG: produção de café especial ganha força*. Publicado em 18 de jun. de 2009. Disponível em: <<http://www.cafepoint.com.br/noticias/mercado/mg-producao-de-cafe-especial-ganha-forca-54624n.aspx>>. Acesso em 5 de mai. de 2014.
- _____. *Desvendando os cafés especiais II*. Publicado em 10 de abr. de 2007. Disponível em: <<http://www.cafepoint.com.br/noticias/mercado/desvendando-os-cafes-especiais-ii-35294n.aspx>>. Acesso em: 05 de mai. de 2014.
- ALMEIDA, C. C. S. *O Processo de Inserção das Associações Rurais ACAL e APRALA no Comércio Justo*. Dissertação (Mestrado). Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2005.
- ALVARENGA, M. I. N.; MARTINS, M.; PAULA, M. B. Manejo ecológico da propriedade cafeeira orgânica. *Informe Agropecuário*, Belo Horizonte, v. 23, n. 214/215, p. 21-31, jan./abr., 2002.
- ALVES, A. C. O.; SANTOS, A. L. S.; AZEVEDO, R. M. M. C. Agricultura orgânica no Brasil: sua trajetória para a certificação compulsória. *Revista Brasileira de Agroecologia*, v. 7, n. 2, p. 19-27, 2012.
- ANDRADE, R. G. R. *A expansão da cafeicultura em Minas Gerais: da intervenção do estado à liberação do mercado*. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 1994.
- ARROYO, M. *Território nacional e mercado externo: uma leitura do Brasil na virada do século XX*. Tese (Doutorado em Geografia Humana). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE CAFÉ – ABIC. *Indicadores da indústria de café no Brasil*. 2015. Disponível em: <<http://abic.com.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=61#1910>>. Acesso em: 06 jul. de 2016.
- _____. *Programas ABIC*. 2009. Disponível em: <<http://www.abic.com.br>>. Acesso em: 05 mai. de 2014.

_____. *Café de qualidade, dos brasileiros para todos*. Publicado em 09 de Janeiro de 2012. Disponível em: <<http://abic.com.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=59&inford=1359>>. Acesso em 05 mai. de 2014.

_____. *Norma de Qualidade Recomendável e Boas Práticas de Fabricação de Cafés Torrados em Grão e Cafés Torrados e Moídos*. Revisada em 24 mar de 2006. Disponível em: <http://www.abic.com.br/publique/media/NMQ_LEGISLAcO_NORMAQUALIDADE.pdf>. Acesso em 05 mai. de 2014.

BACHA, C. J. C. *Evolução recente da cafeicultura mineira: determinantes e impactos*. Tese de Doutorado. Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo. São Paulo, 1988.

BACON, C. M. Confronting the Coffee Crisis: Can Fair Trade, Organic, and Specialty Coffees Reduce Small-Scale Farmer Vulnerability in Northern Nicaragua? *World Development*, vol. 33, n. 3, p. 497–511, 2005.

_____. Confronting the coffee crisis: can Fairtrade, organic, and specialty coffees reduce the vulnerability of small-scale farmers in Northern Nicaragua? In: BACON et al. *Confronting the coffee crisis: Fair trade, sustainable livelihoods and ecosystems in Mexico and Central America*, 2008.

_____. Who decides what is fair in fair trade? The agri-environmental governance of standards, access, and price. *Journal of Peasant Studies*, v. 37, n.1, p. 111 - 147, 2010.

BARAIBAR, B. Organic Coffee. In: WILLER, H.; MINORU, Y. (org.) *The world of organic agriculture: Statistics & Emerging Trends*. Bonn: IFOAM, 2006.

BLISKA, F. M. M.; MOURÃO, E. A. B.; AFONSO JÚNIOR, P. C.; VEGRO, C. L. R.; PEREIRA, S. P.; GIOMO, G. S. Dinâmica fitotécnica e socioeconômica da cafeicultura brasileira. *Informações Econômicas*, São Paulo, v. 39, n. 1, jan., 2009.

BORÉM, F. M.; ISQUIERDO, E. P.; TAVEIRA, J. H. S.; GIOMO, G. S.; BARBOSA, J. N. Influência da Secagem na Qualidade do Café. *Informe Agropecuário*, Belo Horizonte, v. 32, p. 76 - 84, 2011a.

BORÉM, F. M.; RIBEIRO, F. C.; RIBEIRO, F. C.; FIGUEIREDO, L. P.; BARBOSA, F. D. Armazenamento e qualidade do café. *Informe Agropecuário*, Belo Horizonte, v. 32, p. 86-93, 2011b.

BORÉM, F. M.; REINATO, C. H. R. Qualidade do café despulpado submetido a diferentes processos de secagem. *Revista Brasileira de Armazenamento*, Viçosa, v. Café, n.1, p. 25-31, 2006.

BRASIL. Decreto nº 7.358, de 17 de Novembro de 2010. Institui o Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário - SCJS, cria sua Comissão Gestora Nacional, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/decreto/d7358.htm>. Acesso em 10 ago. 2013.

BRAZIL SPECIALTY COFFEE ASSOCIATION – BSCA. *Cafés Especiais do Brasil atendem às diferentes demandas mundiais*. Publicado em 13 de fev. de 2014. Disponível em: <<http://bsca.com.br/noticia.php?id=232>>. Acesso em 5 mai de 2015.

_____. *Cafés especiais estão em alta*. Publicado em 05 de dez. de 2013. Disponível em: <<http://bsca.com.br/noticia.php?id=214>>. Acesso em: 5 mai de 2015.

CAIXETA, I. F.; PEDINI, S. Cafeicultura orgânica: conceitos e princípios. *Informe Agropecuário*, Belo Horizonte, v.23, n.214/215, p.15-20, jan./abr. 2002.

CÂMARA INTERMINISTERIAL DE AGROECOLOGIA E PRODUÇÃO ORGÂNICA – CIAPO. *Brasil agroecológico: Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica – Planapo: 2016-2019*. Brasília, DF: Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2016.

CAMARGO FILHO, W. P.; CAMARGO, F. P.; CAMARGO, A. M. M. P.; ALVES, H. S. Algumas considerações sobre a construção da cadeia de produtos orgânicos. *Informações Econômicas*, São Paulo, v.34, n.2, fev., 2004.

CAMPANHOLA, C.; VALARIN, P. J. A agricultura orgânica e seu potencial para o pequeno agricultor. *Cadernos de Ciência & Tecnologia*, Brasília, v.18, n.3, p.69-101, set./dez., 2001.

CANUTO, J. C. *Agricultura ecológica en Brasil: perspectivas socioecológicas*. Tese (Doutorado) - Escuela Superior de Ingenieros Agrónomos y Montes (ETSIAM). Córdoba; Instituto de Sociología y Estudios Campesinos (ISEC), Córdoba, 1998.

CARVALHO JÚNIOR, C.; BORÉM, F. M.; PEREIRA, R. G. F. A.; SILVA, F. M. Influência de diferentes sistemas de colheita na qualidade do café (*Coffea arabica* L.). *Ciência e Agrotecnologia* (UFLA), Lavras - MG, v. 27, n.5, p. 1089-1096, 2003.

CASTILLO, R.; FREDERICO, S. Espaço geográfico, produção e movimento: uma reflexão sobre o conceito de circuito espacial produtivo. *Sociedade & Natureza* (UFU. Online), v. 22, p. 461-474, 2010.

CHAGAS, I.S.P.; CONSENTINE, T.F.; CASTRO JÚNIOR, L.G; SILVA, E.C.; SCOTT, F.A. Avaliação do mercado de cafés especiais. In: *47º Congresso SOBER*, Porto Alegre, 2009.

CLUBECAFÉ. *Características do Café Gourmet*. Publicado em 23 de jan. de 2014. Disponível em: <<http://blog.clubecafe.net.br/caracteristicas-do-cafe-gourmet/>>. Acesso em 30 de ago. de 2016.

COGUETO, J. V. *Indicação Geográfica e cafés especiais: circuito espacial produtivo e círculos de cooperação dos cafés da Região da Serra da Mantiqueira de Minas Gerais*. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2014.

COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO – CONAB. *Acompanhamento da safra brasileira de Café: Safra 2015 - Quarto levantamento*, v. 2, n. 4, Brasília, 2015.

_____. *Metodologia de cálculo de custo de produção da CONAB*. 2006. Disponível em: <<http://www.conab.gov.br/conabweb/download/safra/custosproducaometodologia.pdf>>. Acesso em: 02 de jul. de 2016.

CONSELHO DOS EXPORTADORES DE CAFÉ DO BRASIL – CECAFÉ. Relatório mensal – Dezembro de 2015.

CONSÓRCIO PESQUISA CAFÉ – CPC. *Cafés vencedores do Cup of Excellence utilizam tecnologias do Consórcio Pesquisa Café*. Publicado em 17 fev. 2014. Disponível em: <<http://www.consorciopesquisacafe.com.br/index.php/imprensa/noticias/432-cafes-vencedores-do-cup-of-excellence-utilizam-tecnologias-do-consorcio-pesquisa-cafe>>. Acesso em: 06 fev. 2016.

_____. *Um terço do café consumido no mundo é produzido no Brasil: entrevista com Guilherme Braga*. Publicado em 06 fev. 2013. Disponível em: <<http://www.consorciopesquisacafe.com.br/index.php/imprensa/noticias/285-um-terco-do-cafe-consumido-no-mundo-e-produzido-no-brasil->>. Acesso em: 06 fev. 2016.

_____. *Cafés especiais do Brasil consolidam novos mercados*. Publicado em 27 set. 2012. Disponível em: <<http://www.consorciopesquisacafe.com.br/index.php/imprensa/noticias/242-cafes-especiais-do-brasil-consolidam-novos-mercados>>. Acesso em: 02 fev. 2016.

CONSUMERS INTERNATIONAL. *From bean to cup: how consumer choice impacts upon coffee producers and the environment*. Londres, 2005

CRONON, W. *Nature's Metropolis*. Chicago: University of Chicago Press, 1991.

DAQUI DE MINAS. 500-sao-gabriel_1.jpg, 2016. Disponível em: <http://daquideminas.com.br/loja/media/catalog/product/cache/1/image/800x600/040ec09b1e35df139433887a97daa66f/5/0/500-sao-gabriel_1.jpg>. Acesso em: 03 jun. 2016.

DAROLT, M. R. *Conexão Ecológica: novas relações entre agricultores e consumidores*. IAPAR, 2012

_____. *Alimentos orgânicos: um guia para o consumidor consciente*. Instituto Agrônomo do Paraná. Londrina, 2ª edição, 2007.

DAVIRON, B.; PONTE, S. *Le paradoxe du café*. Paris: Éditions Quae, 2007.

DAVIRON, B.; VAGNERON, I. *From commoditisation to de-commoditisation... and back again*. Discussing the role of sustainability standards for agricultural products. CIRAD, UMR MOISA, F-34000 Montpellier, França, 2010.

DENARDI, R. A. Agricultura familiar e políticas públicas: alguns dilemas e desafios para o desenvolvimento rural sustentável. *Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável*, EMATER, Porto Alegre, v. 2, n. 3, p. 56-62, jul./set., 2001.

DOUGLAS, E. J. *Managerial economics: analysis and strategy*. 4º ed. New Jersey: Prentice-Hall International Editions, 1992.

ELIAS, D. Globalização e agricultura no Brasil. *Geo UERJ Revista do Departamento de Geografia*, n. 12, p. 23 – 32, 2002.

EMPRESA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA DE MINAS GERAIS – EPAMIG. Cafeicultura Familiar (edição especial). *Informe Agropecuário*, v. 26, Belo Horizonte, 2005.

_____. Café Orgânico. *Informe Agropecuário*, v. 23, n. 214/215, jan./abr., 2002.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. *Tendências do mercado de café*. Relatório customizado preparado pelo Euromonitor International para Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC), 2016.

FEDERAÇÃO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA DE MINAS GERAIS – FAEMG. *3ª Onda do Café diminui lacuna entre produtor, torrador e vendedor*. Disponível em: <<http://www.sistemafaemg.org.br/Noticia.aspx?Code=9354&Portal=1&PortalNews=1&ParentCode=139&ParentPath=None&ContentVersion=R>>. Acesso em: 24 set. 2015.

FAIRTRADE FOUNDATION. *Fair Trade Town: all you need to know*. 2013. Disponível em: <<http://www.fairtradetowns.org/about/>>. Acesso: em 05 fev. 2015.

FAIRTRADE INTERNACIONAL – FLO. *Minimum Price and Premium Information*, 2016. Disponível em: <<http://www.fairtrade.net/standards/price-and-premium-info.html>>. Acesso em: 03 jun. 2016.

_____. *Driving sales, deepening impact – Annual report 2015-2016*. Disponível em: <<https://annualreport15-16.fairtrade.net/en/>>. Acesso em 03 jun. 2016.

_____. *Monitoring the scope and benefits of Fairtrade*. 7ª Edição. Publicado em 2015. Disponível em: <https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2015-Monitoring_and_Impact_Report_web.pdf>. Acesso em: 03 jun. 2016.

_____. *Global change, local leadership – Annual report 2014-2015*. Disponível em: <<https://annualreport14-15.fairtrade.net/en/>>. Acesso em 05 fev. 2015.

_____. *Carta dos Princípios Fundamentais*. Publicado em 2009. Disponível em: <http://www.fairtrade-advocacy.org/images/stories/FTAO_charters_3rd_version_ES_v1.3.pdf>. Acesso em 15 nov. 2012.

FAIR TRADE TOWNS INTERNATIONAL. 2016. Disponível em: <<http://www.fairtradetowns.org/>>. Acesso em: 13 out. 2016.

FIBL – RESEARCH INSTITUTE OF ORGANIC AGRICULTURE; INTERNATIONAL FEDERATION OF THE ORGANIC AGRICULTURE MOVEMENT – IFOAM. *The World of Organic Agriculture – Statistics and emerging trends*. IFOAM, Bonn and FiBL, Frick, 2010.

FLO-CERT. *Fairtrade customer search*. 2015. Disponível em: <<http://www.flocert.net/fairtrade-services/fairtrade-certification/fairtrade-customer-search>>. Acesso em: 05 fev. 2015.

FREDERICO, S. Circuito Espacial Produtivo do café e o jogo de escalas. *Mercator*, Fortaleza, v. 13, n. 1, p. 37-48, jan./abr., 2014a.

_____. Globalização, competitividade e regionalização: a cafeicultura científica globalizada no território brasileiro. *GEOUSP – Espaço e Tempo*, São Paulo, v. 18, n. 01, p. 55-70, 2014b.

_____. Lógica das commodities, finanças e cafeicultura. *Boletim Campineiro de Geografia*, Campinas, v. 3, n. 1, p. 97-116, 2013.

FREDERICO, S.; CASTILLO, R. Circuito espacial produtivo do café e competitividade territorial no Brasil. *Ciência Geográfica*. Bauru, Ano X, Volume X, n. 3, pp. 236-241, 2004.

FURTADO, C. *Formação Econômica do Brasil*. São Paulo. Editora Nacional, 1959.

GARSTANG FAIRTRADE. *Making Garstang a Fairtrade Town*. 2016. Disponível em: <<http://www.garstangfairtrade.org.uk/history/index.html>>. Acesso em 01 jun. 2016.

GIESBRECHT, H. O.; MINAS, R. B. A.; GONÇALVES, M. F. W.; SCHWANKE, F. H. *Indicações geográficas brasileiras: Brazilian Geographical Indications: Indicaciones Geográficas Brasileñas*. Brasília: SEBRAE, INPI, 2014.

GIOMO, G. S.; PEREIRA, S. P.; BLISKA, F. M. M. Panorama da cafeicultura orgânica e perspectivas para o setor. *O Agrônomo*. Campinas, v. 59, n. 1, p. 33-36, 2007.

GUIMARÃES, E. R. *Terceira Onda do Café: base conceitual e aplicações*. Dissertação de Mestrado. Lavras: Universidade Federal de Lavras, 2016.

HAARSTAD, H.; FLØYSAND, A. Globalization and the power of rescaled narratives: A case of opposition to mining in Tambogrande, Peru. *Political Geography*, v. 26, p. 289-308, 2007.

HARVEY, D. *O Neoliberalismo: história e implicações*. Tradução: Adail Sobral e Maria Stela Gonçalves. São Paulo: Edições Loyola, 2008.

HESPANHOL, R. A. de M. Perspectivas da agricultura sustentável no Brasil. *Confins*, n. 2, 2008.

INFOGLOBO COMUNICAÇÃO E PARTICIPAÇÕES S.A. *Produtores de café apostam na exportação de grãos especiais*. Publicado em 27 mar. 2016. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/economia/produtores-de-cafe-apostam-na-exportacao-de-graos-especiais-18961282>>. Acesso em: 25 jul. 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. *Censo Agropecuário – 2006*. Rio de Janeiro, 2006.

_____. *Censo demográfico – 2010*. Rio de Janeiro, 2010.

_____. *Produção Agrícola Municipal*. 2014. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/pam/tabelas>>. Acesso em: 03 mai. 2015.

INSTITUTO DE PROMOÇÃO DO DESENVOLVIMENTO – IPD. *O mercado brasileiro de produtos orgânicos*. Curitiba: Ministério de Ciência e Tecnologia, IPD Orgânicos, 2011.

INTERNATIONAL FEDERATION OF THE ORGANIC AGRICULTURE MOVEMENT – IFOAM. *Definition of Organic Agriculture*. Publicado em jun. 2008. Disponível em: <http://infohub.ifoam.bio/sites/default/files/page/files/doa_portuguese.pdf>. Acesso em 05 mai. 2016.

_____. *Principles of organic agriculture*, 2016. Disponível em: <<http://www.ifoam.bio/en/organic-landmarks/principles-organic-agriculture>>. Acesso em 05 mai. 2016.

INTERNATIONAL TRADE CENTRE – ITC. *Trends in the Trade of Certified Coffees*. Technical Paper. Genebra, 2011.

JAFFEE, D. Weak Coffee: certification and Co-Optation in the Fair Trade Movement. *Social Problems*, vol. 59, n. 01, p. 94-116, 2012.

_____. *Brewing justice: fair trade coffee, sustainability, and survival*. University of California Press, Berkeley, CA, 2007.

JONAS, A. E. G. The scale politics of spatiality. *Environmental and Planning D: Society and Space*, 12, p. 257-264, 1994.

LAGES, M. P. A formação do circuito de consumo gourmet no Brasil contemporâneo: o caso da proliferação de cafés de alta qualidade e das cafeterias especializadas. In: *38º Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais – ANPOCS*, 2014, Caxambu, MG. Anais do 38º Encontro Anual da ANPOCS, 2014.

LEÃO, E. A.; PAULA, N. M. A produção de cafés especiais no Brasil e a emergência de novos padrões de competitividade. *XIII Encontro Regional de Economia*. Porto Alegre, 2010.

LOPES, D. C.; MIRANDA, J. M.; VEIGA, A. D. Fatores a Serem Considerados para o Lançamento de Nova Marca de Café Orgânico. *Revista Agroambiental*, p. 29-36, agosto, 2011.

LOUREIRO, M. L.; LOTADE, J. Do fair trade and eco-labels in coffee wake up the consumer conscience? *Ecological Economics*, 53, p. 129 – 138, 2005.

MANZINI, E. J. A entrevista na pesquisa social. *Didática*, São Paulo, v. 26/27, p. 149-158, 1991.

MARX, K. Introdução [à Crítica da Economia Política]. In: _____. *Manuscritos econômico-filosóficos e outros textos escolhidos*. Seleção de textos de José Arthur Giannotti; traduções de José Carlos Bruni. São Paulo: Abril Cultural, p. 109-122, 1978.

MARQUES, S. A. *O consumo de café no Brasil, 1960 – 1981*. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1987.

MARSTON, S. A. The social construction of scale. *Progress in Human Geography*, v. 24, n. 2, p. 219-242, 2000.

MASCARENHAS, G. C. C. O movimento do comércio justo e solidário no Brasil: entre a solidariedade e o mercado. Tese (Doutorado). Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

MEIRELLES, L. Agricultura orgânica no Brasil. Publicado em 27 out de 2015. Disponível em: <http://www.centroecologico.org.br/artigo_detalhe.php?id_artigo=53>. Acesso em 30 out. 2015.

_____. Agricultura orgânica: um movimento em disputa. Publicado em 15 jun. 2003a. Disponível em: <http://www.centroecologico.org.br/artigo_detalhe.php?id_artigo=8>. Acesso em 03 mai.2015.

_____. A Certificação de Produtos Orgânicos – caminhos e descaminhos. Publicado em 01 nov. 2003b. Disponível em:

<http://www.centroecologico.org.br/artigo_detalhe.php?id_artigo=3>. Acesso em 03 mai. 2015.

MENEZES, H. C. *Variação dos monoisômeros e diisômeros do ácido cafeoilquímico com maturação do café*. Tese (Doutorado em Tecnologia dos Alimentos). Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 1990.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA – MA. Mercado brasileiro de orgânicos deve movimentar R\$ 2,5 bi em 2016. Publicado em 30 set. 2015. Disponível em:

<<http://www.agricultura.gov.br/comunicacao/noticias/2015/09/mercado-brasileiro-de-organicos-deve-movimentar-rs-2-bi-em-2016>>. Acesso em 6 mar. 2016.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO – MAPA. *Informe Estatístico do Café*: dezembro, ano 16, 2015.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR – MDIC. *Reposicionamento estratégico das indústrias processadoras de café do Brasil*: Propostas para sistematização de políticas públicas e estratégias de negócio. Passo Fundo: Editora Méritos, 2015.

MORAES, A. C. R. de. Los circuitos espaciales de la producción y los círculos de cooperación en el espacio. In: YANES, L. et al. (Org.), *Aportes para el estudio del espacio socioeconômico*, tomo III, El Colóquio. Buenos Aires: [s.n.], 1985.

NASCIMENTO, R. C. *Os cafés especiais no Cerrado Mineiro: o circuito espacial produtivo e os círculos de cooperação no município de Patrocínio, MG*. Dissertação (Mestrado). Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Geociências. Campinas, 2014.

NIELSEN CONSUMER INSIGHTS E HOMESCAN. *Tendências no consumo do café*.

Novembro, 2014. Disponível em:

<http://consorciopesquisacafe.com.br/arquivos/consorcio/consumo/Tendencias_no_consumo_do_cafe_2014.pdf>. Acesso em 5 mai. 2015.

NUNES, S. I. C. *Produtos alimentares Gourmet: perspectivas do consumidor, do fornecedor e do cozinheiro profissional*. Tese de mestrado em Marketing. Instituto Superior de Economia e Gestão – Universidade Técnica de Lisboa. Lisboa, 2011.

ORGANICSNET. Manual de Certificação de Produtos Orgânicos. Sem Data (s.d.). Disponível em: <<http://www.organicsnet.com.br/certificacao/manual-certificacao/>>. Acesso em: 06 mar. 2016.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO CAFÉ - OIC. *Relatório sobre o mercado de café: dezembro de 2015*. Disponível em: <<http://icocoffeeorg.tumblr.com/post/137284269750/coffee-prices-maintain-downward-trend-as-201516>>. Acesso em 06 mar. 2016.

_____. *Trade Statistics Tables*. 2016. Disponível em: http://www.ico.org/trade_statistics.asp>. Acesso em: 07 nov. 2016.

ORMOND, J. G. P.; PAULA, S. R. L.; FILHO, P. F.; ROCHA, L. T. M. Agricultura orgânica: quando o passado é futuro. *BNDES Setorial*, Rio de Janeiro, n. 15, p. 3-34, mar., 2002.

ORTEGA, A. C.; JESUS, C. M.; MOURO, M. C. Mecanização e Emprego na Cafeicultura do Cerrado Mineiro. *Revista ABET*, vol. VIII, n. 2, 2009.

OXFAM INTERNACIONAL. *Pobreza em sua xícara: o que há por trás da crise do café*. Oxfam International, 2002.

PEDINI, S. *Fair Trade: uma alternativa ao mercado convencional de café e processos de empoderamento de cafeicultores familiares*. Tese (Doutorado). Universidade Federal de Lavras, 2011.

PELEGRINI, D. F.; SIMÕES, J. C. Evolução, problemas e desempenho da cafeicultura de Minas Gerais. In anais: *48º Congresso SOBER* (Sociedade Brasileira de Economia Administração e Sociologia Rural), Campo Grande/MS, 2010.

POLANYI, K. *The great transformation: the political and economic origins of our time*. Beacon Press, Boston, MA, 1944.

PORTO-GONÇALVES, C. W. *A Globalização da natureza e a natureza da globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

PRADO JUNIOR, C. *História Econômica do Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1947.

PRETE, C. E. C. *Condutividades elétrica do exudado de grãos de café (Coffea arábica L.) e sua relação com a qualidade da bebida*. Tese (Doutorado em Agronomia). Piracicaba: Esalq/Universidade de São Paulo, 1992.

RAYNOLDS, L. T. Fair Trade: Social regulation in global food markets. *Journal of Rural Studies*, 28, p. 276-287, 2012.

_____. The Globalization of Organic Agro-Food Networks. *World Development*, vol. 32, n. 5, p. 725–743, 2004.

_____. Re-embedding global agriculture: the international organic and fair trade movements. *Agriculture Food and Human Values*, 17, p. 297-309, 2000.

REGIÃO DO CERRADO MINEIRO. *Dados da Região*. Publicado em 2015. Disponível em: <<http://www.cerradomineiro.org/>>. Acesso em: 01 jul. 2016.

RENARD, M. C. Fair trade: quality markets and conventions. *Journal of rural studies*, n. 19, p. 87-96, 2003.

REVISTA CAFEICULTURA. *Normas de classificação do café*. Publicado em 05 de out. de 2007. Disponível em: <<http://revistacafeicultura.com.br/?mat=13103>>. Acesso em: 10 set. 2014.

RICCI, M. S. F.; NEVES, M. C. P. *Sistemas de produção 02: Cultivo do Café Orgânico*. Seropédica – RJ: EMBRAPA Agrobiologia, dezembro, 2004.

RICE, P. *Fair Trade USA: Why We Parted Ways with Fair Trade International*. Publicado em 11 de jan de 2012. Disponível em: <<http://www.triplepundit.com/2012/01/fair-trade-all-fair-trade-usa-plans-double-impact-2015/>>. Acesso em 10 de set de 2014.

RIO COMÉRCIO JUSTO. *Sobre os parceiros da campanha Rio Cidade do Comércio Justo*. Disponível em: <<http://www.riocomerciojusto.com.br/>>. Acesso em: 05 jun. 2016.

ROSAS, C. A. F.; HESPANHOL, A. N. A cafeicultura brasileira no contexto dos processos de globalização e de desregulamentação do mercado. *Revista Formação*, vol. 2, n. 10, 2003.

SAES, M. S. M.; ESCUDEIRO, F. H.; SILVA, C. L. Estratégia de diferenciação no mercado brasileiro de café. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, São Paulo, vol. 08, n. 21, p. 24-32, mai./ago., 2006.

SAES, S. M; NUNES, R.; FRANÇA, C. Mão de obra na cafeicultura brasileira, in: GIORDANO, S.R.; REZENDE, C.L. *Cadernos da Universidade do Café*, Fundação Ernesto Illy, vol. 4, p. 09 – 20, 2010.

SANTOS, M. Sociedade e espaço: a formação social como teoria e como método. *Boletim Paulista de Geografia*. São Paulo, n. 54, p. 35-59, jun., 1977

_____. *Por uma geografia nova*. São Paulo: Ed. Hucitec, 1978.

_____. Circuitos espaciais da produção: um comentário. In: SOUZA, M. A. A.; SANTOS, M. (Org.). *A construção do espaço*. São Paulo: Nobel, p. 121-134, 1986.

_____. *Metamorfoses do espaço habitado*. São Paulo: Ed. Hucitec, 1988.

_____. *Por uma outra globalização: do pensamento único a consciência universal*. Rio de Janeiro: Ed. Record, 2001.

_____. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. 4ª edição, São Paulo: Edusp, [1996] 2004.

SANTOS, M.; SILVEIRA, M. L. *O Brasil: território e sociedade no início do século XXI*. São Paulo, Editora Record, 2001.

SCHNEIDER, J. W. *Pesquisa mundial de Comércio Justo: Parte 1, atualização 2010*. Brasília: SEBRAE, 2012.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. *Indicações Geográficas Brasileiras*. 4ª Edição. Brasília: SEBRAE, INPI, 2014.

_____. *Informações de mercado sobre Café Gourmet e Orgânico*. Série Estudos Mercadológicos. Brasília: SEBRAE, 2013

_____. *Boletim setorial do agronegócio – Café*. Recife: SEBRAE, agosto, 2011

SILVA, E. C.; GUIMARÃES, E. R. A “terceira onda” do consumo de café. *Bureau de Inteligência Competitiva do Café*. Lavras, 2012.

SILVEIRA, M. L. Uma situação geográfica: do método à metodologia. *Revista Território*, ano IV, n. 6, jan./jun., 1999.

_____. Escala geográfica: da ação ao império? *Terra Livre*, ano 20, v.2, n.23, jul./dez. 2004.

_____. Território usado: Dinâmicas de especialização, dinâmicas de diversidade. *Ciência Geográfica*, vol. XV, p. 04-12, Bauru, 2011.

SISTEMA OCEMG. Anuário de Informações Econômicas e Sociais do Cooperativismo Mineiro – 2015. Belo Horizonte: Sindicato e Organização das Cooperativas do Estado de Minas Gerais e Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo de Minas Gerais – Sistema OCEMG, 2015.

SMITH, N. *Uneven Development: Nature, Capital and the Production of Space*. Terceira edição. Brasil, Rio de Janeiro: Editora Bertrand, [1984] 1988.

_____. Contours of a spatialized politics: homeless vehicles and the production of geographical scale. *Social Text*, 33, p. 55-81, 1992.

_____. Homeless/Local: Scaling places. In: J. Bird, B. Curtis, T. Putnam, G. Robertson, & L. Tickner (org.). *Mapping the futures: Local cultures, global change* (pp. 87-119). London: Routledge, 1993.

_____. Spaces of vulnerability: the space of flows and the politics of scale. *Critique of Anthropology*, 16 (1), p.63-77, 1996.

SPECIALTY COFFEE ASSOCIATION OF AMERICA - SCAA. U.S. Specialty Coffee Facts & Figures. Publicado em dez., 2015a. Disponível em:

<<https://www.scaa.org/?page=resources&d=facts-and-figures>>. Acesso em: 06 mar 2016.

_____. The Millennial marketplace: shifting values. Publicado em *The Specialty Coffee Chronicle*, 06 abr 2015b. Disponível em: <<http://www.scaa.org/chronicle/2015/04/06/the-millennial-marketplace-shifting-values/>>. Acesso em: 06 mar. 2016.

SPER, E. H.; 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. *Revista de Administração*, São Paulo, v. 39, n. 1, p. 53-61, jan./fev./mar., 2004.

SOUZA, J. V. P.; BIALOSKORSKI NETO, S. *Formação das Cooperativas de Café no Brasil: Uma Análise Econômica e Institucional*. In: III Encontro de Investigadores Latino Americanos de Cooperativismo, São Leopoldo/RS, 2004.

SOUZA, M. C. M. *Cafés sustentáveis e denominação de origem: a certificação de qualidade na diferenciação de cafés orgânicos, sombreados e solidários*. (Tese de Doutorado) Programa de Pós-Graduação em Ciência Ambiental, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

SOUZA, M. L. *Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.

SOUZA, M. C. M.; SAES, M. S. M.; OTANI, M. N. Pequenos agricultores familiares e sua inserção no mercado de cafés especiais: uma abordagem preliminar. *Informações Econômicas*, São Paulo, v.32, n.11, nov. 2002.

SOUZA, M. C. M., OTANI, M. N., SAES, M. S. M. Novas tendências de inserção de pequenos agricultores no comércio de cafés especiais. Anais do II Simpósio de Pesquisa dos Cafés do Brasil, p. 2274-2279, 2001.

SKEIE, T. R. Norway and Coffee. *The Flamekeeper* - Newsletter of the Roasters Guild, Spring, 2003.

SWYNGEDOWN, E. Scaled geographies: nature, place, and the politics of scale. In: Sheppard, E.; McMaster, R.B. (org.), *Scale and Geographic Inquiry*. Blackwell Publishing, 2004.

TALBOT, J. M. *Grounds for agreement: The political economy of the coffee commodity chain*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield Publishers, INC, 2004.

TALLONTIRE, A, “Partnerships in fair trade: reflections from a case study of Cafedirect”, *Development in Practice*, n. 02, Vol. 10, p. 166-177, 2000.

TAUNAY, A. E. *Pequena História do Café no Brasil: 1727-1937*. Rio de Janeiro, Departamento Nacional do Café, 1945.

TAYLOR, P. L. *Poverty alleviation through participation in Fair Trade Coffee Networks: synthesis of case study research question findings*. Relatório preparado para o projeto financiado pela Community and Resource Development Program, The Ford Foundation, New York, 2002.

URIARTE, A. *Fair Trade: uma introdução e algumas reflexões*. BSD – Business Meet Social Development, abr., 2002.

VILELA, N. J; RESENDE, F. V.; MEDEIROS, M. A. *Evolução e cadeia produtiva da agricultura orgânica*. Circular Técnica 45. Brasília: EMBRAPA Hortaliças, dez., 2006.

ZYLBERSZTAJN, D.; FARINA, E. M. M. Q. Diagnóstico sobre o sistema agroindustrial de cafés especiais e qualidade superior do Estado de Minas Gerais. *Relatório Final: PENSA/FIA/FEA – USP*, contratado pelo SEBRAE-MG. São Paulo, 2001

WHEELER, M. Defining specialty coffee: Perspective from the Specialty Coffee Association of Europe. *The Specialty Coffee Chronicle: a publication of the SCAA*. Outubro, 2011. Disponível

em: <<https://www.scaa.org/chronicle/2011/10/16/a-question-of-quality>>. Acesso em: 20 fev. 2016.