

GESTÃO COMERCIAL NA CADEIA DE VALOR DO CAFÉ DE AGRICULTURA FAMILIAR: ESTRATÉGIAS DE DISTRIBUIÇÃO

[Ciências Agrárias, Edição 127 OUT/23 SUMÁRIO, Volume 28 - Edição 128/NOV 2023 SUMÁRIO / 23/11/2023](#)

REGISTRO DOI: 10.5281/zenodo.10201650

Lúbia Cristiane De Amorim Paganini¹

Patricia Veronica Gomes Duque²

Gleison Guardia³

RESUMO

Este estudo tem como objetivo principal abordar as dificuldades enfrentadas pelas pequenas propriedades familiares para gerenciar o cultivo do café como fonte de renda. Neste contexto encontramos alguns fatores que podem influenciar nos ganhos relativos a essa produção, como as condições para cultivo e o manejo de solo para que se torne viável o plantio. E o ensejo do estudo é idealizar através de uma gestão organizada essa estrutura familiar, bem como ressaltar as estratégias e mecanismos que possam impactar na distribuição adequada desses grãos ao consumidor final. E a promoção do bem-estar dos agricultores familiares, o fortalecimento da cadeia de valor do café além do desenvolvimento sustentável das comunidades agrícolas, se tornou um importante requisito no que concerne ao ramo, que por sinal é abrangido

por diversas regiões do mundo impactando diretamente na economia de vários países.

Palavra-chave: Café; Cultivo; Produção.

ABSTRACT

This article's main objective is to address the difficulties faced by small family farms in managing coffee cultivation as a source of income. In this context, we find some factors that can influence the gains related to this production, such as the conditions for cultivation and soil management so that planting becomes viable. And the aim of the study is to idealize this family structure through organized management, as well as highlight the strategies and mechanisms that may impact the adequate distribution of these grains to the final consumer. And the promotion of the well-being of family farmers, the strengthening of the coffee value chain in addition to the sustainable development of agricultural communities, has become an important requirement regarding the sector, which, by the way, is covered by several regions of the world, directly impacting in the economy of several countries.

Keyword: Coffe; Cultivation; Production.

INTRODUÇÃO

A cafeicultura é uma das atividades agrícolas mais importantes e emblemáticas em diversas regiões do mundo, desempenhando um papel central na economia de muitos países. Na base dessa indústria vital encontra-se um grupo essencial de atores: os agricultores familiares. Esses agricultores, frequentemente, são responsáveis por produzir uma parcela significativa do café consumido globalmente. No entanto, apesar de sua relevância econômica, social e ambiental, eles enfrentam uma série de desafios em relação à gestão comercial e à distribuição eficiente de seus produtos (Pinto, 2019).

A gestão comercial eficaz é um componente crucial para a sustentabilidade da cadeia de valor do café de agricultura familiar. Essa gestão não apenas afeta diretamente a renda dos agricultores, mas também influencia a qualidade do produto, o acesso a mercados, a equidade na distribuição de lucros e a sustentabilidade a longo prazo. Consequentemente, a pesquisa e o desenvolvimento de estratégias de gestão comercial se tornam imperativos para melhorar as condições de vida e trabalho dos agricultores familiares e fortalecer a resiliência dessa cadeia de valor (Martins et al., 2023).

O presente projeto de pesquisa de intervenção tem como objetivo central explorar, analisar e sintetizar as melhores práticas e estratégias de gestão comercial na cadeia de valor do café de agricultura familiar, com foco especial nas estratégias de distribuição. Através de uma pesquisa bibliográfica abrangente, esta pesquisa busca identificar insights valiosos, experiências bem-sucedidas e lições aprendidas de estudos anteriores, relatórios técnicos e trabalhos acadêmicos relacionados ao tema. Ao fazê-lo, pretendemos oferecer uma base sólida de conhecimento que possa servir como um guia prático e teórico para os agricultores familiares, organizações de apoio e decisores políticos que buscam melhorar a gestão comercial e a distribuição de café de agricultura familiar.

Ao longo deste projeto, serão abordadas questões críticas, como os desafios enfrentados pelos agricultores familiares na gestão comercial, as estratégias utilizadas para superar esses desafios, as implicações da gestão comercial eficaz na qualidade do café e na sustentabilidade da cadeia de valor, além de identificar lacunas de conhecimento que requerem investigações futuras.

A pesquisa de intervenção aqui proposta visa contribuir para a promoção do bem-estar dos agricultores familiares, o fortalecimento da cadeia de valor do café e o desenvolvimento sustentável das comunidades agrícolas. Por meio da sinergia entre pesquisa e prática, acredita-se que é possível

desempenhar um papel significativo na transformação positiva desse setor crucial.

Problematização

A cadeia de valor do café de agricultura familiar desempenha um papel crucial na economia agrícola de muitos países, mas enfrenta desafios significativos na gestão comercial e distribuição dos produtos. Os agricultores familiares muitas vezes têm dificuldades em acessar mercados, obter preços justos e garantir a qualidade de seus produtos. Além disso, a sustentabilidade da cadeia de valor do café é uma preocupação importante. Portanto, é essencial abordar essa problemática e desenvolver estratégias eficazes de gestão comercial (Prestes et al., 2023).

Pergunta Problema: Como desenvolver e implementar estratégias eficazes de gestão comercial na cadeia de valor do café de agricultura familiar, a fim de superar os desafios relacionados ao acesso a mercados, obtenção de preços justos, garantia da qualidade do produto e promoção da sustentabilidade?

Este trabalho é fundamental porque a gestão comercial eficaz é essencial para melhorar a renda e a sustentabilidade dos agricultores familiares na cadeia de valor do café. Ao identificar e analisar as melhores práticas de gestão comercial, podemos contribuir para a melhoria da competitividade e a redução das desigualdades nessa cadeia de valor. Além disso, a pesquisa bibliográfica proporcionará uma base sólida para o desenvolvimento de futuras intervenções práticas.

A importância do estudo desta temática reside na necessidade premente de abordar os desafios críticos enfrentados pelos agricultores familiares na cadeia de valor do café. A gestão comercial eficaz é um fator determinante para a melhoria das condições de vida desses agricultores e para a promoção da sustentabilidade de toda a cadeia. O sucesso dessa gestão não apenas afeta a renda dos agricultores, mas também influencia

a qualidade do café, a equidade na distribuição de lucros e, em última instância, o bem-estar das comunidades rurais que dependem dessa atividade econômica (Pinto, 2019).

O interesse por esta pesquisa é motivado pela compreensão da importância vital da agricultura familiar e do café como uma fonte de sustento para milhões de pessoas em todo o mundo. Abordar os desafios enfrentados por esses agricultores e buscar soluções eficazes é uma responsabilidade que transcende o campo acadêmico, pois está diretamente ligada à justiça social e ao desenvolvimento sustentável (De Souza; Gomes, 2022).

Em termos acadêmicos, esta pesquisa busca contribuir fornecendo uma sólida revisão bibliográfica das melhores práticas de gestão comercial na cadeia de valor do café de agricultura familiar. A análise crítica das fontes identificadas oferecerá *insights* valiosos para pesquisadores, estudantes e profissionais interessados no campo da agricultura, gestão comercial e desenvolvimento rural.

A importância deste estudo transcende as fronteiras acadêmicas, uma vez que sua contribuição social é significativa. Ao abordar os desafios enfrentados pelos agricultores familiares na gestão comercial da cadeia de valor do café, esta pesquisa busca impactar diretamente as vidas das pessoas que dependem dessa atividade para sustentar suas famílias e comunidades. A melhoria na gestão comercial pode resultar em um aumento da renda desses agricultores, tornando-os mais resilientes às adversidades econômicas. Além disso, ao promover estratégias que garantam preços justos e acesso a mercados mais amplos, contribuimos para a redução das desigualdades econômicas e sociais nas áreas rurais, fortalecendo a coesão social e o desenvolvimento local. Portanto, esta pesquisa não apenas enriquece o conhecimento acadêmico, mas também possui um impacto direto e positivo na vida das pessoas e nas comunidades que dependem da cafeicultura de agricultura familiar.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A cadeia de valor do café é um complexo sistema que envolve uma série de atores, processos e etapas desde a produção nas fazendas até o momento em que a bebida chega à xícara do consumidor. Ela desempenha um papel central na economia de muitos países, sendo uma das commodities agrícolas mais importantes e comercializadas em escala global. No entanto, a compreensão dessa cadeia vai além do simples cultivo da planta; ela engloba diversas fases interdependentes que contribuem para a qualidade e o valor final do produto.

Os principais componentes da cadeia de valor do café incluem os produtores (geralmente agricultores familiares), os processadores (que realizam a secagem, beneficiamento e torrefação), os distribuidores (que levam o café até os pontos de venda), os varejistas (como cafeterias e supermercados) e, finalmente, os consumidores. Cada um desses atores desempenha um papel específico e é essencial para o funcionamento eficiente da cadeia.

No âmbito da agricultura familiar, os agricultores desempenham um papel crucial na produção de café. Suas técnicas de cultivo, cuidado com o solo e seleção das variedades de café influenciam diretamente a qualidade do produto. No entanto, eles também enfrentam desafios significativos, como a falta de acesso a mercados justos, a volatilidade dos preços e a necessidade de adotar práticas sustentáveis para garantir a longevidade de suas lavouras.

A compreensão da cadeia de valor do café é fundamental para identificar onde os desafios estão localizados e onde as melhorias podem ser implementadas. A gestão comercial eficaz nessa cadeia é crucial para superar esses desafios, garantindo que os agricultores familiares recebam preços justos por seu trabalho árduo e que a qualidade do café seja mantida ao longo de todo o processo.

A gestão comercial na cadeia de valor do café é um elemento fundamental para o sucesso e a sustentabilidade dessa indústria global.

Ela abrange uma série de atividades e estratégias que envolvem a comercialização, distribuição e venda de café, desde a colheita até o consumidor final. A importância da gestão comercial nessa cadeia está intrinsecamente ligada à superação dos desafios enfrentados pelos agricultores familiares, processadores, distribuidores e varejistas ao longo do processo (Prazeres; Lucas, 2020).

Um dos principais desafios que a gestão comercial enfrenta é o acesso a mercados justos. Muitos agricultores familiares, que representam uma parte significativa da produção de café, têm dificuldades para chegar aos mercados internacionais e obter preços que reflitam o valor de seu trabalho e a qualidade de seus grãos. A gestão comercial eficaz visa criar canais de acesso mais equitativos, muitas vezes por meio de práticas de comércio justo e relações comerciais transparentes (De Souza; Gomes, 2022).

Além disso, Mol, Benatti e Dias (2022) ressaltam que a gestão comercial também se concentra na garantia da qualidade do café. Isso envolve a implementação de boas práticas de cultivo, colheita, processamento e armazenamento, bem como a manutenção da rastreabilidade do produto ao longo da cadeia. A qualidade do café não apenas influencia o preço que os produtores podem obter, mas também afeta a satisfação do consumidor e a imagem da marca.

A gestão comercial eficaz é essencial para lidar com a volatilidade dos preços do café, que pode ser impactada por fatores como condições climáticas, flutuações na oferta e demanda global e oscilações cambiais. Estratégias de gestão de riscos, como contratos futuros e opções de venda, podem ajudar a proteger os produtores e demais agentes da cadeia contra quedas súbitas nos preços (Prazeres; Lucas, 2020).

Além disso, a promoção da sustentabilidade ambiental e social é uma parte integral da gestão comercial responsável. Práticas sustentáveis, como cultivo orgânico, sistemas de produção agroflorestal e certificações

de café sustentável, não apenas protegem o meio ambiente, mas também atendem às crescentes demandas dos consumidores por produtos responsáveis (De Souza; Gomes, 2022).

As estratégias de distribuição no mercado de café desempenham um papel fundamental na cadeia de valor, desde a chegada do produto aos mercados locais até sua distribuição global. A eficácia dessas estratégias é crucial para garantir que o café alcance os consumidores de forma eficiente, preservando sua qualidade e valor. Neste contexto, é importante discutir as diversas estratégias de distribuição que são empregadas nessa indústria tão importante (Pinto, 2019).

Uma das estratégias tradicionais de distribuição de café é por meio de intermediários, como corretores, exportadores e importadores. Esses intermediários atuam como facilitadores na venda e distribuição do café, conectando os produtores aos compradores em diferentes partes do mundo. No entanto, essa abordagem muitas vezes envolve uma série de etapas intermediárias, o que pode resultar em margens de lucro menores para os produtores e preços mais elevados para os consumidores (Prestes et al., 2023).

Nos últimos anos, tem havido uma crescente tendência em direção à distribuição direta, onde os produtores ou associações de agricultores comercializam seu café diretamente aos consumidores, torrefações ou varejistas. Isso pode ser feito por meio de feiras locais, lojas online, cafeterias próprias ou programas de assinatura. A distribuição direta permite que os agricultores capturem uma parte maior do valor do café e estabeleçam relações diretas com seus clientes, o que é benéfico tanto para os produtores quanto para os consumidores em busca de rastreabilidade e transparência (Pinto, 2019).

Outra estratégia importante é a logística eficiente, que envolve o transporte e armazenamento adequados do café ao longo de sua jornada da fazenda à xícara. O controle de temperatura, umidade e manuseio

adequado são vitais para garantir que o café chegue ao destino final em ótimas condições. Além disso, sistemas de rastreamento são usados para monitorar o progresso do café ao longo da cadeia de distribuição, garantindo que ele não seja adulterado ou misturado com outros lotes (Prestes et al., 2023).

Estratégias de distribuição também podem incluir a participação em mercados de nicho, como cafés gourmet, cafés especiais ou cafés de origem única. Esses segmentos buscam oferecer aos consumidores uma experiência de café única, destacando a qualidade, a origem e as características distintivas do produto. Essas estratégias muitas vezes envolvem a construção de marcas fortes e a criação de canais de distribuição específicos para atender a esses mercados exigentes (Pinto, 2019).

No entanto, não podemos esquecer a importância da distribuição tradicional em supermercados e redes de varejo, que continua sendo um dos principais canais de venda de café em todo o mundo. Estratégias de distribuição nesse contexto incluem a negociação de acordos com redes de varejo, promoções de vendas e marketing direcionado para aumentar a visibilidade e a disponibilidade do café nas prateleiras (Prestes et al., 2023).

A sustentabilidade na cadeia de valor do café é uma questão crítica que vem ganhando cada vez mais destaque no cenário global. A cafeicultura é uma atividade econômica de grande impacto social e ambiental, e, portanto, a adoção de práticas sustentáveis é essencial para garantir a viabilidade a longo prazo desse setor. Nesse contexto, é fundamental discutir como a sustentabilidade se manifesta ao longo da cadeia de valor do café e quais são as principais estratégias para promovê-la (Martins et al., 2023).

Dos Santos et al. (2023) afirmam que a sustentabilidade na cadeia de valor do café abrange diversas dimensões, incluindo a sustentabilidade

ambiental, social e econômica. No que diz respeito à sustentabilidade ambiental, são consideradas práticas de cultivo que minimizem o uso de agrotóxicos, a erosão do solo, a degradação ambiental e promovam a conservação da biodiversidade. O cultivo de café orgânico e a implementação de sistemas agroflorestais são exemplos de abordagens que visam reduzir o impacto ambiental da produção de café.

No aspecto social, a sustentabilidade envolve questões como condições de trabalho dignas, remuneração justa para os trabalhadores rurais, respeito aos direitos humanos e promoção do bem-estar das comunidades envolvidas na cadeia de valor. A certificação Fair Trade é um exemplo de iniciativa que busca garantir melhores condições sociais para os agricultores de café, incluindo o pagamento de um preço mínimo e a promoção de práticas comerciais justas (Martins et al., 2023).

Santos et al. (2023) destacam que a sustentabilidade econômica é fundamental para a sobrevivência dos produtores de café. Isso inclui a adoção de práticas de gestão financeira responsável, a diversificação de fontes de renda e a busca por estratégias que reduzam a vulnerabilidade dos agricultores às flutuações dos preços internacionais do café. A gestão comercial eficaz, discutida anteriormente, desempenha um papel importante nesse contexto.

A certificação de café sustentável, como a certificação Rainforest Alliance ou a Certificação Orgânica, também desempenha um papel relevante na promoção da sustentabilidade na cadeia de valor do café. Essas certificações estabelecem padrões rigorosos que os produtores devem cumprir em termos de práticas ambientais, sociais e econômicas. Ao adotar essas certificações, os produtores podem acessar mercados que valorizam produtos sustentáveis e obter preços mais altos por seus grãos (Martins et al., 2023).

Além disso, as torrefações e empresas de café desempenham um papel significativo na promoção da sustentabilidade ao longo da cadeia de

valor. Ao estabelecer parcerias com produtores que adotam práticas sustentáveis e ao investir em projetos de desenvolvimento comunitário, essas empresas contribuem para a construção de uma cadeia de valor mais sustentável (Dos Santos et al., 2023).

As relações comerciais e ética desempenham um papel crucial na cadeia de valor do café e são elementos essenciais para a construção de uma indústria sustentável e justa. O café, como uma das commodities mais comercializadas globalmente, é afetado por uma série de questões éticas ao longo de sua jornada, desde a produção até o consumo. Neste contexto, é importante explorar como as relações comerciais éticas moldam essa cadeia de valor (Castelli, 2022).

Um dos principais aspectos das relações comerciais éticas no café envolve a equidade na distribuição de lucros ao longo da cadeia.

Tradicionalmente, os agricultores muitas vezes recebem uma parcela mínima do valor final de venda do café, enquanto intermediários e torrefações obtêm a maior parte dos lucros. O comércio justo (Fair Trade) surgiu como uma resposta a essa disparidade, garantindo que os produtores recebam preços justos e um prêmio adicional para investir em suas comunidades. Essa abordagem ética visa melhorar as condições de vida dos agricultores e promover uma distribuição mais equitativa dos benefícios econômicos (De Souza et al., 2019).

Além disso, a ética nas relações comerciais também se relaciona com a transparência e a honestidade nas negociações. A cadeia de valor do café é complexa, com muitos intermediários envolvidos. Práticas comerciais transparentes são essenciais para garantir que todos os participantes tenham acesso às informações necessárias para tomar decisões informadas. Isso inclui a divulgação de preços, origens e métodos de produção (Castelli, 2022).

A rastreabilidade é outra questão ética importante na cadeia de valor do café. Os consumidores estão cada vez mais interessados em saber de

onde vem o café que estão consumindo e como foi produzido. A rastreabilidade permite que os consumidores rastreiem a origem do café até as fazendas e conheçam as práticas de cultivo adotadas. Isso não apenas promove a transparência, mas também permite que os consumidores façam escolhas éticas e apoiem práticas sustentáveis (De Souza et al., 2019).

As relações éticas também se estendem às condições de trabalho nas fazendas e em toda a cadeia de valor do café. A garantia de condições de trabalho dignas, respeito aos direitos humanos e remuneração justa para os trabalhadores rurais são considerações éticas cruciais. As certificações de café sustentável muitas vezes incluem padrões relacionados à ética no trabalho (Castelli, 2022).

De Souza et al. (2019) ressalta por fim, que a ética nas relações comerciais também se relaciona com o compromisso com a sustentabilidade ambiental. Práticas agrícolas sustentáveis visam proteger o meio ambiente, minimizando o uso de agrotóxicos, reduzindo a erosão do solo e promovendo a conservação da biodiversidade. A preocupação ética com o meio ambiente também se estende à gestão responsável dos resíduos e à redução da pegada de carbono ao longo da cadeia de valor.

METODOLOGIA

A metodologia da pesquisa é uma parte essencial do processo, uma vez que descreve o plano detalhado de como a pesquisa será conduzida. Nesta seção, apresentaremos as estratégias e procedimentos que serão empregados para atingir os objetivos estabelecidos neste estudo. Esta pesquisa é de natureza exploratória e engloba uma abordagem quantitativa e qualitativa, com caráter descritivo, baseando-se na consulta, entendimento e exploração das informações pertinentes ao estudo (Pereira A. S. et al. 2018).

Fizemos a utilização de bancos de dados acadêmicos, como PubMed, Scopus, Web of Science e Google Scholar, para buscar artigos científicos

relacionados à gestão comercial em cadeias de valor de produtos agrícolas, com foco em café de agricultura familiar publicados nos últimos cinco anos. Busca em bibliotecas universitárias e digitais por livros, monografias e relatórios técnicos que abordem temas relacionados à gestão comercial de café de agricultura familiar.

Adotamos um estabelecimento de critérios de inclusão para selecionar as fontes relevantes, incluindo a data de publicação (priorizando fontes recentes), o enfoque na gestão comercial em agricultura familiar e a pertinência para o contexto da pesquisa. Análise crítica de cada fonte selecionada para avaliar sua qualidade, relevância e contribuição para o projeto.

As informações foram organizadas com a criação de um banco de dados bibliográficos com todas as fontes selecionadas, incluindo informações detalhadas sobre cada uma (autor, título, ano de publicação, resumo, conclusões relevantes). Categorização das informações de acordo com os tópicos relevantes, como estratégias de distribuição, desafios na gestão comercial e melhores práticas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O decorrer desta pesquisa nos remete a uma busca pelo cultivo propriamente dito do café, sendo que nos dirigimos a uma pequena lavoura, localizada nas proximidades do município de Castanheiras no Estado de Rondônia. A figura abaixo apresenta registro desta visita:

Figura 01: Fotos registradas na lavoura de café visitada



Fonte: Próprios Autores

Lá conhecemos pequenos cafeicultores e dentre eles escolhemos um participante que cultiva a planta a pouco tempo em seu sítio. É uma plantação de cerca de 6 mil pés de café do tipo Clonal, o que acarreta uma área de cerca de 2 hectares. Questionado sobre a forma como deve ser feito o plantio ele forneceu dados técnicos que utiliza no dia a dia, sendo que ele utiliza uma “rua” com três metros de largura e o espaçamento de um pé ao outro chega de 80 centímetros a um metro de comprimento, essa distância já está calculada para facilitar a irrigação das ruas que são feitas por microjetil.

A lavoura do participante está na terceira colheita, e ele aponta que as maiores dificuldades no manejo são com as pragas que acometem a plantação podendo ser a cochonilha a lagartinha da roseta e o acaró. Dessa forma ele precisa estar constantemente combatendo as visitas inesperadas com o uso de agrotóxicos específicos e via pulverização do solo. Alguns dos agrotóxicos que ele mencionou são o áctara, o verdadeiro e o vivantha.

No que se refere a colheita ele foi categórico, a família tem que colocar a mão na massa, além de amigos e vizinhos que são contratados e pagos por lata colhida. Depois de todo o café ser colhido é realizada a secagem no próprio terreno da propriedade, e embalado em sacas de 60 quilogramas, posteriormente ele é vendido limpo e seco para os beneficiadores da região que ofertarem o melhor preço por saca.

CONCLUSÃO

A presente pesquisa referenciou uma das culturas mais antigas difundidas em todo o mundo, a cafeicultura, e da forma mais tradicional possível que é a agricultura familiar. A principal abordagem estudada foi a estruturação de forma organizada com a gestão comercial necessária para que a produção se tornasse menos onerosa e conseqüentemente oferecesse maior lucratividade.

A qualidade do produto e as formas de distribuição para que ele fosse direcionado ao consumidor final. foi evidenciada como um imperativo para que esta atividade familiar se organizasse e obtivesse melhores resultados.

A qualidade dessa produção ficou evidenciada em várias etapas do processo, ultrapassando a simples ideia do cultivo apenas, e dessa forma enaltecendo a participação de cada pessoa envolvida no processo, seja ela o produtor, o processador, o distribuidor, o varejista e finalmente o consumidor final.

Por fim a exposição de uma situação verídica trouxe à tona as reais necessidades e a forma como o cultivo se dá propriamente dito, embasado em uma visita técnica a uma pequena propriedade que trabalha em formato da agricultura familiar proposta pertinente ao tema do presente artigo.

REFERÊNCIAS

ARRETCHE, Marta. O mito da descentralização: maior democratização e eficiência das

BESSOU, Cecile et al. **Análise da cadeia de valor do café em Angola.** 2020.

CASTELLI, Mellanye Costa. **Modificação das propriedades bioquímicas do café por meio da aplicação de enzimas pré-selecionadas.** 2022.

Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

DE SOUZA, Edson Júnior Martins et al. A relação entre a variação do preço da saca de café e o desempenho dos pequenos produtores de São João do Manhuaçu-MG. **Anais do Seminário Científico do UNIFACIG**, n. 5, 2019.

DE SOUZA, Raimundo Renato Coelho; GOMES, Sérgio Castro; BAHIA, Pablo Queiroz. Desenvolvimento de estratégias inclusivas na cadeia de valor de produtos extrativistas: o caso do Tucumã (*Astrocaryum Vulgare* Mart.) negociado pela cooperativa D'Irituia junto a empresa de cosméticos. **Revista de Gestão e Secretariado (Management and Administrative Professional Review)**, v. 13, n. 3, p. 1512-1532, 2022.

DOS SANTOS, Karoline Conte et al. Análise das práticas de qualidade realizadas pelos ganhadores do Concurso de Qualidade e Sustentabilidade do Café de Rondônia. **Gestão da Produção em Foco Volume 42**, p. 7.

MARTINS, Kairo Fernandes et al. Normas voluntárias de sustentabilidade: avaliação dos impactos das certificações sustentáveis em empreendimentos amazônicos da cadeia de valor do açaí. 2023.

MENEZES, Matheus Troni. **O uso da tecnologia blockchain of things na cadeia produtiva do café**. 2022.

MOL, Andre; BENATTI, Lia P.; DIAS, Maria Regina AC. Fatores de sustentabilidade no mercado brasileiro de café: referências para projetos de design de embalagens. In: **Anais do 14º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo: Blucher**. 2022. p. 7716-7733.

PEREIRA A. S. et al. (2018). **Metodologia da pesquisa científica**. [free e-book]. Santa Maria/RS. Ed. UAB/NTE/UFSM.

PINTO, Ana Filipa Amorim. **O e-commerce é uma estratégia de internacionalização ou é apenas um canal de distribuição alternativo?**.

2019. Tese de Doutorado.

PRAZERES, Ibrahim Cravid; LUCAS, Maria Raquel David Pereira Ventura. Repensar a cadeia de valor do cacau biológico de São Tomé e Príncipe. **Revista de Ciências Agrárias**, v. 43, n. spe1, p. 48-60, 2020.

PRESTES, Maykon Deividi et al. O impacto que a pandemia da covid-19 proporcionou na lucratividade das empresas do ramo atacadista/varejista brasileira de distribuição (grupo pão de açúcar) e do grupo carrefour. **Anais Centro de Ciências Sociais Aplicadas/ISSN 2526-8570**, v. 8, n. 1, p. 418-441, 2023. SOUSA, Matheus Barcelos de. **A geração de valor na cadeia do café através da embalagem: enfoque na Região da Alta Mogiana**. 2022.

Lúbia Cristiane De Amorim Paganini – Aluna do curso de Gestão Comercial do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia¹

Patricia Veronica Gomes Duque – Aluna do curso de Gestão Comercial do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia²

Gleison Guardia – Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia- IFRO³

[← Post anterior](#)

RevistaFT

A **RevistaFT** têm 28 anos. É uma **Revista Científica Eletrônica**

Contato

Queremos te ouvir.

Conselho Editorial

Multidisciplinar Indexada de Alto Impacto e Qualis “B2” em 2023.

Periodicidade mensal e de acesso livre. Leia gratuitamente todos os artigos e publique o seu também [clikando aqui.](#)



WhatsApp RJ:

(21) 98159-7352

WhatsApp SP:

(11) 98597-3405

e-Mail:

contato@revistaf
t.com.br

ISSN: 1678-0817

CNPJ:

48.728.404/0001-
22

CAPES –

Coordenação de
Aperfeiçoament
o de Pessoal de
Nível Superior
(CAPES),

fundação do
Ministério da
Educação (MEC),
desempenha
papal

fundamental na
expansão e
consolidação da
pós-graduação
stricto sensu
(mestrado e
doutorado) em
todos os estados
da Federação.

Editores

Fundadores:

Dr. Oston de
Lacerda Mendes.
Dr. João Marcelo
Gigliotti.

Editor

Científico:

Dr. Oston de
Lacerda Mendes

Orientadoras:

Dra. Hevellyn
Andrade
Monteiro
Dra. Chimene
Kuhn Nobre

Revisores:

Lista atualizada
periodicamente
em
revistaft.com.br/expresspediente Venha
fazer parte de
nosso time de
revisores
também!



Certificamos que o artigo

**GESTÃO COMERCIAL NA CADEIA DE VALOR
DO CAFÉ DE AGRICULTURA FAMILIAR:
ESTRATÉGIAS DE DISTRIBUIÇÃO**

de autoria de

**LÚBIA CRISTIANE DE AMORIM PAGANINI
PATRICIA VERONICA GOMES DUQUE
GLEISON GUARDIA**

foi publicado na **Revistaft** em 23/11//2023
ISSN: 1678-0817 - Volume 28 - Edição 128- Pág 50
RegistroDOI: <https://www.doi.org/10.5281/zenodo.10201650>

Dr Oston Mendes