



## DISCUSSÃO SOBRE AS FORMAS JURÍDICAS APLICADAS À EXPORTAÇÃO DE CAFÉ POR PEQUENOS E MÉDIOS PRODUTORES BRASILEIROS

Moacir José Teixeira<sup>1</sup>  
[spturvo@ig.com.br](mailto:spturvo@ig.com.br)

Edson de Toledo Oliveira<sup>2</sup>  
[edson.t.oliveira@uol.com.br](mailto:edson.t.oliveira@uol.com.br)

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Moacir José Teixeira y Edson de Toledo Oliveira (2016): "Discussão sobre as formas jurídicas aplicadas à exportação de café por pequenos e médios produtores brasileiros", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Brasil, (octubre 2016). En línea: <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/br/16/cafe.html>

### RESUMO

O café é uma das *commodities* da pauta de exportações brasileiras de maior destaque e aceitação no exterior, fato que mantém o Brasil como principal produtor e exportador mundial do produto nos últimos anos. Neste processo de exportação, existem várias formas jurídicas que podem ser utilizadas pelos produtores nacionais, todas visando a redução dos custos e o aumento da competitividade do produto brasileiro frente aos concorrentes globais. Neste sentido, foi realizado um trabalho teórico na forma de pesquisa exploratória e bibliográfica acerca das formas jurídicas mais utilizadas nas exportações por pequenos e médios produtores brasileiros: Cooperativas e Consórcios de Exportação. O objetivo é analisar as implicações de cada uma dessas formas jurídicas nas exportações brasileiras. Constatou-se que, em se tratando da exportação de café por pequenos e médios produtores, o cooperativismo se apresenta como a opção mais indicada, uma vez que proporciona os melhores resultados financeiros para os cooperados, além de permitir que as decisões sejam tomadas de forma mais democráticas. Além disso, as Cooperativas desempenham um importante papel social, abrangendo não somente os cooperados e seus familiares, mas toda a comunidade onde elas estão inseridas.

**Palavras-chave:** Exportação de café; Cooperativas; Consórcios de exportação.

### DISCUSSION ON THE LEGAL FORMS FOR APPLIED TO SMALL COFFEE EXPORT AND AVERAGE PRODUCER BRASILEIROS

#### SUMMARY

Coffee is a commodity of Brazilian exports most prominent and acceptance abroad, a fact that keeps Brazil as the main producer and exporter of the product in recent years. This export process, there are several legal forms that can be used by domestic producers, all aimed at reducing costs and increasing the competitiveness of Brazilian products responding to global competitors. In this sense, there was a theoretical work in the form of exploratory and bibliographical research about the legal forms most commonly used in exports by small and medium Brazilian producers: Cooperatives and Consortia Export. The objective is to analyze the implications of each of these legal forms in Brazilian exports. It was found that, in the case of coffee exports by small and medium producers, the cooperative is presented as the preferred option, as it offers the best financial results for the cooperative members, and allow decisions to be taken in order more democratic. Furthermore, Cooperatives play an important social role, covering not only the cooperative members and their families, but the entire community where they are inserted.

**Keywords:** Coffee Export; Cooperatives; Consortia export.

<sup>1</sup> Administrador e Mestre em Administração pela FACCAMP – Faculdade de Campo Limpo Paulista/SP. Professor da Faculdade Municipal Professor Franco Montoro – Mogi Guaçu/SP.

<sup>2</sup> Engenheiro Agrônomo e Mestrando em Administração pela FACCAMP – Faculdade de Campo Limpo Paulista/SP.

## 1. INTRODUÇÃO

A globalização da economia, atrelada à formação de blocos econômicos têm causado significativas mudanças no comércio mundial, oferecendo oportunidades de negócios para empresas de diferentes segmentos e localizações. Neste cenário, o grande desafio para as empresas é inserir seus produtos ou serviços nesse mercado altamente competitivo, exigente e seletivo, que requer produtos customizados, inovadores e com prazos de entrega cada vez mais reduzidos.

Essa mudança de comportamento dos consumidores exige que as empresas e suas respectivas cadeias produtivas direcionem um maior volume de investimentos em tecnologias e inovação para reduzir custos, aumentar a eficiência e responder mais rapidamente à essa demanda.

O intercâmbio internacional de mercadorias é cada vez mais intenso e diversificado, incluindo desde produtos básicos até produtos de alta tecnologia e de maior valor agregado. O Brasil tem uma participação, embora discreta, bastante importante na corrente de comércio global, se mantendo como um dos maiores produtores e exportadores mundiais de *commodities*, entre elas, minérios, carnes, suco de laranja, açúcar e grãos, incluindo o café.

O objetivo do artigo é apresentar as formas jurídicas mais utilizadas pelos pequenos produtores brasileiros para reduzir os custos e facilitar a inserção de seus produtos no mercado internacional, de modo a torná-los mais competitivos. Já o objetivo específico é identificar a forma jurídica ideal para viabilizar o processo de exportação de café por pequenos e médios produtores brasileiros.

Inicialmente, o artigo evidencia o processo de globalização da economia e o panorama do mercado mundial do café (produção e exportação). Na sequência, explicita os principais conceitos aplicáveis ao trabalho, as formas jurídicas mais comuns neste setor e os principais órgãos de fomento à exportação e as respectivas linhas de financiamento disponíveis no país. Posteriormente, é abordado o procedimento metodológico utilizado e uma análise comparativa das opções apresentadas. Por fim, são apresentadas as conclusões e as sugestões para novas pesquisas.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

De acordo com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA (2015), o café, no Brasil, destaca-se econômica e socialmente desde a chegada das primeiras mudas vindas da Guiana Francesa, em meados do século XVIII. Com a rápida adaptação da cultura aos tipos de solo e clima locais, o produto adquiriu importância significativa no mercado, transformando-se em um dos principais itens de exportação, desde o Império até os dias atuais. A princípio restrita aos estados do Pará e do Maranhão, a produção se expandiu para outros Estados, com destaque para Minas Gerais, Espírito Santo, São Paulo, Bahia, Paraná e Rondônia. Devido à diversidade de regiões ocupadas pela cultura, com diferentes climas e solos, o país produz vários tipos de café, fato que possibilita atender às diferentes demandas mundiais, com variados padrões de qualidades e aromas, das duas espécies cultivadas: Arábica e Robusta.

O café Arábica (*Coffea Arabica L.*) proporciona um produto mais fino, requintado e de melhor qualidade, enquanto o café Robusta ou Conilon (*Coffea Canephora*) é usado para a fabricação de cafés solúveis e apresenta um sabor único, menos acidez e maior teor de cafeína. Essa diversidade permite a produção de vários *blends*, produtos resultantes da mistura de grãos de diferentes variedades, tipos ou espécies do gênero *Coffea* (BORTOLIN, 2005), tendo como base os cafés de terreiro, despulpados, descascados, de bebida suave, encorpados e muitos outros (MAPA, 2015).

O Brasil, maior produtor e exportador mundial de café e segundo maior consumidor, possui, de acordo com a Companhia Nacional de Abastecimento – CONAB (2015), uma área plantada superior a 2,2 milhões de hectares das duas espécies, com 14,5% em formação e 85,5% em produção. Em 2015, a produção nacional atingiu 43,3 milhões de sacas de 60 kg, o que representa uma redução de 5,3% em relação a 2014 e uma produtividade média de 22,5 sacas por hectare (MAPA, 2015). Além disso, entre os produtos da pauta de exportação do agronegócio brasileiro, o café representou 7% das operações, ocupando a quinta posição, com faturamento aproximado de US\$ 6,2 bilhões, porém, com uma considerável redução em relação ao ano anterior, conforme mostrado na tabela 1.

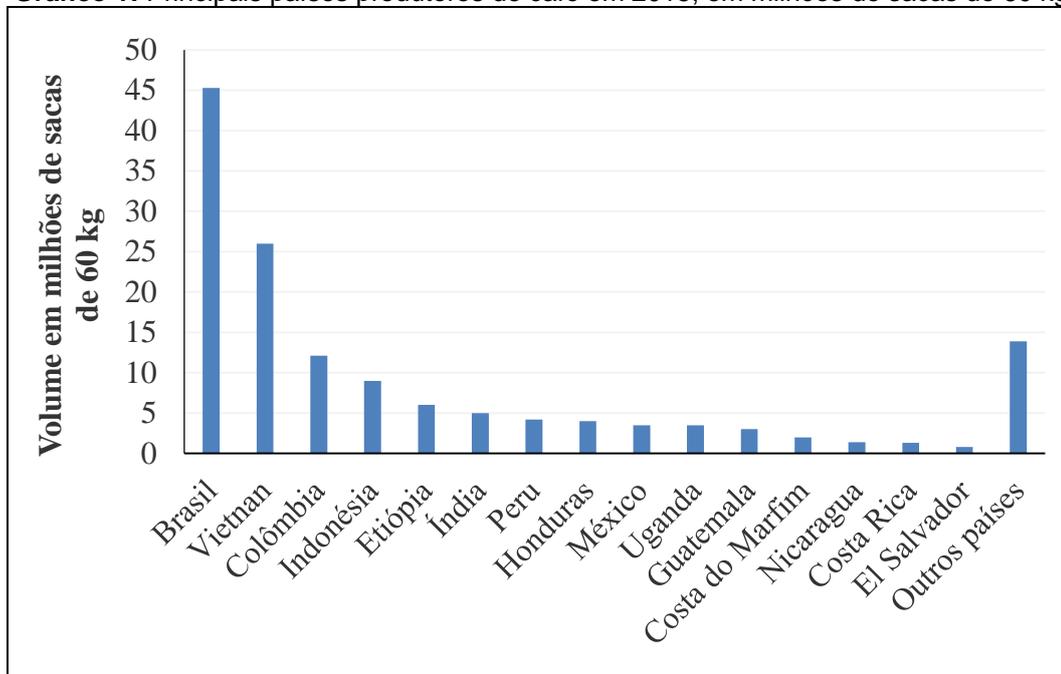
**Tabela 1:** Exportação total do Agronegócio Brasileiro em 2014 e 2015.

Principais Produtos Exportados	Jan a Dez/2014		Jan a Dez/2015		Var. (a/b)
	US\$ Mil (b)	Part.	US\$ Mil (a)	Part.	
Complexo Soja	31.403.497	32,5%	27.957.062	31,7%	-11,0%
Carnes	17.429.297	18,0%	14.724.197	16,7%	-15,5%
Produtos Florestais	9.950.706	10,3%	10.333.743	11,7%	3,8%
Complexo Sucoalcooleiro	10.366.872	10,7%	8.532.375	9,7%	-17,7%
<b>Cafés</b>	<b>6.681.872</b>	<b>6,9%</b>	<b>6.158.740</b>	<b>7,0%</b>	<b>-7,6%</b>
Cereais, Farinhas e Preparações	4.641.435	4,8%	5.878.405	6,7%	26,7%
Couros, Produtos de Couro e Peleteria	3.490.009	3,6%	2.713.224	3,1%	-22,3%
Fumo e seus Produtos	2.501.868	2,6%	2.186.217	2,5%	-12,6%
Sucos	2.168.269	2,2%	2.050.442	2,3%	-5,4%
Fibras e Produtos Têxteis	1.841.766	2,0%	1.776.262	2,0%	-3,6%
Frutas (Incluindo Nozes e Castanhas)	841.296	0,9%	888.817	1,0%	5,6%
Bebidas	428.043	0,4%	424.221	0,5%	-0,9%
Cacau e seus Produtos	337.424	0,3%	374.780	0,4%	11,1%
Demais Produtos	4.685.527	4,8%	4.225.633	4,7%	-9,8%
<b>Total</b>	<b>96.747.881</b>	<b>100,0%</b>	<b>88.224.118</b>	<b>100,0%</b>	<b>-8,8%</b>

Fonte: Alice-Web/MDIC (2016)

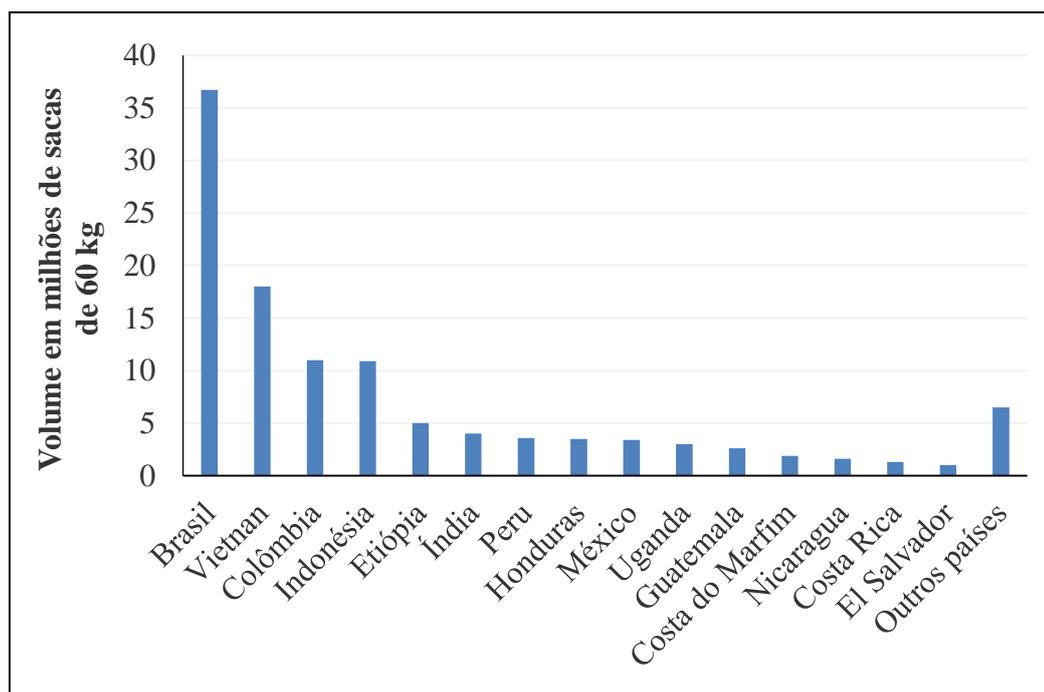
O gráfico 1 apresenta os principais países produtores e suas respectivas participações na produção mundial de café no ano de 2014, conforme dados do MAPA e da CONAB. O Brasil se destaca neste segmento do agronegócio, respondendo por mais de 32% da produção mundial, volume 74% superior ao Vietnã, segundo maior produtor. Já o gráfico 2 apresenta os principais países exportadores de café e suas respectivas participações no volume total exportado em 2014, conforme dados estatísticos do Alice-Web/MDIC. O Brasil se manteve como maior exportador mundial, com aumento verificado no volume exportado de 26,3% em comparação a 2013.

**Gráfico 1:** Principais países produtores de café em 2015, em milhões de sacas de 60 kg



Fonte: Elaborado pelos autores, com base em MAPA (2015); CONAB (2015)

**Gráfico 2:** Principais países exportadores de café em 2014, em milhões de sacas de 60 kg



Fonte: Elaborado pelos autores, com base em Alice-Web/MDIC (2016)

A tabela 2 apresenta o *ranking* dos dez principais destinos das exportações brasileiras de café (em percentual) em 2014 e 2015, conforme dados estatísticos da Alice-Web/MDIC.

**Tabela 2:** Principais países importadores do café brasileiro em 2014 e 2015, em % (volume)

Ranking	2014		2015	
	País	Part. (%)	País	Part. (%)
1º	Estados Unidos	19,8	Estados Unidos	21,3
2º	Alemanha	18,4	Alemanha	17,6
3º	Bélgica	8,1	Itália	8,3
4º	Itália	7,5	Japão	6,8
5º	Japão	7,4	Bélgica	6,2
6º	Espanha	2,7	Reino Unido	2,8
7º	Canadá	2,3	Turquia	2,2
8º	Rússia	2,2	Espanha	2,0
9º	Eslovênia	2,2	Canadá	2,0
10º	Reino Unido	2,1	México	2,0

Fonte: Elaborado pelos autores, com base em Alice-Web/MDIC (2016)

Com relação ao consumo interno, dados da Associação Brasileira da Indústria de Café - ABIC apontaram um acréscimo de 1,2% em 2015 em relação ao ano anterior, atingindo 20,3 milhões de sacas. O consumo per capita foi de 6,1 kg de café verde em grão ou 4,9 kg de café torrado e moído, o equivalente a 81 litros por habitante. Além disso, a cadeia produtiva do café foi responsável pela geração de mais de oito milhões de empregos no país, gerando renda, acesso à saúde e à educação para os trabalhadores e suas famílias (ABIC, 2015).

## 2.1 Tipos de café

De acordo com o SindiCafé/MG (2013), antes do consumo, obrigatoriamente, o café necessita ser torrado e moído. Para isso, os grãos são selecionados por tamanho e formato. A torra consiste em submeter os grãos à temperatura elevada, de forma rápida e progressiva, de modo que sua umidade interna chegue a 3%.

Durante esse processo, que determina a característica final da bebida, os grãos são mexidos continuamente para que a torra seja uniforme. Depois de torrado, o café passa por um processo de desgaseificação e, depois deste processo, ele é moído ou embalado em grãos, dependendo da utilização a que se destina.

### 2.1.1 Cafés Tradicionais

São os mais comuns, produzidos a partir de *blends* de grãos de diferentes espécies, com a torra geralmente mais escura e gosto não muito adocicado, mantendo o equilíbrio entre a excelência da bebida e o sabor (SINDICAFÉ/MG, 2013).

### 2.1.2 Cafés Gourmet ou Especiais

Produzido com 100% de grãos do tipo arábica, são considerados os mais nobres dos cafés. Produzem uma bebida normalmente mais doce, chegando muitas vezes a dispensar o uso de açúcar. A torra varia de moderadamente clara a moderadamente escura (SINDICAFÉ/MG, 2013).

### 2.1.3 Café Solúvel

Os grãos são torrados e fragmentados, depois seus sólidos solúveis são extraídos por infusão em água quente, concentrados, solubilizados (secos) e aglomerados, resultando o produto na forma de grânulos ou pó, geralmente acondicionado em embalagens metálicas ou de vidro (SBRT, 2006; SINDICAFÉ/MG, 2013).

### 2.1.4 Café Orgânico

Considera-se sistema orgânico de produção agropecuária todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais (BRASIL, 2003), tendo por objetivo: i) A sustentabilidade econômica e ecológica; ii) A maximização dos benefícios sociais; iii) A redução da dependência de energia não renovável, empregando métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos; iv) A eliminação de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, ao longo do processo de produção, armazenagem, distribuição e comercialização; e v) A proteção do meio ambiente. Este conceito abrange os produtos denominados: ecológico, biológico, natural e outros que atendam aos mesmos princípios (BRASIL, 2003) e surgiu da preocupação do homem em se aproximar da natureza, dando origem a um mercado consumidor preocupado em adquirir produtos sem agrotóxicos, que auxiliem na preservação do meio ambiente e da saúde humana (SINDICAFÉ/MG, 2013).

Para comercialização, estes produtos devem ser certificados por órgão oficial, segundo critérios pré-estabelecidos. Na comercialização direta aos consumidores, a certificação é facultativa, uma vez assegurada aos consumidores e ao órgão fiscalizador a rastreabilidade do produto e o livre acesso aos locais de produção ou processamento.

A responsabilidade pela qualidade dos produtos orgânicos caberá aos produtores, distribuidores, comerciantes e entidades certificadoras, segundo o nível de participação de cada um (BRASIL, 2003).

### 2.1.5 Cafés Descafeinados

São destinados a quem possui um estilo de vida diferenciado, mas não quer perder qualidade, nem sabor. O processo de remoção da cafeína envolve a imersão dos grãos em água e filtragem por um filtro de carbono.

Nesse processo há a remoção de todo o sabor do grão, que é reincorporado após a destilação dos sabores retidos na água da imersão e sua posterior pulverização nos grãos (SINDICAFÉ/MG, 2013).

## 2.2 Rastreabilidade e certificação do produto

### 2.2.1 AA 1000

De acordo com a BSD Brasil (2013), trata-se de uma norma de *Accountability*, focada na qualidade e melhoria da contabilidade, auditoria e relatos sociais e éticos, composta por um conjunto de princípios e padrões de processo. Esses padrões associam a definição e a integração dos valores da organização com o desenvolvimento de metas de avaliação e a comunicação do desempenho organizacional.

Com este processo, focado no engajamento da organização com as partes interessadas, a AA1000 vincula questões sociais e éticas à gestão estratégica e operações da organização, de modo a apoiar a aprendizagem organizacional e o desempenho social, ético, ambiental e econômico, contribuindo para o direcionamento da organização ao desenvolvimento sustentável. Portanto, seu objetivo principal é estabelecer, avaliar e comunicar a prestação de contas da gestão do desempenho sustentável (SANTOS e FALCÃO, 2009).

Esta norma pode apoiar a gestão estratégica e as operações de uma organização, dando a ela assistência para: a) Alinhar seus sistemas e atividades com seus valores; b) Aprender sobre os

impactos de seus sistemas e atividades, incluindo as percepções de partes interessadas sobre esses impactos; c) Servir como parte de uma estrutura de controle interno que possibilita à organização identificar, avaliar e melhor gerenciar os riscos que surgem de seus impactos sobre as relações com suas partes interessadas; d) Atender ao interesse das partes interessadas em informações a respeito do impacto social e ético das atividades da organização e seus processos de tomada de decisão; e e) Construir vantagem competitiva através da projeção de uma postura definida sobre questões sociais e éticas.

A AA1000 foi desenhada para contemplar as necessidades e requerimentos de todos os tipos de organizações adotantes, incluindo: a) Organizações grandes e pequenas; b) Organizações de instalação única ou múltiplas e multinacionais; c) Organizações públicas, privadas e sem fins lucrativos.

### 2.2.2 ISO 14000

De acordo com De Cicco (1994), esta norma, formulada pela ISO - *International Organization for Standardization*, trata da avaliação do impacto das relações entre empresas e meio ambiente sobre a competitividade de um país, região ou setor produtivo no mercado internacional. Um dos fatores determinantes é a qualidade dos sistemas de gerenciamento ambiental, através dos quais são estabelecidos os procedimentos a serem seguidos para atender aos dispositivos legais e normativos.

A defesa do meio ambiente pode abrigar protecionismos, especialmente os que se destinam a manter atividades produtivas que, por fatores econômicos ou operacionais, não conseguem concorrer em regime de liberdade comercial. Assim, o objetivo da ISO 14000 é estabelecer, implementar e manter as metas e os objetivos documentados, mensuráveis e coerentes com a política ambiental, prevenção da poluição e atendimento aos requisitos de melhoria contínua (SANTOS e FALCÃO, 2009).

Para tanto, a norma abrange seis áreas distintas e duas formas de avaliação: a) Da organização: sistema de gerenciamento, desempenho e auditoria ambiental; e b) Do produto: ciclo de vida, rotulagem e aspectos ambientais relacionados.

A melhoria da imagem das empresas que se adéquam à ISO 14000 perante a comunidade e o público em geral, e a melhoria dos produtos com relação aos impactos ambientais por eles provocados, são benefícios evidentes da norma, fator diferenciador de competitividade para o mercado internacional (DE CICCIO, 1994).

### 2.2.3 SA 8000

De acordo com Amigo *et al.*, (2006), a *Social Accountability 8000* é uma norma de gestão social que estabelece critérios para o oferecimento de condições dignas de trabalho no ambiente organizacional, com foco no trabalhador, o que a diferencia de outras normas, que visam questões operacionais, eficiência, meio ambiente, segurança, entre outros.

A estrutura da norma está baseada nos princípios das Convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT), da Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança e da Declaração Universal dos Direitos Humanos. Ela fornece um padrão de um sistema de gestão social sólido, assegurando que as relações trabalhistas, com a sociedade, com os sindicatos, com os trabalhadores e com as outras interessadas, transcorram em sintonia de igualdade e justiça (AMIGO *et al.*, 2006).

É composta por nove requisitos básicos que tratam do Trabalho Infantil, Trabalho Forçado, Saúde e Segurança, Liberdade de Associação e Direito à Negociação Coletiva, Discriminação, Práticas Disciplinares, Horário de Trabalho, Remuneração e Sistemas de Gestão, que possibilita às empresas proporcionar um ambiente de trabalho mais saudável e justo para seus colaboradores. Tem como foco a garantia dos direitos dos trabalhadores envolvidos em processos produtivos, promovendo a padronização em todos os setores de negócios e em todos os países (BSD BRASIL, 2013).

Esta norma foi concebida em resposta aos problemas dos direitos humanos e do trabalhador, garantindo a isonomia de padrões de trabalho no mundo, evitando a concorrência desleal e proporcionando políticas trabalhistas mais justas. Os temas básicos da norma, como trabalho infantil, remuneração, discriminação, segurança no trabalho, entre outros, fazem dela um padrão mundial na luta contra práticas abusivas e exploratórias (AMIGO *et al.*, 2006).

BSD Brasil (2013) destaca os principais benefícios da SA8000 para as empresas: i) Melhor relacionamento interno devido à constante preocupação com o trabalhador e ao estabelecimento de condições adequadas de saúde e segurança; ii) Mais informação e, portanto, maior confiabilidade aos compradores; iii) Melhor gerenciamento da cadeia produtiva; iv) Segurança para a empresa e para

seus investidores; e v) Consolidação da imagem e reputação da empresa como socialmente responsável.

#### 2.2.4 Programa “Cafés Sustentáveis do Brasil”

É uma iniciativa da Associação Brasileira das Indústrias de Café – ABIC (2015), para estimular a sustentabilidade em toda a cadeia produtiva do café, uma vez que o conceito de alimentos sustentáveis está avançando em todo o mundo. Engloba o consumo consciente, a preservação do meio ambiente, a redução do uso de recursos naturais e de agentes poluidores, além da valorização social e econômica dos produtores, garantindo melhores condições de vida, trabalho, escolaridade e cidadania.

Trata-se de uma parceria entre indústrias, produtores e cooperativas que, além de promover a sustentabilidade, garante a qualidade do café, através de programas de certificação com rastreabilidade assegurada, desde a produção na fazenda até a xícara, passando pelo beneficiamento até o processo industrial na torrefação.

O enfoque de sustentabilidade deste programa se baseia nas metas do milênio e no pacto global, programas da ONU que englobam aspectos sociais, ambientais e econômicos e se torna uma maneira mais eficaz de melhorar as condições das pessoas envolvidas no cultivo, processamento, industrialização e comércio do café, bem como aumentar a oferta, o consumo e tornar a cadeia mais lucrativa.

O quadro 1 apresenta os principais requisitos nas dimensões Social, Ambiental e Econômica, que devem ser atendidos pelos produtores e fornecedores do café verde à indústria de torrefação, bem como os requisitos que devem ser obrigatoriamente atendidos pelas indústrias que desejam obter o selo “Cafés Sustentáveis do Brasil”.

**Quadro 1:** Principais requisitos do programa “Cafés Sustentáveis do Brasil” para a certificação de produtores, fornecedores e indústrias de torrefação

<b>Dimensão</b>	<b>Produtores e fornecedores de café</b>	<b>Indústrias de torrefação</b>
<b>Social</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Direito de fundar ou se associar a uma organização que os represente;</li> <li>- Cumprimento do contrato coletivo de trabalho vigente na região;</li> <li>- Direito à infância e educação a todos os filhos dos trabalhadores;</li> <li>- Assinatura de contrato de trabalho e registro de todos os empregados;</li> <li>- Fornecimento de equipamentos de proteção individual;</li> <li>- Manutenção de boas condições de trabalho a todos os empregados;</li> <li>- Não utilização de qualquer tipo de trabalho infantil.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Registro em carteira de todos os funcionários;</li> <li>- Cumprimento do contrato coletivo de trabalho vigente na região;</li> <li>- Fornecimento de equipamentos de proteção individual a todos os empregados, inclusive os terceiros;</li> <li>- Promoção de palestras sobre saúde e segurança no trabalho;</li> <li>- Não emprego de mão de obra infantil, salvo na condição de menor aprendiz e de acordo com a legislação.</li> </ul>
<b>Ambiental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilização de agroquímicos de acordo com o receituário agrônomo;</li> <li>- Armazenamento adequado de fertilizantes para evitar quaisquer tipos de contaminações;</li> <li>- Proteção e preservação de mananciais e cursos de água;</li> <li>- Preservação da flora nativa e reflorestamento de áreas não adequadas para a lavoura;</li> <li>- Manejo do lixo e correta destinação de embalagens vazias de agrotóxicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existência do Programa de Prevenção de Riscos Ambientais;</li> <li>- Licença ambiental atualizada em relação à área industrial atual;</li> <li>- Manutenção de um sistema eficaz de evacuação de efluentes e águas residuais;</li> <li>- Adequada disposição dos resíduos do processo produtivo;</li> <li>- Monitoramento e controle das emissões atmosféricas;</li> <li>- Programa de eco eficiência para reduzir o uso de energia, papel e água.</li> </ul>
<b>Econômica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Garantia da rastreabilidade do produto desde a colheita até a indústria, através de registros das últimas safras colhidas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pagamento diferenciado por cafés de origem sustentável;</li> <li>- Garantia da total rastreabilidade e identificação de cafés sustentáveis.</li> </ul>

**Fonte:** Elaborado pelos autores, de acordo com ABIC (2015)

### 2.2.5 *Fair Trade* (cooperativas de mercado justo)

É uma modalidade de venda direta dos produtos certificados do pequeno produtor ao comprador, com pagamento a preços justos, vinculados aos padrões de certificação de uma produção sustentável, respeito às normas legais e ao meio-ambiente (SEBRAE-MG, 2013). Foi criado para beneficiar a cadeia produtiva através de uma parceria comercial estabelecida pelo diálogo, transparência e respeito, objetivando a igualdade no comércio exterior.

A segmentação de mercado através do *Fair Trade* permite a participação dos produtores em mercados específicos e diferenciados, com produtos que atendam às exigências dos órgãos certificadores, explorando as oportunidades com maiores receitas em nichos de pequena escala. Para isso, os pequenos produtores precisam se organizar em grupos ou cooperativas, com administrações democráticas e economicamente independentes, para conseguir a certificação ao sistema (BLISKA *et al.*, 2007).

Em Fretel e Simoncelli-Bourque (2003), esse comércio possibilita o pagamento de um preço justo aos produtores dos países em desenvolvimento, sem discriminação do trabalho de homens e mulheres, sensibilizando a comunidade de consumidores de países desenvolvidos. Esse preço justo, conforme SEBRAE (2013), além de cobrir os custos de produção, permite uma produção socialmente justa e ecologicamente segura.

Os cafés sustentáveis, além de incorporar a própria sustentabilidade e gerar um produto associado à qualidade e responsabilidade social, econômica e ambiental, também incluem aspectos relacionados com a rastreabilidade do produto e melhores padrões de qualidade, na busca de atender a demanda dos consumidores por produtos especializados e seguros (OLIVEIRA e WEHRMANN, 2008).

## 2.3 Tipos de Sociedades

De acordo com o Novo Código Civil Brasileiro (Lei nº 10.406/2002), celebram contrato de Sociedade as pessoas que reciprocamente se obrigam a contribuir, com bens ou serviços, para o exercício de atividade econômica e a partilha, entre si, dos resultados. Existem na legislação, basicamente dois tipos de sociedade:

### 2.3.1 *Sociedades não Personificadas*

São aquelas que não possuem personalidade jurídica própria, ou seja, não são identificadas sem a figura dos seus sócios, podendo ser: Sociedades em Comum ou em Conta de Participação (BRASIL, 2002).

### 2.3.2 *Sociedades Personificadas*

São aquelas que possuem personalidade jurídica própria e são sujeitos de direitos e obrigações, desvinculados das figuras individuais dos seus sócios, podendo ser:

- **Sociedades Empresárias:** constituídas por, no mínimo, duas pessoas que têm por objeto social o exercício de atividade mercantil e sujeita à inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis (Junta Comercial), incluindo o comércio, indústria e prestação de serviços, constituindo-se em: Sociedades Anônimas, Limitadas, em Nome Coletivo, em Comandita Simples ou em por Ações (BRASIL, 2002).
- **Sociedades Simples:** constituídas por, no mínimo, duas pessoas que têm por objeto social o exercício de atividade não mercantil e sujeita à inscrição no Registro Público de Empresas Sociedade Simples (Cartório), em que os sócios exercem profissão intelectual, científica ou artística, para a prestação de serviços especializados, sejam atividades regulamentadas ou não e as Sociedades Cooperativas (BRASIL, 2002).

## 2.4 Cooperativas

São associações autônomas de, no mínimo, vinte pessoas, unidas voluntariamente para atender necessidades econômicas, sociais e culturais comuns, sem objetivo de lucro por meio de uma empresa de propriedade coletiva e de controle democrático dos associados, com forma jurídica própria (Lei nº 5.764 de 1971) e não sujeitas à falência (BRASIL, 1971; 2008). As pessoas participantes de uma sociedade cooperativa se obrigam a contribuir com seus bens ou serviços para o exercício dessa atividade econômica em comum (BRASIL, 1971).

Segundo Gawlak (2007), o cooperativismo origina-se de cooperação, doutrina cultural e socioeconômica, fundamentada na liberdade humana e que busca desenvolver a capacidade intelectual das pessoas de forma criativa, justa e harmônica, visando a sua melhoria contínua.

As sociedades cooperativas podem ser de responsabilidade limitada – ao valor do capital subscrito pelo associado – ou ilimitada, quando a responsabilidade do associado da sociedade for pessoal, solidária e não tiver limite (BRASIL, 1971; 2002).

#### 2.4.1 Princípios do Cooperativismo

Foram criados com base na cooperação entre pessoas e buscam, por meio do resultado econômico, o desenvolvimento social e a melhoria da qualidade de vida (GAWLAK, 2007). Constituem um conjunto de normas que norteiam a constituição e o funcionamento de cooperativas (BRASIL, 2008) e, com a evolução e a modernização da economia mundial, esses princípios foram reestruturados e adaptados à realidade atual, com a seguinte definição:

- **Adesão voluntária e livre:** Cooperativas são organizações abertas à participação de todos, independente da etnia, posição social, sexo, cor, opção política ou religiosa. Para participar, o associado deve conhecer seus direitos e deveres, os objetivos e a estrutura da cooperativa e decidir se tem condições de cumprir com as normas estabelecidas no respectivo estatuto social (GAWLAK, 2007; BRASIL, 2008);

- **Gestão democrática:** Nas assembleias gerais, os cooperados participam das decisões democraticamente, bem como, elegem seus representantes para administrar a cooperativa. Os membros possuem igual direito de voto, não importando a quantidade de cotas de cada associado (GAWLAK, 2007; BRASIL, 2008);

- **Participação econômica dos sócios:** Os cooperados contribuem para a formação da cooperativa, integralizando o capital social mediante quotas-partes e o controlando democraticamente, sendo parte desse capital, propriedade comum, e os excedentes, aplicados no fortalecimento da cooperativa (GAWLAK, 2007; BRASIL, 2008);

- **Autonomia e independência:** As cooperativas são empreendimentos autônomos e controlados pelos seus associados, os quais decidem sobre suas atividades e definem sua missão, objetivos e metas, sem qualquer interferência governamental. O controle democrático deve ser garantido quando forem firmados acordos, com outras organizações, incluindo órgãos de governo (GAWLAK, 2007; BRASIL, 2008);

- **Educação, formação e informação:** O bom funcionamento da cooperativa depende da participação consciente e organizada dos associados e, para tanto, deve destinar recursos para educar, formar e capacitar seus dirigentes, conselheiros, colaboradores e familiares para a prática do cooperativismo e para o uso de técnicas e equipamentos no processo de produção e comercialização (GAWLAK, 2007; BRASIL, 2008);

- **Intercooperação:** A utilização de estruturas locais, regionais e internacionais fortalece e aumenta a eficiência das cooperativas e atende os associados de forma mais eficaz. É importante que haja troca de informações, produtos e serviços entre cooperativas, pois a integração é a chave do sucesso (GAWLAK, 2007; BRASIL, 2008);

- **Interesse pela Comunidade:** A cooperativa não funciona isoladamente e, por isso, deve colaborar para o bem-estar e o desenvolvimento da sociedade onde está inserida, gerando empregos, produtos, serviços e preservando o meio ambiente, por meio de políticas aprovadas pelos associados (GAWLAK, 2007; BRASIL, 2008).

#### 2.5 Consórcios de exportação

De acordo com Lima *et al.* (2002; 2007), trata-se de uma união de esforços de pequenas e médias empresas ou produtores, de um mesmo setor ou de setores complementares, mantendo a individualidade no mercado doméstico e otimizando a produção e venda de seus produtos no exterior, de tal forma que o consórcio funcione como um departamento de exportação comum dos consorciados. Lima *et al.* (2002, p. 7; 2007, p. 225) destaca as principais justificativas para a formação de um consórcio, entre elas: i) Alto custo para manter um departamento de exportação; ii) Falta de volume de produção para atender grandes importadores; iii) Falta de informações sobre o mercado internacional; iv) Falta de conhecimento sobre o processo de exportação; e v) Falta de capital para melhorar o processo produtivo e adequar o produto aos mercados externos.

Entre as vantagens para as empresas exportarem em consórcio, destacam-se, conforme Lima *et al.* (2002; 2007): i) Redução de custos gerais de exportação e do risco de exportar individualmente; ii) Aumento da competitividade dessas empresas no seu mercado interno; iii) Maior poder de barganha para com clientes, fornecedores e bancos; iv) Aumento da eficiência operacional através da otimização de recursos; v) Possibilidade de atendimento a demandas de maior porte; vi) Aumenta a especialização das empresas consorciadas; vii) Acúmulo de conhecimentos nas áreas de Comércio Exterior e Marketing; viii) Maior facilidade para aquisição de equipamentos modernos e novas

tecnologias; ix) Maior segurança na penetração e diversificação de mercados; x) Alavancagem nas vendas externas; e xi) Possibilidade de exportar com marca própria do consórcio.

Com relação às desvantagens ou limitações da exportação via consórcio, Lima *et al.* (2002; 2007) aponta: i) Inexistência de confiabilidade e trabalho em conjunto; ii) Falta de profissionalismo dos integrantes do consórcio; iii) Preços pouco competitivos devido a erros de planejamento das atividades; iv) Visualização da exportação como estratégia de curto prazo e de resultados imediatos; v) Visualização do consórcio como uma válvula de escape em tempos de crises; vi) Discrepância com relação ao avanço tecnológico das empresas integrantes; vii) Seleção equivocada de mercados e parceiros no exterior; e viii) A rivalidade e a concorrência devem ficar restritas ao mercado interno.

O consórcio, segundo Lima *et al.* (2002), se constitui numa importante ferramenta de inserção de pequenas e médias empresas no comércio internacional, auxiliando em suas principais dificuldades na atuação isolada na exportação, através da otimização de esforços de produção e comercialização, resposta às demandas, produção em escala, aumento da competitividade e da especialização. Para Minervini (1997) *apud* Lima *et al.* (2002), o consórcio de exportação é a saída mais inteligente para a maioria dos pequenos e médios produtores e empresas se desenvolverem no mercado internacional. É um agrupamento de empresas ou produtores com interesses comuns, cada um mantendo a sua individualidade no mercado interno e, juntos, reunindo esforços de produção e comercialização para o mercado externo, geralmente organizado em forma de Associações ou Cooperativas (MDIC, 2013).

## 2.6 Agentes promotores de exportação

De acordo com o MDIC (2013), as principais entidades ou agentes de apoio e promoção às exportações brasileiras são:

- **Apex-Brasil – Agência Brasileira de Promoção de Exportações:** atende empresas de todos os portes, com foco nas pequenas e médias, atuando estrategicamente para inseri-las no mercado internacional, diversificar e agregar valor à pauta de exportação de produtos e serviços, aumentar o volume comercializado, consolidar a presença do país em mercados tradicionais e abrir novos mercados. Para isso, oferece soluções nas áreas de informação, qualificação e promoção comercial.
- **Portal BrazilGlobalNet:** ferramenta de apoio às empresas brasileiras que buscam se lançar no mercado externo. Oferece oportunidades comerciais com empresas estrangeiras e demandas de produtos brasileiros, além de oportunidades de investimento e de transferência de tecnologia.
- **Banco do Brasil:** é o principal parceiro dos exportadores brasileiros e disponibiliza soluções financeiras para a instalação, manutenção, ampliação e modernização das empresas. É a instituição habilitada para emissão de Certificado de Origem, além de ser o agente financeiro do PROEX e BNDES, entre outros.
- **BNDES - Banco Nacional do Desenvolvimento:** principal financiador do Governo Federal, incentiva a área de comércio exterior e a internacionalização de empresas, com custos e prazos diferenciados. Oferece programas de financiamento para a produção de bens de capital destinados à exportação e, outros focados em empresas exportadoras de setores afetados pela conjuntura econômica internacional.
- **SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas:** atua para ampliar o acesso das micro e pequenas empresas aos mercados internacionais.

## 2.7 Programa de financiamento às exportações - PROEX

Tem por objetivo proporcionar condições de financiamento às exportações brasileiras equivalentes às do mercado externo, nas modalidades Financiamento (destinada às micro, pequenas e médias empresas) e Equalização (destinada às empresas de qualquer porte), conduzidas pelo Banco do Brasil (MOREIRA e SANTOS, 2001). As linhas de crédito do PROEX são concedidas mediante desconto de títulos de crédito ou cessão de direitos de crédito, após contratada a venda externa e o embarque das mercadorias ou faturamento do serviço (BRASIL, 2001). Os prazos de pagamento variam de 60 dias a 10 anos. Em função do valor unitário, as mercadorias podem ter seus prazos ampliados (BRASIL, 2011).

## 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente artigo trata-se de um trabalho teórico acerca das formas jurídicas utilizadas por pequenos e médios produtores brasileiros nas operações de exportação do agronegócio, em especial, o café. Para tanto, foi realizada uma pesquisa exploratória que, de acordo com Gil (2008), proporciona maior familiaridade com o problema, facilitando a sua explicitação e, geralmente, assume

as formas de pesquisa bibliográfica e estudo de caso. Neste caso específico, o procedimento técnico adotado foi a pesquisa bibliográfica, desenvolvida com base em material já publicado, entre eles, livros, artigos científicos, teses e outros documentos e informações obtidos junto à órgãos e instituições públicos e privados que atuam no segmento cafeeiro no Brasil.

#### **4. ANÁLISE COMPARATIVA DAS OPÇÕES**

Quando se trata do processo de internacionalização ou de inserção de empresas nacionais no mercado externo, as duas opções apresentadas no presente estudo – Cooperativas e Consórcios de Exportação – apresentam algumas vantagens e desvantagens ou limitações. Isso depende de uma série de fatores, entre eles, o tipo de produto, a região produtora, o mercado de destino, o grau de conhecimento das empresas sobre o comércio internacional e a forma de constituição dos interessados, se pessoas físicas ou jurídicas.

Em todos os casos, o mais importante é a soma dos esforços individuais de cada um dos participantes, no sentido de criar uma sinergia, em busca de resultados satisfatórios para todos, sejam eles financeiros ou aquisição de conhecimento e experiência nestas operações.

Os Consórcios de Exportação são mais direcionados para empresas formalmente constituídas, enquanto as Cooperativas podem abranger pessoas físicas e/ou jurídicas. Nos dois primeiros casos, por se tratar, muitas vezes de empresas concorrentes, poderá haver algumas discordâncias entre elas, devido aos interesses individuais e isso poderá comprometer o resultado esperado pelos demais participantes. Portanto, nesses casos, faz-se necessário uma perfeita sintonia entre os componentes para que o resultado final seja satisfatório para todos.

No caso específico de produtores de café, as Cooperativas se apresentam como a melhor opção, uma vez que todos os cooperados participam diretamente da tomada de decisões, que têm como objetivo o interesse comum e não o individual. Além disso, as Cooperativas possuem estrutura especializada, composta de corpo técnico, instalações e equipamentos apropriados, que apoiam os produtores cooperados desde o início da lavoura até a comercialização, muitas vezes com agregação de valor ao produto final.

Por se tratar de uma *commodity*, o café tem seu preço fixado pela cotação das bolsas de mercadorias internacionais e, por esse motivo, o produtor tem pouco poder de negociação com os compradores. Outro ponto a ser considerado é o fato de que, muitas vezes, a maioria dos cooperados é formada por pequenos produtores com baixo volume de produção que, agindo por conta própria, não teriam condições de atuar no mercado externo.

Nesse contexto, as Cooperativas utilizam suas estruturas de armazéns para manter o produto estocado, em busca de melhor preço, o que geralmente acontece na entressafra, além de ser um fator importante na redução do custo do frete.

##### **4.1 Propostas sugeridas**

Pelo fato de o café ter seu preço cotado nas bolsas internacionais, os autores sugerem a exportação de produtos com maior valor agregado, como por exemplo, o café orgânico, com marcas próprias, dentro dos padrões internacionais de qualidade e de responsabilidade socioambiental, garantindo assim, um diferencial competitivo diante dos concorrentes globais e um maior retorno financeiro. Por um lado, essa alternativa implicaria em maiores investimentos em máquinas e equipamentos para o processamento do produto (industrialização e embalagem), além de maiores esforços em estudos de diferentes mercados para introduzir no exterior um produto diferenciado. Porém, por outro lado, resultaria em maiores retornos financeiros para a Cooperativa e, conseqüentemente, para seus cooperados.

Os autores sugerem também, a habilitação das grandes cooperativas no REDEX – Recintos Especiais para Despacho Aduaneiro de Exportação (SRF, 2001), regime que permite o despacho aduaneiro de mercadorias destinadas à exportação, em instalações de uso coletivo, neste caso, no próprio estabelecimento do exportador, com acesso direto ao SISCOMEX – Sistema Integrado do Comércio Exterior. Operando neste regime, as cooperativas teriam uma considerável redução no custo e no tempo na operação, uma vez que a mercadoria, já desembarçada para exportação, seguiria diretamente para embarque, no porto ou aeroporto, sem a necessidade de nova fiscalização pelos órgãos competentes.

## 5. CONCLUSÕES E SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS

Em se tratando de acesso a mercados internacionais, todas as opções apresentadas possuem vantagens e desvantagens para empresas e produtores, quando da introdução de seus produtos no exterior, entre os quais, poder de negociação, conhecimento de mercado, volume de exportação, custos e competitividade. Estes são apenas alguns dos elementos que devem ser considerados antes do início do processo de internacionalização.

Apesar da existência de programas governamentais de promoção de produtos nacionais no exterior e das diversas linhas de financiamento à exportação, falta, muitas vezes, o conhecimento por parte dos empresários e produtores, especialmente aqueles de pequeno porte, sobre a existência destes programas e das formas de internacionalização existentes, ou então, o acesso é muito restrito.

A legislação aduaneira brasileira permite as operações de comércio exterior na condição de pessoa física, no caso de habilitação do próprio interessado, inclusive como produtor rural (RFB, 2012). Porém, no caso da exportação de café por pequenos produtores rurais, objeto deste estudo, a falta de conhecimento do processo e o baixo volume produzido individualmente são fatores limitantes à sua participação no mercado externo de forma direta. Para que isso se concretize, eles precisam se associar a outros produtores ou vender seus produtos para intermediários.

Portanto, nestes casos, que envolve um produto de alto valor e boa aceitação no mercado internacional, a formação de cooperativas se apresenta como a opção mais indicada, permitindo que produtores, de pequeno, médio e até grande porte, unam suas forças em busca de um objetivo comum e, por consequência, alcancem melhores resultados do que se negociassem por conta própria. Nesse sentido, as cooperativas desempenham um papel econômico e social muito importante, pois além de possibilitar a inserção de pequenos produtores no mercado mundial, colaboram diretamente para o desenvolvimento e fortalecimento das comunidades onde elas estão inseridas.

Os autores sugerem estudos de casos mais aprofundados sobre a utilização de cada uma das formas jurídicas citadas no presente trabalho, em operações de exportação de café e de outros produtos do agronegócio brasileiro, a fim de avaliar comparativamente as opções e comprovar ou não, na prática, as conclusões apresentadas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABIC – Associação Brasileira da Indústria de Café. **Indicadores da indústria de café no Brasil - 2015**. Disponível em: <http://www.abic.com.br/publicacao/cqi>. Acesso em 4 jun. 2016.
- ALICE-WEB – Sistema de Análise das Informações de Comércio Exterior via Internet. **Dados estatísticos das exportações e importações brasileiras**. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - MDIC. Disponível em: <http://aliceweb.desenvolvimento.gov.br>. Acesso em 30 jun. 2016.
- AMIGO, F.; MORAIS, A. S.; VEREDA, A. W.; VIVAS, A. V. **Responsabilidade social empresarial: A norma SA8000 como ferramenta de gestão**. Monografia. UNIB - Universidade Ibirapuera, 2006.
- BLISKA, F. M. M.; GIOMO G. S.; PEREIRA S. P. **Do grão à xícara: como a escolha do consumidor afeta cafeicultores e meio ambiente**. Campinas: IAC, 2007.
- BORTOLIN, B. Café: a questão do *blend*. **Inovação Uniemp** [online]. 2005, vol.1, n.3, p. 42-44. Disponível em: <http://inovacao.scielo.br/pdf/inov/v1n3/a25v1n3.pdf>. Acesso em 22 mar. 2016.
- BRASIL. **Lei nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l5764.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5764.htm). Acesso em 22 mar. 2016.
- BRASIL. **Lei nº 10.184, de 12 de fevereiro de 2001**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/LEIS\\_2001/L10184.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LEIS_2001/L10184.htm). Acesso em 22 mar. 2016.
- BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/l10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406.htm). Acesso em 22 mar. 2016.
- BRASIL. **Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/l10.831.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.831.htm). Acesso em 22 mar. 2016.
- BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Cooperativismo**. Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo. Brasília: MAPA/SDC/DENACCOOP, 2008.
- BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. Divisão de Programas de Promoção Comercial. **Exportação passo a passo**. Brasília: MRE, 2011.
- BSD BRASIL. Business and Social Development. **AA1000: Estrutura de gestão da responsabilidade corporativa**. Disponível em <http://www.bsd-net.com>. Acesso em 5 mar. 2016.

- BSD BRASIL. Business and Social Development. **SA8000: Gestão da responsabilidade social empresarial interna**. Disponível em <http://www.bsd-net.com>. Acesso em 15 mai. 2016.
- CONAB – Companhia Nacional de Abastecimento. **Acompanhamento da safra brasileira de café**, v. 2 - Safra 2015, n. 4 - Quarto levantamento, Brasília, p. 1-60, Dez. 2015. Disponível em: [http://www.conab.gov.br/boletim\\_cafe\\_dezembro\\_2015\\_2.pdf](http://www.conab.gov.br/boletim_cafe_dezembro_2015_2.pdf). Acesso em 4 jul. 2016.
- DE CICCIO, F. ISO 14000: a nova norma de gerenciamento e certificação ambiental. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, vol. 34, nº 5, p. 80-84, Set./Out. 1994. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v34n5/a09v34n5.pdf>. Acesso em 21 mar. 2016.
- FRETEL, A. C.; SIMONCELLI-BOURQUE, E. **O comércio justo e o consumo ético**. Rio de Janeiro: Fase, 2003.
- GAWLAK, A. **Cooperativismo: primeiras lições**. 3ª ed. Brasília: SESCOOP, 2007.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- LIMA, G. B.; NEVES, M. F.; OLIVEIRA, L. Consórcio de exportação como alternativa às pequenas e médias empresas: um caso na cadeia têxtil. **Anais do XL Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural – SOBER**. Universidade de Passo Fundo (UPF), Passo Fundo – Rio Grande do Sul, 28 a 31 de julho de 2002, p. 189.
- LIMA, G. B.; GARCIA, S. F. A.; CARVALHO, D. T.; MARTINELLI, D. P. Consórcios de exportação no Brasil: um estudo multi-caso. **FACEF Pesquisa**, v.10, nº 2, 2007, p. 221 – 232.
- MACIEL, M. L. Cooperativas populares no desenvolvimento de sistemas produtivos locais inovadores. Rede de Sistemas Produtivos e Inovativos Locais. Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, 2001.
- MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Informe Estatístico do Café 2015**. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/vegetal/culturas/cafe>. Acesso em 30 jun. 2016.
- MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Aprendendo a exportar móveis. **Consórcios de exportação**. Disponível em: <http://www.aprendendoaexportar.gov.br/moveis>. Acesso em 26 abr. 2016.
- MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Aprendendo a exportar calçados. **Entidades de apoio e promoção às exportações**. Disponível em: <http://www.aprendendoaexportar.gov.br/calçados/links>. Acesso em 28 abr. 2016.
- MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Exportações brasileiras de commodities**. Disponível em: <http://www.desenvolvimento.gov.br>. Acesso em 28 abr. 2016.
- MOREIRA, S. V.; SANTOS, A. F. **Políticas públicas de exportação: o caso do PROEX**. Texto para discussão. Brasília: IPEA, 2001.
- OLIVEIRA, F. I.; WEHRMANN, M. E. S. F. **Certificação de Cafés Sustentáveis: um comparativo das principais normas internacionais voluntárias**. Universidade de Brasília. Centro de Desenvolvimento Sustentável (CDS), Brasília, 2008.
- RFB – Receita Federal do Brasil. **Instrução Normativa nº 1.288, de 31 de agosto de 2012**. Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/ins/2012/in12882012.htm>. Acesso em 20 abr. 2016.
- SBRT – Serviço Brasileiro de Respostas Técnicas. **Dossiê técnico: processamento de café**. Rede de Tecnologia do Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <http://www.sbrt.ibict.br>. Acesso em 2 abr. 2016.
- SEBRAE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Comércio justo**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/setor/comercio-justo>. Acesso em 5 mai. 2016.
- SINDICAFÉ/MG – Sindicato das Indústrias de Café do Estado de Minas Gerais. **Tipos de café**. Disponível em: <http://sindicafe-mg.com.br/plus/modulos/conteudo/tipos-de-cafe>. Acesso em 2 abr. 2016.
- SRF – Secretaria da Receita Federal. **Instrução Normativa nº 114, de 31 de dezembro de 2001**. Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/ins/2001/in1142001.htm>. Acesso em 20 abr. 2016.