



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - UnB

GESTÃO DO AGRONEGÓCIO

SULAYNE JANAÍNA MOREIRA

**DO PÉ DE CAFÉ AO PALADAR:
PESQUISA EXPLORATÓRIA SOBRE O CAFÉ ESPECIAL DO SÍTIO SANTA
RITA,
SERRA DO CAPARAÓ – MG**

BRASÍLIA

2019

SULAYNE JANAÍNA MOREIRA

**DO PÉ DE CAFÉ AO PALADAR:
PESQUISA EXPLORATÓRIA SOBRE O CAFÉ ESPECIAL DO SÍTIO SANTA
RITA,
SERRA DO CAPARAÓ – MG**

Trabalho apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Gestão do Agronegócio na Universidade de Brasília - UnB.

Orientadora: Mireya Valencia Perafán

BRASÍLIA

2019

**DO PÉ DE CAFÉ AO PALADAR: PESQUISA EXPLORATÓRIA SOBRE O CAFÉ
ESPECIAL DO SÍTIO SANTA RITA, SERRA DO CAPARAÓ – MG**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de
Conclusão do Curso da aluna Sulayne Janaína Moreira

Professora Dra. Mireya Valencia Perafán
Universidade de Brasília / FAV /UnB
(Orientador)

MSc. Andrea Restrepo Ramírez
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE
(Examinador)

Professor Dr. Jaim da Silva Junior
Universidade de Brasília - UnB
(Examinador)

M838p MOREIRA, Sulayne Janaína DO PÉ DE CAFÉ AO PALADAR: PESQUISA EXPLORATÓRIA SOBRE O CAFÉ ESPECIAL DO SÍTIO SANTA RITA, SERRA DO CAPARAÓ – MG / Sulayne Janaína MOREIRA; orientador Mireya Valencia Perafán.

- Brasília, 2019. 78 p.

Trabalho de Conclusão de Curso - Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária.-
Universidade de Brasília, 2019.

1. Serra do Caparaó. 2. Pequeno produtor. 3. Cafés especiais. 4. Qualidade de vida. I. Valencia Perafán, Mireya , orient. II. Título

Dedico este trabalho à pessoa mais especial de toda esta trajetória: meu marido, Fernando Shiratori. Ele sempre achou que fosse possível, antes mesmo de eu acreditar. Com ele, formei uma abençoada família e, sem ele, nada disso seria possível.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiro a Deus, que me agraciou com o dom da vida; ao Espírito Santo, por toda luz e sabedoria em todos os momentos da minha vida, em especial nos momentos de provação; e ao maior mestre de todos: Nosso Senhor Jesus Cristo.

A minha amada família, em especial ao meu marido, amigo, companheiro de vida, Fernando, que sempre esteve ao meu lado nesta jornada, e aos nossos abençoados filhos, Lucas, Maria Fernanda e Marcela, pelos momentos de alegria e motivo de força nas nossas vidas.

A minha querida mãe, Dária, e seu exemplo de mulher forte e resiliente; e ao meu paizinho, que está no céu.

A minha amada vizinha, Luzia, que me apoiou em todos os momentos da minha vida com ela, desde criança, com seus quitutes e seu café.

As minhas irmãs, Karine e Karla, pela torcida e pelo amor em pequenos gestos fraternos; aos meus abençoados sobrinhos; e aos meus queridos cunhados, pelo carinho e apoio.

À Universidade de Brasília, pela oportunidade do curso e por viabilizar o sonho da minha graduação.

A minha orientadora, Mireya Valencia Perafán, pelo exemplo de profissionalismo, pelo carinho, paciência e confiança neste trabalho.

Aos professores, Maria Júlia Pantoja, Marlon Vinícius Brisola, Karim Marini Thome, pelo exemplo de excelentes mestres, e pela acolhida carinhosa e dedicada nos primeiros semestres do curso.

A minha maravilhosa revisora e amiga, Lauana Brandão, pela competência, amizade e apoio neste período tão importante.

Aos meus sogros, Ghis e Willian Shiratori, pelo apoio de hoje e sempre, nos momentos difíceis de nossas vidas.

À Leninha, nossa amiga secretária do lar, pelos gestos de carinho e dedicação, pelos conselhos de sabedoria.

A família Lacerda, do Sítio Santa Rita, pela especial acolhida nos registros de campo, em especial ao Sr. Tarcísio, pelo exemplo de ser humano sábio e dedicado à cultura do café.

Aos amigos da Torrefação Together, Luciana e Alessandro, por me apresentarem à família Lacerda, do Sítio Santa Rita, e pelo auxílio no processo destes registros de campo.

Ao mercado de café e a todo o sistema agroindustrial, que me proporcionaram excelentes frutos profissionais; aos amigos que fiz no café; e pelas alianças realizadas.

RESUMO

A presente pesquisa busca analisar os fatores condicionantes, além das características favoráveis do *terroir* (clima, solo e altitude) para o desenvolvimento de uma produção de cafés especiais, bem como os elementos que resultam em qualidade de vida e bem-estar aos pequenos produtores do Sítio Santa Rita – Cafés Especiais, como amostra da região da Serra do Caparaó. O estudo contribui para a compreensão da longevidade nos empreendimentos como consequência do investimento na cultura de cafés diferenciados, para alçar valor agregado, ao contrário do setor commodity, voltado à produtividade e à transação da matéria-prima bruta. Trata-se de uma pesquisa social por meio de uma pesquisa exploratória, utilizando-se de métodos qualitativos, visando a uma reflexão sobre os elementos que geraram oportunidades de negócios a alguns produtores da região da Serra do Caparaó. Os dados coletados para a construção deste estudo, resultando em oito horas de gravações, em ambiente natural, face a face com os colaboradores, resultam da triangulação por meio das gravações, observações e do registros de campo com notas reflexivas. Os resultados apontam fatores condicionantes, além do *terroir* favorável, para a produção de cafés especiais, como a dedicação dos tratos do pós-colheita, e o interesse dos pequenos produtores em obter o valor agregado ao café. Há também a expertise dos membros da família Lacerda, fruto de sucessão familiar e aprimoramento com especializações de cada membro, como relevante aporte a todo o processo da cadeia do café especial, influenciando no processo de migração do café commodity para o nicho de cafés especiais. A contribuição desta pesquisa relaciona-se à reflexão sobre o tratamento dispensado ao café para a obtenção de cafés especiais, resultando na qualidade de vida do pequeno produtor da agricultura familiar e na perenidade das atividades nas unidades produtivas.

Palavras- chave: Serra do Caparaó; pequeno produtor; cafés especiais; qualidade de vida.

ABSTRACT

This research seeks to analyze the conditioning factors, besides *terroir* favorable characteristics (climate, soil and altitude) to the development of a special coffees production, as well as the elements that result in quality of life and wellness to the small producers of Santa Rita – Cafés Especiais small farm, as a sample of Serra do Caparó region. This study contributes to longevity in enterprises as a consequence of investment in the culture of differentiated coffees, to raise added value, unlike the commodity sector, focused on productivity and raw material transaction. It is a social research through an exploratory research, using qualitative methods, aiming at a reflection on the elements that have generated business opportunities for some producers in the Serra do Caparaó region. Collected data for the construction of this study, resulting in eight hours of recording in the natural environment, face to face with the collaborators, result from triangulation through recordings, observations and the field records with reflexive notes. The results point to conditioning factors, besides the favorable *terroir*, for the production of special coffees, such as the dedication of the post-harvest treatments, and the interest of the small producers in obtaining the added value to the coffee. There is also the expertise of the members of the Lacerda family, a result of family succession and improvement with specializations of each member, as a relevant contribution to the entire process of the special coffee chain, influencing the process of migration from the commodity coffee to the specialty coffee niche. The contribution of this research is related to the reflection on the treatment of coffee to obtain special coffees, resulting in the quality of life of the small producer of family agriculture and the continuity of the activities in the productive units.

Keywords: Serra do Caparaó; small producer; special coffees; quality of life

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Consumo interno de café no Brasil	18
Gráfico 2 – Estrutura de comercialização – café Sítio Santa Rita	42

LISTA DE ABREVIATURAS

ABIC – Associação Brasileira das Indústrias de Café

APEC – Associação dos Produtores de Cafés Especiais da Região do Caparaó

BSCA – *Brazilian Specialty Coffee Association*

CnPQ – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

CECAFE – Conselho dos Exportadores de Café do Brasil

CONAB – Companhia Nacional de Abastecimento

EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

FURB – Universidade Regional de Blumenau

IBC – Instituto Brasileiro do Café

IFES – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Espírito Santo

IG – Indicação Geográfica

Incaper – Instituto Capixaba de Pesquisa, Assistência Técnica e Extensão Rural

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

SCA – *Specialty Coffee Association*

SEBRAE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 O CAFÉ: história e contribuições teóricas	16
2.1 Café commodity	16
2.2 Cafés commodity x cafés especiais	19
2.3 Café especial.....	20
2.3.1 Características do café especial.....	22
2.3.1.1 Tratos de pós-colheita e tratos culturais.....	23
2.4 <i>Terroir</i> do café	37
2.5 Indicação geográfica (IG)	38
2.6 Teoria do empreendedorismo	39
2.7 Marketing de relacionamento	39
2.7.1 Marca Santa Rita, Serra do Caparaó	40
2.7.2 Estrutura de comercialização	41
2.8 <i>Quality turn</i>	42
3 METODOLOGIA.....	43
3.1 Pesquisa exploratória	43
4. CONTEXTUALIZANDO O LOCUS DA PESQUISA: SÍTIO SANTA RITA – CAFÉS ESPECIAIS	47
4.1 Serra do Caparaó	47
4.2 Colaboradores: integrantes da família.....	52
4.3 Foco na qualidade.....	54
4.4 Manejo do cafeeiro contra pragas e doenças.....	55
4.5 Perfil empreendedor: fortes traços de inovação empreendedora.....	55
4.6 Migração do café commodity para a produção do café especial.....	60
4.7 Vantagens competitivas	60
5. DO PÉ DE CAFÉ AO PALADAR: A ROTA DO CONSUMO DE EXPERIÊNCIA COM O CAFÉ ESPECIAL	61
5.1 Registros de campo	61
5.1.1 Notas Reflexivas	61
CONCLUSÃO	64
REFERÊNCIAS.....	66
ANEXOS	71

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa tem como objetivo principal a análise da cultura de café especial, localizada na região da Serra do Caparaó. Dessa forma, a pesquisa busca a compreensão dos elementos relevantes à produção de um café diferenciado.

A investigação realizou-se no Sítio Santa Rita - Cafés Especiais, pertencente à família Lacerda. O sítio fica situado na região da Serra do Caparaó, localizado na divisa entre Espírito Santo e Minas Gerais, valorado como um empreendimento eficiente com café de base na agricultura familiar.

Na região, desde 2010 se incursiona na produção de cafés de qualidade e arranjos que valorizam o *terroir*, entendido como um território que reúne o conjunto de condições favoráveis (topografia, clima, solo) e conferem qualidades distintas aos produtos, aliado ao saber fazer dos produtores locais. (SILVA, 2012)

A pesquisa visa a entender, sobretudo, quais são os fatores relevantes que resultam em sustentabilidade nos empreendimentos com café e imprimem qualidade de vida aos pequenos produtores dessa região. Além disso, quais são os elementos preponderantes para uma efetiva produção com base familiar, em um cenário em que se possa garantir a perenidade dos negócios a partir da sucessão familiar, ou seja, a inserção da nova geração no processo produtivo.

O estudo busca, como fio condutor, a reflexão de longevidade nos negócios e qualidade de vida aos pequenos produtores familiares, em consequência da cultura de cafés especiais e com valor agregado; principalmente, a compreensão de um esforço coletivo das gerações, que resulte em eficiência na sucessão familiar. É de fundamental importância identificar as características para um bom desempenho do processo sucessório da nova geração nos negócios (FLORIANO; RODRIGUES, 2000).

Nesse sentido, o trabalho tem como foco a análise da marca, pois, nesse cenário cafeeiro, o Sítio Santa Rita é reconhecido como um caso de sucesso. É mister, também, entender a escolha do investimento no setor de cafés especiais.

Faz-se necessária a compreensão das condutas utilizadas, bem como o caminho percorrido pelos produtores em questão, pois eles migraram do setor

commodity, voltado apenas à produtividade, para um patamar orientado à diferenciação, ao valor e à qualidade, traços fortes do setor de café especial.

É importante ressaltar também que, nesse setor de café especial, é valorizada a produção de grupos de pequeno porte, vinculando-os à sua origem, e tendo como parâmetro a competitividade, a singularidade e a sustentabilidade em seus empreendimentos.

A questão levantada como problemática do presente estudo de caso é a compreensão dos fatores relevantes para o desenvolvimento de uma produção de cafés especiais. Procura-se entender, principalmente, os elementos necessários ao empreendimento desses cafés que se diferenciam dos demais, dessa forma, uma abordagem que vai além das características “edafoclimáticas” (combinação de solo, clima, relevo e precipitação pluvial) da região da Serra do Caparaó.

Nesse sentido, será significativo entender a atuação do produtor nesse contexto, bem como quais são as estratégias adotadas para que seja possível realizar o processo migratório do café convencional para o café especial. Conhecer, portanto, quais serão os esforços necessários, a exemplo de se investir em novas tecnologias, capacitação e arranjos produtivos, que resultem em valor agregado às transações no setor de cafés especiais na região.

A representante da Associação Brasileira de Cafés Especiais (doravante BSCA), Carmen Lucia, vem legitimar as questões acima, ao ressaltar que “cafeicultores estão se voltando para a produção do grão que têm maior valor agregado, em busca de melhores lucros, e que atenda ao exigente mercado. (GRUPO 3 CORAÇÕES, 2019)

O objetivo geral deste estudo é identificar e analisar que elementos e atributos geraram oportunidades de negócios e vantagens competitivas a alguns produtores da região da Serra do Caparaó, bem como entender que estratégias adotadas possibilitaram o processo migratório do setor commodities para o nicho de cafés especiais do local escolhido.

O estudo apresenta os objetivos específicos a seguir:

- Investigar quais são os arranjos estratégicos adotados na sucessão familiar;
- Identificar as características de microclima da região do Caparaó;
- Revelar quais são os tratos culturais utilizados nas unidades produtivas, que resultam no eficiente desenvolvimento dos cafés de qualidade para que, dessa forma, possam ser esclarecidos quais são os elementos necessários para inserção no mercado de cafés especiais.

“A região ao redor do Caparaó é de elevada altitude e possui clima tropical de altitude, com verão chuvoso e inverno seco, no qual há uma significativa potencialidade para produção de café especial,” por isso uma importante parcela de cafeicultores desta localidade se destacaram campeões em concursos de café (SIMÃO et al., 2017 apud FOLHA VITÓRIA, 2013; AQUIES, 2014). No entanto, será necessário aliar determinadas características aos processos de pós-colheita adequados, visando a uma estratégia que resulte em valor agregado exigido no mercado de cafés especiais.

Dessa forma, a presente pesquisa visa a responder às seguintes questões-problema:

- Quais fatores ambientais e sociais são condicionantes para a produção de cafés especiais?
- Como a cultura desse café especial trouxe qualidade de vida e perenidade das atividades aos pequenos produtores da região da Serra do Caparaó, a exemplo da mostra do Sítio Santa Rita - Cafés Especiais?

No primeiro capítulo, é descrito o cenário do café e sua importância na balança comercial do país, fator relevante que o coloca no patamar de maior produtor e exportador mundial. Nesse sentido, releva os fatores que influenciam a migração do café commodity (matéria-prima bruta), por parte de alguns produtores da região da Serra do Caparaó, para o setor de café especial, cuja principal característica é a agregação de valor, resultando em qualidade de vida e bem-estar, bem como impacto socioeconômico aos envolvidos nessa produção, a exemplo da amostra do Sítio Santa Rita.

No segundo capítulo, revelam-se as características da região da Serra do Caparaó, considerada um aglomerado na produção de café especial por parte de pequenos produtores locais. A região Serra do Caparaó tem um conjunto de condições favoráveis (microclima, solo e altitude) à produção de cafés especiais, cuja grande força econômica vem do café e do turismo.

No terceiro capítulo, indica-se a metodologia qualitativa, com pesquisa exploratória aplicada como forma de apurar os elementos condicionantes à produção de cafés especiais na região da Serra do Caparaó.

No quarto capítulo, são relacionados os resultados da pesquisa exploratória, um espaço exclusivo à transcrição dos áudios, ou seja, são os resultados das entrevistas feitas nos registros de campo. Uma oportunidade, de análise das falas, bem como a compreensão das atividades dos membros da família da marca Sítio Santa Rita e suas respectivas expertises nos empreendimentos com café.

Ao final, constatou-se que as características do ambiente aliadas ao esmero nos processos de pós-colheita imprimem qualidade sensorial ao café. Ressalta-se a importância do consumo de relacionamento, uma estratégia do Marketing de Relacionamento, que estimula a aproximação da marca ao consumidor, cujo foco das negociações é traçado para realizar a fidelização do cliente e para a relação de um *consumo hedônico* ou *comunicação emocional* de prazer além do produto.

2 O CAFÉ: HISTÓRIA E CONTRIBUIÇÕES TEÓRICAS

2.1 Café commodity

A história conta que o café chega ao Brasil em 1727, trazido da Guiana Francesa pelo Sargento Francisco de Mello Palheta, por meio de uma missão oficial. Dessa forma, o grão “inspirou a literatura e a música, desafiou monopólios consagrados, consolidando-se como elixir do mundo moderno, transformando cafeterias em ambientes de convívio” (MARTINS, 2008). Embora a planta do café

não seja nativa do Brasil, as características “edafoclimáticas” são bastante favoráveis para acolher a cultura.

Durante décadas, a produção de café commodity (matéria-prima bruta em escala) teve extrema relevância na balança comercial do agronegócio brasileiro, bem como uma importante capacidade na geração de emprego em todos os elos da cadeia produtiva. Sofre um declínio, entretanto, com a crise de 1929, perdendo seu patamar expressivo no cenário econômico mundial, como descreve Carvalho (2016).

Dentre outros elementos, as políticas de industrialização e modernização estimuladas pela ação do governo Getúlio Vargas foram transformações preponderantes para a perda do status que o setor cafeeiro conquistou. Para agravar a situação, o Estado deixa de exercer o papel de grande *trader*, responsável pela comercialização da exportação do café, declinando assim, um dos maiores objetivos da atuação do governo. Tais políticas de regulação de estoque e preços, controlados pelo Instituto Brasileiro do Café (IBC), vinculado ao Ministério da Indústria e do Comércio, foram extintas em 1990 (CARVALHO, 2016 apud WORLD BANK, 2001).

Logo, em pouco tempo, o país conquista excelentes níveis de produção, com alto desempenho nos empreendimentos de café. Esse resultado se dá pela influência das favoráveis condições climáticas e pelo conhecimento prático, adquirido ao longo do tempo e transmitido entre gerações de famílias (BALIEIRO, 2018).

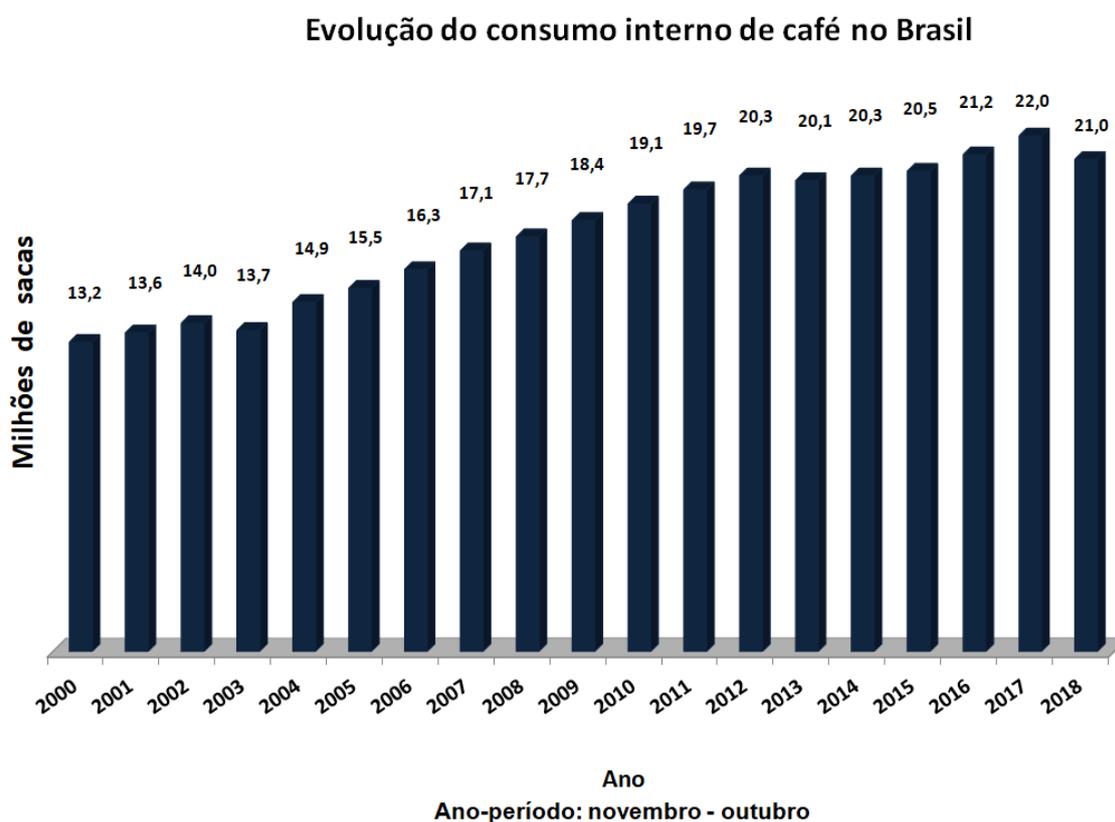
De acordo com informações do Consórcio Pesquisa Café (2019a), o Brasil tem expressiva participação na produção mundial de café:

No contexto da produção mundial de café, a produção em percentual dos Cafés do Brasil, em comparação com a produção global, o Brasil tem se mantido como maior produtor mundial de café, com um volume físico – em média – 1/3 da produção mundial. Como exemplo, na safra 2018, o País produziu 61,66 milhões de sacas, volume que correspondeu a aproximadamente 37% da produção do planeta, numa área de 1,86 milhão de hectares. O País se mantém como maior produtor mundial de café, sem expansão da área de produção. (Consórcio Pesquisa Café, 2019a)

“Nos últimos doze meses, o país embarcou 40,5 milhões de sacas de café; exportações no ano-civil (janeiro-maio) e no ano-safra (julho/18 a maio/2019) foram as melhores para os respectivos períodos nos últimos cinco anos”. (CECAFE, 2019)

Segundo a ABIC (2019), “o consumo interno de café no Brasil chegou a 21 milhões de sacas, no período de novembro de 2017 a outubro de 2018, representando um crescimento de 4,80%”. Esse consumo apresenta crescente curva conforme quadro a seguir:

Gráfico 1 - Consumo interno de café no Brasil



Fonte: ABIC (2019)

2.2 Cafés commodity x Cafés especiais

Na prática, o setor de café commodity define uma política reguladora de preço e, dessa forma, o grão in natura é comercializado em sua característica homogênea, sem valor agregado e sem a oportunidade de estabelecer o consumo de relacionamento, ou seja, a proximidade do produtor ao consumo final. Nesse contexto, é possível efetivar as transações em um mercado diferenciado e, então, trazer perenidade à atividade produtiva e qualidade de vida ao núcleo familiar.

As lavouras de cafés especiais requerem maior quantidade de trabalho para a execução de suas tarefas, atendendo, dessa maneira, aos parâmetros desse processo diferenciado. Em contrapartida, o fruto do trabalho nessas lavouras proporciona qualidade de vida ao produtor e agregação de valor ao produto, oportunidade de inserção a novos mercados, além de uma forma de colocar o Brasil no patamar de café de qualidade. A produção de café especial vai além do produto, já que o investimento no setor reflete a preocupação com o comércio justo, cooperativismo e compromisso social (SANCHEZ, 2007).

Nota-se que os pequenos produtores desse setor buscam cada vez mais a especialização em torno da qualidade e da diversificação sensorial, uma estratégia que se desvincula da padronização, bem como das transações na esfera commodity.

O mercado de commodities tem como relevante característica a volatilidade gerada pelo clima e pelo ciclo de plantio, bem como pela produtividade da colheita. Nesse sentido, o setor commodity é regulado pela lei da oferta e demanda, ou seja, no período da colheita, os estoques estão abastecidos e, ao longo do ano, vão reduzindo de acordo com a demanda pelo produto, refletindo na alta do preço pela redução da oferta.

Diante desse cenário agrícola, em que se observam dois lados polarizados (café especial e commodity), ainda são poucos os produtos que têm seus preços condicionados ao valor qualitativo, a exemplo do café, cujo valor é acrescido de acordo com a qualidade da bebida. Nos mercados nacional e internacional, é

evidente a crescente demanda por cafés especiais. (ALVES, 2011 apud CARVALHO, 2016)

Ainda no ano de 1988, o presidente do extinto Instituto Brasileiro do Café (IBC), o embaixador Jório Dauster, já dizia:

Sobreviverão no mercado cafeeiro os produtores que aumentarem a produtividade, baixando os custos, e aprimorarem a qualidade, obtendo os prêmios que o mercado internacional oferece [...] no futuro, à semelhança do que acontece atualmente com o vinho, teremos cafés. (DAUSTER, 1988 apud CARVALHO et al., 1997)

Sendo assim, a categoria de café especial traz agregação de valor e impacto socioeconômico aos envolvidos nessa produção, cujo principal objetivo é o desenvolvimento da cultura em produzir um café especializado. Dessa forma, considerando um contexto peculiar em produzir, surge o mercado de “café especial”, cujos elementos vão além da qualidade final da bebida (CARVALHO apud ZYLBERSZTAIN; FARINA. 2001).

2.3 O café especial

Busca-se, então, a padronização e o controle de cafés especiais, realizados pela *Specialty Coffee Association* (doravante SCA), principal instituição que determina padrão para esse tipo de café.

Segundo essa instituição (2016), são estabelecidos pré-requisitos, tais como: a) cafés produzidos em regiões de microclimas, que resultam em cafés sensoriais peculiares, livres de defeitos; b) bebida mole/estritamente mole (sabores agradáveis e específicos), decorrentes dos processos produtivos e do pós-colheita; c) pontuação acima de 80, com escala de 0 a 100.

Cafés com perfil especial respondem por 12% do mercado internacional e vêm alcançando elevados preços e premiações. Em algumas situações,

determinados microlotes têm valores de até o dobro ou o triplo dos cafés comuns/tradicionais, de acordo com a Associação Brasileira de Cafés Especiais. (GUIMARÃES, 2016 apud OLIVEIRA; OLIVEIRA; JESUS, 2004)

Outro aspecto associado ao conceito de café especial é a chamada terceira onda do café, que estimula a tendência do consumo de experiência (união dos sentidos), pois extrapola a ideia de ser considerada apenas uma bebida de consumo diário, ou uma fonte energética para as atividades diárias. Nesse contexto, o consumo do café está associado aos elementos de qualidade sensorial, aliados a fatores extrínsecos ao grão, tais como as memórias afetivas, prazer, socialização, acolhimento, sustentabilidade da cadeia produtiva, sofisticação (CARVALHO, 2016).

A primeira onda do café é descrita como a “produção de café em massa”, com início no fim do século XIX até o ano de 1960, em que o maior consumo era de café instantâneo. A segunda onda, entre 1960 e 1990, relata o fato de os grãos serem torrados de forma artesanal, dando origem à revolução da especialidade (CARVALHO apud MERWE, 2016). A já citada terceira onda teve seu surgimento por volta de 1990 e continua até hoje, influenciando o “curto circuito” nas transações, em que o cafeicultor tem acesso ao consumidor final, ou seja, a possibilidade de uma comunicação face a face. Tal movimento é considerado uma tendência no setor do café, pois almeja qualidade e sabor ao fazer artesanal na produção de grãos diferenciados. As cafeterias de ambiente urbano focam especificamente na qualidade final da bebida, proporcionando uma experiência completa, com design e tecnologia, adquirindo caráter artesanal (CARVALHO, 2016).

A noção de café especial remete a atributos referentes ao produto de qualidade, além de estar ligada ao seu processo produtivo aliado às características das regiões de sua procedência.

Entre os elementos que o diferenciam o café especial, destacam-se os seguintes: elevada qualidade da bebida, pós-colheita, história da origem e do produto, variedades raras, escala em micro lotes, origem do café, sustentabilidade que abarca as questões sociais ambientais e econômicas (CARVALHO, 2016). A capacidade, sobretudo, de proporcionar prazer e socialização a quem consome.

O café pode ser distribuído em cinco grandes categorias: origem única (*Estate Coffee*); qualidade superior (*Gourmet*); sombreado; orgânico; e comércio justo, *Fair Trade* (CARVALHO apud ZYLBERZTAJN E FARINA, 2001).

Em relação à Identidade Geográfica (IG), os cafés especiais, por sua procedência, têm aspectos que os diferenciam, tais como reputação, qualidades e características da região produtora, aliadas aos fatores ambientais solo, microclima predominante, variação da temperatura, altitude e o saber fazer. A indicação de um café de origem pode ser considerada uma estratégia de marketing, uma forma de comunicar ao mercado que a região se especializou. Existe, todavia, um processo de formalização por meio de certificação por entidades credenciadas, a exemplo do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), com o intuito de delimitar as regiões produtoras. (SIMÃO et al, 2017)

Dentre as inúmeras possibilidades, a certificação IG traz a vantagem de rastreabilidade, que consiste no mecanismo de registro e acompanhamento do processo produtivo da origem até o consumidor final, pois esse rastreio mostra todo o DNA do café.

Outro fator relevante é a certeza da legitimidade e garantia a quem consome a bebida, de que o café é, de fato, de uma determinada região em condições controladas e padronizadas (CARVALHO apud SOUSA; SAES, 2000).

2.3.1 Características do café especial

O mercado de café especial está marcado pela diferenciação, a exemplo de alguns atributos, tais como qualidade superior da bebida; aspecto de uniformidade dos grãos; disponibilidade limitada (micro lotes); variedades raras; origem dos plantios; história dos cafeicultores; forma de colheita; pós-colheita; beneficiamento do grão e o tipo de preparo. Nesse sentido, consideram-se também, aspectos de responsabilidade com o ecossistema local, social e econômico da produção (GUIMARÃES, E.R. et.al.2016 ,apud ZYLBERSZTAIN; FARINA, 2001).

Nesse contexto de um café diferenciado, busca-se a possibilidade de se desenvolverem vantagens competitivas e maiores lucros nos empreendimentos

(GUIMARÃES,E.R. et.al.2016 ,apud Pereira et al., 2010). Ao contrário do café convencional do setor commodity, que efetua suas transações em grandes volumes e com base nos preços ditados pela bolsa de valor (GUIMARÃES,E.R. et.al.2016 ,apud ZYLBERSZTAIN; FARINA, 2001).

2.3.1.1 Processos de pós-colheita e tratos culturais

Segundo Mesquita (2016), os processos de pós-colheita e tratos culturais são:

- a) limpeza;
- b) processamento;
- c) lavagem e separação;
- d) secagem;
- e) Beneficiamento.

As operações do pós-colheita envolvem diversas etapas até o armazenamento. São elas que atribuem o valor agregado ao produto final, preservando as características sensoriais e garantindo a segurança do grão.

a) Limpeza

Após a colheita derrixa (manual) ou colheitadeira (mecanizada), o café passará por uma separação das impurezas, que pode ser feito por peneiramento manual (abanação) ou ventilação (máquinas de pré-limpeza).

b) Processamento

- Via úmida: dá origem aos cafés despulpados e desmucilados através dos tanques de fermentação. O despulpamento consiste na retirada da casca dos frutos maduros ou cerejas por meio de um descascador mecânico e posterior fermentação e lavagem dos grãos, eliminando-se a mucilagem. Esse processo atribuirá *acidez pronunciada* e uma *bebida aromática*.

No Brasil, esse sistema é pouco utilizado, mais indicado aos países de muita umidade no ar, como por exemplo na Colômbia. A vantagem desse processo é a redução do tempo do café no terreiro ou nos secadores mecânicos, minimizando os riscos de fermentação.

- Via seca: após a lavagem do café, em que são separados os frutos verdes, cerejas, passas e bóias (frutos secos no pé), o café é encaminhado aos terreiros ou secadores artificiais, quando, então, recebem um breve descascamento e é mantido o pergaminho, processo chamado de *CD* (cereja descascado); caso contrário, será conduzido à secagem com casca e mucilagem preservadas – forma em que o café será chamado de *Natural*.

O processamento *natural* resultará em uma bebida de sabor intenso, acidez média e *naturalmente adocicada*. O *CD* atribuirá mais *acidez* e característica de *bebida limpa*, ou seja, livre de impurezas e defeitos oriundos da fermentação.

c) Lavagem e separação

Mesmo com a retirada das impurezas (gravetos, terra, pedras, folhas, etc.), o café deve passar pelo *lavador* ou *separador hidráulico*, que promove a separação de acordo com o estágio de maturação dos frutos. Quando estão maduros e verdes, afundam; já os secos, boiam, por isso chamados de *boia*. Frutos de graus diferentes de maturação, quando mantidos juntos, resultam em bebida de *qualidade inferior*.

d) Secagem

- Secagem natural em terreiro
- Secagem artificial
- Secagem do café CD (cereja descascado)

- ✓ Secagem natural em terreiro

A secagem *natural* (em que se preservam a casca e a mucilagem) é realizada pela exposição do café ao sol em terreiros. Apesar de a energia solar não apresentar custo real na operação de secagem, existem algumas *desvantagens* como o seu baixo rendimento, condicionado à necessidade de um período prolongado para a secagem, exigência de extensas áreas de terreiro, além de o produto estar sujeito a variações climáticas, podendo ser reumedecido. (MESQUITA, 2016)

- ✓ Secagem artificial

Existem diferentes modelos de secadores comercialmente disponíveis, recomendando-se utilizar, de preferência, secadores com fornalha de fogo indireto (trocador de calor) ou queimador de gás, para evitar que o café adquira odor de fumaça. Recomenda-se usar a própria casca do café como combustível. O secador deve ser carregado com café, apresentando teor uniforme de umidade, o que permite otimizar o processo de secagem (maior rapidez e menor consumo de combustível). O café muito úmido, de início de colheita, com muitos frutos cerejas e verdes, deve sofrer uma pré-secagem em terreiro ou pré-secador antes de ir para o secador.

A temperatura de secagem é extremamente importante. A fim de se obter bebida fina, a temperatura não deve nunca ultrapassar 39°C para o café em casca, medida na massa de café. Quando houver um percentual elevado de frutos verdes, a temperatura da massa deverá ser mantida abaixo de 30°C, para evitar a ocorrência de café verde-escuro e preto-verde. O processo de secagem não deve ser muito rápido, de forma a garantir uniformidade, segurança e economia da operação. Em geral, a secagem estará completada entre 24 e 36 horas. (MESQUITA, 2016)

- ✓ Secagem do café CD (cereja descascado)

A secagem deve iniciar-se imediatamente após o término do descascamento. O café é esparramado em camadas finas no terreiro (não superiores a 2,5 cm) e revolvido com rodo dentado pelo menos 20 vezes ao dia para uniformizar a umidade e promover a rápida secagem da mucilagem, evitando-se que os grãos grudem uns aos outros.

Após 4 a 5 horas de plena exposição ao sol, ou pelo menos de um dia seco, é necessário confirmar a completa secagem da mucilagem; se estiver seca, colocar o café em leiras (camadas) de 5-10cm de altura, todas as tardes, aumentando para 20-30cm até que se atinja o estágio de meia-seca, com 12% de umidade. (MESQUITA, 2016)

✓ Beneficiamento

O beneficiamento é uma operação pós-colheita que transforma, pela eliminação das cascas e separação dos grãos, o fruto seco (coco ou pergaminho) em grãos de café que passa a ser a denominação de café beneficiado ou café verde. A operação de beneficiamento deve ser realizada o mais próximo possível da época de comercialização para que o produto possa manter suas características originais. (MESQUITA, 2016)



Lavoura com área de beneficiamento (pós-colheita)
Foto de Sulayne – 02/2019



Lavoura de relevo montanhoso – café de altitude
(1.400m de altitude)
Foto de Sulayne – 02/2019



Área de Beneficiamento

Foto de visita técnica – torrefação Together Brasília – 07/2018



Terreiro de cimento – secar o café (Natural e Cereja Descascado)

Foto de visita técnica – torrefação Together Brasília – 07/2018



Terreiro Suspenso (processo natural)
Foto de visita técnica – torrefação Together Brasília – 07/2018



Terreiro Suspenso (microlotes de Cereja Descascada)
Foto da visita técnica – torrefação Together Brasília – 07/2018



Rodando o café (controle de fermentação)
Terreiro Suspenso

Foto da visita técnica – torrefação Together Brasília – 07/2018

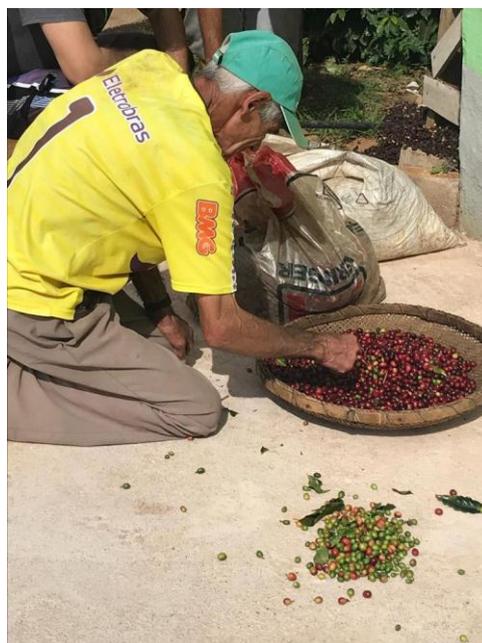


Fermentação Controlada – “Black Honey”

Foto da visita técnica – torrefação Together Brasília – 07/2018



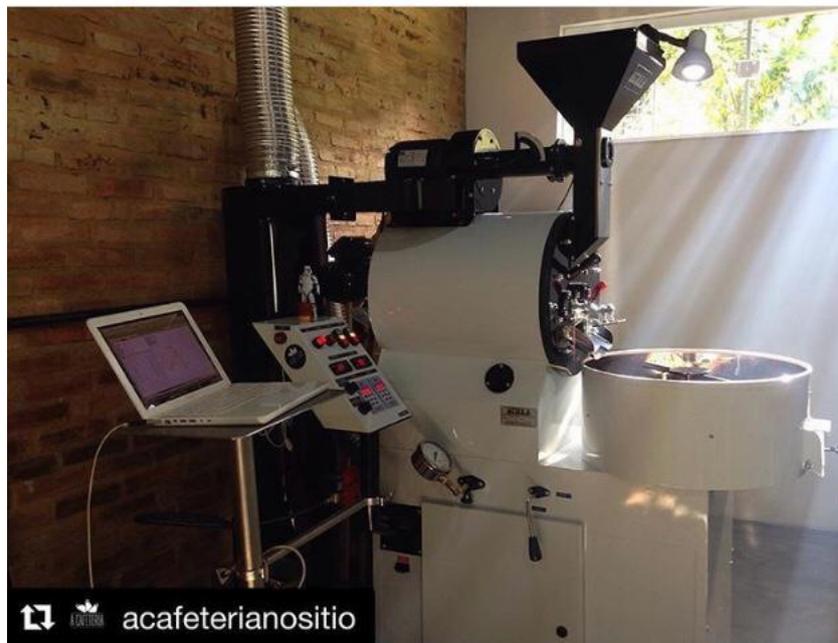
Beneficiamento – catação (separação de defeitos)
Foto da visita técnica – torrefação Together Brasília – 07/2018



Catação – separação de defeitos e tamanho de peneira
Foto da visita técnica – torrefação Together Brasília – 07/2018



Armazenagem do café cru em bags
Foto da visita técnica – torrefação Together Brasília – 07/2018



A Torra marca Sítio Santa Rita – a ciência do café
Foto do arquivo pessoal do Sítio Santa Rita – 04/2018



A marca “Santa Rita – cafés especiais”
Foto do arquivo pessoal do Sítio Santa Rita – 04/2018



A Cafeteria – um processo do pé ao paladar
Foto de Sulayne – 02/2019



A Cafeteria – Sítio Santa Rita
Foto de Sulayne – 02/2019



A hospedagem
Foto do arquivo pessoal do Sítio Santa Rita – 06/2019



Casa da família Lacerda – qualidade de vida e bem-estar
Foto de Sulayne – 02/2019



Fases do Cafeeiro – “Do pé de café ao Paladar”

Foto: Internet

2.4 *Terroir* do café

O termo *terroir* do café é um conjunto de fatores relacionados à região onde ele é plantado, levando-se em conta características, como clima; solo; altitude. Nesse contexto, a altitude e o período da planta exposta à luminosidade são fatores ambientais, citados como aspectos influenciadores para um bom desenvolvimento do fruto. Por isso, em altitudes mais elevadas normalmente se produz cafés de

melhor qualidade (ZAIDAN et al 2016 apud SILVA et al., 2006). Portanto, esses fatores ambientais (*terroir*) não exercem influência sobre a qualidade sensorial de forma isolada, pois auxiliam no desenvolvimento da planta de forma conjunta e aliada aos processos de pós-colheita, sendo esses os responsáveis pelo valor agregado dado ao café especial (ZAIDAN et al, 2016).

Nesse sentido, a qualidade da bebida está ligada aos atributos de avaliação sensorial de qualidade, como bebida limpa, balanço entre sabor, acidez, doçura e corpo, além do sabor residual e da avaliação geral, que expressam um acúmulo de características pertinentes ao grão. (ZAIDAN et al, 2016 apud BYTOF et al., 2007)

Esse acúmulo de características de qualidade pode ser influenciado pelos fatores favoráveis da região, bem como pela relevância dos processos nos tratamentos culturais e esmero no beneficiamento do grão.

2.5 Indicação geográfica (IG)

Conforme as considerações finais do livro "Cafecultura de Caparaó, resultados de pesquisas" (2017), a região do Caparaó encontra-se em fase de constituição de uma Indicação Geográfica (IG), intitulada Denominação de Origem dos Cafés Especiais da Região do Caparaó. Em 2014, é constituída uma equipe de produtores com representação de diversas associações do Instituto Federal de campus de Alegre (IFES), da empresa Caparaó Jr., do SEBRAE-ES, e do Instituto Capixaba de Pesquisa, Assistência Técnica e Extensão Rural (Incaper). A partir daí, diversas reuniões e documentação se uniram a outros órgãos, e instituições como o CNPq, a Embrapa Café, o Ministério da Agricultura e o SEBRAE Nacional passaram a contribuir para a realização dessa IG. Também foi criada uma associação específica para sua gestão, a Associação dos Produtores de Cafés Especiais da Região do Caparaó – APEC (SIMÃO et al, 2017). Em breve, esse grupo de produtores terá o selo de IG, a oportunidade de rastreabilidade dos processos produtivos, bem como a credibilidade devido à certificação.

O presidente da APEC, Afonso Lacerda, comemora o momento. "Iniciamos os trabalhos em 2014 e agora estamos muito próximos de protocolar a IG. É aquilo que nós buscamos desde o início. Em breve estaremos com a marca reconhecida",

declara. A expectativa é de que produtores sejam motivados a investir no setor do café especial, por meio da credibilidade conquistada pelo selo de Denominação de Origem. Assim, para acompanhar o andamento do processo de certificação, a associação dos produtores desempenha um importante papel de gestão (SAFRA – ES, 2019).

2.6 Teoria do empreendedorismo

O Empreendedorismo é o processo de iniciativa de implementar novos negócios ou mudanças em empresas já existentes (Guilherme Balieiro, 2018 apud BAUMOL e SCHILLING, 2008). Nesse contexto, o empreendedor é o indivíduo com características inovadoras e talento para negócio, buscando o melhor aproveitamento das oportunidades e assumindo os riscos. Assim sendo, esse aproveitamento das oportunidades dependerá do conhecimento científico e comercial, bem aplicados, para que haja o sucesso empresarial, pois o conhecimento aplicável reduz a incerteza (Guilherme Balieiro, 2018 apud SCHUMPETER, 1961).

O empreendedor bem-sucedido, com intuito de vencer a concorrência, identifica os desejos do consumidor, dessa forma, esse empreendedor desenvolve seu marketing de relacionamento, traçando o perfil de consumo de seu público alvo (Guilherme Balieiro, 2018 apud EARL, 2003).

2.7 Marketing de relacionamento

O ambiente das organizações, bem como o cenário competitivo entre marcas vêm sofrendo alterações, pois no que tange às transações de produtos e serviços, o fator *qualidade* passa a ser um item constante em grande parte das ofertas de bens e produtos (GRAZIANO et al, 2016). Nesse sentido, a partir de 1979, surgem relatos sobre o conceito de Marketing de Relacionamento, ou seja, é o resultado das relações entre clientes e empresas em uma perspectiva de longo prazo e a

consequente fidelização do cliente com a marca (GRAZIANO et al, 2016 apud Dwyer, Schurr e Oh, 1987).

O Marketing de Relacionamento, entretanto, ao ser implementado como estratégia de uma determinada marca, tem sua perspectiva com foco no cliente e sua filosofia na melhoria da competitividade da empresa pela fidelização do consumidor final. Cabe às organizações identificarem, principalmente, as necessidades intangíveis do cliente, cuja busca vai além do produto (GRAZIANO et al, 2016 apud RIBEIRO e COBRA, 2000)

O marketing de relacionamento (MR) é uma estratégia utilizada pelas organizações, como forma de estabelecer uma permanência na transação com o cliente. Esse conceito de MR vem evidenciar a importância do vínculo com o cliente na intenção de mantê-lo de forma perene (AAKER, 2011).

Encontra-se no Marketing de Relacionamento uma alternativa aos produtos convencionais, proporcionando um consumo hedônico, ou seja, uma comunicação emocional e de prazer com o produto, dessa forma, implicando a retenção dos consumidores e suas preferências. Assim, o consumo de experiência resulta na ideia da harmonização dos sentidos, na escolha por determinado bem ou serviço. Uma estratégia que aborda a experiência como fonte de rendimento para a empresa. (GRAZIANO et al, 2016 apud RIBEIRO e COBRA, 2000)

2.7.1 Marca Santa Rita, Serra do Caparaó

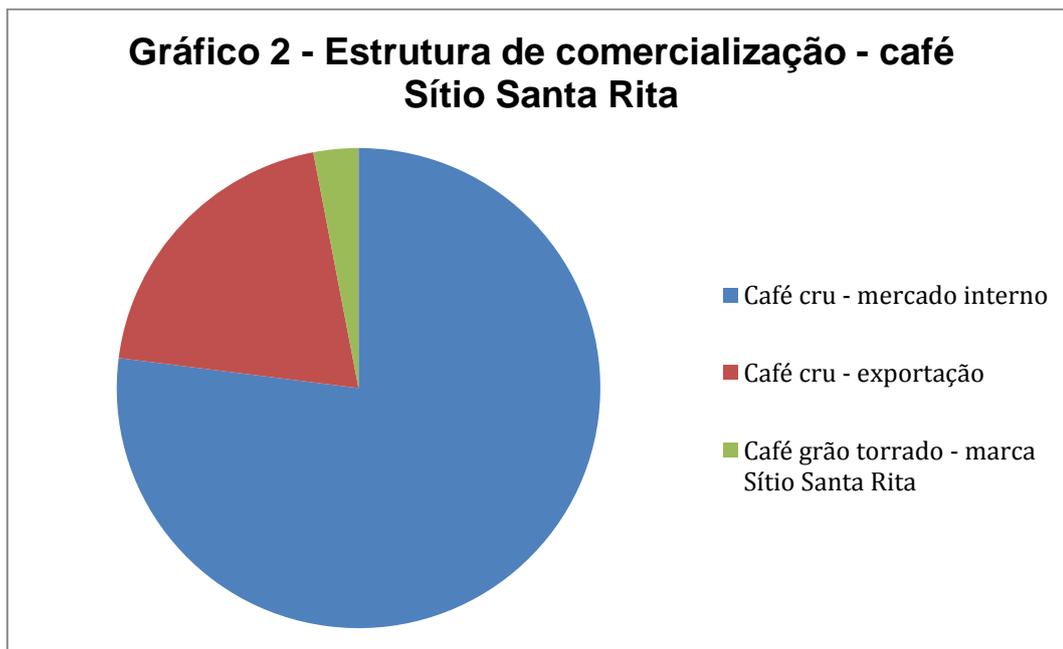
O processo de construção da marca passou por um período de seis meses. Fred, mentor da marca e membro da família Lacerda, conta que o objetivo era criar uma marca *clean*, ou seja, que tivesse uma imagem limpa e leve, e que pudesse transmitir os reais valores da marca “Santa Rita”. Nesse sentido, criou como símbolo uma **muda do cafeeiro**, que representasse o pleno desenvolvimento da planta com vocação para produzir excelentes frutos, a exemplo do Sítio Santa Rita, que tem como meta a busca pela eficiência em suas atividades, sucesso atribuído ao carinho e dedicação da família com a cultura do café especial, do pé ao paladar.



2.7.2 – Estrutura de Comercialização

A relação com microtorrefações que valorizam o trabalho e o relacionamento com o pequeno produtor de café especial, como mencionado nas entrevistas, é encontrada no Sítio Santa Rita da maneira a seguir:

- 77% café cru, vendido a microtorrefações no mercado interno
- 20% café cru, vendido a microtorrefações para exportações
- 3% café grão torrado – marca Sítio Santa Rita



Fonte: Gráfico elaborado pela pesquisadora a partir dos dados coletados (2019).

2.8 Quality turn

A demanda por alimento cresce constantemente e, para driblar a concorrência, as marcas apostam na diversidade dos produtos e estratégias que atendam às exigências do mercado. Nesse sentido, existe a pressão para o fornecimento de um produto de qualidade, oferta de um produto que cumpra com as características de um alimento saudável, bem como a possibilidade de se conhecer a origem dos ingredientes que compõem o alimento.

Dessa forma, observa-se uma mudança na demanda de alimentos industrializados para a demanda de um sistema agroalimentar alternativo, em que se prioriza a comercialização das cadeias curtas, implicando a estratégia de re(conexão) entre o produtor e o consumidor final (DORNELES et al., 2017).

Esse movimento *quality turn* ganha destaque a partir de 1990, conhecido no Brasil como virada da qualidade. Esse sistema agroalimentar alternativo possibilita, sobretudo, o desenvolvimento das economias locais pelo curto circuito, bem como evidencia os valores sociais, ambientais e tradição local. Assim, um movimento com destaque na qualidade alicerçada na confiança, uma transação comercial com base

no consumo de relacionamento entre produtores e clientes (DORNELES et al., 2017, apud GOODMAN, 2002).

Também, o *quality turn* é considerado um conjunto de relações e valores relacionados ao produto; ao lugar; e ao processo (*know-how-do*), ou seja, o saber fazer inerente a região de origem do produto (DORNELES et al., 2017, apud ILBERY et al., 2005). Uma relação comercial de confiança, reconexão e tradição local.

3. METODOLOGIA

3.1 Pesquisa exploratória

O presente trabalho é uma pesquisa social aplicada, no nível de pesquisa exploratória, tendo em vista que este estudo se propõe a apurar os elementos condicionantes em relação à produção de cafés especiais na Região da Serra do Caparaó.

Segundo Gil (1995), a pesquisa social aplicada serve para o uso das descobertas da pesquisa social pura. Busca-se, portanto, como pesquisadora e atuante no ramo cafeeiro, investigar a especialização de cafés em meio ao cenário de commodities do café tradicional.

O objetivo central da pesquisa exploratória é “desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias [sic], com vistas na formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores”. (GIL, 1995, p.44).

Consoante com o mesmo autor (1995), não há planejamento rígido e geralmente utilizam-se levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso. Além disso, não é comum o uso de procedimentos de amostragem e técnicas quantitativas de coleta de dados. É uma pesquisa com tema com poucos estudos anteriores, dificultando a acuidade de hipóteses.

Os estudos exploratórios são “todos aqueles que buscam descobrir ideias e soluções na tentativa de adquirir maior familiaridade com o objeto de estudo” (WESLEY R.S. FREITAS, 2011 apud SELTZ; JAHODA; DEUTSCH, 1974):

A pesquisa deve organizar os dados buscando um conteúdo sistêmico, ou seja, boa teoria, bons problemas, boas hipóteses e assim estruturá-las de forma adequada. (KERLINGER, FREDN – 2003)

Nesse sentido, Kerlinger afirma a preocupação em garantir a validade da pesquisa, começando pela compreensão do objeto de estudo, o que deve ser alcançado nos resultados do trabalho. O ponto negativo da pesquisa qualitativa é o caráter narrativo, por isso o desafio de uma interpretação com validade sem viés por parte do pesquisador.

Considerando-se a falta de precisão para hipóteses para o estudo da produção de cafés especiais no Sítio Santa Rita, opta-se pela pesquisa exploratória como nível de pesquisa em que se exige, em contrapartida, o aprofundamento do estudo mediante levantamento de dados, “revisão da literatura, discussão com especialistas e outros procedimentos.” (GIL, 1995, p.45)

Faz-se, portanto, a “formulação de hipóteses significativas para posteriores pesquisas” com o objetivo de “familiarizar-se com o fenômeno ou obter uma nova percepção dele e descobrir novas idéias [sic].” (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007)

Adota-se para esta pesquisa exploratória o método qualitativo, visto que ela é desenvolvida em ambiente natural (Sítio Santa Rita), com a presença do pesquisador para coleta de dados por meio de entrevistas semiestruturadas com os integrantes da família do sítio. Sendo assim, foi realizada uma viagem, no mês de fevereiro de 2019, com rota de difícil acesso, e com duração de viagem de 24 horas de ida, ao município de Pedra Menina ES/MG, e 24h de retorno a Brasília, e apenas um dia e meio para que a entrevista (duração de 8 horas) fosse realizada com os membros da família Lacerda.

Essas características e outras características da pesquisa qualitativa são mencionadas por Creswell (2010):

a) ambiente natural – “os pesquisadores qualitativos tendem a coletar dados no campo e no local em que os participantes vivenciam a questão do problema que está sendo estudado” (p. 208);

b) o pesquisador como um instrumento fundamental – a presença do pesquisador qualitativo na coleta dados “por meio de exame de documentos, de observação do comportamento ou de entrevista com os participantes” (p. 208). Pode haver ou não o uso de protocolo elaborado pelo pesquisador;

c) múltiplas fontes de dados – diversificação no uso de fontes, como entrevistas, observações e documentos, e o posterior exame e estruturação do pesquisador;

d) análise de dados indutiva – o pesquisador utiliza o banco de dados de maneira não categórica até obter “um conjunto abrangente de temas” (p. 208);

e) significados dos participantes – o pesquisador se foca no significado que os participantes atribuem ao problema ou questão, e não ao significado atribuído pelo próprio pesquisador ou encontrado na literatura;

f) projeto emergente – existe a flexibilidade no processo da pesquisa devido à possibilidade de o pesquisador mudar questões, locais visitados e formas de coleta;

g) lente teórica – uso frequente de *lentes*, como conceitos de cultura e gênero, ou ainda “identificação do contexto social, político ou histórico do problema que está sendo estudado” (p. 208);

h) interpretativo – o pesquisador interpreta os dados investigados. “Suas interpretações não podem ser separadas de suas origens, história, contextos e entendimentos anteriores” (p.208). Os leitores e participantes também interpretam o que foi relatado na pesquisa;

i) relato holístico – o pesquisador esforça-se em ampliar o quadro do problema ou questão estudada, ou seja, abranger “o relato de múltiplas perspectivas, a identificação dos muitos fatores envolvidos em uma situação, e, em geral, o esboço do quadro mais amplo que emerge.” (p. 208).

Considerando-se as características acima, utilizam-se para este estudo, predominantemente, as características a seguir:

- ambiente natural – o Sítio Santa Rita, na Serra do Caparaó;
- a presença do pesquisador no campo para a coleta de dados por meio de entrevistas semiestruturadas com participantes (integrantes da família do sítio). O pesquisador não possui um protocolo, mas direciona as perguntas das entrevistas de acordo com as expertises dos participantes;

- múltiplas fontes de dados – o pesquisador utiliza diferentes fontes, como entrevistas, observação e literatura sobre o cenário do café aliada ao documento privado (o diário de campo);
- interpretativo – o pesquisador traz sua vivência de trabalho com o café como estudioso, consultor e barista.

Consoante com a pesquisa qualitativa, na coleta de dados identificam-se “os locais ou os indivíduos *intencionalmente selecionados*.” (CRESWELL, 2010, p.212). Não há a necessidade de uma seleção aleatória com muitos participantes para uma amostra, como na pesquisa quantitativa.

Os dados qualitativos são coletados em campo, não seguem planejamento rígido e resultam de observações qualitativas “em que o pesquisador faz anotações de campo sobre o comportamento e as atividades dos indivíduos no local de pesquisa.” (CRESWELL, 2010, p.214). Essas anotações compõem o documento pessoal do pesquisador, seu diário de campo, com as reflexões posteriores às observações ou *notas reflexivas*: ‘especulação, sentimentos, problemas, ideias, palpites, impressões e preconceitos’; os pensamentos pessoais do observador, segundo Bogdan e Biklen (1992 apud CRESWELL, 2010, p.121). Além disso, as entrevistas qualitativas são semiestruturadas, realizadas com cinco colaboradores (quatro membros da família produtora de café, do Sítio Santa Rita, e um vizinho, também produtor), por meio de materiais audiovisuais, como gravação de áudio e fotografias.

O pesquisador utiliza um “protocolo observacional”, mencionado pelo mesmo autor (2010, p.215) para descrição do *locus* da pesquisa e suas respectivas atividades, além de descrever o microclima favorável ao *terroir* do café – conferir referencial teórico

Ainda consoante com o autor (2010, p.226), existe a necessidade de validar o estudo com estratégias, como a triangulação de dados. No caso deste estudo, busca-se triangular as entrevistas, a observação e o documento pessoal do pesquisador (neste caso, os registros de campo, com as notas reflexivas do autor).

As características que estruturam a pesquisa qualitativa embasam os métodos desta pesquisa exploratória.

A contextualização do cenário deste estudo e dos participantes, bem como a relevância do consumo de experiência e a descrição das variáveis do cenário do café serão apresentados no próximo capítulo.

4. CONTEXTUALIZANDO O LOCUS DA PESQUISA: SÍTIO SANTA RITA – CAFÉS ESPECIAIS

4.1 Serra do Caparaó

A região da Serra do Caparaó (MG) – onde fica situado o Sítio Santa Rita, está localizada no Parque Nacional do Caparaó (PARNA Caparaó), uma unidade de Conservação (UC) ambiental, situada na divisa entre os estados de Minas Gerais e Espírito Santo, com uma área de 31,8 mil ha, constituídos por nove municípios: Divino de São Lourenço, Dolores do Rio Preto, Ibitirama, Irupi e Lúna, no Espírito Santo; Alto Caparaó, Alto Jequitibá, Caparaó (Serra do Caparaó), próximo à Pedra Menina, e Espera Feliz, em Minas Gerais. A região ao redor do PARNA Caparaó é de elevada altitude e possui clima tropical de altitude, com verão chuvoso e inverno seco, ou seja, um conjunto de condições favoráveis e com vocação para a produção do café especial, haja vista o aglomerado de produtores premiados em concursos de qualidade do café (SIMÃO et al., 2017apud FOLHA VITÓRIA, 2013; AQUIES, 2014).

Esta região apresenta características de pequenas propriedades, com o núcleo familiar em suas decisões produtivas, e tem no café sua grande força econômica e turística (REUTERS, 2018).



Fonte: <http://www.hospedagensomdasaguas.com.br/Turismo.aspx>



Região com foco no café e no turismo
Foto da visita técnica – torrefação Together Brasília – 07/2018

De acordo com a análise, a região Serra do Caparaó possui características relevantes à produção de café, tais como solo, microclima e relevo montanhoso, porém não são exclusivas para uma eficiente implementação da cultura de um café diferenciado. Sendo assim, o setor especializado não é uma realidade por grande parte dos produtores locais. Diante dos relatos deles, é unânime que a produção do café especial vai muito além dos tratos culturais; por isso, as palavras que soam como poesia e trazem o empoderamento ao produtor são *carinho*, *capricho* e *dedicação aos processos* e *consistência sensorial*, traduzindo o real significado de serem especiais do pé de café ao paladar.



“Café e pessoas” – do produtor ao consumidor
Foto do arquivo pessoal do Sítio Santa Rita – 03/2018

Nesse sentido, o marketing de relacionamento, mencionado no capítulo 2, é uma estratégia de comercialização do Sítio Santa Rita, cuja principal força competitiva está na habilidade em concentrar os elos da cadeia produtiva no mesmo ambiente da unidade cafeeira, proporcionando ao consumidor final uma experiência completa. Por isso, é necessário um controle rigoroso das atividades, bem como suas peculiaridades. Sendo assim, cada membro da família desempenha uma função, de acordo com a respectiva expertise. A base familiar cumpre um importante

papel, ou seja, cada membro, cujo sucesso pode ser atribuído a essa coletividade nos negócios.

Vale ressaltar que esse empreendimento é tratado com gestão empresarial, em que o núcleo familiar ganha características de uma empresa. Por esse motivo, com base em decisões desse núcleo, a qualidade se tornou uma meta e, a partir da capacitação e investimentos, a produção de café em grande escala deu lugar aos microlotes de café especial.

A decisão de migrar do setor commodities para o nicho de cafés diferenciados exigiu um processo de desenvolvimento e busca pela qualidade e consistência nos processos produtivos. Uma das características do setor de café especial é o consumo de relacionamento, ou seja, a valorização do produtor e da origem por parte do consumidor final. A unidade produtiva, o Sítio Santa Rita, tem como foco a transação do café cru. Sua maior clientela, no entanto, também busca o reconhecimento na qualidade final do café torrado. De acordo com a fala do produtor Jhone Lacerda, a marca investe no “consumo de relacionamento”, em que a relação com o consumidor é uma estratégia de divulgação da marca. Nesse sentido, resulta em uma negociação de “curto circuito”, ou seja, as transações são realizadas em um maior entrosamento do homem do campo (produtor) e o ambiente urbano, estimulando o contato face a face com o consumidor final.

Nesse cenário, a dinâmica do café especial prima pelos valores de relacionamento, a exemplo da marca Sítio Santa Rita - Cafés Especiais, cujos processos estão acima das questões financeiras, ou seja, compõe um conjunto de elementos além dos fatores econômicos, como consistência e garantia de qualidade, credibilidade da marca, confiança, compromisso com o consumidor final e experiência do ritual do café. O setor de café especial, espontaneamente, paga por um valor justo, disposto a remunerar toda a cadeia produtiva. Os envolvidos nas transações acreditam na honestidade desses processos e tratos culturais.

Os depoimentos evidenciam que a busca por vantagem competitiva resulta em produzir valor agregado, ou seja, qualidade e diversidade sensorial do café. Em contrapartida evita a dependência dos preços do café commodity – características homogêneas de uma matéria-prima bruta, ainda assim, esse arranjo comercial é adotado por um pequeno contingente de produtores da região da Serra do Caparaó.

Há um século dedicado à cultura do café, o Sítio Santa Rita - Cafés Especiais busca, ao longo do tempo, eficiência produtiva e continuidade a esse legado.

Atualmente, o desafio está na busca pela sustentabilidade aos empreendimentos com café. O êxito na sucessão familiar é um traço forte desse empreendedorismo, que é investigado nesta pesquisa exploratória. Segundo Jhone Lacerda, filho sucessor do Sítio Santa Rita, “o êxito desta sucessão está no entrosamento: os filhos têm que querer e os pais têm que permitir, mas a explosão acontece quando trabalham juntos!”.



Sr. Tarcísio (pai) e Jhone (filho)
Foto do arquivo pessoal do Sítio Santa Rita – 03/2018



Transmissão de Patrimônio – conhecimento transmitido para manutenção do legado – Dia Nacional do Café (24/05/2018)
Foto do arquivo pessoal do Sítio Santa Rita

4.2 Colaboradores: integrantes da família

Sr. Tarcísio Lacerda:

Patriarca da família, responsável pelos tratos culturais: controle de pragas, doenças, e fertilização do solo. Também lida com as escolhas das variedades plantadas, manejo dos talhões e colheita. Sua liderança está pautada na extensa experiência e saber empírico passado de pai para filho, um legado vindo de quatro gerações. O fato de ter estudado até o quarto ano primário, não foi limitante para o seu eficiente desempenho na lavoura; ao contrário, o Sr. Tarcísio possui um papel relevante de liderança e gestão na unidade produtiva.

Ele menciona o fato de ser motivado pelo filho, Jhone, a investirem na produção de café especial: “Eu, naquela época, achei que tudo era um sonho, mas como o sonho era bonito, eu comecei a sonhar junto!” (Tarcísio Lacerda – produtor).

Jhone Lacerda:

Filho do produtor Tarcísio, formado no curso técnico em Cafeicultura pelo Instituto Federal do Espírito Santo - IFES (município de Alegre). É responsável pela migração do café commodity para o café especial. Quando decidiu sair da cidade para o campo, em uma conversa com o pai, mencionou que, na lida com o café, teria melhores resultados que o pai. Desde que assumiu a função no pós-colheita, seu foco sempre foi a busca pela qualidade, consistência nos processos e experimentos sensoriais. Jhone Lacerda é responsável pelo forte traço de empreendedorismo aplicado no beneficiamento do grão, uma forma de gerar valorização à bebida, bem como complexidade sensorial.

Fred – marido da Miriam:

Formado em Farmácia pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Alegre - FAFIA (município de Alegre/ ES), também mestre de torra, profissional responsável por cuidar dos perfis de torra do café. Também cuida do controle de qualidade da bebida, ou seja, dar continuidade ao sensorial proposto pelo processamento do café no campo. Recentemente, nas localidades do sítio, foi realizado o empreendimento de uma cafeteria, cujo nome é A Cafeteria.

Miriam:

Filha do produtor Tarcísio, formada em Turismo pela Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG (município de Carangola/MG). É responsável pela parte burocrática, pela contabilidade e as transações comerciais. Em seu depoimento, ressalta o fato de a produção de café especial proporcionar qualidade de vida e oportunidade no cenário internacional, ao dizer que “até pouco tempo, meu sonho de adolescente era conhecer o Rio de Janeiro. Hoje o mercado de café especial trouxe a oportunidade de nossa marca ser conhecida em outros países”.

Afonso de Abreu Lacerda:

Um membro da marca premiada – Sítio Forquilha do Rio, conhecida pelas diversas premiações de qualidade do café na região da Serra do Caparaó. Tem como característica o núcleo familiar em suas decisões e julga ser importante o papel de coletividade nos negócios. Na entrevista, deixa evidente que o segredo do sucesso nos concursos de qualidade é dedicar-se aos processos de beneficiamento do grão com que tem intimidade, a exemplo do processamento Natural e Cereja Descascada. Em seu depoimento, diz que “em nossa região, toda árvore produz um fruto especial; porém, para ter um café especial, o trabalho deve ser especial”.

4.3 Foco na qualidade

“A colheita é outra atividade decisiva para a qualidade do café. O trabalho ocorre de maio a dezembro, ou seja, uma colheita longa, que se espalha ao longo do ano”. Assim, o foco na qualidade é uma estratégia adotada pela maioria dos sítios. “Atualmente, a produção de cafés especiais já faz parte do dia a dia de um pequeno contingente de, em média, 150 produtores” (Sr. Tarcísio – o produtor). Esse número só tende a aumentar nos próximos anos. É uma maneira de melhorar a renda e a qualidade de vida de milhares de famílias de pequenos produtores de café. Com os bons resultados na qualidade de vida, os jovens dessas famílias não têm vontade de deixar o campo. Um mecanismo que diminui a incidência do problema de “envelhecimento do campo”. (MAPA, 2018)

“A consequência dos movimentos migratórios rurais resulta no envelhecimento e na masculinização da população que vive no campo. Nesse sentido, são cada vez mais os jovens que vêm deixando o meio rural e entre estes é preponderante a participação das mulheres.”. (IPEA, 1999)

4.4 Manejos do cafeeiro contra pragas e doenças

“O clima de serra (Serra do Caparaó, de 1400m de altitude, na divisa dos estados do Espírito Santo e Minas Gerais, rota do Pico da Bandeira) tem como vantagem a ausência de pragas, como a broca, e doenças, como a ferrugem, que são comuns pelo país afora. O solo da região, sobretudo, é muito bom, mas não adianta uma planta dar um fruto especial se os tratos culturais não forem especiais” – afirma um produtor local (Afonso de Abreu Lacerda – Sítio Forquilha do Rio).



Campeão Café de Qualidade – Serra do Caparaó
Afonso de Abreu Lacerda

Foto do arquivo pessoal do Sítio Santa Rita – 11/2019



Sítio Forquilha do Rio – participação em campeonatos, diversas premiações em qualidade
Foto de Sulayne – 02/2019

Em um determinado período da lavoura, a maior ocorrência de pragas é o bicho-mineiro do cafeeiro, *Leucoptera coffeella* (MELO et al., 2007), uma importante praga que ameaça o cafeeiro nos principais países produtores, especialmente no Brasil e em alguns países da América Central e do continente africano.

As lagartas vivem dentro de lesões ou minas foliares. Os danos causados nas folhas causam diminuição da área foliar, queda de folhas e, conseqüentemente, diminuição da fotossíntese, resultando em queda de produção (Reis e Souza, 1998). Opta-se, por essa razão, por se utilizarem alternativas de controle biológico, evitando, em muitos casos, o uso de defensivos agrícolas. Para esse controle biológico, como estratégia, são utilizados os inimigos naturais do bicho-mineiro: as vespas e parasitoides. (TUELHER, 2003) – conferir seção 2.3 sobre o café especial.



Tratos Culturais – manejo do solo e da planta
Foto de Sulayne – 02/2019



Controle das Lavouras – fertilização do solo
Foto de Sulayne – 02/2019



Lavoura – controle de pragas e doenças “Sem Agrotóxico” (SAT)
Foto de Sulayne – 02/2019

4.5 Perfil empreendedor: fortes traços de inovação empreendedora

No Sítio Santa Rita, os produtores Jhone e o pai, Tarcísio Lacerda, desenvolvem equipamentos voltados ao pós-colheita com foco na qualidade. Inovações que vão além da produção de café. Seguem, portanto, desempenhando o papel de inventores e também disseminadores, de forma gratuita. “Patenteamos um secador para microlotes, com capacidade total de 30 litros, feitos de madeira reflorestada, cujo objetivo é facilitar a secagem num ambiente de muita umidade, característica de regiões montanhosas. Para todos os produtores que vêm aqui, nós explicamos como funciona”, afirma Jhone.



Sr. Tacísio Lacerda – produtor
Foto de Sulayne – 02/2019

Juntos, pai e filho também criaram uma esteira para separação de grãos (beneficiamento), um software para medir a temperatura e experimentos em perfil de fermentação (REVISTA ESPRESSO, 2017).

O empreendedorismo está relacionado à inovação e também ao fato de assumir riscos, característica comum aos produtores que resolvem migrar do café commodities em busca do valor agregado ao se produzir o café especial, a exemplo do Sítio Santa Rita, e alguns produtores da região da Serra do Caparaó. Segundo estudos, o empreendedor é o indivíduo capaz de identificar uma oportunidade de negócio, bem como assumir os riscos e as incertezas, inerentes aos empreendimentos investidos. (SCHUMPETER, 1971, apud BALIEIRO, 2018) No mundo globalizado, organizações e sociedades foram induzidas a buscar novas abordagens para incorporarem as novas tecnologias e mudanças em seus processos operacionais. (SCHUMPETER, 1971, apud BALIEIRO, 2018). Nesse

sentido, o setor de café especial exige mudanças em seus arranjos produtivos, resultando em qualidade para a bebida. Por isso, de acordo com os depoimentos relatados no estudo de caso, “a palavra comodidade não cabe à cultura de um café diferenciado, pois, o café especial merece um tratamento especial” (conferir os dados e reflexões da pesquisadora no capítulo 5).

4.6 Migração do café commodity para a produção do café especial

O Sítio Santa Rita tem como vantagem competitiva a produção dos cafés especiais, um arranjo comercial, também adotado por um pequeno contingente de produtores locais. A opção em produzir cafés especiais como estratégia de evidenciar o trabalho em torno do valor agregado, bem como a qualidade e diversidade sensorial do café; em contrapartida, evitar a dependência dos preços do café commodity (características homogêneas).

Sendo assim, migram do setor commodity, voltado apenas à produtividade, para um patamar orientado à diferenciação e valoração da qualidade, porém esse pequeno produtor (Sítio Santa Rita) de café especial passa da categoria de tomador de preço, em um mercado de elevada intermediação e multinacionais, para um novo conceito denominado *quality turn*, ou seja, a reconexão entre produtores e consumidores, como as cadeias curtas. (DORNELES et al., 2017). É um novo olhar com foco na diferenciação do consumo de relacionamento e acesso ao campo.

O Sítio desempenha todos os elos do processo produtivo até o consumidor final. O controle e a manutenção das etapas, portanto, é o que possibilita a sustentabilidade da marca.

4.7 Vantagens competitivas

Além da ausência de pragas, o solo da região é rico em nutrientes e os aspectos de capacitação e arranjos agrícolas adequados são preponderantes para alcançar autonomia e valor agregado.

São comuns a esta região lotes de café vendidos com o “sobrepço médio que varia entre 30% e 40% a mais em relação ao café cultivado de modo

convencional” (GUIMARÃES, E. R. et al., 2016) devido à sua especialização, resultando em valor agregado e aumento da margem de lucro em sua comercialização. Privilégio de quem está em uma região que se firma como produção de qualidade de cafés especiais.

5. DO PÉ DE CAFÉ AO PALADAR: A ROTA DO CONSUMO DE EXPERIÊNCIA COM O CAFÉ ESPECIAL

5.1. Registros de campo

Os registros de campo, realizados no mês de fevereiro de 2019, apresentam uma análise do processo produtivo do Sítio Santa Rita e buscam entender se o conjunto de condições favoráveis, tais como clima, solo e altitude, são fatores preponderantes e determinam valor agregado pertinente ao setor de cafés especiais na Região da Serra do Caparaó.

Dessa forma, foi realizada uma viagem, também no mês de fevereiro de 2019, com rota de difícil acesso, e com duração de viagem de 24 horas de ida, ao município de Pedra Menina ES/MG, e 24h de retorno a Brasília, e apenas um dia para que a entrevista fosse realizada com os membros da família Lacerda.

Nesse sentido, foi elaborado um questionário semiestruturado e com respostas abertas, para que os elementos da pesquisa pudessem ser esclarecidos. Os registros de campo trouxeram a oportunidade de acompanhar a rotina da lavoura, conhecer os colaboradores da pesquisa e o ambiente da unidade produtiva.

5.1.1 Notas reflexivas

Faz-se uma análise à luz do cenário do café especial, que relata a busca por vantagens competitivas que resultem em qualidade de vida ao pequeno produtor.

Por meio do depoimento transmitido no vídeo sobre a produção dos cafés especiais (EMATER – MG, 2018), o produtor Jhone Lacerda, do Sítio Santa Rita, declara o valor agregado como estratégia de negócio, a partir da dedicação e esmero aos processos de produção de cafés especiais na Região da Serra do Caparaó, em que se observa o conceito de consumo de relacionamento (café e pessoas), uma estratégia que vai além do produto.

Esse cenário tem como evidência as características de valor agregado, qualidade e diversidade sensorial do café. Em contrapartida, evita-se a dependência dos preços do café commodity.

Em análise, observam-se fatores peculiares às regiões cafeeiras no setor do café especial, a exemplo de lavouras vendidas por um preço maior, pois os cafeicultores conseguem “conquistar compradores que estejam dispostos a pagar mais por um produto de qualidade e com característica diferenciada”. (GUIMARÃES, 2016 apud OLIVEIRA; OLIVEIRA; JESUS, 2004)

Um exemplo clássico da região Serra do Caparaó é a contemplação do conjunto de condições favoráveis para a produção de cafés especiais, que pode ser utilizada como uma estratégia de marketing e une o conjunto de características conhecidas como *terroir* do café ao saber fazer. (FORNASIER, 2011)

Atualmente, uma pequena parcela dos produtores de café dessa região optou por “contrapor a lógica das commodities”, isto é, seguir a linha da qualidade superior, diferente da ideia de características homogêneas da matéria-prima bruta (COGUETO, 2014).

Segundo Coguetto (2014), a agregação de valor confere maior autonomia e identidade aos pequenos cafeicultores se comparado ao tradicional comércio de café commodity. Nesse sentido, a descomoditização da produção resulta em novos canais de intermediação em torno dos cafés especiais, possibilitando o curto circuito, é dizer, a aproximação do produtor com o consumidor final.

Segundo o patriarca do Sítio Santa Rita, Tarcísio Lacerda, em 2005, a rota dos empreendimentos com café começou a mudar, dessa forma, surge a necessidade da descomoditização, ou seja, a decisão em trazer valor agregado à matéria-prima bruta. Desde então, a qualidade passou a ser uma meta aos negócios

da família. No entanto, somente em 2012, conquistaram a abertura no mercado de café especial, apostando em parcerias com cafeterias e microtorrefações, uma estratégia de negócio que estabeleceu o consumo de relacionamento com o cliente.

De acordo com Jhone Lacerda, a relação da marca Sítio Santa Rita vai além da oferta do café, visto que “o peso do relacionamento com a nossa marca, está cada vez maior, a escolha de comprar nosso café está além do sensorial da bebida”.

A estratégia em fidelizar o cliente está, sobretudo, alinhada ao conceito de Marketing de Relacionamento. Nesse sentido, a gestão do núcleo familiar está focada na consistência dos processos e na padronização do produto. Segundo Jhone, “as transações estão pautadas na credibilidade da marca, na confiança, no trabalho sólido e na história da família no cenário da cultura do café.”.

Observa-se a ideia do consumo de relacionamento quando, em depoimento sobre a marca, o produtor Jhone diz que “mais do que a venda do produto, temos a relação entre o café e as pessoas”.

É unânime por parte dos entrevistados que o sucesso nos negócios com café especial é resultado de um trabalho em equipe, cuja divisão do trabalho facilita o desenrolar dos processos na unidade produtiva. Dessa forma, cada membro da família desempenha uma função, de acordo com sua expertise (ver seção 4, sobre os colaboradores da pesquisa).

CONCLUSÃO

Este estudo baseou-se na pesquisa exploratória do Sítio Santa Rita, na Serra do Caparaó, utilizando-se métodos qualitativos por meio da visitação ao ambiente natural, da observação do comportamento dos participantes em suas respectivas funções na unidade produtiva, e das entrevistas semiestruturadas e refletidas com o suporte dos registros de campo.

Em abordagem direta, expondo os objetivos da pesquisa aos colaboradores, a pesquisadora investigou os condicionantes para a produção de um café diferenciado e os fatores *qualidade de vida e bem-estar* do pequeno produtor no Sítio Santa Rita.

Assim, o *terroir* (clima, solo e altitude), um dos condicionantes para a produção do café especial, não é exclusividade para a obtenção desse café diferenciado.

Constatou-se que a dedicação aos tratos culturais no pós-colheita resultam em uma bebida de qualidade sensorial, o que é exigido no mercado especial: *a) cafés produzidos em regiões de microclimas, que resultam em cafés sensoriais peculiares, livres de defeitos; b) bebida mole/estritamente mole (sabores agradáveis e específicos), decorrentes dos processos produtivos e do pós-colheita; c) pontuação acima de 80, com escala de 0 a 100 – características mencionadas no capítulo sobre café especial.*

Na região da Serra do Caparaó, em função do clima de serra, solo rico em matéria orgânica e relevo montanhoso, toda árvore produz fruto especial, porém o café será de qualidade especial se houve um trabalho de pós-colheita especial.

Constatou-se também que a qualidade de vida e o bem-estar trazem valor agregado ao café especial, diferente da acomodação do setor commodity. Um acordo espontâneo do comércio justo, em que toda a cadeia se remunera, proporcionando qualidade de vida e bem-estar ao produtor, bem como aos diversos indivíduos do sistema agroindustrial desse setor cafeeiro.

Em sua análise interpretativa, a pesquisadora, por meio da triangulação de fontes (entrevistas, observações e registros de campo com *notas reflexivas*), atribuiu novo significado ao conceito de que a região da Serra do Caparaó, de modo geral, produzia café especial. O cenário atual, porém, apresenta menos de 1% dos

produtores, no contingente de 25.000 (retomando a fala do patriarca Tarcísio Lacerda), produz o café especial.

Observou-se que a Serra do Caparaó tem potencial para ser o portal para a produção de café especial no Brasil e no cenário internacional por meio da agricultura familiar. No entanto, grande contingente dos produtores cafeeiros da região está voltado para o setor de commodity, sendo o interesse deles em investir no valor agregado a chave para a validação desse portal.

As múltiplas atividades (integração vertical) desempenhadas no sítio dão a oportunidade de se realizarem projetos de consumo de relacionamento e de turismo, almejado pela família Lacerda.

A percepção é de que o aspecto de coletividade – intrínseco à agricultura familiar – traz eficiência à produção, pois cada membro desempenha uma função de acordo com sua expertise.

Constatou-se a qualidade de vida e o bem-estar dos membros da família Lacerda, no Sítio Santa Rita. Um exemplo é a fala de Miriam, filha do produtor, que antes de investirem [os membros da família] no café especial, jamais imaginaria se “abrir para o mundo com a própria marca”.

Ressalta-se, então, a importância do consumo de relacionamentos, uma estratégia do Marketing de Relacionamento que aproxima a marca e o cliente, pois estabelece a fidelização através de um *consumo hedônico* ou *comunicação emocional e de prazer com o produto*.

Espera-se com esta pesquisa contribuir para a reflexão de todos os envolvidos no setor cafeeiro sobre o fato de que o café vai além do produto, visto que o café no Brasil tem um valor sentimental (consumo de experiência) no próprio ritual de encontro de café e pessoas.

REFERÊNCIAS

AAKER, D. A.; KUMAR, V.; DAY, G. S; tradutor: Reynaldo Cavalheiro Marcondes. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 2013.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE CAFÉ. **Consumo de café cresceu quase 5% no país no ano passado**. Disponível em: < <http://abic.com.br/consumo-de-cafe-cresceu-quase-5-no-pais-no-ano-passado-diz-abic/>> Acesso em: 5 jul. 2019.

ALVES et al. **Características ambientais e qualidade da bebida dos cafés do estado de Minas Gerais**. Disponível em: < <http://www.epamig.ufla.br/geosolos/publicacoes/2011/3.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2018.

BALIEIRO, G. **A teoria do empreendedorismo e sua aplicabilidade no mercado de cafés especiais**. 2018. 85 f. Dissertação de mestrado – Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2018.

BOGDAN, R. S.; BIKLEN, S. **Investigação qualitativa em educação**: uma introdução à teoria e aos métodos. 12.ed. Porto: Porto, 2003.

CARVALHO, J. P. **Campo organizacional e adoção de Indicação Geográfica (IG)**: um estudo sobre a produção de cafés especiais no Brasil. 2016. 221f. Tese de doutorado. Universidade de São Paulo, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto, São Paulo, 2016.

CERVO, A. L. BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

COGUETO, Jaqueline Vigo. **Indicação geográfica e cafés especiais**: circuito espacial produtivo e círculos de cooperação dos cafés da Região da Serra da Mantiqueira de Minas Gerais. 2014. 165 f. Dissertação de mestrado - Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 1994.

CONSELHO DOS EXPORTADORES DE CAFÉ DO BRASIL. **Relatório mensal maio 2019**. Disponível em: <

http://www.sapc.embrapa.br/arquivos/consorcio/informe_estatistico/CECAFE_Relatorio_Mensal_MAIO_2019.pdf> Acesso em: 5 jul. 2019.

CONSÓRCIO PESQUISA CAFÉ. **Área explorada com produção dos Cafés do Brasil ocupa 1,84 milhão de hectares em 2019**. (2019). Disponível em: <

<http://www.consorciopesquisacafe.com.br/index.php/imprensa/noticias/933-2019-06-26-12-40-29>> Acesso em: 5 jul. 2019.

CONSÓRCIO PESQUISA CAFÉ. **Exportação dos Cafés do Brasil cresce 40% de janeiro a maio de 2019 se comparada com o período anterior**. Disponível em: <

<http://www.consorciopesquisacafe.com.br/index.php/imprensa/noticias/932-2019-06-12-17-52-54>> Acesso em: 5 jul. 2019.

CRESWELL, J. W. **Research design**: qualitative, quantitative and mixed methods approaches. California: Sage, 2003.

DORNELES et al. Quality turn e seus desdobramentos sobre o sistema agroalimentar tradicional: a re(conexão) entre produtores e consumidores, **Revista ZOOTec (online)**, Santos, **Anais...**: [s.n.] 2017. P.1-4. Disponível em: <
https://www.researchgate.net/publication/328445417_Quality_Turn_e_seus_desdobramentos_sobre_o_sistema_agroalimentar_tradicional_a_re_conexao_entre_produtores_e_consumidores_Quality_turn_and_it's_developments_on_the_traditional_agricultural_system_the_>. Acesso em: 15 nov. 2018

FLORIANI, O. P.; RODRIGUES, L. C. **Sucessão empresarial**: processo sucessório em empresas familiares. 1º EGEPE, Maringá, **Anais...** Paraná: FURB, 2000. P. 299-312.

FORNASIER, C. B. R. **Sistema de integração do conhecimento organizacional pelo design thinker**. 2011. 340 f. Tese de doutorado – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011. Disponível em: <<http://btd.egc.ufsc.br/wp-content/uploads/2011/05/Cleuza-B.-R.-Fornasier.pdf>>. Acesso em: 18 nov. 2018.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

GONÇALVES, M. D. B. **Produção e consumo de café**: uma análise do custo de oportunidade de produção de cafés especiais e convencionais. Disponível em: < <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/26225>>. Acesso em: 18 abr. 2019.

GRAZIANO et al. Programas de endomarketing na indústria de produtos orgânicos: estudo do marketing de relacionamento. **REMark: Revista Brasileira de Marketing**, São Paulo, v. 15, issue 5, p. 626-641, out./dez. 2016.

GUIMARÃES, E. R. et al. A terceira onda do café em Minas Gerais. **Revista Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras: [s.n.] v. 18, n. 3, p. 214-227, 2016.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Êxodo rural, envelhecimento e masculinização no Brasil**: panorama dos últimos 50 anos. **Texto para discussão 0621**. Rio de Janeiro: 1999.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia do trabalho científico**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1992.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing**. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARTINS, A. L. **História do Café**. 1 ed. São Paulo: Contexto, 2008.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MELO, T. L. et al. Comunidades de parasitóides de *Leucoptera coffeella* (Guérin-Mèneville & Perrottet, 1842) (Lepidoptera: Lyonetiidae) em cafeeiros nas regiões Oeste e Sudoeste da Bahia. **Revista Ciência e Agrotecnologia**, Lavras: UFLA, v. 31, n. 4., jul/ago. 2007. Disponível em: < http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-70542007000400004&script=sci_arttext&tlng=es> . Acesso em: 14 out. 2018.

MESQUITA, Carlos Magno de et al. **Manual do café**: colheita e preparo (Coffea arábica L.). Belo Horizonte: EMATER-MG, 2016.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Café no Brasil**. Disponível em: < <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/politica-agricola/cafe/cafeicultura-brasileira>>. Acesso em: 15 nov. 2018.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **População rural envelhece e jovens são minoria no campo**. Disponível em: < <http://www.agricultura.gov.br/noticias/populacao-rural-envelhece-e-jovens-sao-minoria-no-campo>>. Acesso em: 15 nov. 2018.

PAPO DE CAFEICULTOR. Produção de GRUPO 3 CORAÇÕES – MG. [S.l.]. 2019. 14min20s, son., color. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=7R-1Sw7PjWc>>. Acesso em: 10 fev. 2019.

PRODUÇÃO de cafés especiais. Produção de MINAS RURAL EMATER – MG. Sítio Santa Rita, Serra do Caparaó, MG. 2018, 14min20s, son., color. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=WdRWfwownIM&list=PL9xmyyZGs3dODfvjsXoxkY8Wbc0vyd76H>>. Acesso em: 12 ago. 2018.

REUTERS. **Safra de cafés especiais do Brasil cresce, origens fora de MG ganham força**. Disponível em: <<https://br.reuters.com/article/topNews/idBRKBN1HK2KH-OBRTTP>> Acesso em: 14 nov. 2018.

REVISTA ESPRESSO. **Um só Caparaó**. Disponível em: <http://revistaespresso.com.br/2017/04/12/um-so-caparao/>>. Acesso em: 20 nov. 2018

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SAFRA ES. **IG do café do Caparaó está perto de reconhecimento oficial.** Disponível em: < <https://www.safraes.com.br/cafeicultura/ig-cafe-caparao-esta-perto-reconhecimento-oficial>> Acesso em: 5 jul. 2019.

SANCHEZ, A. M. N., **Processo de produção e Processo de Trabalho na Cultura do Café:** uma comparação entre Café Commodity e Café Especial no Sul de Minas Gerais. 2007. 183 f. Dissertação de mestrado – Universidade Federal de São Carlos, São Paulo, 2007.

SANTOS, M. A. dos; FERREIRA, M. A. M. Cafés especiais, governo e mercado: reflexões para a implementação de políticas de valorização da marca “Cafés do Brasil”. **RACE, Revista de Administração, Contabilidade e Economia**, Joaçaba: Ed. Unoesc, v.17, n. 2, p. 643-666, maio/ago. 2018. Disponível em: <http://editora.unoesc.edu.br/index.php/race>>. Acesso em: 14 nov. 2018.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, socialismo y democracia.** Tradução do inglês por Jose Diaz Garcia. 1 ed. Madrid: Aguillar, 1971.

SELLTIZ, C.; WRIGHTSMAN, L. S.; COOK, S. W. **Métodos de pesquisa das relações sociais.** São Paulo: Herder, 1965.

SILVA, S. A. **Terroir de café em lavouras no município de Araponga – MG,** 2012. 123 f. Tese de Doutorado – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2012.

SIMÃO et al. (org.) **Cafeicultura do Caparaó:** resultados de pesquisas. Alegre, ES: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Espírito Santo, 2017.

TUELHER et al. Ocorrência de bicho-mineiro do cafeeiro (*Leucoptera coffeella*) influenciada pelo período estacional e pela altitude. **Acta Scientiarum: Agronomy**, Maringá, v. 25, n. 1, p. 119-124, 2003. Disponível: <<http://eduem.uem.br/ojs/index.php/ActaSciAgron/article/viewFile/2458/1640>>. Acesso em: 15 nov. 2018.

ANEXO

REGISTROS DE CAMPO – pesquisa exploratória

FEVEREIRO DE 2019

1) Dedicados ao setor de café a quatro gerações, um relato de mais de cem anos envolvidos na cultura cafeeira - família Lacerda Sítio Santa Rita. Por isso, dar continuidade ao legado sempre foi um desafio, principalmente em se tratando de “picos de oferta”, cuja lei de oferta e demanda determina os rumos das transações. São comuns em certas culturas, investidores de outros setores serem atraídos em busca de oportunidade nos momentos de queda da oferta, resultando em alta dos preços. Este movimento migratório de investimento implica no aumento da produção, bem como excesso de oferta. Normalmente, quem faz o preço do café oscilar é quem não é produtor, quando atraído pelo setor, aumenta a produção local. Sendo assim, para fugir das oscilações de preço, o produtor busca alternativas para diversificar. A Serra do Caparaó tem como característica a topografia de relevo montanhoso, ou seja, dificulta o manejo em diversas culturas, como: hortifrúti, gado leiteiro, suinocultura, impossibilitando o sucesso da diversificação de cultura local.

2) A entrada no mercado de café especial em 2005 foi marcada por desafios, barreiras à entrada e investimentos sem retorno. Porém, o objetivo da família era “descommoditização”, ou seja, trazer valor agregado à matéria-prima bruta. Nesse sentido, a qualidade se tornou uma meta, e a partir da capacitação e investimentos, a produção de café em grande escala deu lugar aos microlotes de café especial. Somente em 2012, conseguiram abertura no mercado de café especial, apostando na parceria com as cafeterias e microtorrefações.

Segundo o patriarca Tarcísio Lacerda, a divisão do trabalho é o segredo do sucesso de um empreendimento familiar, em que cada membro da família desempenha uma função de acordo com cada expertise. Vale ressaltar que este empreendimento deve ser tratado com gestão empresarial, e o núcleo familiar ganha características de uma empresa.

3) A agricultura familiar tem características peculiares, e a coletividade é um fator específico e marcante no dia a dia das unidades produtivas da Serra do Caparaó. É possível perceber uma relação de trabalho nos moldes de parceria agrícola, conhecida como “meeiro” (ou parceiro agrícola), cujo objetivo é trazer qualidade de vida (QVT) aos envolvidos na produção do café.

Atualmente, o desafio está no controle e garantia de qualidade, busca pela manutenção dos clientes e parceiros, bem como novas oportunidades no setor do café especial. Fatores estes considerados mais relevantes do que a produtividade do setor commodities.

4) A transmissão de patrimônio é uma alternativa utilizada para trazer longevidade aos negócios da família. Dessa forma, o Sítio Santa Rita, através de seu patriarca, alia às experiências do passado, do saber fazer de modo empírico, as facilidades das novas gerações, em lidar com as tecnologias e o mundo virtual. Nesse sentido, será necessário caminharem juntos na passagem desta transição.

Segundo relatos coletados nos registros de campo, os grandes produtores que alavancaram a agricultura do país entendiam que “o filho deveria ser doutor”, porém quando seus pais envelheciam e a agricultura era penalizada pelo insucesso da sucessão familiar.

5) No Sítio Santa Rita, a sucessão familiar é uma realidade de sucesso, havendo um entrosamento dos pais com os filhos, possibilitando continuidade ao empreendimento da família. É comum também um novo modelo de transição, sucessão do negócio, este formato traz a figura do gestor para o núcleo das decisões familiares, uma estratégia que resulta em longevidade ao patrimônio da família.

6) A pesquisa exploratória Sítio Santa Rita – Cafés Especiais tem o empreendedorismo como forte traço no desenvolvimento de suas atividades. Recentemente, decidiram investir em uma área de beneficiamento do café: terreiro, secador, despulpador, maquinário de “rebeneficiamento”. Nesse sentido, o núcleo

familiar busca como estratégia investir em maquinário e estrutura física para que possam, em curto prazo, atender a possíveis demandas futuras.

7) REGIÃO CAPARAÓ - ES/MG (16 municípios – 2,5 milhões de sacas de café / 15 mil produtores – 1% café especial (25 mil sacas – 100 produtores).

Segundo relato, os fatores edafoclimáticos (clima, solo, altitude e umidade) da região não são condição “*sine qua non*” para o desenvolvimento de uma eficiente produção de cafés especiais. Ao contrário, durante muitos anos a Serra do Caparaó foi considerada uma região que produzia café com bebida de péssima qualidade. Com o tempo, alguns produtores investiram no pós-colheita e, por consequência, no valor agregado do café. Dessa forma, esses produtores puderam conquistar novos mercados, além de premiações em concursos (total de 4 produtores) de qualidade do café. Assim sendo, o olhar do mercado se vira para a Região do Caparaó (D.O – Denominação de Origem Região do Caparaó – Associação de Produtores, Sebrae, Emater /MG, Encaper/ES, IFES/ES, Cemar). Os selos ampliam a capacidade de mercado pela preferência nas marcas que utilizarem esse selo de D.O, ou seja, a busca por credibilidade; principalmente, a união da classe dos produtores de café, além da oportunidade de migrar do setor de commodities (matéria-prima bruta) para o especial (valor agregado), e a certeza do potencial em produzir e atender às necessidades do mercado de café especial. Para um universo de média de 15 mil produtores na região do Caparaó, se for organizado todo o contingente de produtores em busca do setor de café especial, “em breve, a Região do Caparaó será o celeiro do café especial no Brasil.”.

A participação nos concursos são estratégias de marketing para o crescimento desses pequenos produtores da região. Atualmente, a BSCA realiza concursos de qualidade na região, favorecendo e motivando as transações na Região do Caparaó.

8) Commodity X Especial:

Na prática, a commodity é um mercado regulador de preço, por isso está nas mãos da figura do especulador, que controla a “oferta e demanda”. Dessa forma, o café está sujeito a variações a todo o momento. Nessa transação, existe a figura do *trade*, ou seja, o exportador que negocia o lote de café com o produtor, por

consequente, detém o poder de travar o preço na Bolsa de Valores através de um percentual pago, o que possibilita essa negociação.

No contexto do café especial, os valores de relacionamento estão acima das questões financeiras, ou seja, um conjunto de elementos além do fator dinheiro, como consistência e garantia de qualidade, credibilidade da marca, confiança, compromisso com o consumidor final e experiência do ritual do café.

“Quem quer produzir Commodity é quem quer viver na comodidade, porque não tem o compromisso com a qualidade”. (Palestra)

O setor de café especial, espontaneamente, paga por um valor justo, disposto a remunerar toda a cadeia. Os envolvidos nas transações acreditam na honestidade dos processos produtivos.

9) Jhone Lacerda

A ida para o campo foi uma escolha natural, o gosto pelo dia a dia e o roçado do café surgiu de forma despreziosa, sem um objetivo aparente “por instinto”, mas a vontade de morar no Sítio só crescia, até que um dia tomou a decisão de ficar de vez no campo (2005). Em 2007, Jhone experimenta uma amostra de café especial, trazido pelo pai de uma cooperativa. A partir deste dia, a história começa a mudar, porque suas únicas referências de café até aquele momento eram de “cigarro, amargor e hábito de pessoa velha” devido à falta de processo, seleção, ou seja, uma referência de café ruim. Dessa forma, em 2008, os questionamentos surgiram seguidos pela busca por capacitação, conhecimento e certificação (Certifica Minas Café – EMATER). Com o intuito de produzir o café especial, foi exigido um cumprimento de regras e a consciência com caráter de empresa na propriedade rural.

2011/2012 – José Alexandre de Lacerda (Forquilha do Rio) - premiação Nacional de Qualidade pela ABIC.

Aproveitando o embalo da premiação local, decidiram, então, investir em um curso de torra e através de um coletivo informal (quatro famílias – 12 pessoas), contrataram um profissional para ministrar o curso de torra (Bruno – Academia do Café/ BH). Desde então, o universo do café especial expande a mente de todos os

envolvidos – Montanhas do Caparaó (marca coletiva) – e, dessa forma, a virada acontece em 2013, ao participarem de uma grande feira de café especial – SIC (Semana Internacional do Café).

CONTINUAÇÃO Perfil empreendedor – desde menino, sempre gostou de inovar e melhorar os processos. O Instinto inovador é passado de pai para filho, porque o Sr. Tarcísio (patriarca) sempre teve uma forte característica inovadora e de empreendedor. Critérios relevantes à produção de um café especial (60% da produção do Sítio Santa Rita) - **colheita do fruto maduro e pós-colheita – PONTO-CHAVE.**

Entender o processo é uma rotina na produção de café especial – o investimento está mais no “capricho” do que no maquinário.

A vivência na SIC trouxe uma descoberta no processo Natural, segundo a fala de um pesquisador palestrante, em dizer que “pra ser especial, o processamento Natural tem que ser fermentado”. Surge, então, a evolução nesse processo de fermentação através de experimentos. Atualmente, o carro chefe da marca “Sítio Santa Rita – cafés especiais” é o sensorial “Salada de Frutas”, um processo de fermentativo controlado, que alavancou a marca e conquistou o mercado do café especial.

ÁUDIO 3 – JHONE

Um bom entrosamento das gerações (pais e filhos) - impacta no sucesso dos negócios em família.

As características privilegiadas (terroir) da região da Serra do Caparaó são relevantes, porém não são exclusivas para realizar a produção de café especial “**pós-colheita e capricho**”. ÊXITO CRIADO PELOS PRODUTORES

O Peso do relacionamento – consumo de experiência está crescendo mais que o sensorial de uma bebida.

HISTÓRIA DO CAFÉ – história da família, credibilidade da marca, confiança (controle nos processos de padronização) – consistência, trabalho sólido.

IG – Indicação Geográfica (SEBRAE), marketing para estimular novos entrantes no mercado de café especial na Região da Serra do Caparaó.

Ser uma referência no mercado de cafés especiais é fruto de muito trabalho, aliado a uma junção de expertises no processo produtivo, pois todos os membros da família

têm um papel específico e de relevância nesse processo (domínio e confiança entre as partes).

Aspecto relevante em ser Agricultura Familiar é considerado muito importante para o sucesso da marca, em especial, pela relação de confiança depositada um no outro da família – “ninguém mede esforços para trabalhar e investir no sítio”.

Riscos em produzir o café especial: não cobrir os custos da transação e a comercialização como especial, pois inserir no mercado exige investimento da marca e boas parcerias. Dessa forma, o indivíduo acomodado tem dificuldade de comercializar no setor de café especial.

É notório o perfil empreendedor dos membros da família, em especial, nas invenções de utensílios de pós-colheita como secador de café, esteira para catar e selecionar o café. “As portas estão abertas aos produtores vizinhos, sem um espírito de concorrência entre os produtores locais.”.

ÁUDIO Miriam (filha)

Na família, a educação sempre foi voltada para o trabalho. Na região, isso é cultural, por isso, a ida para trabalhar no campo foi de forma orgânica, pois o trabalho em família já era uma realidade.

O olhar do setor commodities x café Especial – o setor commodity não estimula o crescimento e essa é uma realidade dos familiares e vizinhos do Sítio Santa Rita, pois a comodidade é característica marcante para quem produz café na região:

- Não buscam realização profissional;
- Não existe anseio na melhoria de vida, pois a necessidade é que move as pessoas, e no setor de commodity, a comodidade é um fator evidente;
- No setor commodities, o “risco” nos negócios é bem menor, comparado aos cafés diferenciados.

O setor de café especial, todavia, reflete valor agregado, resultando em qualidade de vida e expansão nos negócios. Nesse sentido, esse café diferenciado é visto como um “consumo de experiência” pelo cliente final. Nesse sentido, não somente ampliam as oportunidades comerciais, mas também a oportunidade de se

conectarem com o mundo. No relato, é citada a qualidade de vida, resultante da produção de café especial, que possibilita ao produtor e à sua família “comer bem e vestir bem”. Em contrapartida, o cuidado com pós-colheita é ponto-chave para o sucesso e eficiência no setor de especial.

ÁUDIO – Fred

O olhar do mestre de torra sobre a produção de café especial traz a certeza que a consistência sensorial somente se dá a partir do conhecimento prévio do café, ou seja, suas características e seus processos. Dar continuidade a uma torra que realce ao máximo as características do café é o papel da torrefação.

Vale lembrar que não se consegue uma padronização sensorial a todo o momento devido ao fator “clima”, peculiar de cada safra. Dessa forma, o que se busca é estar o mais próximo à proposta sensorial, padronizando os processos, bem como um padrão nas “curvas de torra”.

ÁUDIO – AFONSO DE ABREU LACERDA (Sítio Forquilha do Rio região Serra do Caparaó – vizinho e ganhador do prêmio de melhor café do ano na SIC – 2018)

Uma cultura familiar vinda de várias gerações, segundo Afonso Lacerda (produtor), a família está envolvida no empreendimento do café há cerca de cem anos.

O produtor comenta que é inegável que o clima, o solo e a altitude são importantes, mas o elo somente se completa com um trabalho especial. Ele continua dizendo que, na região, toda árvore produz um fruto especial, porém, ele vai continuar especial depois que sai do pé?

Para haver, portanto, uma resposta positiva a este questionamento, afirma o produtor que será necessária dedicação e capricho ao pós-colheita. Nesse sentido, para produzir café especial, o trabalho também deverá ser especial.

AGRICULTURA FAMILIAR

O produtor Afonso Lacerda considera ser um aspecto favorável à produção ter um viés de base familiar, principalmente no que diz respeito à produção de café especial, pois o olhar do dono é de mais zelo e dedicação. Dessa forma, os

elementos da região, aliados a esta dedicação, completam o ciclo para o sucesso na produção deste café diferenciado e de valor agregado.

PROCESSOS – pós-colheita:

- Colheita seletiva – seleção de frutos maduros livres de verde;
- Seca de cafés CD e Natural;
- Seca em um período de 15 a 30 dias (“ponto-chave” para a qualidade do café especial);
- Terreiros cobertos e suspensos.

PERFIL DO CAFÉ PREMIADO SIC/2018

- Colheita seletiva (frutos maduros)
- CD
- Mucilado (lavado e retirado a mucilagem)
- Seca – terreiro suspenso
- Microlote de 3 sacas (talhão especial destinado a SIC)
- Sensorial de especiarias, gengibre e pimenta preta
- Nota final da premiação 90,7 (0 a 100 pontos)

A unidade produtiva investe na produção de café especial desde 2010; mas, somente em 2012, recebem a coroação de melhor café do ano. As premiações funcionam como marketing, não somente para a marca Forquilha do Rio, mas também para a região da Serra do Caparaó. De acordo com a fala do produtor Afonso, o mercado de café especial valoriza o produtor, motivando o trabalho em busca da qualidade e do valor agregado. Esse estímulo impulsiona o produtor de commodity da região a sair da zona de conforto, principalmente ao presenciarem o sucesso desses produtores através das premiações.

De acordo a afirmação de Afonso Lacerda, a presença do produtor na SIC (Feira da Semana Internacional do Café /MG) é de extrema relevância para alavancar as transações comerciais no cenário do café especial. Uma forma de trazer reconhecimento, bem como relacionamento com os elos da cadeia produtiva.