

Uni-FACEF CENTRO UNIVERSITÁRIO MUNICIPAL DE FRANCA

GUILHERME PESSONI DE FREITAS

**CAFÉ ESPECIAL E A SUA CONTRIBUIÇÃO PARA O
DESENVOLVIMENTO DA ALTA MOGIANA: estudo de caso - AMSC**

**FRANCA
2020**

GUILHERME PESSONI DE FREITAS

**CAFÉ ESPECIAL E A SUA CONTRIBUIÇÃO PARA O
DESENVOLVIMENTO DA ALTA MOGIANA: estudo de caso - AMSC**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional – Mestrado Interdisciplinar, do *Centro Universitário Municipal de Franca - Uni-FACEF*, para a obtenção do título de Mestre.

Linha de Pesquisa: Dinâmicas Territoriais e Desenvolvimento Regional

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Bárbara Fadel.

**FRANCA
2020**

F936c Freitas, Guilherme Pessoni
Café especial e a sua contribuição para o desenvolvimento da Alta Mogiana: estudo de caso - AMSC. / Guilherme Pessoni Freitas. – Franca: Uni-Facef, 2020.
107p. ; il.

Orientadora: Profa. Dra. Barbara Fadel
Dissertação de Mestrado – Uni-Facef
Programa de Mestrado em Desenvolvimento Regional

1.Desenvolvimento regional sustentável. 2.Produção de café.
3.Café – Região da Alta Mogiana. 4.Cafés especiais. I.T.

CDD 333.7

GUILHERME PESSONI DE FREITAS

CAFÉ ESPECIAL E A SUA CONTRIBUIÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DA ALTA MOGIANA: estudo de caso - AMSC

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional – Metrado Interdisciplinar, do *Centro Universitário Municipal de Franca - Uni-FACEF*, para a obtenção do título de Mestre.

Linha de Pesquisa: Dinâmicas Territoriais e Desenvolvimento Regional

Orientador: Profa. Dra. Bárbara Fadel.

Franca, 07 de junho de 2020.

Orientador (a): _____

Nome: Profa. Dra. Bárbara Fadel.

Instituição: Centro Universitário Municipal de Franca - Uni-FACEF

Examinador (a): _____

Nome: Prof. Dr. Hélio Braga Filho

Instituição: Centro Universitário Municipal de Franca - Uni-FACEF

Examinador (a): _____

Nome: Prof. Dr. Luiz Cesar Ribas

Instituição: Faculdade de Ciências Agronômicas – UNESP – Câmpus Botucatu

Agradeço a todos aqueles que participaram dessa jornada e me ajudaram a atingir esse objetivo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos aqueles que me ajudaram a concluir esse ciclo da minha vida, de muito aprendizado, superação e evolução, como pessoa e como pesquisador.

Primeiramente, a Reginaldo e Adriana, meus pais e minha base, que durante toda a minha vida me apoiaram de diversas maneiras. Esta conquista também é deles.

Ao meu irmão, Felipe, por se tornar a cada dia um companheiro e amigo.

À Mariana, minha companheira de vida, que me apoiou nos momentos mais difíceis, sempre me incentivando a supera-los.

A toda minha família, alicerce da minha vida.

Gostaria de agradecer a toda equipe da pós-graduação da Uni-FACEF, por sempre estar a disposição.

Por fim, agradecer meus mentores, Profa. Dra. Bárbara Fadel, Prof. Dr. Luiz César Ribas e Prof. Dr. Hélio Braga, pela disponibilidade na construção do trabalho, com toda a dedicação que lhes são comuns.

“A mudança não acontecerá se nós esperarmos outra pessoa ou se esperarmos por algum outro momento. Nós somos as pessoas pelas quais esperávamos. Nós somos a mudança que buscamos.”

Barack Obama

RESUMO

A Região da Alta Mogiana se destaca por apresentar potencialidades edafoclimáticas favoráveis a produção de café. As transformações no consumo do produto promovem um cenário do qual o produtor deve considerar a qualidade, sua origem e a sustentabilidade do processo produtivo. O café especial surge para sanar essa demanda, mas também como uma estratégia produtiva sustentável para os cafeicultores da região. Diante da importância econômica que o setor cafeeiro desempenha para o município de Franca, indaga-se se o sistema de produção de café especial está contribuindo para o desenvolvimento sustentável regional. Tem-se como objetivo geral tratar as características e representações que impactam na produção do café especial, a partir de um estudo de caso da AMSC, analisando as principais ações que impactam o desenvolvimento sustentável regional. Os objetivos específicos buscam: i) pontuar as características que impactam a produção do café especial; ii) identificar a representatividade da AMSC na Região da Alta Mogiana; iii) identificar as principais ações desempenhadas pela associação nas áreas econômicas, sociais e ambientais que contribuem para o desenvolvimento sustentável da região; iv) propor ações que contribuam a incorporação dos valores de sustentabilidade para o Selo de Indicação Geográfica da Alta Mogiana. Para isso, delineou-se uma pesquisa exploratória e descritiva, de natureza qualitativa, composta pela pesquisa bibliográfica e, de um estudo de caso da AMSC, analisando as principais ações que impactam seus associados. Para a análise dos dados coletados aplicou-se o método de pesquisa de conteúdo. Evidenciou-se que a certificação sustentável para o café especial na região da Alta Mogiana vem sendo articulada pelos produtores associados à AMSC e demais *stakeholders*. Este processo construtivo vem influenciando o desenvolvimento regional sustentável sob diversas maneiras. Do ponto de vista social, ao influir nas transformações agrárias da região e o fortalecimento dos vínculos sociais entre os atores da cadeia produtiva, fortalecendo o capital social da região; do econômico, ao contribuir para estratégias de inovação, diferenciação e competitividade; do ambiental, a contribuição ocorre não somente por conta de aspectos de adequação ambiental das propriedades rurais, como também, pela qualidade ambiental do café especial. A implantação consistente de um processo de desenvolvimento regional sustentável e a criação ou reformulação de um selo de indicação geográfica e de ações das quais induziriam o desenvolvimento regional sustentável de toda a cadeia produtiva do café na Alta Mogiana.

PALAVRAS-CHAVE: Cafés Especiais. Indicação Geográfica. Desenvolvimento Regional Sustentável. Região da Alta Mogiana.

ABSTRACT

Alta Mogiana Region stands out for presenting favorable edaphoclimatic potentials for coffee production. The transformations in the consumption of the product promote a scenario that the producer must consider the quality, its origin and the sustainability of the production process. Special coffee appears to meet this demand, but also as a sustainable productive strategy for coffee growers in the region. Given the economic importance that the coffee sector plays for the municipality of Franca, it is asked whether the special coffee production system is contributing to regional sustainable development. The general objective is to deal with the characteristics and representations that impact the production of special coffee, based on a case study of AMSC, analyzing the main actions that impact regional sustainable development. The specific objectives seek to: i) score the characteristics that impact the production of specialty coffee; ii) identify the representativeness of AMSC in the Alta Mogiana Region; iii) identify the main actions performed by the association in the economic, social and environmental areas that contribute to the sustainable development of the region; iv) propose actions that contribute to the incorporation of sustainability values for the Alta Mogiana Geographical Indication Seal. For this, an exploratory and descriptive research, of qualitative nature, outlined by bibliographic research and of a case study of AMSC, was analyzed, analyzing the main actions that impact its members. For the analysis of the collected data the content search method was applied. It became evident that sustainable certification for specialty coffee in the Alta Mogiana region has been articulated by producers associated with AMSC and other stakeholders. This constructive process has been influencing sustainable regional development in several ways. From a social point of view, by influencing agrarian transformations in the region and strengthening social bonds between actors in the production chain, strengthening the region's social capital; economic, by contributing to innovation, differentiation and competitiveness strategies; from the environmental perspective, the contribution occurs not only due to aspects of environmental suitability of rural properties, but also due to the environmental quality of special coffee. The consistent implementation of a sustainable regional development process and the creation or reformulation of a seal of geographical indication and actions which would induce the sustainable regional development of the entire coffee production chain in Alta Mogiana.

KEYWORDS: Special Coffees. Geographical indication. Sustainable Regional Development. Alta Mogiana Region.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Regiões produtoras de café especial do Brasil e suas respectivas espécies cultivadas	39
Figura 2	Esquema demonstrando a ação organizacional dando condições para a criação do significado.....	68
Figura 5	Processos de criação de significado numa organização	70
Figura 2	Dimensões-chave do valor ao acionista	55
Figura 3	Modelo de valor sustentável	56
Figura 4	Esquema demonstrando a ação organizacional dando condições para a criação do significado.....	57
Figura 5	Processos de criação de significado numa organização	58

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Variação do preço do Café Arábica em função dos anos	32
-----------	--	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Principais programas de certificação do Brasil disponíveis para os produtores de cafés e suas principais características	58
Quadro 2	Principais autores e conceitos da Criação de Significado Organizacional	71
Quadro 3	Informações, conhecimento e prospecção do ambiente organizacional dos agentes produtores de café especial na região da Alta Mogiana ..	73
Quadro 4	Três Arenas do Uso da Informação das Organizações Produtoras de Café Especial da Região da Alta Mogiana	74
Quadro 5	Metodologia da Pesquisa – resumida	80

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ABIC	Associação Brasileira da Indústria de Café
AMSC	Associação de Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana
BSCA	Associação Brasileira de Cafés Especiais
CENY	Coffee Exchange in the City of New York
CEPAL	Comissão Econômica para a América Latina e Região do Caribe
CNUMAD	Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento
COCAPEC	Cooperativa de Cafeicultores e Agropecuaristas
COCAPIL	Cooperativa de Cafeicultores e Agropecuaristas de Ibiraci
DO	Denominação de Origem
FAFRAM	Fundação Educacional de Ituverava
FAMCAFE	Feira da Alta Mogiana de Cafeicultura de Qualidade
IAC	Instituto Agrônomo de Campinas
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IG	Indicação Geográfica
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
IP	Indicação de Procedência
MIT	Massachusetts Institute of Technology
MMA	Ministério do Meio Ambiente
ONG	Organização Não Governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
P&D	Pesquisa e Desenvolvimento
PIB	Produto Interno Bruto
SCAA	Specialty Coffee Association of America
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SIC	Semana Internacional do Café

UNESP

Uni Octavio

UNIFRAN

WCDE

Universidade Estadual Paulista

Universidade do Café

Universidade de Franca

World Comission on Enviromentand
Development

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	17
1.1.	FORMULAÇÃO DO PROBLEMA	19
1.2.	OBJETIVO GERAL.....	21
1.3.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
1.4.	JUSTIFICATIVA.....	21
1.5.	ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO	22
2	HISTÓRICO E MERCADO DO CAFÉ TRADICIONAL	25
2.1.	CARACTERIZAÇÃO DO CAFÉ COMMODITY.....	28
2.2.	CARACTERIZAÇÃO DO CAFÉ ESPECIAL	33
3	PANORAMA DO SETOR DA PRODUÇÃO DE CAFÉ NA REGIÃO DA ALTA MOGIANA	37
3.1.	A AMSC – ASSOCIAÇÃO DE PRODUTORES DE CAFÉS ESPECIAIS DA ALTA MOGIANA.....	40
3.2.	CADEIA DE VALOR DO CAFÉ ESPECIAL E SUA APROPRIAÇÃO DE VALOR DE USO.....	43
3.2.1.	Formação de Preço do Café “Especial”	44
4	DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	47
4.1.	TRIPPLE BOTTON LINE.....	53
4.2.	DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO CAFÉ A PARTIR DOS MODELOS DE CERTIFICAÇÃO: UM FOCO ESPECIAL NAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS	57
4.3.	ESTRATÉGIAS EMPRESARIAIS.....	63
5	ORGANIZAÇÃO DO CONHECIMENTO	67
5.1.	CRIAÇÃO DE SIGNIFICADO	72
6	CAFÉ ESPECIAL E A AMSC	77
6.1.	CONTEXTUALIZAÇÃO	77
6.2.	ROTEIRO DA PESQUISA	81
6.3.	UNIVERSO DA PESQUISA.....	83
6.4.	PERFIL DO ENTREVISTADO	84
7	PRODUÇÃO DE CAFÉ ESPECIAL NA REGIÃO DA ALTA MOGIANA	87
7.1.	INDICAÇÃO GEOGRÁFICA COMO CERTIFICADO DE ORIGEM... ..	88
7.2.	AÇÕES DESEMPENHADAS PELA AMSC	90

7.2.1. Aspectos Econômicos	90
7.2.2. Aspectos Sociais	94
7.2.3. Aspectos Ambientais	97
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	101
REFERÊNCIAS.....	104
ANEXO A.....	112
ROTEIRO DA ENTREVISTA	112
ANEXO B.....	115
TERMO DE CONSENTIMENTO	115
APÊNDICE A.....	117
ATA DA ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES DE CAFÉS ESPECIAIS DA ALTA MOGIANA.....	117

1 INTRODUÇÃO

Análises decorrentes da observação de transformações recentes na produção e consumo do café na região da Alta Mogiana, dentro do cenário do diálogo entre os atores que participam da cadeia produtiva do café especial na região Alta Mogiana, motivaram a realização desta pesquisa.

Isto porque, a partir do entendimento de que a temática comporta observações entre as inter-relações da cadeia produtiva do café especial, dentre as quais, o consumo e a produção, dentro de um contexto sustentável e certificável, em especial, as transformações recorrentes da relação entre o consumo atual de café proporcionam a demanda de um novo consumidor. Este agente detém sua identidade cultural, da qual coloca em perspectiva indagações ao ambiente rural com temáticas associadas à sustentabilidade da produção e o desenvolvimento territorial.

Em adição, o que se refere o processo de certificação, considerando suas diversas modalidades, há uma necessidade contemporânea de instrumentos e ferramentas que garantam para o consumidor a qualidade do produto. Os selos acreditadores podem ser utilizados para dar essa garantia demandada. Isto porque, tem se evidenciado, ao longo do tempo, a queda de confiança de consumidores quanto aos processos de produção, manifestando como tendência a busca por alimentos alternativos, bem como, sustentáveis, produzidos localmente e de procedência conhecida.

Souza *et al.* (2011), neste sentido, indicam que, a partir deste cenário de transformação, constitutivo de forte valorização e idealização do “rural”, devem ser pontuados ao menos dois movimentos distintos em curso: i) observam-se iniciativas que propõem a legitimação de produtos a partir de processos de certificação que privilegiam sua origem, e; ii) ações que propõem a valorização de

produtos tradicionais e locais como patrimônio cultural, buscando preservar e reproduzir saberes e fatores historicamente constituídos, em processos que afirmam produtores e regiões enquanto culturas, identidades e modos de vida.

Segundo Giesbrecht *et al.* (2014), há pelo menos três setores no Brasil que se destacam na busca de uma certificação particularmente pautada no reconhecimento de Indicação Geográfica - IG, principalmente em razão de suas especificidades, cadeia produtiva e mercado: vinhos, artesanato e café.

O café tem importância significativa na economia brasileira e, por muitos anos, é um dos principais produtos na pauta exportadora. Recentemente o mercado de café mundial vem se transformando, emergindo uma preferência dos consumidores por cafés especiais que valorizam aspectos como origem e qualidade (GIESBRECHT *et al.*, 2014).

As relações entre o consumo de café e a dinâmica territorial das regiões produtoras de cafés especiais vêm se transformando nos últimos anos, passando por mudanças mercadológicas em escala mundial, afetando a dinâmica de mercado desta bebida. O mercado consumidor de café proveniente do processo produtivo convencional, intitulado *commodities*, convive com o mercado consumidor de cafés que apresentam processos produtivos diferenciados, com sistemas agrícolas que se encontram preocupados com a qualidade do produto oferecido ao consumidor, além da preocupação com a valorização da biodiversidade e da diversidade cultural.

Inserido neste mercado ainda em expansão, do qual os consumidores demandam produtos diferenciados, temos a produção do sistema produtivo de cafés especiais na Região da Alta Mogiana, sendo que um dos atores que participam ativamente neste processo é a Associação de Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana – AMSC.

Sendo assim, o mercado de café especial depara com significativas mudanças relacionadas com novas formas de diferenciação do produto, almejando a busca por maior qualidade e produtividade para o consumo que cresce todos os anos.

Segundo Schumpeter (1984) e Sinott (2010), a necessidade de inovação é uma das características principais para que o empreendedor tenha sucesso no seu desenvolvimento, sendo esta também a sua grande dificuldade.

Naturalmente que isto deve também ser considerado com respeito ao desenvolvimento econômico sustentável da região em que se desenvolveu o presente trabalho.

O conceito de desenvolvimento se perfaz a partir do processo de transformação que combina crescimento econômico com mudanças socioculturais, reconhecendo os limites físicos impostos pelo ecossistema e fazendo com que as considerações ambientais sejam incorporadas em todos os setores. (MAIMON, 1996; DONAIRE, 1999; ALMEIDA, 2002).

A respeito da sustentabilidade, em especial, procurou-se neste trabalho adaptar os conceitos definidos pelos autores Hart e Milsten (2004) para o ambiente do café especial, utilizando os três pilares (econômico, ambiental e social) como base para o desenvolvimento da entrevista com a AMSC.

O estudo, assim, procedeu a uma proposição visando a incorporação dos termos de sustentabilidade pelo selo da região da Alta Mogiana, pelas quatro estratégias definidas por Hart e Milsten (2004), focada na cafeicultura da região: estratégia de redução da poluição, estratégia de gerenciamento de produto, estratégia de tecnologia limpa e estratégia de visão sustentável.

Tudo isto em consonância com o *mainstream* do referencial teórico do tema abordado pelo estudo, qual seja, o desenvolvimento sustentável preza por práticas que levem em consideração, além dos aspectos econômico-financeiros, a harmonia com o meio ambiente e a sociedade que as organizações estão inseridas.

1.1. FORMULAÇÃO DO PROBLEMA

Alguns desafios estão postos aqueles que defendem por esta nova forma de se fazer agricultura a partir da utilização de novos formatos tecnológicos que asseguram a harmonia entre os principais objetivos fundamentais da sustentabilidade. É necessária uma formatação produtiva que incorpore os aspectos sociais e ambientais, utilizando-os para benefício da cadeia produtiva, mas também os preservando e potencializando, com ações coordenadas de ganhos para todos os

agentes. Para isso deve-se construir mecanismos sustentáveis que permitam tratar as questões técnicas, ambientais e sociais.

Em suma, diante dos desafios do âmbito da sustentabilidade, este trabalho busca fornecer subsídios e entender a dinâmica do setor de produção de cafés especiais no município de Franca, promovendo uma análise crítica pautada nas bases do desenvolvimento sustentável e, inferindo, por fim, sobre como o setor cafeeiro regional se configura na dinâmica territorial do município e qual a sua influência no desenvolvimento regional.

A produção e comercialização do café do tipo especial na região da Alta Mogiana surgem como alternativa pelas necessidades dos cafeicultores em aumentar a sua renda, agregando valor ao café em suas próprias fazendas, ou pelo acesso a outros mercados que permitem a comercialização a um preço diferenciado, sendo este nacional ou internacional. Assim, faz-se importante averiguar se tais estratégias de diferenciação se comportam como ações sustentáveis, contribuindo para a construção de um selo certificador pautado em todos os valores pré-estabelecidos pelo desenvolvimento sustentável.

O tema do presente trabalho deve, portanto, partir da premissa central de que o desenvolvimento sustentável pauta-se em ações, iniciativas e práticas que considerem além dos aspectos econômico-financeiros, características ambientalmente corretas e socialmente justas, além de propiciarem, o crescimento econômico e a criação de renda, emprego e riqueza.

Portanto, diante deste cenário, onde a cafeicultura detém destacada importância econômica para o município de Franca, surge a seguinte pergunta: o sistema de produção de café do tipo “especial”, considerando seu modelo de certificação segundo preceitos específicos de sustentabilidade, está contribuindo para o desenvolvimento econômico regional?

Para investigar o problema, o estudo orientou-se pela seguinte hipótese: a certificação de um sistema produtivo de café sustentável pode ser considerado um elemento determinante para o desenvolvimento regional sustentável não somente para os atores diretamente envolvidos, como também, para a região da Alta Mogiana como um todo.

1.2. OBJETIVO GERAL

Discutir sobre as características e as representações que impactam na produção de café especial, a partir de um estudo de caso da Associação de Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana – AMSC, analisando se as ações desempenhadas por esta evidenciam a sua contribuição através de ações sustentáveis na região da Alta Mogiana.

1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

A presente dissertação se propõe ainda a:

- Pontuar as características que impactam a produção do café especial
- Identificar a representatividade da associação em relação aos produtores de café do tipo “especial” da Região da Alta Mogiana;
- Identificar as principais ações desempenhadas pela associação nas áreas econômicas, sociais e ambientais que contribuem para o desenvolvimento sustentável da região;
- Propor ações que contribuam a incorporação dos valores da sustentabilidade no Selo da Alta Mogiana

1.4. JUSTIFICATIVA

Diante dos desafios do âmbito da sustentabilidade, a justificativa deste trabalho vem ao encontro de fornecer subsídios e entender a dinâmica do setor de produção de cafés especiais no município de Franca, desenvolver uma análise

crítica pautada nas bases do desenvolvimento sustentável, como o setor se configura na dinâmica territorial do município e sua influência no desenvolvimento regional.

A execução do trabalho está em virtude de fornecer subsídios e entender parte da produção de cafés especiais no município de Franca, levando em consideração os limites de atuação da associação. Desenvolver análises críticas com base no desenvolvimento sustentável e a sua influencia na região.

Alguns desafios estão postos aqueles que defendem por esta nova forma de se fazer agricultura a partir da utilização de novos formatos tecnológicos que asseguram a harmonia entre os principais objetivos fundamentais da sustentabilidade. É necessária uma formatação produtiva que incorpore os aspectos sociais e ambientais, utilizando-os para benefício da cadeia produtiva, mas também os preservando e potencializando, com ações coordenadas de ganhos para todos os agentes. Para isso deve-se construir mecanismos sustentáveis que permitam tratar as questões técnicas, ambientais e sociais.

1.5. ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Além da Seção introdutória, a pesquisa contempla a seguinte estrutura:

Seção 2: expõe e discute os principais autores que descrevem a problematização do café commodity, caracteriza o café especial e traz a cadeia de valor do café especial, sua apropriação de valor de uso e a formulação de seu preço;

Seção 3: aborda o panorama do setor da produção de café na região da Alta Mogiana e descreve a Associação de Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana – AMSC;

Seção 4: aborda o desenvolvimento sustentável a partir dos autores Elkington (1998), Donaire (1999), Almeida (2002), Topik (2003), Hart; Milstein (2004) entre outros, com o intuito de fornecer conceitos-chaves trabalho para trabalhar o problema de pesquisa. No capítulo também é abordado a competitividade e as estratégias empresariais para o desenvolvimento sustentável regional;

Seção 5: aborda a gestão do conhecimento em seus aspectos teóricos, conjunturais e organizacionais. Inicia-se com a ação organizacional e a prospecção do ambiente, as arenas de uso da informação e o processo de criação de significado. Após o embasamento teórico, discorre-se com relação às informações, conhecimento e prospecção do ambiente organizacional do universo da pesquisa, com suas respectivas arenas de uso da informação.

A Seção é finalizada discorrendo sobre a importância da comunicação no agronegócio e as inovações no setor dos cafés especiais.

Seção 6: discorre acerca dos procedimentos e recortes metodológicos desta pesquisa;

Seção 7: relata os resultados alcançados na realização da pesquisa de campo;

Por fim, a Seção 8: relata e discute as considerações finais, demonstra as principais reflexões e recomendações para estudos futuros.

2 HISTÓRICO E MERCADO DO CAFÉ TRADICIONAL

A mudança da produção de café tradicional para a produção de café especiais remete o tema ao problema do atraso e do subdesenvolvimento da América Latina conforme identificado por Raul Prébish, quando da discussão da tendência à deterioração dos termos de troca.

Membro integrante da Comissão Econômica para a América Latina e Região do Caribe (CEPAL), Prébish dissertou a respeito da dependência econômica provocada pela relação de troca entre países, que dava vantagens aos desenvolvidos, centrais, sobre os subdesenvolvidos, periféricos, levando a dependência econômica.

Esta tese surgiu a partir da reflexão sobre a desigualdade entre as nações mais ricas com relação às mais pobres, sendo que atualmente os países em desenvolvimento ainda se caracterizam por serem grandes exportadores de produtos primários. Estes produtos “*in natura*” são comprados pelos países desenvolvidos, adiciona-se valor e vendem o bem transformado para todo o mundo, inclusive aos países de origem deste produto.

A volatilidade dos preços das commodities se torna, por sua vez, uma das principais implicações negativas sobre as decisões de investimentos, interferindo diretamente no desenvolvimento das economias dos países dependentes desta atividade econômica, tornando a gestão macroeconômica mais problemática ante as flutuações de maior amplitude das taxas de câmbio, dos preços e da renda.

De acordo com Carneiro (2006), no estudo da CEPAL originalmente desenvolvido por Prebish, a deterioração dos termos de troca seria resultante da propagação lenta e desigual do progresso técnico. Nos primeiros estudos feitos pelo

economista, publicado no final dos anos 40, Prébish criticou a proposta do desenvolvimento pautada nas vantagens comparativas, com base na divisão internacional do trabalho então prevalente, da qual participavam países produtores de bens primários e bens industrializados (CEPAL, 1949).

Basicamente, o economista faz uma argumentação no sentido que não houve uma queda de preços relativos dos bens industriais ante os agrícolas, visto que os ganhos de produtividade foram maiores na indústria comparando a produtividade da atividade primária. Esta conclusão diverge da ideia postulada pela teoria das vantagens comparativas¹, indicando um retrocesso no progresso técnico conjunto à deterioração dos termos de troca entre os grupos de países.

Prebish identificou a estrutura da oferta como sendo o principal fator responsável por essa tendência. Neste sentido, as economias industriais ajustariam-se ao longo dos ciclos econômicos através das quantidades, enquanto nas economias dependentes da produção primária, o ajuste ocorreria por meio dos preços. A rigidez dos preços industriais justificaria-se pela manutenção salarial, tanto pela transmissão dos ganhos de produtividade nos ciclos expansionistas, quanto por sua resiliência em ciclos contracionistas, visto o menor excedente de força de trabalho nessas economias. Em contrapartida, países produtores de bens primários teriam a tendência e apresentarem preços e salários mais flexíveis, especialmente em razão da oferta ilimitada de força de trabalho.

Em uma das suas análises, o economista faz uma analogia entre a industrialização da América Latina e o desenvolvimento eficaz da produção primária. Uma das condições essenciais para que o desenvolvimento da indústria contribua para com o objetivo social de elevar o padrão de vida é que haja a melhoria dos equipamentos, tanto em termos de maquinários quanto de instrumentos para o trabalho, bem como se aproveite prontamente o progresso da técnica em sua renovação sistemática. Da mesma forma, no caso da mecanização da agricultura, segundo Prebish (1949), haveria que se dar mesma exigência e com consequências similares, necessitando de uma importação considerável de bens de capital e exportar produtos primários para consegui-la.

¹ Para economistas da corrente neoclássica, a determinação de preços de bens e serviços transacionáveis em mercado passa pela simples relação entre preços e quantidades, como se fossem consequência natural do equilíbrio entre a oferta e demanda. Alfred Marshall (1842-1942) ao refletir a visão capitalista de mudo, sua tese central baseia-se na “tendência natural para o equilíbrio, uma tendência de crescimento gradual (MARSHALL, 1890, p, 153)”.

Outro fator que corrobora o argumento pela propensão ao barateamento dos preços dos bens primários pode ser explicado por razões técnicas, bem como por menores barreiras a sua entrada aos mercados, fatores que gerariam uma tendência recorrente à superprodução. Assim, havendo um amplo potencial produtivo e em conjunto ao excedente de força de trabalho, além da disseminação de modernas técnicas a partir das quais poder-se-ia ampliar ainda mais a oferta, ocasionar-se-iam menores preços nos mercados consumidores.

O café, internalizando esta discussão no país e considerando a amplitude da pauta de componentes da Balança Comercial do Brasil, possui a característica de ser um produto que, em sua grande proporção, ainda é exportado “*in natura*” (NASCIMENTO, 2006).

Verifica-se desta forma, a partir deste exemplo, que um dos principais desafios para os países em desenvolvimento é o de tentar fazer com que esses produtos sofram um maior número de transformação no seu próprio território, antes de serem comercializados, visualizando uma agregação de valor aos produtos agrícolas.

É exatamente dentro deste contexto que se inseriria o caso específico do café do tipo “especial” aqui estudado.

A visão schumpeteriana do processo de concorrência atrela particularmente o conceito de agregação de valor aos produtos agrícola. O papel da inovação, de acordo com o autor, para se agregar ao próprio sistema econômico capitalista. Isto porque, o capitalismo tem, na concorrência, tanto quanto na inovação, um dos principais fatores para, em última instância, o desenvolvimento de uma determinada nação. O autor, ainda com respeito ao papel das inovações, entende que se deve ter em mente—que o capitalismo é um processo evolutivo, sendo que, objetivamente com respeito às práticas monopolísticas, a economia do lucro dependeria da inexistência da concorrência perfeita (SCHUMPTER, 1984).

Neste sentido, observe-se que em sua obra clássica “Capitalismo, Socialismo e Democracia” e trabalhando a ideia do capitalismo como “destruição criadora”, Schumpeter (1942) argumenta que, se analisarmos a evolução do desempenho produtivo ao longo do tempo, é evidente que o maior progresso se verifica não nas empresas que operam em condições próximas à concorrência perfeita, mas sim, nas grandes empresas oligopolistas.

Para o autor, o capitalismo tem, por base, a criação de novos meios de produção, novos bens de consumo, novos meios de transporte, novos mercados e novas formas de organização industrial, mantendo, com isto, o funcionamento da máquina capitalista. Desta forma, no *modus operandi* da concorrência, não é essencialmente a concorrência pelos preços que deve reter a atenção do empreendedor, mas a concorrência por inovações de qualquer tipo (mercadorias, técnicas, fontes de suprimento, e de organização).

Sinott (2010) sugere a diversificação produtiva a partir da produção de commodities, mas subestima as suas dificuldades. A diversificação, por meio da incorporação de atividades de maior valor agregado, encontra obstáculos de várias naturezas: i) quando se trata de bens de consumo, o controle dos canais de comercialização – incluindo a propriedade de marcas - e; ii) no que tange a bens intermediários, a concentração de mercados e as escalas de produção.

Os países produtores de commodities apresentam grande dificuldade para incorporar a sua especialização na cadeia produtiva. Note-se, inclusive, que esta é a principal dificuldade que se encontra associada à cadeia produtiva do café.

A partir dos conceitos definidos por Schumpeter (1984) e Sinott (2010), no que pese o interregno temporal entre os autores, verifica-se a convergência entre as ideias, onde a necessidade de inovação ainda se apresenta, contemporaneamente, como uma das características, e mesmo dificuldades principais, a serem consideradas pelos empreendedores.

Este contexto, por conseguinte, também foi considerado no presente trabalho de que maneira a região da Alta Mogiana está se desenvolvendo com relação à produção de cafés especiais através das ações desempenhadas pela AMSC.

2.1. CARACTERIZAÇÃO DO CAFÉ COMMODITY

A tradução livre do termo inglês commodity significa mercadoria. Porém, no contexto de estudo, não se trata de qualquer tipo de mercadoria, referindo-se principalmente a produtos primários ou semielaborados, geralmente

agrícolas ou minerais, mundialmente padronizados, com preços cotados e negociados pelas principais bolsas de mercadorias (FREDERICO, 2013).

De acordo com Sinott (2010) as commodities se caracterizam por serem produtos indiferenciados, com baixo processamento industrial e elevado conteúdo de recursos naturais. A natureza da produção de commodities e seus ciclos de preços têm sérias implicações sobre os países produtores por meio da valorização da moeda local, acarretando o desestímulo às outras atividades, principalmente as manufatureiras, e ocasionando uma especialização ulterior.

Trata-se de um termo econômico-financeiro surgido nos Estados Unidos, em meados do século XIX (CRONON, 1991), sendo que a commodity agrícola possui uma forte correlação geográfica e política, promovendo as especializações territoriais produtivas e submetendo o produto a um mercado globalizado.

O café é atualmente a segunda maior commodity agrícola mundial em valor de mercado, atrás somente do petróleo (TALBOT, 2004). Cultivado em 50 países e consumido no mundo todo, o café se caracteriza por ser, dentre das commodities agrícolas, uma das mais antigas mercadoria comercializada no mundo, responsável por contribuir para a expansão da economia mundial e nacional, sendo subsídio para o desenvolvimento das regiões inseridas na sua cadeia produtiva.

A mercadoria “café” restringiu-se, durante os primeiros séculos (mais precisamente, entre os séculos XV e XVII) ao refinado mercado mulçumano controlado pelo Império Otomano. Após o século XVII, o café foi incorporado à economia-mundo europeia, quando as companhias imperiais europeias (Holanda, França e Inglaterra) introduziram a cultura nas suas colônias do Oceano Índico e Caribe. Mesmo assim, o café continuava a ser um produto de luxo, ou mesmo uma especiaria, consumida pela nobreza e pela burguesia ascendente da Europa mantida sob o monopólio dos Impérios Coloniais. O “exclusivismo colonial” e o tempo relativamente lento dos sistemas de transporte e comunicação dificultavam sobremaneira a ampliação das trocas internacionais (FREDERICO, 2013).

Segundo Topik (2003), a popularização mundial do café no século XIX decorreu da combinação de três fatores: a expansão do capital financeiro inglês, o desenvolvimento da produção brasileira e o aumento do consumo nos EUA.

Autores como Arrighi (1996) que estudaram os ciclos econômicos e a expansão financeira da Inglaterra, ressaltam que a expansão cafeeira brasileira foi diretamente influenciada e beneficiada pelos empréstimos provenientes desta expansão, dos quais construíram estruturas como ferrovias, portos e cabos submarinos. Atrelados a disponibilidade de terra e força de trabalho, elevou-se a oferta mundial de café, derrubando os preços da bebida internacionalmente e conquistando novos mercados.

O desenvolvimento dos sistemas de transporte e comunicação foi essencial para o fortalecimento do comércio internacional e a ampliação da malha ferroviária para o interior do Brasil possibilitou a expansão da cultura em áreas passíveis de produção. Da mesma maneira, a revolução das navegações, com a substituição dos barcos a vela pelos navios a vapor, intensificou o comércio entre a Europa, os EUA e o Porto de Santos, a partir da segunda metade do século XIX (TOPIK 2003).

Silva (1994) explica a importância da economia cafeeira como centro de acumulação do capital no Brasil em finais do século XIX, bem como salienta como se formaram as bases para a formulação da indústria e o desenvolvimento do capitalismo no Brasil. Conjunto a todos esses fatores, o desenvolvimento do telégrafo também foi imprescindível para a transformação do café na primeira commodity agrícola mundial (TOPIK, 2003).

O telégrafo permitiu a dissociação, como propões Rasffestin (1993), entre a circulação do produto e a sua comunicação, sendo que as trocas de informações de cotações, estoques e safras eram necessariamente transmitidas pelas cartas ou mensageiros dos quais utilizavam os meios de transportes disponíveis. A instalação do primeiro cabo submarino entre Nova York, Londres e a América do Sul, em 1874, revolucionou o mercado internacional de café, ao padronizar as informações (sobre preços, oferta e demanda) e torná-las praticamente instantâneas (TOPIK, 2003, p.39).

A commoditização da cafeicultura teve sua ação decisiva a partir da criação, em 1882, da *Coffee Exchange in the City of New York* – CENY, normatizando o comércio internacional de café, ao padronizar e classificar o café em diferentes tipos, favorecendo a permutabilidade dos fornecedores e definindo a qualidade necessária para uma economia de produção em massa.

Uma das normativas associadas à Bolsa de Café de Nova York foi à criação do mercado de futuro para o café, permitindo a venda antecipada dos grãos, antes mesmo de serem produzidas. A padronização permitia ao comprador saber exatamente o que iria receber, enquanto o telégrafo possibilitava contato direto e instantâneo e o estabelecimento de uma base comum de preços. Daviron e Vagneron (2011) afirmam que o último passo para constituição do “moderno mercado de *commodity*” foi à criação do *hedge*, permitindo aos comerciantes (vendedores e compradores) se protegerem contra as oscilações, com a fixação dos preços no mercado futuro.

Desta forma, uma característica importante que influencia diretamente os preços do café *commodity* é o ritmo da economia global. Os ritmos de expansão são, em geral, acompanhados por alta dos preços relativos, enquanto os de retração, por declínio desses preços. Isso porque as matérias primas agrícolas e os metais de uma maneira geral, são insumos da produção industrial, de oferta relativamente rígida no curto prazo, apresentando um comportamento pró-cíclico e constituem indicadores da recuperação industrial.

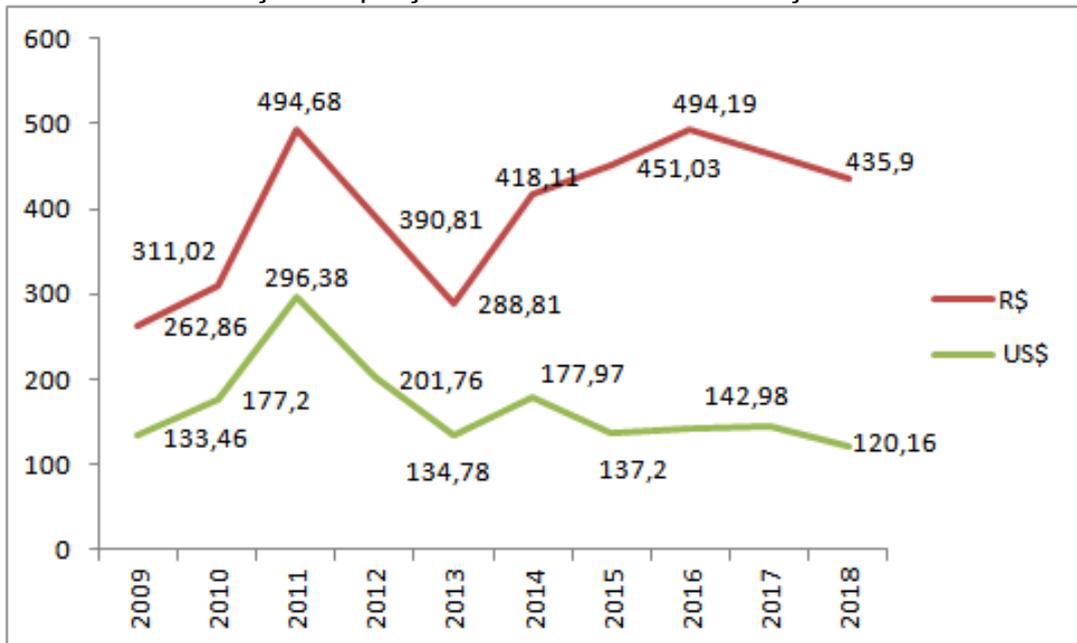
O interessante, dentro do escopo do presente trabalho, é que diferentemente do café do tipo *commodity*, a produção de café especial deixa de ser comercializada na bolsa como uma mercadoria e passa por um processo de comercialização individual do produto.

Esta comercialização individual funciona de maneira colaborativa entre todos os agentes da cadeia produtiva, sendo necessário que haja um fluxo de informação ao longo da cadeia, negociando o preço dos cafés de qualidade superior num patamar acima da média negociada dos grãos convencionais.

A exportação mundial de sacas de café, já nos idos de 2015, envolvendo milhões de pessoas que dependem da produção de café ou que estão vinculadas a algum setor da cadeia produtiva, havia superado os 110 mil, sendo que só o Brasil foi responsável por 33,48% deste volume exportado (ABIC, 2019).

Atualmente, o Brasil é líder mundial na produção e na exportação de café e segundo colocado, no consumo. O Estado de São Paulo, em particular, detém produção predominantemente de café arábica, com expectativa de produção de 4,23 a 4,4 milhões de sacas para o ano de 2019. Note-se, por fim, que o setor de agronegócio tem expressiva participação na composição do PIB (Produto Interno Bruto) do estado e da região de Franca (CONAB, 2019).

Gráfico 1 - Variação do preço do Café Arábica em função dos anos



Fonte: Adaptado de CEPEA 2019.

O Gráfico 01 demonstra que o preço do café reduziu nominalmente entre os anos de 2011 a 2016, chegando aos dias de atuais a preços referentes aos anos de 2008/2010. Esta variação no preço impacta as tomadas de decisões das organizações produtoras de café para a sobrevivência do setor, concentrando suas atenções nos impactos que esta flutuação de preço impacta de forma adversa sobre os cafeicultores.

Ressalta-se que, no bojo do disposto no gráfico acima, que programas de certificação de café têm se destacado, de forma geral, não somente mitigando os impactos sociais, econômicos e ambientais aos produtores de café em função da oscilação dos preços, como também, apresentando-se como uma alternativa para agregar valor ao produto. Como exemplo, de maneira a enfrentar este problema de produção e também mercadológico, o trabalho se propôs a apresentar e analisar as estratégias desenvolvidas para ressaltar a produção da Região da Alta Mogiana.

2.2. CARACTERIZAÇÃO DO CAFÉ ESPECIAL

O café produzido no Brasil recebe classificações distintas, levando em consideração aspectos qualitativos do grão para categorizá-los. Este estudo considerou a Metodologia de Avaliação Sensorial SCA (*SCAA Cupping Protocols*, 2008).

Café Especial, de acordo com esta fonte, é todo aquele que atinge no mínimo 80 pontos na escala de pontuação da metodologia (da qual detém valores máximos de 100 pontos), sendo avaliados os seguintes atributos:

- fragrância/aroma;
- uniformidade (cada xícara representa estatisticamente 20% do lote avaliado);
- ausência de defeitos;
- doçura;
- sabor;
- acidez;
- corpo;
- finalização;
- harmonia;
- conceito final (impressão geral sobre o café, atribuída pelo classificador, sendo a única parcela de subjetividade do classificador na avaliação da amostra);

O Café Especial destaca-se nesses atributos, possuindo sabores e aromas que podem ser frutados, herbais, doces como caramelo e chocolate, sendo que sua apreciação pode ser em função da região de cultivo, do cuidado pós-colheita e da torra.

Toda essa diferenciação do produto se traduz em potencialidades estratégicas para o desenvolvimento sustentável da região, visto a complexidade e a necessidade de mão de obra qualificada presente em todos os processos da cadeia produtiva.

Cadeia produtiva é um termo usado para indicar uma sequência de estágios de fluxo de materiais e processos para fabricação de produtos e serviços, realizados por diversas empresas em diferentes estágios do fluxo. Ou seja, a cadeia produtiva “é um conjunto interligado de elos entre fornecedores de materiais e serviços que abrange os processos de transformação que convertem ideias e matérias-primas em produtos acabados e serviços” (RITZMAN; KRAJEWSKI, 2004, p. 30).

A transformação do produto apresenta ser simples, mas alguns estudos (SAES, 1995; SAES; FARINA, 1999; SAES; JAYO, 1998; ZYLBERSZTAJN; FARINA; SANTOS, 1993) denotam uma certa complexidade nas combinações entre os segmentos produtivos, começando pela transformação (fornecedores de insumo, produção do café, cooperativas, produtores de mudas), indústria de maquinários agrícolas, armazenamento, exportação (corretoras), indústrias de processamento (torrefação, moagem, empacotadoras do produto solúvel) e o mercado varejista (supermercados, pequeno varejo, mercado institucional, lojas de café, bares e restaurantes).

O estudo destes atores nos reporta a complexidade da cadeia produtiva do café, com as principais interações dos seus atores. Levando em consideração a potencialidade que esta estrutura pode fornecer para a incorporação de novas tecnologias, desenvolvimento de novos produtos, acesso a novos mercados, entre outros aspectos favorecendo o desenvolvimento regional.

As características físicas e a composição química do café que traduzem a sua classificação e respectiva qualidade podem ser explicada, basicamente, pelos seguintes fatores: a) constituição de frutos cerejas sadios e grãos e que estes ocorrem em ramos vigorosos, constituídos por técnicas de manejo adequadas, b) colheita planejada para a determinação do ponto de maturação correta, atribuindo uniformidade aos frutos, prezando sempre uma porcentagem maior de frutos maduros; c) lavagem e separação, eliminando impurezas e separando o café em lotes distintos para a secagem; d) secagem do fruto, determinando faixas de umidade ideal para o armazenamento, torra e moagem. (INCAPER, 2009)

Segundo BSCA – Associação Brasileira de Cafés Especiais, as características do café da Alta Mogiana são de uma bebida encorpada, com acidez meda e notas que vão de pêssego a chocolate, sendo que os cafés da região já

foram listados entre os dez melhores do país por dois anos consecutivos na *Cup of Excellence Brazil*, um dos principais concursos de qualidade do circuito mundial.

Com relação ao consumo de cafés especiais, segundo a BSCA (2019), os brasileiros consumiram em 2018 o equivalente a 705 mil sacas de cafés especiais, o que representa apenas 3% do total do país, mas em comparação com o consumo do ano anterior, apresenta 19% de acréscimo.

Estas características e complexidades podem ser obtidas pelas características edafoclimáticas da região, com propriedades localizadas em altitudes acima de 800 metros e com relação ao manejo correto das etapas de produção, do plantio à secagem, da colheita à torrefação, transformando estas características como valores que serão apropriados na cadeia produtiva do café especial, como será discutido próxima sessão.

3 PANORAMA DO SETOR DA PRODUÇÃO DE CAFÉ NA REGIÃO DA ALTA MOGIANA

O município de Franca está inserido na região produtora de café denominada Alta Mogiana, com o cultivo principal da espécie *Arábica*. A região produz uma bebida encorpada, com aroma frutado e sabor suave adocicado. Considerada uma das regiões produtoras de café mais tradicionais, possuindo cafezais a uma altitude que varia entre os 800 a 1.100 metros de altitude. A temperatura anual média de 20°C é considerada amena, sendo que as variedades *Arábica* mais cultivadas são o Bourbon Amarelo, Catauí e o Mundo Novo (CUSTÓDIO, F. V *et al.*, 2018).

Em termos econômicos, o município de Franca se caracteriza por apresentar ainda a vocação calçadista no cenário nacional e internacional. O setor primário, mais especificamente o setor agrícola, destaca-se a produção de soja, cana de açúcar, café, milho e eucalipto (CIAGRO, 2019).

O município de Franca apresenta tradição na produção de café e, segundo alguns estudos, recentemente esta se constituindo um modelo de agronegócio diferenciado, na medida em que apresenta grande sucesso nos esforços de diferenciação do produto, desvinculando-o do circuito tradicional de *commodities* (TOSI; FALEIROS; FONTANARI, 2011; TOSI; FALEIROS; TEODORO, 2005).

Segundo o SEBRAE (*on line*, 2019):

“É de longa data que se encontra registro sobre o plantio de café na região. A região é associada ao café há mais de 100 anos. O Código de Postura da Câmara Municipal de Franca, de 1833, obrigava os agricultores a plantar e manter 25 pés de café por cada braça de terreno (...). No entanto, foi com a chegada da ferrovia, e a inauguração da Estação de Franca, na década de 1890, que a cafeicultura se consolida como principal atividade econômica (...). O aumento da população de imigrantes, principalmente de italianos, era acompanhada por uma explosão da produção de café. A cultura cafeeira era privilégio dos maiores produtores da terra.

A parceria entre os proprietários e os imigrantes mostrou-se rentável a ambos. Desde então, a região sempre fora um polo qualitativo de café.”

Os estudos de Bliska *et al.* (2009) indicam que região da Alta Mogiana apresenta condições edafoclimáticas mais favoráveis à cultura, além da existência de uma utilização mais intensa de tecnologia, principalmente em relação à implementação e manejo dos plantios. Nessa região há predomínio de cultivares geneticamente superiores, bem como de espaçamentos, tratos fitossanitários, nutricionais e podas instituídos com base em melhores recomendações técnicas. De modo geral, o café é beneficiado nas propriedades e a colheita mecânica tem se expandido de forma significativa, em grande parte, via aluguel de máquinas.

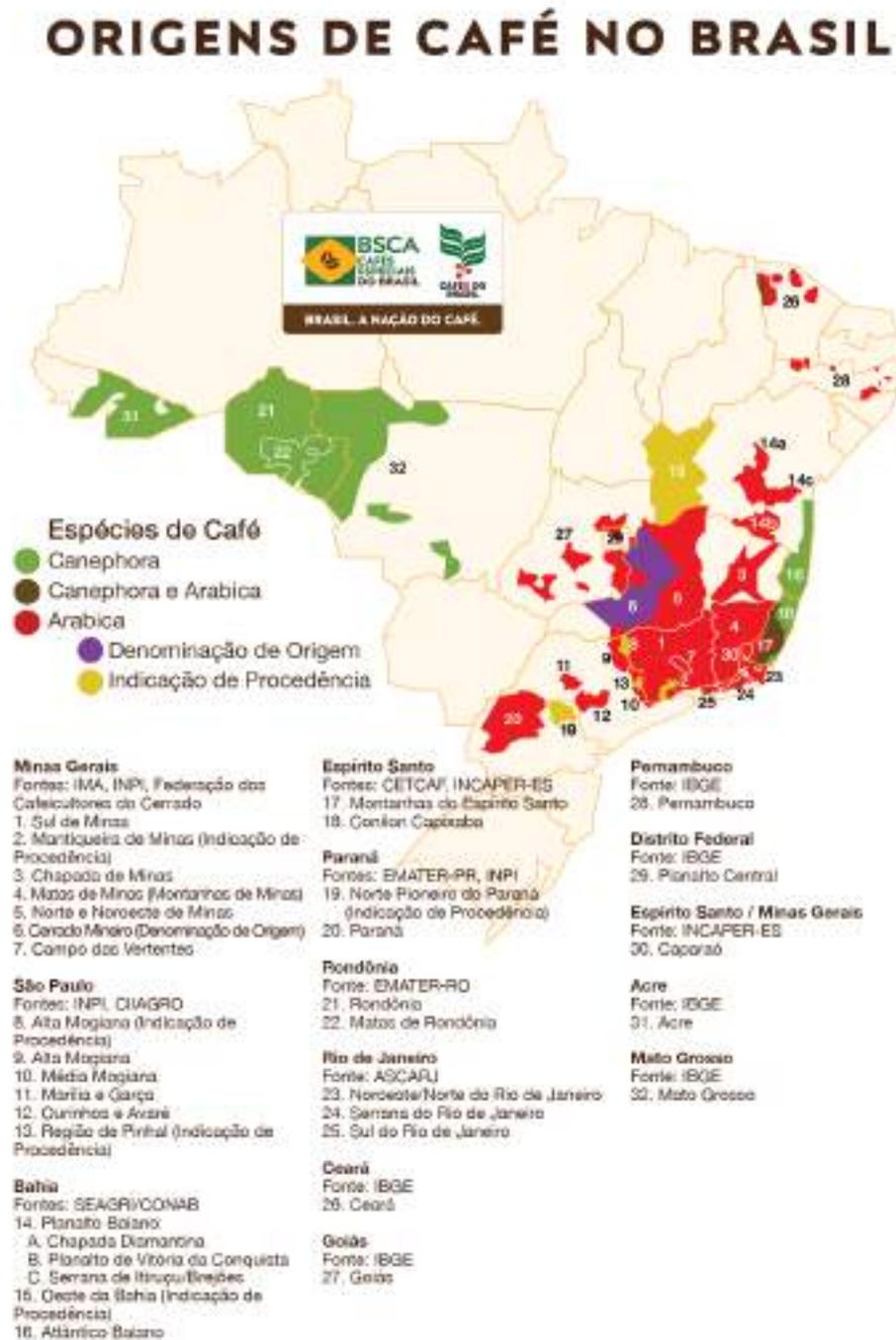
Segundo o SEBRAE (*on line* SEBRAE, 2010):

“a região da Alta Mogiana produz café da espécie arábica e de grãos mais finos, conhecidos como “café de bebida mole”. Dentre as variedades mais cultivadas encontramos o Catuaí, Mundo Novo, Bourbon e Obatã. O café tem como principal característica um corpo cremoso e aveludado. Possui aroma marcante, frutado com suave notas de chocolate e nozes, de acidez média e equilibrada. Assim que degustado, tem a magnitude de prolongado retrogosto com uma doçura de caramelo com notas de chocolate amargo. Trata-se de um café encorpado, talhado para o preparo de um excelente expresso”.

O BSCA (2020) elenca 12 Estados brasileiros produtores de café especial, com 32 áreas específicas.

No tocante, o país conta com 05 regiões de Indicação de Procedência (Mantiqueira de Minas, Alta Mogiana, Região do Pinhal, Oeste da Bahia e Norte Pioneiro do Paraná) e 01 Denominação de Origem (Cerrado Mineiro).

Figura 1 - Regiões produtoras de café especial do Brasil e suas respectivas espécies cultivadas.



Fonte: BSCA 2020

3.1.A AMSC – ASSOCIAÇÃO DE PRODUTORES DE CAFÉS ESPECIAIS DA ALTA MOGIANA

A AMSC - Associação de Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana se destaca pela produção de cafés de qualidade totalizando 23 municípios, 15 paulistas e 8 mineiros. Na região existem concursos de qualidade dos cafés produzidos tanto pelos produtores de cafés em geral como também pelas cafeicultoras, compondo um grupo de mulheres produtoras que atuam ativamente no setor, conhecido como “Cerejas do café”. Com cerca de 5 mil produtores de café e 100 mil hectares cultivados, a região tem 20% da produção composta por cafés especiais, que valem em média 20% a mais que o café tradicional (AMSC – Associação de Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana).

Segundo AMSC, a área de produção com café do tipo “especial” compreende em 7.720 hectares, com produção média anual de 250 mil sacas, sendo que a associação conta com 90 associados (produtores, cafeterias, exportadores, marcas de café torrado e cooperativas).

Através da 1ª Ata da Reunião da Associação dos Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana – AMSC, realizada em data de 18 de agosto de 2005, foi fundada a sociedade civil de duração ilimitada. A criação da Indicação de Procedência da Região da Alta Mogiana foi finalizada em 11 de maio de 2011.

Segundo a Ata da organização:

”a área geográfica delimitada da Indicação de Procedência “ALTA MOGIANA”, para cafés especiais, obedecerá a seguinte delimitação dos municípios de Altinópolis; Batatais; Buritizal; Cajuru; Cristais Paulista; Franca; Itirapuã; Jeriquara; Nuporanga; Patracínio Paulista; Pedregulho; Restinga; Ribeirão Corrente; Santo Antonio da Alegria e São José da Bela Vista, englobando os municípios, distritos, logradouros e demais delimitações geográficas mencionadas. Nessa delimitação deverão ser respeitadas as áreas de reserva e proteção ambiental”.

A Ata estabelece como pressuposto indispensável para o sistema de produção do café, estar de acordo com as técnicas de plantio, manejo, colheita, dentre outros procedimentos que o documento estabelece, bem também o uso de

práticas mitigadoras dos impactos ambientais, em especial a reutilização dos subprodutos.

Outro aspecto pertinente à pesquisa é a criação do Conselho Regulador da Indicação de Procedência da Alta Mogiana, sendo este um Órgão Social da Entidade. A sua constituição conta com: i) dois produtores de café; ii) duas instituições ligadas ao consumidor; iii) cinco instituições ligadas à pesquisa; iv) duas instituições ligadas ao cooperativismo; v) quatro instituições ligadas à entidades sindicais; vi) uma instituição ligada ao governo Estadual; vii) quatro instituições ligadas a comercialização; viii) quatro instituições municipais.

Desta forma, segundo o documento, o Conselho Regulador tem as seguintes atribuições:

- a) Criar o regulamento de uso da Indicação Geográfica do café da região da Alta Mogiana;
- b) Orientar e controlar a produção, elaboração e a qualidade dos produtos amparados pela Indicação de Procedência ALTA MOGIANA, nos termos definidos pelo Regulamento;
- c) Zelar pelo prestígio da Indicação de Procedência da ALTA MOGIANA no mercado nacional e internacional e a adotar as medidas cabíveis visando evitar o uso indevido da Indicação de Procedência;
- d) Auditar, elaborar e atualizar os registros cadastrais definidos no regulamento, bem como adotar as medidas necessárias para o controle da produção, visando ao atendimento do disposto no regulamento do uso da Indicação Geográfica do café da região da Alta Mogiana;
- e) Propor medidas para regular a produção com a concessão de selos da Indicação de Procedência ALTA MOGIANA de forma harmônica com a demanda de mercado;
- f) Auditar a fiscalização da emissão dos certificados de origem dos produtos amparados pela Indicação de Procedência ALTA MOGIANA, bem como o selo de controle, que serão emitidos pela AMSC;
- g) Elaborar e publicar relatório anual de atividade;
- h) Propor medidas ao regulamento;

- i) Adotar medidas para preservar e estimular a qualidade dos produtos da Indicação de Procedência ALTA MOGIANA;
- j) Fiscalizar o controle do uso corrente de normas de rotulagem estabelecidas para Indicação de Procedência ALTA MOGIANA;
- k) Fiscalizar o funcionamento de uma comissão de degustação dos produtos da Indicação de Procedência ALTA MOGIANA;

Outra ação importante que o Conselho Regulador desenvolve é manter as análises das propriedades organolépticas dos produtores finais, em um sistema de amostragem da sara, para identificar se o produto segue os padrões de qualidade normalizados pela SCAA (*Specialty Coffee Association of America*), na qual os cafés deverão atingir no mínimo 75 pontos e, assim, atestada a qualidade, emitir os selos da Indicação de Procedência aos produtores.

Para certificar um determinado produto é necessário avaliar se este atende aos requisitos das normas e códigos de conduta das certificadoras. Este é o papel dos Organismos de Certificação, sendo a AMSC provedora deste título. A entidade conta com técnicos que, através do processo de auditoria e inspeção dos lotes amostrados, elaboram documentos de avaliação.

Desta forma, o trabalho tem como objetivo geral, discutir sobre as características e as representações que impactam na produção de café especial, a partir do estudo de caso da AMSC, pela estrutura estabelecida no seu estatuto de origem.

Neste sentido, a próxima sessão tratou das principais diferenças entre a produção de café tradicional – *commodities* e a produção do café especial, de como é formada a cadeia de valor, suas apropriações e a formação de preço do café especial. Desta forma, o trabalho, ao se apropriar-dos conceitos básicos da cadeia produtiva do café especial permitirá que se adentre especificamente no desenvolvimento sustentável, no processo de organização do conhecimento, propiciando subsídios para análise e conclusão do estudo.

3.2. CADEIA DE VALOR DO CAFÉ ESPECIAL E SUA APROPRIAÇÃO DE VALOR DE USO

O Brasil se classifica por ser o maior exportador de café do mundo (EMBRAPA, 2019), responsável por cerca de 29% das exportações mundiais, sendo os 5 principais destinos: os Estados Unidos (19%), Alemanha (16%), Itália (8%), Japão (6%) e Bélgica (6%). O volume exportado de “café especial” é de 15% do total das exportações efetuadas pelo país (Conselho dos Exportadores de Café do Brasil [Cecafé], 2020), exportando produtos refinados com maior valor agregado. Essa cadeia produtiva afeta diretamente na economia do país, na política e nas organizações produtivas brasileiras.

A cadeia de valor do café inicia-se a partir da produção de grãos para as diferentes formas de preparo e consumo da bebida. As mudanças oriundas do consumo de café, a partir, por exemplo, de novos métodos de extração, tornando uma experiência única para o consumidor, impactaram nas formas de produção, tornando os processos na propriedade rurais mais tecnológicos, pela necessidade de se controlar diversos fatores que impactam na qualidade final da bebida. Conjunto a este cenário houve uma mudança nos hábitos alimentares de uma maneira geral, onde o mercado exige-se produtos de melhor qualidade e com práticas sustentáveis.

Houve então a necessidade de se formar uma organização que desse respaldo para o setor, e desta maneira, em 1990, produtores de café fundaram a Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA), que tinha por objetivo construir novas possibilidades de negócios investindo na qualidade do café.

Segundo Guimarães, Castro, & Andrade (2016), considera-se que exista três movimentos, também denominados “ondas”, das quais influenciam o mercado e consumo mundiais de café. Cada “onda” apresenta um conjunto diversificado de prioridades e filosofias, interferindo diferentemente na maneira de consumo da bebida. O café “especial” foi influenciado pela Terceira Onda, ganhando força nos últimos cinco anos.

Segundo os autores, a primeira “onda” é caracterizada pelo início da comercialização de café, com produtos de baixa qualidade e grande quantidade, pelo aumento do consumo associado aos processos de produção e comercialização

comoditizados focados na distribuição em grande escala. A segunda “onda” caracteriza-se pelo início do consumo de cafés de qualidade pela produção controlada, com rastreabilidade e dando uma identidade para os cafés (cafés de origem). Com a disseminação do consumo a partir de cafeterias especializadas, surgiram grandes marcas como a Starbucks. Nesta etapa, o produto de maior qualidade começou a ser consumido nas casas das pessoas, a partir da inserção de cápsulas pela empresa Nespresso. A terceira “onda” representa uma revolução no consumo de cafés “especiais”, pela diferenciação do produto e a experiência de consumo que proporcionam.

As experiências no consumo do café como produto vão além da simples degustação da bebida, incluindo experiências e percepções individuais que levam à apropriação de valor durante o seu uso. Os clientes são integrantes de recursos, promovendo a cocriação de valor com provedores (VARGO & LUCH, 2008, 2017). Na terceira “onda”, cafeterias e produtores adotaram uma relação mais estreita, destinada a promover a diferenciação do valor para o consumidor final e justificando a diferenciação do valor no produto (BOAVENTURA *et al.*, 2018).

A partir deste cenário proporcionado pela terceira “onda”, a criação de valor é fundamental para as empresas obterem a fidelidade e a satisfação dos clientes e criarem uma vantagem competitiva ao longo da cadeia de valor, destinada a promover a diferenciação do valor para o consumidor final. Desta maneira, o produtor tem a possibilidade em negociar sua produção aos consumidores finais, agregando informações sobre a garantia de qualidade, apropriando-se dos valores econômicos.

3.2.1. Formação de Preço do Café “Especial”

A definição de um modelo para a formação de preço é fomentada por DOLAN e SIMON (1998), sendo que o modelo proposto pelos autores refere-se ao papel primordial do valor percebido na formação de preço. Ou seja, os autores desenvolvem um modelo que permite trabalhar como o valor do produto e não apenas com os custos e o lucro desejado pelo produtor, sendo uma visão alternativa da formação de preço com agregação de valor para o café “especial”.

De acordo com LOVELOCK e WRIGHT (2001), consumidores compram um serviço específico pensando nos benefícios advindos deste em relação aos seus custos. Sendo assim, a precificação baseada no valor admite que nenhum cliente pagará mais por um produto do que aquilo que acha que vale.

A agregação de valor ao produto inclui sensações que podem ser passadas no momento do consumo, construindo significado sobre o produto, estabelecendo uma conexão ou relação ambiental que liga os clientes ao produto (Adaptado de PINE e GILMORE, 1999).

Segundo Oliveira *et al.* (2001), na abordagem de formação do preço do produto, a qualidade está relacionada ao local de origem, sendo que o posicionamento é dependente do interesse do produtor em estar tratando o seu produto como especial, termos abordados nas próximas sessões, com relação às Indicações Geográficas da Região da Alta Mogiana.

O autor ainda cita que os custos envolvidos na disponibilização do café especial são apresentados em três categorias: a primeira refere-se aos custos do produto, ou os custos que são obtidos para a produção do café especial; a segunda categoria de custos envolve os logísticos que são aqueles referentes à embalagem, transporte, tributação do produto especial; a terceira categoria consiste nos custos de comercialização, que se referem ao investimento em propaganda, participação de feiras e contatos externos.

A formação do preço do café especial depende do seu posicionamento e da sua concorrência por meio das formas de diferenciação e segmentação. A participação de eventos e premiações, conjunto ao relacionamento com o comprador são aspectos que influenciam diretamente no preço final do produto e a agregação de valor. Estratégias em longo prazo devem ser desenvolvidas pelos produtores de café especial, aproximando os consumidores finais, visando sempre um relacionamento transparente, demonstrando e garantindo a qualidade do produto conjunto a experiências individuais.

Apropriando-se dos conceitos básicos da diferenciação do café tradicional com o especial, a sua cadeia de produção e suas possíveis valorizações que influenciam na formação do preço do produto, temos condições de adentrar nos pressupostos do desenvolvimento regional sustentável, do qual será abordado na próxima sessão.

4 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

No período que sucedeu a Segunda Guerra Mundial, iniciou-se um amplo processo de desenvolvimento econômico e social no grupo das nações mais desenvolvidas. Este período foi caracterizado por um ciclo com altas taxas de crescimento e expansão econômica, capitaneado pelos Estados Unidos, perdurando até meados da década de 1970. Este ciclo propiciou o reerguimento ou reanimação de nações europeias arrasadas pela guerra, movimento ao qual se juntou, alguns anos depois, o Japão (ALMEIDA, 2005). Dentro deste contexto de reconstrução econômica histórica, e sob a ameaça e a preocupação com os limites dos recursos naturais, surgiu o questionamento dos efeitos deste crescimento contínuo, bem como de seus objetivos e limites. A partir disto, então, o conceito de sustentabilidade começou a ser forjado.

Ao final da década de 1980, a noção de desenvolvimento sustentável começou a ser mais concretamente definido em virtude de se revisar e ajustar as concepções do desenvolvimento. A noção de desenvolvimento sustentável, tendo surgido com o propósito inicial de estreitar a relação entre o crescimento econômico e a temática ambiental, promoveu a mobilização, sobretudo por setores governamentais, empresariais e acadêmicos para distintas prioridades e objetivos, tanto nacionais quanto mundiais.

Diante da tal conjuntura, é necessário conhecer o ambiente internacional que se forma, para assim, compreender a noção da sustentabilidade e de como ela foi se afirmando e se tornando presente na dinâmica de desenvolvimento de todas as organizações.

Ressalta-se assim, dentro deste escopo, o Clube de Roma (1972). Isto porque, neste ano, na reunião do Clube de Roma, em Estocolmo, veio a público o estudo “Limites do crescimento”, também conhecido como “Relatório Meadows”, redigido por Donella Meadows e sua equipe do *Massachusetts B Institute of Technology* (MIT). O documento apresenta um ponto de vista global e sistêmico

sobre os problemas que se estendem por todo o planeta e interagem uns com os outros (distribuição de renda, êxodo rural, exploração abusiva de recursos naturais, etc.) e sustenta que “desenvolvimento e meio ambiente devem absolutamente ser tratados como um só e mesmo problema” (MEADOWS *et al.*, 1972, p. 295, apud URTEAGA, 2008, p. 128).

Ancorado em cinco parâmetros – população, produção de alimentos, industrialização, contaminação e utilização de recursos naturais não renováveis –, o estudo infere que a dinâmica desse “ecossistema” mundial conduz a um círculo vicioso: um número cada vez maior de indivíduos consome e contamina de maneira crescente um mundo de recursos limitados. E conclui que, seja qual for o cenário escolhido para as próximas décadas, “este crescimento exponencial conduz finalmente ao fim do sistema” (URTEAGA, 2008). Este tema passa a atrelar-se a outros, tais como o controle do crescimento demográfico, especialmente nos países do Terceiro Mundo, e o patamar zero de crescimento econômico. Pode-se dizer que, com isso, o debate abre a questão sobre “a capacidade de carga da biosfera e a necessidade de um sistema mundial sustentável” (DIEGUES, 1992, p. 25).

Três meses depois da publicação do Relatório do Clube de Roma, realiza-se, em Estocolmo, em 1972, a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente (Conferência de Estocolmo), onde, pela primeira vez, se debatem temas centrais relativos ao crescimento econômico, desenvolvimento e proteção ambiental. O lema oficial do evento é “Uma só Terra”. Não obstante esse apelo, a Guerra no Vietnã colocou, naquele momento, em oposição os blocos dos países do Norte e do Sul, de Leste a Oeste. Ainda assim, a Conferência manteve seu objetivo principal a saber; definir modelos de comportamento coletivo que permitam às civilizações coexistir. Os países industrializados presentes à Conferência estavam mais interessados em controlar o aspecto negativo da industrialização, a degradação ambiental, ao passo que os países subdesenvolvidos, entre os quais o Brasil, temiam que a “proposta de controle dos efeitos do crescimento econômico significasse uma arma contra o chamado ‘desenvolvimento’ dos países mais pobres” (DIEGUES, 1992, p. 25).

Ao fim do encontro, foram aprovadas algumas resoluções. Neste sentido, decidiu-se criar, no âmbito da ONU, um órgão específico encarregado das questões ambientais; o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUE), com sede em Nairóbi e encabeçado por Maurice Strong, Secretário Geral

da Conferência. No cerne desse processo que o Secretário Geral introduziu a noção de “ecodesenvolvimento” – como uma alternativa para a dicotomia “economia-ecologia” –, definindo-o como uma estratégia de desenvolvimento que rejeita um crescimento econômico que implique degradação ambiental. Seria um paradigma de terceira via, que não vê a humanidade frente a um panorama fatalista, e tampouco crê cegamente no desenvolvimento da tecnologia como solução para os problemas. Aos poucos, no entanto, a noção de “ecodesenvolvimento” foi posta de lado, dando lugar à noção de “desenvolvimento sustentável” (DIEGUES, 1992; URTEAGA, 2008).

Sustentabilidade, ou desenvolvimento sustentável, popularizou-se a partir de 1987, após ser utilizado pela *World Commission on Environment and Development* (WCDE) – Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento das Nações Unidas – em seu Relatório *Our common future* (Nosso futuro comum), também conhecido como Relatório Brundtland. A partir deste relatório, o termo desenvolvimento sustentável vem sendo cada vez mais difundido, passando a figurar sistematicamente na semântica de linguagem internacional, bem como servindo como eixo central de pesquisas realizadas por organismos multilaterais e, por grandes empresas (WCED, 1987). O Relatório conclui que não existe outra solução a não ser a instauração de um desenvolvimento sustentado, caracterizado como aquele capaz de garantir as necessidades das gerações futuras, nos seguintes termos:

O atendimento das necessidades básicas requer não só uma nova era de crescimento econômico para as nações cuja maioria da população é pobre, como a garantia de que esses pobres receberão uma parcela justa dos recursos necessários para manter esse crescimento [...]. Para que haja um desenvolvimento global sustentável, é necessário que os mais ricos adotem estilos de vida compatíveis com os recursos ecológicos do planeta, quanto ao consumo de energia, por exemplo [...] (Relatório Brundtland, apud ALMEIDA, 1997, p. 42).

Uma vez decorridos 20 anos após a Conferência de Estocolmo, proposta pelos redatores do Relatório de Brundtland, ocorreu a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), em 1992, no Rio de Janeiro (ECO-92), sendo este evento internacional considerado como a

conferência mais importante já promovida pela ONU, visto a representatividade dos participantes.

Ao término da conferência, foi elaborado um Plano de Ação batizado de Agenda 21, o qual representou um compromisso assinado por um conjunto de mecanismos internacionais que buscava envolver governos, empresas e organizações sociais com o objetivo de tratar dos problemas ambientais de maneira mais eficiente (MMA 2019, *on line*).

Redclift (2006) entende que a declaração elaborada na conferência do Rio-92 refletiu um aumento na preocupação com as questões ambientais globais, dos quais iriam proporcionar o desenvolvimento de novos mecanismos institucionais com o objetivo de gerenciar com maior eficiência os problemas ambientais.

Dois pressupostos orientaram, basicamente, as propostas da Rio-92: a) os problemas ambientais internacionais, tais como, a mudança climática e a perda de biodiversidade, seriam as “anomalias” existentes entre os arranjos institucionais existentes entre a política e a ciência e a capacidade de lidar com os problemas ecológicos; b) os países do Norte e Sul detêm interesse comum em assegurar um desenvolvimento econômico sustentável. Todavia, esta sustentabilidade se tornou um conceito difuso e em construção, sendo que este desenvolvimento sustentável acabou se configurando num processo de princípios e premissas experimentais, e cuja implementação depende de um processo social no qual os atores devem pactuar novos consensos rumo a um futuro sustentável (VEIGA, 2010).

A Rio+10, conferência mundial realizada pela ONU novamente no Rio de Janeiro, em 2002, finaliza a presente cronologia dos principais eventos internacionais de importância para o desenvolvimento dos princípios que sustentam o desenvolvimento sustentável.

Urteaga (2008) caracteriza tal evento como a possibilidade de rever os compromissos firmados de anos antes, durante a Conferência do Rio, oferecendo a oportunidade de apresentar novas iniciativas e decidir sobre os acordos firmados entre os governos e os agentes privados (empresas, ONG, sindicatos), para apoiar a implantação da Agenda 21.

O termo sustentável pode ser conceituado como um alicerce, uma espécie de “guarda-chuva”, que apoia ou abrange a ideia de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável tendo como base a preocupação com a existência futura de recursos naturais para viabilizar a continuação da vida humana.

Pode-se declarar que a sustentabilidade é o novo paradigma para um desenvolvimento equilibrado, democrático e integrador em todos os níveis sociais (PIRANI, 2015).

Assim, sustentabilidade seria a condição ou o estado que permitiria atingir a preservação da humanidade e das condições naturais do planeta Terra, incluindo todos os ecossistemas, seus componentes e seres. (PIRANI, 2015).

Por sua vez, Sachs (1993) *apud* PIRANI (2015) entende que é necessário considerar, de forma resumida, cinco conceitos indissociáveis da sustentabilidade:

- econômico: inversões da atual lógica público/privada, visando não exclusivamente à lucratividade empresarial, mas sim à eficácia econômica em termos macrossociais;
- social: asseguarção do crescimento estável, com distribuição equitativa de renda, garantindo o direito de melhoria de vida da população;
- territorial: configuração rural-urbana mais equilibrada, diversificação de assentamentos e de planejamento urbano, além de propostas políticas e econômicas visando a ampliar o direito à moradia digna nas cidades;
- cultural: respeito à cultura local, garantindo continuidade e equilíbrio entre tradição e inovação;
- ambiental: produção de recursos renováveis e limitação dos recursos não renováveis. Redução de substâncias poluentes e do uso de combustíveis fósseis, pela adoção de políticas de conservação e de incentivos.

A sustentabilidade é um termo que expressa a preocupação com a qualidade de um sistema que diz respeito à integração indissociável (ambiental e humano), e avalia suas propriedades e características, abrangendo os aspectos

ambientais, sociais e econômicos. Essa avaliação realiza-se em determinado ponto estático, como em uma fotografia do sistema, ou seja, sua qualidade naquele instante, apesar de o sistema ser dinâmico e complexo. A avaliação da qualidade do sistema deve acompanhar a evolução natural – desconsiderando as alterações antropogênicas.

Assim, os indicadores utilizados na avaliação podem sofrer alterações ao longo do tempo – uns, de forma mais rápida; outros, de forma mais lenta, dependendo do aspecto a que se referem. A avaliação é operacionalizada por meio de indicadores e/ou índices, e resulta em informações quantitativas, possibilitando o estabelecimento de objetivos ou metas a serem alcançados por meio de estratégias de longo prazo.

As analogias entre sustentabilidade e desenvolvimento sustentável avançam na direção da compreensão das inter-relações de um único sistema composto pelas atividades humanas e ambientais. Tal compreensão possui uma dupla finalidade: satisfazer a necessidade da humanidade; sustentar os sistemas que dão suporte à vida no planeta (LAMBIN, 2005; BRINSMEAD e HOOKER, 2011). Assim, a sustentabilidade abrange os sistemas e o desenvolvimento sustentável no que se refere às necessidades humanas e ao seu bem-estar. Os seres humanos não são independentes e isolados, fazem parte de uma teia complexa de fenômenos naturais inserida num único sistema global, o que Moldan *et al.* (2012) denomina de miríade de relacionamentos e interdependências.

O desenvolvimento sustentável passou a ser considerado o acesso para atingir a sustentabilidade, sendo esta considerada o intento final de longo prazo (HOVE, 2004).

Segundo o autor, sustentabilidade consistiria em uma meta ou parâmetro (objetivo final) definido por meio de critérios científicos, tendo o intuito de mensurar e acompanhar os resultados gerados pela utilização de estratégias do desenvolvimento sustentável. Diante disto, para alcançar a sustentabilidade de um determinado sistema global – elevar o nível de qualidade de sustentabilidade – necessitar-se-ia da utilização do processo de desenvolvimento sustentável.

Corroborando este entendimento, Prugh e Assadourian (2003) e Sartori *et al.*, (2014). Stiglitz, Sen e Fitoussi (2009) enfatizaram que a humanidade necessitaria de uma avaliação sobre o grau em que se encontra em relação ao nível satisfatório de sustentabilidade.

O termo sustentável passou a ser responsável pela geração de uma solução em relação à deterioração verificada nas inter-relações do sistema global ambiental humano.

A ideia de sustentável passou a ser suportada pelo processo de desenvolvimento sustentável e sustentabilidade, ou seja, pode ser considerada, como dito anteriormente, um “guarda-chuva”. Portanto, a direção e o foco da sustentabilidade e do desenvolvimento sustentável devem estar alinhados com o intento final de ser sustentável considerando a equidade dos aspectos ambientais, sociais e econômicos.

A sustentabilidade, enfim, começou a ser encarada como um processo que mensura o grau ou nível da qualidade do sistema complexo ambiental humano com o intuito de avaliar a distância deste em relação ao sustentável. Esta avaliação, em especial, seria realizada com propriedades quantitativas denominadas de indicadores e índices de sustentabilidade.

O desenvolvimento sustentável, por seu turno, seria o processo que entra em cena com base em estratégias para aproximar o sistema ambiental humano ao nível de sustentabilidade com vistas a que a vida deste complexo sistema se harmonize e perpetue ao longo do tempo.

Em suma, os atributos de sustentável, sustentabilidade e desenvolvimento sustentável, em termos gerais, possuem significados distintos, não podendo ser utilizados como sinônimos, pois cada um relaciona-se a uma práxis específica. Entretanto, não podem ser consideradas práticas isoladas, pois o êxito no alcance do sustentável ocorre via combinação do conjunto de atributos da sustentabilidade e do desenvolvimento sustentável.

4.1. TRIPLE BOTTOM LINE

Uma empresa sustentável é aquela que contribui para o desenvolvimento sustentável ao gerar, simultaneamente, benefícios econômicos, sociais e ambientais — conhecidos como os três pilares do desenvolvimento sustentável (HART; MILSTEIN, 2004). Essa noção de três pilares de

sustentabilidade, também conhecidos como o *Triple Bottom Line*, tem sido amplamente difundida no ambiente acadêmico e empresarial para justificar as práticas, os projetos e os investimentos ambientais, sociais e econômicos.

O conceito *Triple Bottom Line* foi desenvolvido pelo pesquisador Elkington (1998) e, desde então, se popularizou tornando-se um assunto interdisciplinar, abordado em todas as áreas do conhecimento. Apesar das diferentes áreas onde se trabalha o conceito, o aspecto em comum é o balanço entre a proteção ambiental e o desenvolvimento social e econômico, onde os investimentos financeiros estratégicos devem se pautar na inovação tecnológica orientada para o equilíbrio ecológico e para a responsabilidade social, respeitando a cultura da população que está inserida no processo de desenvolvimento.

Desenvolvimento, nesse caso, é um processo de transformação que combina crescimento econômico com mudanças sociais e culturais, reconhecendo os limites físicos impostos pelos ecossistemas e fazendo com que as considerações ambientais sejam incorporadas em todos os setores e, também, na arena política (MAIMON, 1996; DONAIRE, 1999; ALMEIDA, 2002).

Hart e Milstein (2003) afirmam que os desafios globais associados à sustentabilidade, considerados sob a ótica dos negócios, podem ajudar a identificar estratégias e práticas que contribuam para um mundo mais sustentável, e que, simultaneamente, sejam direcionadas à geração de valor para o acionista². Para tanto, os autores desenvolvem as justificativas para criação de valor compartilhado usando uma matriz cujos eixos representam o tempo (curto e longo prazos) e o ambiente (interno e externo). Nesses eixos (Figura 02) são adicionados os motivadores relacionados aos problemas ambientais e sociais, bem como ao desenvolvimento da tecnologia e das competências. Como resultado, são definidas quatro diferentes estratégias de sustentabilidade: estratégia de redução da poluição, estratégia de gerenciamento do produto, estratégia de tecnologia limpa e estratégia de visão sustentável. (Figura 3).

Projeta-se que a partir da necessidade dos motivadores da sustentabilidade listados pela Figura 3, desenvolve um cenário promissor em vistas

² A indicação acionista está correlacionada ao estudo de Hart e Milstein (2003) para os titulares que detém ação ou ações da empresa, de capital aberto, inserida em um contexto de livre mercado, sendo que estas ações são comercializadas em bolsa de valores. Para efeito deste estudo, levaremos em consideração apenas a aplicabilidade da geração de valor aos indivíduos inseridos na cadeia produtiva do café do tipo “especial”, a partir do Modelo de Valor Sustentável proposto pelos autores.

de oportunidades para a agricultura focada na produção de café especial na região da Alta Mogiana.

O posicionamento ideal dos agricultores que desenvolvem a produção de cafés especiais seria se estas possuísem estratégias relacionadas aos quatro tipos descritas por Hart e Milstein (2003), considerando uma estratégia em longo prazo para benefício dos *stakeholders*.

De toda sorte, ações a serem implementadas neste sentido, e com uma base em sustentabilidade, apresentam desafios ao setor cafeeiro, haja vista a complexidade que este modelo de produção exige do produtor. Neste sentido, é necessária uma visão multidimensional: combate à poluição, e; minimização dos resíduos e emissões das operações, diretamente relacionada ao desenvolvimento de novas tecnologias limpas e habilidades sustentáveis para o futuro, por exemplo. De outra parte, as empresas devem sempre estar atentas. Devem, ainda, integrar suas perspectivas às dos stakeholders, bem como atender tanto suas respectivas demandas quanto o escopo econômico-financeiro dos agricultores.

Figura 2 - Dimensões-chave do valor ao acionista



Fonte: Hart et Milstein (2003).

Figura 3 - Modelo de valor sustentável



Fonte: Hart et Milstein (2003).

Em face dessa consideração conjunta, onde há a necessidade de se observar as práticas da organização em uma visão multidimensional, a teoria nos apresenta algumas formas de caracterizar investimentos em sustentabilidade. Baron (2001) bem como Hillman e Keim (2001) segmentam os investimentos em sustentabilidade em duas categorias; estratégica e altruísta. Sustentabilidade estratégica corresponde aos investimentos em ações e projetos sociais e ambientais que estejam relacionados ao core business da empresa, tendo impacto as questões aos *stakeholders* e, conseqüentemente, ao desempenho financeiro da empresa. Sustentabilidade altruísta, por seu turno, relaciona-se aos investimentos que visam uma melhoria, ambiental ou social e, não estão necessariamente relacionados ao core business da empresa.

4.2. DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO CAFÉ A PARTIR DOS MODELOS DE CERTIFICAÇÃO: UM FOCO ESPECIAL NAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

As transformações nas relações interpessoais e a velocidade atual das informações têm tornado consumidores muito mais exigentes quanto ao serviço, produto e ao sistema de produção daquilo que estão adquirindo. Estes consumidores mais exigentes e conscientes de seus direitos são os mesmos que se mostram dispostos a pagar mais por um produto diferenciado, exigindo a garantia de conformidade com os requisitos especificados, o que normalmente é feito através da certificação.

Observa-se, de outro lado, que os programas de certificação, com a finalidade de incentivar e aumentar o desenvolvimento sustentável da comercialização do café está se aprimorando e evoluindo expressivamente.

Dentro deste escopo, deve-se destacar, no tocante à atividade agropecuária da cafeicultura, em particular, alguns programas de certificação existentes e ao acesso do produtor (Quadro 01).

Aspectos importantes que devem ser considerados nos modelos de certificação da produção de café referem-se aos custos para se implantar esses sistemas e aos custos fixos dos processos de solicitação de auditoria. Isto porque, o impacto financeiro deles decorrentes é maior para pequenos produtores, sendo que a Certificação *Fairtrade* foi criada para justamente atender esse público.

O diferencial do preço comercializado entre cafés certificados e não certificados se perfaz com base em outro aspecto importante, quando considerados os aspectos econômicos e de viabilidade para implantação do sistema. Neste sentido, os custos desses sistemas certificados são normalmente maiores em razão do conjunto de benefícios sociais e ambientais proporcionados, o que induz à necessidade de se obter um valor adicional ao preço mínimo.

Quadro 01 - Principais programas de certificação do Brasil disponíveis para os produtores de cafés e suas principais características.

<p>Certificação de comércio justo <i>(Fairtrade)</i></p>	<p>Voltado ao sistema de comercialização, assegurando que os produtores recebam um preço mínimo por seu café, estabelecendo prêmios para investimentos com viés sociais. Inclui-se também critérios de proteção ambiental</p>
<p>Certificação orgânica</p>	<p>Exige a eliminação dos fertilizantes químicos e defensivos agrícolas (agrotóxicos), bem como a implementação de práticas para conservação das estruturas do solo</p>
<p>Certificação Rainforest Alliance</p>	<p>Envolve todos os aspectos da agricultura sustentável - meio ambiente, direitos e bem-estar dos trabalhadores e os interesses das comunidades locais. Não proíbe o uso de agroquímicos, porém exige o manejo integrado de pragas, a manutenção da cobertura arbórea e/ou a recuperação de reservas de vegetação nativa</p>
<p>Certificação Utz Certified</p>	<p>Apresenta um conjunto amplo de critérios, que compreende práticas agrícolas adequadas para a produção de café e para o bem-estar dos trabalhadores, incluindo o acesso à saúde e educação. Enfatiza mais a produção responsável do que a sustentabilidade, embora as questões sejam contempladas</p>
<p>Certificação favorável aos pássaros (Bird friendly)</p>	<p>Exige a produção orgânica e a arborização da lavoura, visando proporcionar um habitat favorável aos pássaros</p>

Fonte: Adaptado pelo autor de Zambolim (2007).

A partir da análise do referencial teórico, elementos para fundamentar a obtenção de um modelo de certificação dentro dos propósitos do presente trabalho seriam, dentre outros:

a) na possibilidade do produtor obter benefícios econômicos evidenciados pelos sistemas produtivos certificados, relacionados com o acesso a

novos mercados, com a possibilidade de negociar contratos mais duradouros e com a remuneração superior quando comparados aos sistemas produtivos tradicionais;

b) benefícios sociais relacionados aos trabalhadores rurais e as comunidades locais, visto a necessidade das empresas agrícolas quanto ao cumprimento de requerimentos sociais exigidos pelos programas de certificação, e;

c) benefícios ambientais em face da questão da utilização indiscriminada de agrotóxico, exigindo dos produtores/empresas agrícolas a eliminação ou a redução do uso de defensivos agrícolas (agrotóxicos) e, no caso da Certificação *Rainforest Alliance*, a regeneração e proteção da vegetação nativa remanescente.

Quando se analisa a produção de café pautada em sistemas certificados, é possível visualizar uma construção de confiança entre o produtor e o consumidor. Esta confiança está embasada na garantia de qualidade deste produto, sendo necessária uma gestão transparente.

A consecução de um modelo de certificação sustentável do sistema de produção de cafés especiais dentro do contexto do presente trabalho pode ser investigada via estruturação de um selo de Indicação Geográfica.

Neste sentido, uma melhor compreensão do conceito das Indicações Geográficas (IG) pode ser buscada em diversos trabalhos como, por exemplo, Kakuta (2006). O autor constatou que, no momento em que produtores de vinho, comerciantes e consumidores verificaram que determinados produtos apresentavam qualidades e características atribuíveis à sua origem geográfica, passaram a denominá-lo com nome geográfico de sua procedência.

Uma abordagem mais conceitual pode ser definida pelo *Word Intellectual Property Organization* (WIPO), definindo as IGs como “*un signo utilizado para productos que tienen un origen geográfico concreto y poseen cualidades a una reputación derivadas específicamente de su lugar de origen*” (LIMA, 2013 P. 214).

A legislação brasileira, fundamentada na Lei 9.279/1996³, na Resolução INPI n. 075/2000⁴ e na Instrução Normativa INPI n. 25/2013⁵,

³ BRASIL. **Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996**. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade intelectual. Disponível em:< http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm >. Acesso: 22.06.2020

⁴ INPI. Instituto Nacional de Propriedade Intelectual. **Resolução INPI n. 075, de 28 de novembro de 2000**. Estabelece as condições para o registro das indicações geográficas. Disponível em:< <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/pt/br/br070pt.pdf> >. Acesso: 22.06.2020

basicamente, divide as Indicações Geográficas em duas modalidades: Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO).

De maneira objetiva, para contextualização do trabalho, a Indicação de Procedência (IP) exige somente notoriedade do local de origem dos produtos e/ou serviços. A Denominação de Origem (DO) exige a comprovação de produto e/ou serviço, possui qualidade ou característica que se devem essencialmente ao local (meio geográfico) de origem, considerando-se fatores naturais como clima, solo, dentre outros fatores humanos como modo de fazer (BRUCH; VITROLLES; LOCATELLI, 2010; SILVA et al., 2010).

O selo de controle garante ao consumidor e ao produtor contra a utilização indevida da Indicação Geográfica. Este processo é gerenciado por uma associação que representa os produtores, sendo necessário, ademais, o regulamento do uso e aprovação do Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI.

Observe-se, no que se refere às Indicações Geográficas, sobretudo no que diz respeito tanto à modalidade IP quanto DO, que o contexto da regionalidade, inclusive naquilo que se também se refere ao conceito de desenvolvimento regional, é marcante.

Por seu turno, o desenvolvimento regional pode ser entendido como processo de desenvolvimento socialmente equitativo e ecologicamente prudente, apoiado na democratização em todas as escalas, participação ativa da cidadania na definição de seu paradigma societário, na completa soberania dos sujeitos na escolha do seu futuro (SOUZA; THEIS, 2009).

Entretanto, Siedenberg (2006) inclui mais uma variável, além da social e ecológica nesta discussão: a econômica. Segundo o autor, desenvolvimento regional associa-se a mudanças sociais e econômicas que ocorrem em determinado espaço destacando também a inter-relação dessas variáveis com outros elementos e estruturas presentes na região.

Becker (2001) sugere que é necessário entender desenvolvimento regional como processo de transformações econômicas, sociais e políticas, cuja dinâmica é impressa “de dentro e por iniciativa própria” dos agentes locais.

⁵ Revogada pela IN INPI n. 095/2018 (INPI. Instituto Nacional de Propriedade Intelectual. **Instrução Normativa n. 095/2018, de 28 de dezembro de 2018.** Estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas. Disponível em:< <https://www.gov.br/inpi/pt-br/backup/centrais-de-conteudo/legislacao/IN0952018.pdf> >. Acesso: 21.06.2020.

Boisier (1996) considera que o desenvolvimento de uma região pressupõe a existência de um processo de crescimento econômico, que pode caracterizar-se por alguns atributos simultaneamente: (i) crescente processo de autonomia regional, ou seja, a região definindo seu desenvolvimento; (ii) crescente movimento de inclusão social e participação popular; (iii) processo de conscientização em relação a preservação ambiental e manejo racional de recursos; e (iv) uma identificação da população com sua região.

Entende-se que, diante das premissas para o desenvolvimento regional sugeridas no parágrafo anterior, as Indicações Geográficas – IG surgem como estratégias potencialmente promissoras para o fim de subsidiar o desenvolvimento regional.

Até porque, afora o contexto de regionalidade presente nos dois aspectos (IG e desenvolvimento regional), embora a dimensão econômica seja força motriz para o sucesso da cadeia produtiva do café especial (a partir da agregação de valor aos produtos, aumento na produção, expansão de mercados, estímulo a atividades complementares), existem outras dimensões que podem ser estimuladas a partir do estudo do produto que detém a IG (PELLIN, 2016).

Em reforço verifica-se que, no âmbito social, conforme reconhece a *European Commission* (s.d.), a IG promove um fortalecimento dos vínculos sociais entre os atores da cadeia produtiva. Essa dimensão coletiva acaba fortalecendo o capital social da região, elemento importante para a promoção do desenvolvimento regional.

Por estar pautado nos saberes, modo de ser e de fazer local, o reconhecimento de produtos e serviços com IG serve de apoio à preservação do patrimônio material e imaterial. Ademais, produtos e serviços certificados com IG representam uma importante ferramenta para desenvolvimento regional por permitirem que suas regiões promovam produtos através da autenticidade da produção ou peculiaridades ligadas a sua história, cultura ou tradição, estabelecendo o direito reservado aos produtores estabelecidos na referida região (DULLIUS, 2009). Trata-se de uma apropriação devida e um reconhecimento legítimo aos conhecimentos tradicionais regionais (LIMA, 2013, p. 13).

A ferramenta da IG pode ser utilizada especialmente para fins dos agentes agrícolas viabilizarem projetos com cunho sustentável, criando um ambiente competitivo e vantagens em relação às outras empresas do processo produtivo.

Campos e Campos (2006) determinaram que a questão da competitividade estivesse associada à capacidade de competir. Em outras palavras, sob a ótica mercadológica, a competitividade é resultante de vários fatores que permitem maiores chances de crescimento econômico para as empresas/organizações.

Para os autores, há duas correntes na literatura: a primeira ligada ao *mainstream*, entendendo que a racionalidade econômica, como a maximização de uma função, objetiva (lucros, vendas, crescimento). Ademais, esta corrente foca a competitividade como um resultado desempenhado pela empresa (relação *ex post*), ou seja, empresaS que apresentam melhores desempenho são mais competitivas.

Em contraposição a esta corrente, ainda segundo tais autores, existe aquela que entende a competitividade como algo dinâmico, visto a complexidade e incerteza do ambiente em que as empresas estão inseridas no mercado, uma vez que precisam inovar com êxito, podendo concretizar lucros por certo período de tempo em função disto.

Complementando esta ideia de competitividade, Porter (1989) destacou que a concentração geográfica de empresas rivais, clientes e fornecedores são capazes de promover eficiência produtiva e potencializar a capacidade de inovação destas, tornando-as mais competitivas. Para o autor, a proximidade entre as empresas leva ao conhecimento precoce dos problemas, bem como à melhor compreensão das necessidades e limitações existentes no mercado, algo que seria mais difícil se as empresas estivessem atuando de maneira isolada.

Verifica-se, trazendo esta lógica para a ênfase do estudo, que a região de Franca conta com uma gama de empresas agrícolas que produzem café especial, criando um ambiente competitivo entre elas. Mesmo com a dificuldade de se transferir ações sustentáveis de uma empresa para a outra, o processo produtivo de café especial detém algumas similaridades (resguardando as singularidades de cada produtor, do qual dará a especialização do produto), facilitando esta permeabilidade de informação.

Esta permeabilidade de informações pode ser corroborada frente aos seguintes aspectos: a) fatores empresariais, referente aos aspectos intraorganizacionais, dos quais destacam ações referentes à gestão, inovação produção e recursos humanos; b) fatores estruturais, relacionados às diversas formas de competição e colaboração nas cadeias produtivas, envolvendo aspectos

de mercado, legislação, incentivos fiscais, financiamento, e; c) fatores sistêmicos, levando em consideração o sistema produtivo como um todo, relacionado aos aspectos interorganizacionais, tais como: macroeconômicos, político-institucional, legais-regulatórios, de infraestrutura, sociais e internacionais.

4.3. ESTRATÉGIAS EMPRESARIAIS

As diversas definições sobre a estratégia difundidas no meio da pesquisa, especificamente as de Andrews (2001), Ansoff (1990), Pascale (2001) e Quinn (2001), apresentam, como ponto comum, o entendimento de que essa é uma orientação para o futuro e para obtenção da vantagem competitiva de seu agente.

Porter (1986) elenca que para uma estratégia possa ser considerada exitosa no tocante a sua ação competitiva, deve haver uma orientação no sentido da sua diferenciação frente aos seus concorrentes. Essa orientação pode ter vantagens não somente em termos de diferenciação, como também, de custo frente aos demais participantes do mercado de atuação. Para o autor, essa definição sugere três estratégias genéricas: liderança no custo total, diferenciação e estoque.

A diferenciação pode ter referência com a prestação de serviço oferecido pela empresa ou pelo produto comercializado, criando algo singular em relação às outras empresas ou outras indústrias. Neste caso, requerem-se frequentemente aportes de investimentos superiores em tecnologia e P&D (pesquisa e desenvolvimento). Tais dispêndios, porém, podem resultar em retornos acima da média e, uma vez conquistados a fidelidade do consumidor final, a empresa obtém melhor posicionamento que seus concorrentes (PORTER, 1986). A diferenciação tem maior potencial de conferir vantagem sustentável à organização por ser mais difícil de ser imitada.

Porter (1986) nos mostra que a diferenciação se refere à segmentação e a definição de um alvo estratégico para o qual a empresa é capaz de atender, de modo diferenciado, a uma parcela menor de mercado, ou mesmo a um grupo comprador para o qual a empresa tem potencial de atender mais efetiva e eficiente do que os concorrentes que estão competindo com alvo mais amplo.

O café especial se enquadra nesta diferenciação do produto salientado por Poter (1986), visto a criação de um produto singular e muitas vezes com características particulares de cada fazenda, ou mesmo de cada lote de produção.

Os microlotes são produções de menor volume de específicas áreas da fazenda de café especial. Esta produção exclusiva apresenta características singulares, tornando o produto exclusivo que poucos terão a possibilidade de consumir.

Os investimentos em tecnologia e P&D do café especial contribuem para a criação de valor ao produto, objetivando sempre a sua diferenciação. O resultado pode ser evidenciado em função das vendas da produção a preços acima da média do café tradicional – *commodities*, da conquista de novos mercados internos (tais como as cafeterias especializadas na venda do produto), ou mesmo do acesso ao mercado externo com a exportação do produto.

Verifica-se, a este respeito, que o município de Franca conta com uma estrutura muito importante para os produtores de café da região. Ademais, deve-se destacar, com relação a esta estrutura, a atuação da AMSC na gestão do Selo de Indicação Geográfica da Região Alta Mogiana.

Isto porque, o objetivo desta certificação enquadra-se no “*reconhecimento da região, bem como na congregação de pessoas e empresas atuantes no mercado de cafés especiais, incluindo a produção, beneficiamento, comercialização, industrialização e distribuição*”. A AMSC, atuante na regulação da cafeicultura da região, desempenha o papel institucional para propagação do café especial da região da Alta Mogiana, tanto no mercado interno como no mercado externo (*on line* SEBRAE, 2020).

Diante do exposto, do conjunto aos valores da associação que reportam também à sustentabilidade (modelo de certificação pautado na Indicação Geográfica, elementos indutores do desenvolvimento regional, gama de empresas agrícolas que produzem, de modo competitivo, café especial; presença regional de fatores empresariais, estruturais e sistêmicos; elementos para a construção de uma estratégia empresarial como, por exemplo, liderança no custo total, estoque e, em especial, diferenciação; microlotes, e; investimento em pesquisa e tecnologia, preponderantemente), constata-se a existência de um ambiente ideal para a promoção do desenvolvimento sustentável da região de Franca, particularmente no que se diz respeito à produção de café especial. Portanto, pode-se visualizar a

associação como sendo uma ferramenta regional para a disseminação de conhecimento e práticas da produção sustentável.

Na próxima sessão trabalhou-se a organização do conhecimento da cadeia produtiva do café especial. A organização do conhecimento na cadeia produtiva do café especial visou, a partir da mudança da cultura e concepção dos produtores frente ao mercado consumidor, além do desenvolvimento de novas tecnologias de produção sustentáveis, a criação de significado para os agentes produtores da Região da Alta Mogiana,

5 ORGANIZAÇÃO DO CONHECIMENTO

As organizações do conhecimento, segundo Choo (2003), possuem informações e conhecimento que as tornam bem informadas e capazes de percepção e discernimento.

Garvin (1993), por sua vez, instituiu que uma empresa baseada em conhecimento é uma organização de aprendizagem que reconhece o conhecimento como um recurso estratégico e cria conhecimento que pode ser processado internamente e utilizado externamente, aproveitando o potencial de seu capital intelectual, onde o trabalhador do conhecimento é o componente crítico. Estes profissionais são qualificados tecnicamente dentre suas habilidades e com capacidade analítica para resolução de problemas.

A informação é um componente intrínseco de quase tudo que uma organização faz. Sem uma clara compreensão dos processos organizacionais e humanos pelos quais a informação se transforma em percepção, conhecimento e ação, as empresas não são capazes de perceber a importância de suas fontes e tecnologias de informação (CHOO, 2003).

A ação organizacional tem sua origem na prospecção do ambiente organizacional - interno e externo - em busca de informações relevantes para a compreensão de negócios, clientes e demais atores ambientais. Tal prospecção atua na busca de ações eficientes para a melhoria de produtos e serviços, resultando em um comprometimento organizacional com determinados cursos de ação (Adaptado de Alvarenga Neto 2005).

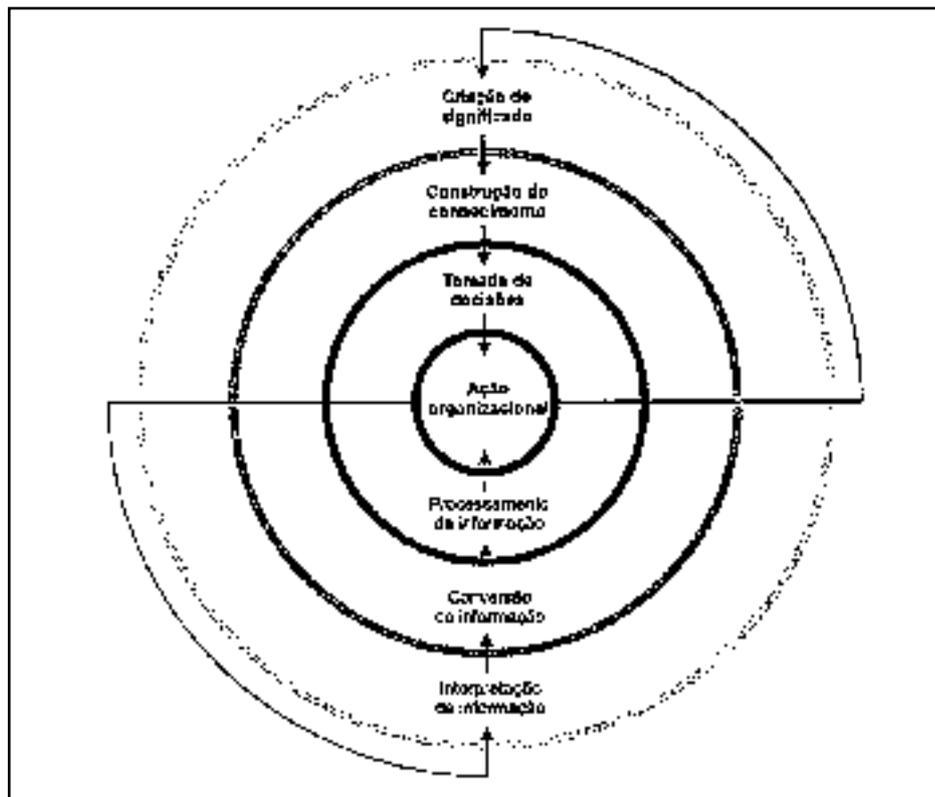
Choo (2003), estabelece que as três arenas de uso da informação (criar significado, construir conhecimento e tomar decisões), quase sempre tratadas como processos independentes de informação organizacional (Figura 04), são

processos interligados, de modo que, analisando como essas três atividades se alimentam mutuamente, teremos uma visão holística do uso da informação.

O autor dispõe, ainda, que num nível geral, a criação de significado, a construção do conhecimento e a tomada de decisões apresentam-se como três camadas concêntricas, em que cada camada interna produz os fluxos de informação para a camada externa adjacente. A informação flui do ambiente exterior (fora dos círculos) e é progressivamente assimilada para permitir a ação da empresa.

Verifica-se que, em termos do processo de construção da organização do conhecimento, em primeiro lugar, é percebida a informação sobre o ambiente da organização (CHOO, 2003).

Figura 2 - Esquema demonstrando a ação organizacional dando condições para a criação do significado.



Fonte: Choo (2003).

Na sequência, o significado é construído socialmente. Isso fornece o contexto para toda a atividade da empresa e, em particular, orienta os processos de construção do conhecimento. O conhecimento reside na mente dos indivíduos e

esse conhecimento pessoal precisa ser convertido em conhecimento que possa ser suficiente. Nesta condição, a organização pode ser considerada como preparada para a ação e, em razão disto, escolhe seu curso racionalmente, de acordo com seus objetivos (CHOO, 2003)

Por fim, a ação organizacional muda o ambiente e produz novas correntes de experiência, às quais a organização terá de se adaptar, gerando assim um novo ciclo (CHOO, 2003)

Após estruturar a informação organizacional pelas três arenas do uso da informação, é possível o uso da informação pela interpretação, conversão e processamento. Tais ações são processos sociais dinâmicos, que têm por objetivo criar e recriar significados, conhecimentos e ações.

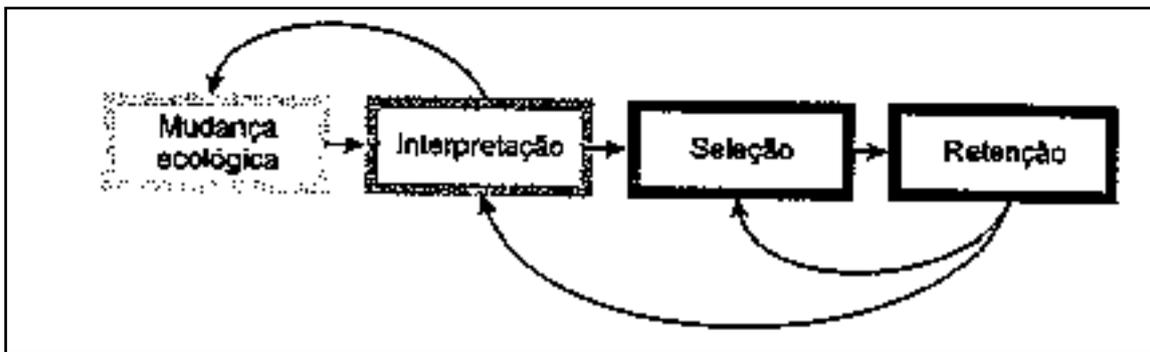
Segundo Weick (1979), o conhecimento organizacional surge quando os modos de uso da informação são conectados entre si para construir uma rede maior de informação (Figura 05).

Choo (2003) enumera os seguintes benefícios da administração dos recursos e processos de informação para as organizações do conhecimento:

- tornam-se capazes de adaptação às mudanças do ambiente no momento adequado e de maneira eficaz, hábeis na oferta de resposta rápidas em ambientes dinâmicos, mutáveis e imprevisíveis;
- empenham-se na aprendizagem constante e tal aprendizagem inclui não somente o “aprender a aprender”, mas também o “aprender a desaprender” (desaprender pressupostos, normas e crenças que perderam validade);
- mobilizam o conhecimento e a experiência de seus membros para gerar inovação e criatividade e focalizam seu conhecimento em ações racionais e decisivas;

Processando o conhecimento organizacional, o sentido ao seu ambiente é estabelecido e, conseqüentemente, pode haver uma mudança ecológica. Desta forma, uma organização utiliza de quatro processos interligados, segundo Choo (2003), para o desenvolvimento de novas concepções: interpretação, seleção e retenção.

Figura 3 - Processos de criação de significado numa organização



Fonte: WEICK(1979).

A criação de um significado ocorre quando há alguma mudança no ambiente da organização, provocando situações incômodas, afetando a empresa diretamente, tanto em aspectos humanos, quanto em aspectos econômicos. Essas perturbações exigem uma nova interpretação da organização/empresa no sentido de entender quais motivos levaram às perturbações, sendo necessário um diagnóstico detalhado dos processos que compõe todo o sistema.

Após o diagnóstico, encarregados pela tomada de decisão selecionam os principais aspectos e as possíveis soluções, a fim de se colocar em prática, sobrepondo várias possibilidades, com o objetivo de se chegar a melhor opção para sanar o problema central. Após a escolha e seleção, chegamos a um ambiente interpretado, “uma interpretação adequada de acontecimentos prévios armazenadas na forma de afirmações causais, que decorrem da ligação de algumas atuais interpretações e/ou seleção. Ou seja, o processo de criação de significado nunca acaba, sendo cíclico e dependente das mudanças do ambiente externo ou interno que as empresas/organizações estão expostas.

O Quadro 01 abaixo demonstra os principais autores e conceitos a respeito da Criação de Significado Organizacional

Quadro 2 - Principais autores e conceitos da Criação de Significado Organizacional.

Criação de significado Organizacional	
March e Olsen (1976)	Parte do aprendizado experimental, no qual indivíduos e organizações dão significado à sua experiência e modificam seu comportamento de acordo com suas interpretações
Starbuk e Milliken (1988)	Criação de significado tem muitos aspectos distintos - no mínimo, compreender, explicar, atribuir, extrapolar e prever [...] O que esses três processos têm em comum é que eles implicam colocar estímulos dentro de estruturas (ou esquemas) que lhes dêem sentido
Thomas, Clark e Gioia (1993)	Criar significado envolve a interação recíproca entre buscar informação atribui significado e agir, e que se presume que cada elemento desse ponto de criação de significado tenha alguma relação com o desempenho

Fonte: Adaptado pelo autor de Choo (2003).

A construção do conhecimento é conseguida quando se reconhece o relacionamento sinérgico entre o conhecimento tácito e o conhecimento explícito dentro de uma organização, e quando são elaborados processos sociais capazes de criar novos conhecimentos por meio da conversão do conhecimento tácito em conhecimento explícito [...] As organizações precisam aprender a converter o conhecimento tácito, pessoal, em conhecimento explícito, capaz de promover a inovação e o desenvolvimento de novos produtos. Enquanto as organizações ocidentais tendem a se concentrar no conhecimento explícito, as empresas japonesas fazem a diferenciação entre o conhecimento tácito e explícito e reconhecem que o conhecimento tácito é uma fonte de vantagem competitiva (CHOO, 2003 p.33-34).

Pereira (2002) propõe bases conceituais de um modelo de gestão para organizações baseadas no conhecimento e seu ponto de partida é uma proposta de arquitetura organizacional estruturada em quatro pilares: a) estratégia: foca o conhecimento como a competência essencial da organização; b) estrutura: busca a flexibilidade para a criação e disseminação do conhecimento; c) tecnologia/processos: incluem as seguintes funções da gestão do conhecimento: identificação, captura, seleção, validação, organização e armazenagem, compartilhamento, acesso e distribuição, aplicação e criação; e d) pessoas.

5.1. CRIAÇÃO DE SIGNIFICADO

A partir do referencial teórico abordado pelos principais autores da cultura organizacional, conforme demonstrado no quadro 01 do tópico anterior, podemos traçar um paralelo com os principais agentes que estão presentes na produção de café especial.

As principais regiões produtoras de café no país são a Mogiana Paulista (Nordeste de São Paulo), Sul de Minas, Cerrado de Minas, Matas de Minas, Bahia, Paraná, Espírito Santo e Rondônia, sendo que o estado de Minas Gerais é responsável por 53% da produção nacional (IBGE – Levantamento Sistemático da Produção Agrícola).

Cada região detém suas especificidades, visto a existência de diferentes fatores relacionados ao clima, altitude, tipo de solo, manejo, dentre outros abordados em estudos relacionados à produção, tendo como produto final bebidas complexas e de alto valor agregado.

Atualmente, as regiões produtoras de café especial estão atentas à dinâmica de mercado e nas exigências do consumidor, abrindo novas áreas de cultivo pela incorporação de novas tecnologias.

Fazendo uma analogia com Choo (2003), as informações e conhecimentos das mais diversas regiões produtoras de café especial do Brasil estão disponíveis, em grande parte, em revistas especializadas, boletins técnicos informativos, trabalhos acadêmicos, dentre outras fontes. A origem das organizações produtoras de café especial, por sua vez, está correlacionada (Quadro 02) à prospecção dos ambientes internos e externos, compreendendo a dinâmica de mercado e os agentes inseridos nele (Quadro 03).

Quadro 3 - Informações, conhecimento e prospecção do ambiente organizacional dos agentes produtores de café especial na região da Alta Mogiana.

Informações e Conhecimento	Revistas, boletins informativos, trabalhos acadêmicos, entre outros mecanismos que difundem o conhecimento
Prospecção do Ambiente Organizacional	Externo - região produtora Interno – empresa

Fonte: Elaborado pelo pesquisador.

A criação de significado por parte das organizações relacionadas à produção de café especial vem atender a uma mudança ecológica, sendo essa caracterizada pela ruptura da dinâmica de mercado, onde os preços do café tradicional estão a patamares da década passada.

A construção e organização tanto do significado quanto deve considerar o conjunto de fatores até aqui descritos. Em especial, deve considerar os principais aspectos relacionados ao modelo de certificação pautado na Indicação Geográfica, aos elementos indutores do desenvolvimento regional, à gama de empresas agrícolas que produzem, de modo competitivo, café especial, à presença regional de fatores empresariais, estruturais e sistêmicos, aos elementos para a construção de uma estratégia empresarial como, por exemplo, liderança no custo total, estoque e, em especial, diferenciação, aos microlotes, e, por fim, ao investimento em P&D e tecnologia.

Devem, ademais, atentar ao fato de que o conhecimento está primordialmente relacionado ao desenvolvimento de novas tecnologias de produção, as quais servirão de mudança da concepção e da cultura para uma produção visando qualidade.

Tais fatores e condições foram sistematizados, de uma forma mais clara e objetiva, no quadro 03.

Quadro 4 - Três Arenas do Uso da Informação das Organizações Produtoras de Café Especial da Região da Alta Mogiana

Três Arenas do Uso da Informação das Organizações Produtoras de Café Especial

Criação de significado	Queda do valor comercializado das sacas de café do tipo commodities; Mudança do status quo da comercialização de café; Consumidores exigindo novas práticas produtivas; Pressão aos recursos naturais; Mudanças climáticas; Selo da Região da Alta Mogiana
Construção do conhecimento	Prospecção de novas tecnologias de produção Terceira Onda do Café Especial
Tomada de decisões	Mudança no processo produtivo para obtenção de um café de melhor qualidade; Processos produtivos sustentáveis; Inovações Tecnológicas; Novas formas de consumo do produto; Criação de novos profissionais técnicos especializados;

Fonte: Elaborado pelo pesquisador.

Para efeitos da construção e organização do Conhecimento e do Significado, verifica-se que refletir e analisar as tomadas de decisões no âmbito da produção do café especial requer algumas ponderações. Neste sentido, mais do que visualizar o setor como único, homogêneo em termos de padrão tecnológico, é necessário compreender seu caráter sistêmico (interações entre os diferentes agentes produtivos e não produtivos, incluindo também, aqueles vinculados no âmbito institucional e regulatório) e heterogêneo.

A sobrevivência e a evolução de uma empresa dependem da capacidade de dar sentido ou influenciar o ambiente e de renovar constantemente seu significado e seu propósito à luz de novas condições. A capacidade de adaptação ao mercado apresenta desafios, pois as organizações precisam perceber as mudanças, mas também criar significados a partir das informações coletadas.

Verifica-se, a partir das perspectivas de gestão empresarial conforme até aqui relatadas, que uma nova organização do conhecimento dentro dos propósitos do presente trabalho necessita de um novo olhar e de uma renovação no que se diz respeito aos seus processos organizacionais.

Neste sentido, a produção de cafés especiais, em particular, tem o pressuposto de que a inovação nas práticas produtivas é de extrema necessidade para se alcançar o desenvolvimento sustentável.

O setor do agronegócio, de qualquer maneira, desempenha papel importante no desenvolvimento econômico, social e ambiental de muitos países, em especial, do Brasil.

A importância da agropecuária é corroborada, no caso brasileiro, por intermédio da sua representatividade no Produto Interno Bruto (PIB) Nacional, qual seja, 5,7 %, no ano de 2017 (BRASIL, 2017).

O setor agrícola, ademais, estabelece uma interdependência entre os agentes produtivos, direta e indiretamente relacionados as suas respectivas cadeias produtivas.

Constata-se que, independentemente disto, os desafios para o setor do agronegócio mundial neste século XXI são inúmeros. No segmento de produção de cafés especiais, por exemplo, destaca-se a necessidade de incremento da produção e da produtividade dos cafezais, o que leva à demanda de investimentos e esforços em aspectos, tais como, pesquisa e desenvolvimento de novos cultivares e insumos, processos eficientes na utilização dos recursos hídricos, políticas de extensão agrícola, crédito, infraestrutura rural, estoque e desenvolvimento de mercados, dentre outros.

A sustentabilidade na produção de cafés especiais, do ponto de vista social, ambiental e econômico, também requer o contínuo desenvolvimento de inovações por produtores e em todos os pontos da cadeia produtiva e consumidora do café.

Estas inovações, porém, não funcionam por meio de agentes receptores passivos de tecnologia. O processo de inovação na agricultura, que define tanto a questão da adoção quanto aos parâmetros de difusão tecnológica, deve ser estruturado dentro de complexos arranjos produtivos e de instituições (públicas e privadas) que contemplem elementos, tais como, a pesquisa pública,

instituições de ensino, organizações de produtores, bem como, fundações de pesquisa pública e privadas promotoras de desenvolvimento (POSSAS *et al*; 1996).

Pensar na agricultura como “tomadora de inovações” não a torna homogênea (no sentido de existir uma dinâmica inovativa espontânea), uma vez que um conjunto de trajetórias tecnológicas de diferentes origens e que se encontra estruturado por diferentes ambientes econômicos amoldam o processo de inovação na agricultura. Isso se deve ao fato de que a abordagem dinâmica do processo de inovação na agricultura requer a contribuição de uma variedade de agentes (aqueles anteriormente mencionados, como também, as indústrias químicas, de pesticidas, farmacêuticas, de sementes, de maquinários, de tratores, de alimentos, dentre outros componentes), cujo padrões podem variar (intensivos em ciência e/ou escala, existência ou não de fornecedores especializados, etc.) (POSSAS, SALLES-FILHO, SILVEIRA; 1996).

6 CAFÉ ESPECIAL E A AMSC

Esta sessão apresenta a metodologia do trabalho. Envolve uma contextualização sobre a pesquisa e os métodos utilizados. Além disso, busca apresentar o roteiro, demonstrando as etapas da coleta de dados, bem como identificar as características e representações que impactam na produção de café especial.

A coleta de dados através da entrevista tem por objetivo correlacionar as ações desenvolvidas pela AMSC - Associação da Alta Mogiana no âmbito social, ambiental e econômico para os produtores associados que detêm o selo de Identificação Geográfica e no que estas inferem no desenvolvimento sustentável da região.

6.1. CONTEXTUALIZAÇÃO

A pesquisa científica é o resultado investigado, com o objetivo de resolver problemas e esclarecer questionamentos, mediante a utilização de procedimentos científicos. Ela diz respeito à capacidade de produzir conhecimento adequado à compreensão de determinada realidade, fato, fenômeno ou relação social.

Esta sessão envolve uma contextualização sobre a pesquisa e apresenta o roteiro, demonstrando as etapas da coleta de dados, vem como identifica as características e representações que impactam na produção de café especial.

A coleta de dados através da entrevista tem por objetivo correlacionar as ações desempenhadas pela AMSC – Associação de Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana no âmbito social, ambiental e econômico para os produtores associados que detém o selo de Identificação Geográfica.

Assim, realizou-se a aplicação de questionário por meio de entrevista e a partir da base de dados obtida, desenvolveu-se preliminar de conteúdo, sendo que este método de tratamento e análises de informações, colhidas por meio de técnicas de coleta de dados, consubstanciadas em um documento (CHIZZOTTI, 2001, p. 98).

Para alcançar os objetivos da pesquisa, desenvolveu-se uma pesquisa exploratória e descritiva, inicialmente bibliográfica e documental, em livros, sites, portarias, resoluções, artigos acadêmicos, teses, monografias com dados secundários que abordam o tema.

Foi realizada, posteriormente, a aplicação de questionário por meio de entrevista. A partir da base de dados, foi desenvolvida uma análise preliminar de conteúdo, sendo este um método de tratamento e análise de informações, colhidas por meio de técnicas de coletas de dados, consubstanciadas em um documento (CHIZZOTTI, 2001, p. 98).

Portanto, a pesquisa científica é o resultado de um processo investigativo, com o objetivo de resolver problemas e esclarecer questionamentos, mediante a utilização de procedimentos científicos. Ela diz respeito à capacidade de produzir conhecimento adequado à compreensão de determinada realidade, fato, fenômeno ou relação social.

Em síntese, pode-se dizer que toda pesquisa é um conjunto de ações com o intuito de descobrir novos conhecimentos em diferentes áreas.

Segundo Gil (2008) e Vergara (2005), as pesquisas podem ser classificadas quanto aos fins como: exploratórias, descritivas e explicativas.

A pesquisa exploratória é aquela que é realizada em áreas onde não existe conhecimento acumulado e sistematizado. Tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito. Essas pesquisas envolvem levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema de pesquisa, e a análise de exemplos.

A entrevista semiestruturada foi realizada com a Associação dos Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana. Para tanto, foi aplicada a técnica direta intensiva, no sentido de se indagar se a certificação do café especial atende

aos atributos da sustentabilidade. A análise de conteúdo determinará a imagem que o participante da pesquisa tem sobre o objeto da investigação.

E quanto aos meios segundo Vergara, podemos classificar em: pesquisa de campo, bibliográfica, telematizada, e questionário.

A pesquisa de campo é caracterizada por uma investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno, podendo incluir neste processo entrevistas, aplicação de questionários, testes e observação participante ou não.

O estudo de caso é um método de pesquisa que utiliza, geralmente, dados qualitativos, coletados a partir de eventos reais, com o objetivo de explicar, explorar ou descrever fenômenos atuais inseridos em seu próprio contexto. Caracteriza-se por ser um estudo detalhado e exaustivo de poucos, ou mesmo de um único objeto, fornecendo conhecimentos profundos (Eisenhardt, 1989; Yin, 2009).

A metodologia de estudo de caso é usada com frequência em pesquisas na área de administração, mas nas demais áreas é pouco compreendida e bastante criticada. Uma das principais críticas é a impossibilidade de, a partir da análise de um ou de poucos casos, estabelecer generalizações. Outra crítica importante é a falta de rigor científico, já que o pesquisador está sujeito a aceitar evidências equivocadas ou visões tendenciosas que podem influenciar suas conclusões (Flybjerg, 2006; Thomas, 2010).

Além disto, o estudo de caso é útil para investigar novos conceitos, bem como para verificar como são aplicados e utilizados na prática elementos de uma teoria (Yin, 2009).

Embora estudos de casos sejam aplicados, de forma geral, em pesquisas exploratórias e explicativas, também podem ser usados em pesquisas descritivas. Ellram (1996) acrescenta, ainda, a possibilidade de utilizar estudos de casos para, analisando ocorrências passadas em casos similares, realizar previsões.

Portanto, neste trabalho para alcançar os objetivos propostos, foi realizada uma pesquisa exploratória e descritiva, e quanto aos meios de caráter bibliográfica, buscando subsídios em autores como Prébish (1949), Maimon (1996), Elkington (1998), Donaire (1999), Almeida (2002), Topik (2003), Hart; Milstein (2004), Campos e Campos (2006), Carneiro (2006), Sinott (2010), Altman e Berman (2011).

Efetuu-se ainda, uma pesquisa de campo, através de observação direta e aplicação de questionário por meio de entrevista.

Tratando da forma de abordagem do problema de pesquisa, ela pode ter caráter qualitativo.

A abordagem qualitativa, segundo Minayo (1993) e Chizzotti (2001), realiza uma aproximação fundamental e de intimidade entre sujeito e objeto, uma interdependência viva entre o sujeito e o objeto, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito, uma vez que ambos são da mesma natureza. Ela trabalha com valores, crenças, representações, hábitos, atitudes e opiniões. Utiliza de algumas técnicas que auxiliam na descoberta de fenômenos latentes, tais como a observação participante, história ou relatos de vida, análise de conteúdo, entrevista não diretiva etc.

Conforme a descrição da metodologia, um breve resumo da metodologia da pesquisa no quadro abaixo.

Quadro 1 - Metodologia da Pesquisa – resumida

Pesquisa quanto à abordagem	Qualitativa
Pesquisa quanto aos objetivos	Descritiva e exploratória
Pesquisa quanto aos procedimentos:	Bibliográfica, pesquisa de campo, estudo de caso
Pesquisa quanto aos métodos de procedimentos	Histórico, pesquisa bibliográfica
Pesquisa quanto às técnicas	Observação direta intensiva através de entrevistas
Pesquisa quanto à descrição e análise de dados	Análise de conteúdo – dos dados coletados

Fonte: elaborada pelo pesquisador.

6.2. ROTEIRO DA PESQUISA

- Delineamento da pesquisa

Desta maneira, a próxima etapa constituiu-se no levantamento e descrição do universo da pesquisa constando da apresentação da instituição que foi objeto da pesquisa.

A opção desse estudo de caso consiste no levantamento e entendimento das ações desempenhadas pela Associação – AMSC para os produtores associados, no intuito de promover o desenvolvimento sustentável da região da Alta Mogiana. A justificativa para o estudo está no sentido de identificar a abrangência das ações, verificando o número de associados, quais os tipos de capacitações técnicas oferecidas, o reflexo destas ações na implementação tecnológica dos sistemas produtivos, no real retorno financeiro, possíveis acessos a novos mercados.

A questão da diferenciação do produto comercializado é prerrogativa inicial para estes produtores de café do tipo “especial”, porém o estudo tem por finalidade verificar se esta diferenciação se traduz em melhores condições de trabalho para os prestadores de serviço, ou mesmo o estímulo para o surgimento e/ou manutenção de específicas prestações de serviços que o sistema produtivo demanda.

Verificando a potencialidade da região para a produção do café do tipo “especial”, objetiva-se também entender a questão da dinâmica de escala para este tipo de sistema produtivo, visto que a maioria dos estudos que tratam deste tema identifica como um dos principais problemas justamente a questão da impossibilidade de se atingir uma produção em escala como fator determinante para o sucesso e manutenção do sistema produtivo.

Definido os casos, tem-se início a fase de preparação da coleta de dados. O pesquisador deve levantar e analisar o máximo possível das 74

Informações sobre o caso, com o objetivo de colher melhor seu objeto de estudo e, assim, desempenhar seu papel com a máxima eficiência.

Quanto ao instrumento da pesquisa, optou-se pela entrevista semi-estruturada por apresentar maior direcionamento aos objetos específicos do

pesquisador, produzindo o aprofundamento e a riqueza das informações que se espera da metodologia, sendo que o pesquisador não fica preso nas questões previamente definidas, dando liberdade ao entrevistado em discorrer sobre o tema proposto e conduzir a conversa.

O questionário foi utilizado como um roteiro apenas para direcionar aos assuntos pertinentes ao tema da pesquisa. As questões estão apresentadas no apêndice A.

- Preparação e coleta de dados

A etapa seguinte no desenvolvimento da metodologia de estudo de caso é a preparação e coleta dos dados. O pesquisador entra em contato com os casos selecionados para verificar a possibilidade de realização do estudo.

.Na coleta dos dados primários foi realizado a entrevista, ocorrendo em dada e hora previamente marcada pela parte interessada. O pesquisador aplicou o questionário de acordo com as perguntas previamente elaboradas.

O questionário foi aplicado com o vice-presidente da associação, visto a sua disponibilidade e pelo conhecimento deste como produtor de café especial e membro da entidade.

A sua importância no contexto da pesquisa é em função de se estabelecer uma análise fiel das ações desempenhadas pela associação, o benefício que o proprietário detém com o selo de identificação geográfica e as ações dos atores que impactam na sustentabilidade regional.

- Análise dos casos e elaboração dos relatórios

A análise de dados se perfaz da etapa mais importante em qualquer pesquisa. Estudos qualitativos, sobretudo os estudos de casos múltiplos, requerem a utilização de técnicas que facilitem a síntese e compreensão dos dados (Miles, Huberman, 1994). A técnica proposta por Miles e Huberman (1994), envolve três atividades: analisar os dados, apresentar os dados e, finalmente, verificar as proposições e delinear a conclusão. Mas, a análise dos dados não ocorre isoladamente: suas atividades são entremeadas pelas atividades de elaboração dos relatórios, etapa final do estudo de caso.

A análise de conteúdo dos dados coletados está de acordo com a conceituação de Bardin (2006), está sendo um conjunto de técnicas de análises da comunicação, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens. A intenção da análise de conteúdo, segundo o autor, se perfaz da interferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou eventualmente, de recepção), interferência esta que recorre a indicadores qualitativos ou não.

Diante do exposto, a análise de conteúdo filtra os elementos que não são representativos para o universo da pesquisa, eliminando as interferências e dando uma narrativa a partir das descrições do conteúdo das mensagens. Como afirma Chizzotti (2006, p. 98), “o objetivo da análise de conteúdo é compreender criticamente o sentido das comunicações, seu conteúdo manifesto ou latente, as significações explícitas ou ocultas”.

6.3. UNIVERSO DA PESQUISA

Para a realização da pesquisa necessita-se delimitar sua extensão em pessoas, ambientes, documentos e fatos que integram o estudo, explicitando o universo de realização da pesquisa. (MARCONI: LAKATOS, 2010)

Nessa pesquisa elegeu como universo a Associação dos Produtores de Café Especial da Alta Mogiana, em especial suas ações frente as etapas que constituem os pilares da sustentabilidade (econômico, social e ambiental) e dois agentes selecionados dentre os componentes da esfera / da gestão da organização. A escolha desses representantes analisados fundamenta-se por se caracterizarem como agentes considerados de extrema importância para o compartilhamento de informações e conhecimento no âmbito da AMSC.

A escolha dos sujeitos deu-se pelo que de melhor contribuição a investigação, tendo em vista os objetivos e problema da pesquisa. Conforme afirmam Marconi e Lakatos (2010) a eleição dos sujeitos é justificada, pois nem sempre é possível pesquisar todos os indivíduos do grupo ou da comunidade que se deseja estudar. Nesse caso, utiliza-se o método da amostragem.

Nessa pesquisa a análise dos sujeitos não constitui foco principal, mas na análise das ações que a organização desempenha frente aos associados aos aspectos de sustentabilidade, que estão descritas na Sessão 4. A análise da percepção desses sujeitos é considerado elementos-chave, pela sua atuação na organização em que esta inserida. Foram escolhidos para participar da coleta de dados dessa pesquisa os sujeitos organizacionais atuantes na presidência da organização conjunto a um assessor da administração da associação.

6.4. PERFIL DO ENTREVISTADO

O perfil do entrevistado foi delineado a partir de dados coletados em mídias sociais e documentos disponibilizados.

A Associação da Alta Mogiana (AMSC) se caracteriza por ser uma entidade sem fins lucrativos, que promove a produção e o consumo de cafés especiais da Alta Mogiana. Um dos papéis da entidade é representar a região em feiras nacionais e internacionais, *“mostrando para o mundo que a região possui cafés de altíssima qualidade e com características únicas e especiais”* (AMSC, 2020).

A entidade detém a gestão da IG – Indicação Geográfica, da qual protege os produtores de pirataria através de um certificado de origem e um selo, garantindo a procedência do café comercializado.

Promove cursos, palestras, dias de campo, eventos e feiras de café, com o objetivo de difundir conhecimento à toda a cadeia produtiva e consumidores. A entidade busca especializar o produtor para aumentar o nível da sua produção, melhorando a qualidade do produto, agregando valor ao café.

O selo de Indicação Geográfica “garante uma proteção ao produtor contra utilização indevida do nome da Região da Alta Mogiana (...). Além de atestar uma qualidade mínima do produto, garantindo essa qualidade de forma isenta aos produtores” (AMSC, 2020).

A premissa de se obter o selo é correlacionado: a) aos aspectos locacional da propriedade, sendo necessário estar inserida na Região da Alta Mogiana e com altimetria acima de 800 metros; b) aspectos da bebida obtida pelo processo produtivo da fazenda; c) assinatura do termo de responsabilidade sócio-ambiental.

Atualmente, AMSC (2020) conta com 90 associados (produtores, exportadores, marcas de café torrado, cooperativas).

Segundo o site oficial da associação, deste número de associados, 40 são produtores de café especial localizados na Região da Alta Mogiana (*on line*, AMSC 2020).

7 PRODUÇÃO DE CAFÉ ESPECIAL NA REGIÃO DA ALTA MOGIANA

Esta sessão apresenta os resultados alcançados na realização da pesquisa de campo. Além disso, busca ter uma discussão da atual conjuntura da produção de café especial no município de Franca e as ações sustentáveis desempenhadas pela Associação de Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana.

O objetivo geral desta pesquisa é discutir as características e representações que impactam na produção de café especial na região da Alta Mogiana se comportam como ações sustentáveis para o desenvolvimento regional.

Desta maneira, a entrevista tem por finalidade entrar em contato com um dos principais atores que participam da cadeia de produção, em especial a Associação de Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana, levando em consideração seus impactos (significativos ou não) na sustentabilidade, com a finalidade de identificar estratégias de inovação, diferenciação e competitividade que induzam o desenvolvimento regional sustentável.

A escolha da associação é em função da representatividade que ela exerce aos produtores rurais, sendo que suas ações impactam diretamente no sistema produtivo como um todo.

As ações que a Associação promove com os produtores podem representar melhores condições para o trabalhador, conservação dos recursos naturais, desenvolvimento de práticas sustentáveis, melhor qualidade no café interferindo em melhores pontuações, acesso a novos mercados, melhores condições de negociações, entre outros aspectos que serão objetivo desta pesquisa elencar e discorrer sobre.

7.1. INDICAÇÃO GEOGRÁFICA COMO CERTIFICADO DE ORIGEM

Uma vez introduzidos alguns dos principais aspectos da sustentabilidade que devem orientar a construção de um processo de desenvolvimento econômico regional, por intermédio da atividade empresarial agropecuária produtora de café especial na região da Alta Mogiana, é possível propor, dentro do escopo do *Triple Bottom Line*, o desenvolvimento de um modelo de indicação geográfica como certificado de origem.

Sendo assim, propõe-se dentro do escopo do *Triple bottom line*, analisar as práticas desempenhadas pela AMSC, se estas enquadram na promoção de um modelo de Indicação Geográfica como certificado de origem sustentável.

Neste sentido, verifica-se que um dos grandes desafios quando se trata da Indicação Geográfica é como desenvolver e aplicar de forma sustentável as práticas concebidas em determinados produtos, incentivando o desenvolvimento regional sem perder de vista as características culturais que dão a diferenciação para o local.

Ao se propor mecanismos de produção que contemplem o desenvolvimento regional e a sustentabilidade devem levar em conta não somente o crescimento econômico concebido pela aferição do lucro, mas também as reais condições do ambiente local e das pessoas que contribuem para o processo produtivo para a sua sustentação e permanência ao longo prazo.

A Indicação Geográfica, dentro de uma primeira leitura, vincula o território e/ou ambiente que um determinado produto é desenvolvido com suas características específicas. Secundariamente, a Indicação Geográfica apresenta-se como uma proposição alternativa de desenvolvimento regional. Constitui-se, por fim, numa garantia jurídica de uso exclusivo de uma denominação a produtos ou serviços, permitindo resguardar estes, identificados com essa denominação, impedindo que terceiros, não autorizados, usem as referidas denominações, entre outros benefícios relacionados à proteção do conhecimento tradicionais, com o intuito de preservar e transmitir ao longo de gerações.

Portanto, as IGs permitem que regiões promovam seus produtos criando valor local, beneficiando a comunidade, tornando-se ferramenta de

desenvolvimento. Em locais onde há baixa produção ou escala, a incorporação de valores aos produtos é essencial para o sucesso da empresa.

Segundo Kakuta (2006), as IGs são ferramentas para preservação da biodiversidade, conhecimento regional e recursos naturais.

A valorização da biodiversidade está atrelada ao fato de que estas produções serem dependentes dos recursos naturais que o ambiente disponibiliza. A *European Commission* (s.d.) destaca que as IGs estão baseadas em recursos genéticos locais e, sua preservação acaba sendo fundamental, uma questão de sobrevivência.

Exemplos de sucesso, da qual a IG resultou no desenvolvimento regional, seria a produção do café especial na região sul de Minas gerais, na Serra da Mantiqueira. Segundo Favarão (2011), a indicação de procedência atribuída aos cafés produzidos na face sul mineira da serra da Mantiqueira é uma tentativa de explorar um mercado mais exigente em qualidade e que paga mais pelo valor agregado ao produto e que valorizam aspectos sustentáveis da produção.

A premissa para o produtor obter o selo é correlacionada, segundo a SCAM:

“Aos aspectos locacionais da propriedade, necessitando estar inserida na Região da Alta Mogiana e com altimetria acima de 800 m;
Aspectos da bebida obtida pelo processo produtivo da fazenda;
Assinatura o termo de responsabilidade sócio-ambiental;”

Na Ata de criação da AMSC, com relação às atribuições que o conselho terá, em seu artigo 10º:

“Art. 10º - Referido Conselho Regulador terá como atribuições:
(...)
c) Zelar pelo prestígio da Indicação de Procedência da ALTA MOGIANA no mercado nacional e internacional e a adotar medidas cabíveis visando evitar o uso indevido da Indicação de Procedência
(...)
f) Auditar e fiscalização da emissão dos certificados de origem dos produtos amparados pela Indicação de Procedência ALTA MOGIANA, bem como o selo de controle que serão emitidos pela AMSC.”

A constituição da AMSC, segundo Ata devidamente publicada e registrada por entidade competente, numa garantia jurídica de uso exclusivo de uma denominação a produtos ou serviços, permitindo resguardar estes, identificados com

essa denominação, impedindo que terceiros, não autorizados, usem as referidas denominações, entre outros benefícios relacionados à proteção do conhecimento tradicionais, com o intuito de preservar e transmitir ao longo de gerações.

7.2. AÇÕES DESEMPENHADAS PELA AMSC

7.2.1. Aspectos Econômicos

Um dos maiores desafios dos profissionais ligados à produção agrícola, no que se diz particularmente na produção agroindustrial para consumo humano, reporta-se a como planejar, implementar e conduzir modelos produtivos que sejam inovadores, ambientalmente corretos e socialmente justos em seus ambientes produtivos.

A inovação pode ser complexa quando se diz respeito ao agricultor que deseja incorporar certos processos no seu sistema produtivo, para controlar variáveis significativas que prejudicam a sua produção.

Neste sentido, é possível elencar variáveis com respeito às quais o agricultor detém certo controle, sendo elas a aptidão agrícola do território rural, o tamanho e tipo do empreendimento, a postura produtiva do produtor, o acesso e parcerias com centros governamentais ou privados de desenvolvimento tecnológico, a existência de parcerias com agentes a jusante e a montante de suas cadeias produtivas, entre outros aspectos.

Agriculturas de larga escala, commodities, desempenham ações de inovação adotando tecnologias relacionadas à agricultura de precisão, por meio de técnicas que levam em conta o referenciamento de atividades como plantio, manejo e colheita em relação ao seu posicionamento no globo terrestre (georreferenciamento). A precisão está diretamente relacionada com a taxa de aplicação exata de recursos hídricos, fertilizantes, defensivos, entre outros insumos com o objetivo de lançar ao solo a quantidade ideal, diminuindo o desperdício, impactando menos o ambiente e, principalmente, reduzindo os custos de produção.

Em contrapartida, agriculturas de pequeno porte, ou familiar, apresentam dificuldade de incorporar estas inovações, visto a necessidade de aportes e recursos financeiros para adquirir máquinas e equipamentos para executar tais processos produtivos. Sendo assim, este grupo utiliza outra técnica de inovação, incorporando algum processamento no produto agrícola, beneficiando-o e ofertando no mercado com um valor agregado maior.

Segundo a AMSC,

“o mercado remunera bem pela qualidade, principalmente no mercado interno (cafeterias, torrefações)”, justificando o custo de produção mais elevado, trazendo retornos financeiros para os produtores da Região da Alta Mogiana, sendo como um fator indicador que justifica esta afirmação são “as parcerias com cafeterias e torrefações para fornecimento em todos os anos de cafés especiais, com remuneração bem superior à do mercado”.

Esta seria uma estratégia significativa para o sucesso do produtor de café especial, utilizando a técnica de inovação, incorporando algum processamento no café, ou mesmo a incorporação de técnicas produtivas que tornam a produção especial, agregando valor ao produto.

Porém, a entrevista nos mostra que *“um produtor de café especial não produz 100% de cafés especiais, ele sempre terá uma parcela de cafés tradicionais”*, sendo assim, concluímos que o produtor tende a se beneficiar ao comercializar os dois tipos de produtos, visto a possibilidade de conciliação.

O acesso ao mercado de *commodities* também é bem visto aos produtores, sendo que a produção e comercialização do café especial é uma estratégia de acesso a outro mercado consumidor, aumento da possibilidade de lucro, gerando um diferencial competitivo.

A ideia desenvolvida no item anterior agrega a questão do custo de produção. Levando em consideração que há a produção consorciada de café do tipo *commodity* com a especial. O produtor tem acesso aos diferentes mercados, aumentando a possibilidade de lucro e crescimento da organização.

As ações da AMSC em virtude de *“promoção da marca no território da Região da Alta Mogiana, como eventos nacionais e internacionais (FAMCAFÉ, participações de Feiras como SIC, World of Coffee)”* integra esse conceito de inovação para promoção da região, com o objetivo de ofertar o produto para um mercado exclusivo, em que o cafeicultor sozinho teria maiores dificuldades de acesso.

Ademais, segundo a associação, ela utiliza o selo de Indicação de Procedência para “*garantir a origem e qualidade dos cafés, tanto para os cafés verdes quanto os torrados (prontos para venda e consumo)*”.

Esta estratégia de gerenciamento do produto agrícola traz o conceito da geração de significado, dando capacidade do setor produtivo sobreviver ao mercado competitivo, atendendo uma mudança ecológica à partir de uma demanda de mercado.

Com o desenvolvimento do setor de café especial, há também o crescimento nas indústrias de transformação, contribuindo para o desenvolvimento da região produtora.

A transformação do produto aparenta ser simples, mas alguns estudos (SAES, 1995; SAES; FARINA, 1999; SAES; JAYO, 1998; ZYLBERSZTAJN; FARINA; SANTOS, 1993) trazem certa complexidade nas combinações entre os segmentos produtivos, começando pela transação (fornecedores de insumo, produção de café, cooperativas), indústria de maquinários agrícolas, armazenamento, exportação (corretoras), indústrias de processamento e por fim, mercado varejista.

Segundo a AMSC,

“a produção de cafés especiais não depende somente da estrutura, mas sim de todo um cuidado, desde a escolha de uma variedade, até a forma de armazenamento. Da mesma forma que um produtor de café especial não produz 100% de cafés especiais, ele sempre terá uma parcela de cafés tradicionais”.

A partir do conceito gerado pelo gerenciamento do produto café, pode-se concluir que a produção de café *commodity* e especial são sinérgicos, pois utilizam basicamente da mesma cadeia produtiva, não se limitando em produzir em quantidade e qualidade.

Ou seja, por uma modificação da dinâmica de mercado, onde o consumidor demanda por produtos com viés produtivos diferenciados, incorporou-se ao setor agropecuário a gestão sistêmica do seu processo produtivo, visualizando não apenas os problemas técnicos e de gestão que surgem em suas rotinas produtivas, mas também a busca de acesso a diferentes mercados consumidores.

A busca do incremento na lucratividade se perfaz do impulso mais significativo para a ocorrência do desenvolvimento dos empreendimentos rurais e também para o setor de cafés especiais na região da Alta Mogiana. O

aprimoramento técnico e gerencial que sempre esteve presente nos processos produtivos agroindustriais, atualmente, integra a gestão com novas necessidades dos mercados consumidores. Essas necessidades são traduzidas na exigência de se empregar tecnologias que impactam em menor grau os ecossistemas naturais (sistema hídrico, florestas, animais silvestres, etc.) nos territórios rurais produtivos, surgindo um novo conceito, a produção sustentável.

Outro aspecto levantado na entrevista é a possibilidade de expansão da produção de café especial, visto que há *“um movimento de “transição” para cafés especiais”*. O entrevistado afirma que: *“os produtores começam a trabalhar uma parcela de sua produção focada em especiais e a cada ano vai aumentando essa parcela”* e que, dependendo do produtor e sua estratégia, a produção com foco no volume produzido *“também é uma boa alternativa”*, uma estratégia produtiva.

O cafeicultor não se limita a produzir com qualidade ou quantidade, ele desenvolve um produto que está atento às questões mercadológicas, impulsionado pelo incremento na lucratividade como já mencionado.

O crescimento do comércio relacionado ao consumo do café especial e seus aspectos positivos como, por exemplo, a remuneração acima da média dos cafés convencionais, estimula o cafeicultor investir em cursos que trazem uma capacidade técnica, com o objetivo de aumentar sua excelência na produção do café.

A entrevista nos mostra que *“o mercado de cafés especiais em Franca ainda é pequeno e insipiente, mas está em crescimento. Alguns associados (que detêm o selo de Indicação Geográfica) se destacam na produção de cafés especiais como a Fazenda M, Fazenda B.E., O.C., T.P⁶, tanto em volume quanto em qualidade”*.

A ideia é utilizar estes cases de sucesso da região da Alta Mogiana e compartilhar com outros produtores que estão expandindo sua produção de café especial, gerando uma interação entre os associados com trocas de informação e de da gestão do próprio produto.

Desta maneira, entra em destaque a capacitação técnica dos produtores em cursos de classificação de cafés, análises sensoriais, métodos de secagem, moagem e torrefação. Todas estas variáveis podem introduzir

⁶ O trabalho utiliza nomes fictícios daqueles relacionados pela Associação no momento da entrevista, com objetivo de manter o anonimato destas organizações.

características únicas para o café produzido, tornando-o mais complexo e com maior diferencial. As pontuações são apenas uma referência para a qualidade.

Segundo entrevistado, o *“mercado consumidor procura experiências sensoriais únicas, que trazem a identidade para o café consumido, destacando as produções de microlotes”*.

Os microlotes de cafés são pequenas produções da categoria especial que se diferenciam por apresentar qualidade, garantia de origem e certificações. Sua porção exclusiva deve-se principalmente ao fato do ponto de maturação no momento da colheita e no devido cuidado em todas as etapas do pós-colheita. Desta maneira, há a necessidade intrínseca que todas as etapas sejam executadas no máximo nível de perfeição, do pós-colheita até o processo de extração da bebida, para que toda a potencialidade do grão possa ser oferecida para o consumidor.

7.2.2. Aspectos Sociais

Integrando a essas novas exigências mercadológicas, inclui-se o fator da responsabilidade social, exigindo do produtor o fornecimento e a manutenção dos direitos básicos e essenciais para seus funcionários/colaboradores.

Desta maneira, a gestão desses novos empreendimentos agrícolas deixa de ter a lucratividade como um fator único e exclusivo de objetivo, mas a necessidade de se atender outros fatores relacionados à sustentabilidade ambiental e social.

O ambiente externo no agronegócio é composto por vários fatores, sendo estes um conjunto de sistemas formados por organizações que dão apoio, subsidiando pesquisa, inovação tecnológica e de gestão, assistência tecnológica e de gestão, assistência técnica, legal e normativa, crédito agrícola, entre outras. Essa estrutura gira em torno da cadeia do agronegócio, influenciando-o diretamente (ARAÚJO, 1990)

Weick (1973) sugere que as organizações chegam a uma conexão de pensamentos e percepções, de modo a tornar possível uma ação coletiva, mediante processos dirigidos por crenças e processos dirigidos por ações.

Desta maneira, a comunicação se molda como sendo vital para manutenção e existência das organizações. No que se refere à comunicação com ênfase na cadeia produtiva do agronegócio, a divulgação de ações socioeconômicas faz parte das estratégias do planejamento de comunicação dessas empresas, utilizando esses dados/ações para interagir com o seu público alvo.

Porém, essa ênfase do investimento em ações sociais e ambientais por parte das empresas agrícolas ainda não é uma realidade hegemônica, pautado na necessidade de investimentos sustentáveis por parte da agroindústria. Dentro deste contexto surge a seguinte indagação: Por que é necessário a agroindústria investir em ações sustentáveis? A resposta a esta questão pode redundar no seguinte hiato; há um descompasso muito grande entre a produção que atinge níveis de excelência e os processos de comercialização, distribuição, logística, formando uma cadeia de valor para o produto.

Relacionando-se esta questão com o mercado de cafés especiais, infere-se que o consumidor final supostamente deseja saber, dentre outros aspectos, o que ele está consumindo. Em outras palavras, de onde vem o café que ele está degustando? Como foi o sistema de produção? Houve a utilização de defensivos agrícolas (agrotóxicos/pesticidas)? Qual a região de onde se originou o café e sua história?

Desta forma, a comunicação deve ser mais direta com seu público alvo, fortalecendo a imagem/marca, pois é a partir dela que a sociedade recebe as informações e reflete a respeito delas, tendo a possibilidade de opinar sob estas.

Quando se fala de estratégia e inovação, a divulgação de ações socioambientais compõe, estrategicamente, o planejamento de comunicações das organizações de grande porte, sendo que existem setores específicos que utilizam os instrumentos comunicacionais para ter acesso ao seu público e dialogar com estes, a fim de proporcionar informações do sistema produtivo.

Eventos organizados pela associação, como o FAMCAFÉ, que tem por objetivo *“posicionar a região como produtora de cafés de alta qualidade (...) promovendo rodadas de negócio, onde a venda atinge preços que chegam mais de 200% acima do mercado”* cumprem com a comunicação, subsidiando a manutenção da organização e os produtores frente ao ambiente externo do agronegócio.

A AMSC utiliza a sua estrutura organizacional para promover a marca da região da Alta Mogiana, mas não é um objetivo explícito promover ações de desenvolvimento sustentável para a região.

Uma estratégia para a AMSC seria apropriar os valores de sustentabilidade para que assim, incorpore mais uma vantagem competitiva para os produtos da região da Alta Mogiana, melhorando a qualidade do produto e agregando valor ao café, objetivos da entidade.

A associação coloca como ponto de sucesso no cultivo do café especial não “(...) *somente da estrutura* (física da fazenda), *mas sim de todo um cuidado, desde a escolha de uma variedade, até a forma de armazenamento (...)*”.

Junto a esta afirmação, e o conceito desenvolvido no embasamento teórico deste trabalho, de que a diferenciação do produto (café especial) se traduz em potencialidades estratégicas para o desenvolvimento da região, visto a complexidade e a necessidade de mão de obra qualificada presente em todos os processos, é fato concluirmos que um dos pressupostos para o sucesso da organização é em vista da especialização frequente através de cursos, capacitação nas diferentes áreas da cadeia produtiva.

Ao ser questionada com relação aos principais desafios e as dificuldades da especialização que um produtor associado enfrenta, a associação responde que o “*acesso a diferentes mercados, principalmente para os pequenos produtores*” e “*retorno financeiro não é imediato. Exige dedicação e cuidado muito maior que com cafés tradicionais*” como respostas.

Com o objetivo de superar estas dificuldades, destacou-se a promoção de “*ações voltadas a trazer compradores de cafés para a região para conhecer os produtos e provar os seus cafés, abrindo as portas a novos mercados para produtores*”.

Porém, quando questionada com relação aos cursos de capacitação técnica, focando na garantia da produção no longo prazo, obtivemos que não é o foco da organização em promover tais cursos.

A AMSC tem em seu Conselho Regulador da Indicação de Procedência 05 (cinco) entidades ligadas à pesquisa, sendo estas o IAC (Instituto Agrônomo de Campinas), Uni Octavio (Universidade do Café), FAFRAM (Fundação Educacional de Ituverava), UNIFRAN (Universidade de Franca), UNESP (Universidade Estadual Paulista – Campus Franca).

A AMSC poderia atuar como uma interface entre o produtor e as organizações de ensino superior e técnico do município e da região participantes do Conselho, dando subsídio para o setor educacional desenvolver cursos de capacitação específica que contribua para a evolução da mão de obra.

O acesso a mercados consumidores é um dos fatores essenciais para o sucesso da organização, porém há a necessidade de se investir nos outros pilares que desenvolvem socialmente os agentes da cadeia produtiva.

Como já trabalhado nos conceitos teóricos do estudo, as Indicações Geográficas surgem como estratégias para subsidiar o desenvolvimento regional e, no âmbito social, há um fortalecimento dos vínculos sociais entre os atores da cadeia produtiva.

Tal ação pode ser justificada em entrevista quando é questionado à associação de quais os principais atores importantes que pertençam a cadeia produtiva do café especial e que ela tem relação direta. Desta maneira, é elencado a “COCAPEC, Fundação Pro Café, Cocapil”.

Adicionando estas entidades, temos na Ata a descrição de 22 (vinte e duas) entidades/instituições diretamente ligadas à cadeia produtiva do café especial, fortalecendo o capital social da região, elemento importante para a promoção do desenvolvimento regional.

7.2.3. Aspectos Ambientais

A quantidade de termos designados ao processo de serviços ambientais é grande na literatura especializada, podendo ser identificado como serviços ecossistêmicos ou serviços ecológicos.

Na aplicação prática, a diferença entre os dois está no conceito associado a cada um deles que na maioria das vezes, estudos não levam em consideração.

“Serviços ambientais” é usado para designar alguns serviços prestados pelos ecossistemas, e o termo “serviços ecossistêmicos” é utilizado por aqueles que

alegam que não é possível separar em partes os serviços, sendo portado vistos como uma forma integrada (WUNDER, 2005).

Segundo Swallow *et al.* (2007), o termo serviços ambientais é utilizados pelos economistas como:

[...] um benefício positivo que as pessoas recebem do meio ambiente, ou seja, um serviço ambiental é gerado quando uma atividade econômica em um determinado lugar, controlado por um agente econômico, tem efeitos positivos em outros consumidores, geralmente em outros lugares.

Ainda de acordo com Swallow *et al.* (2007), o termo serviços ecossistêmicos:

[...] tem sido usado por décadas, desenvolvido e aplicado por economistas e ecólogos. No ano 2000, a Sociedade Americana de Ecologia produziu uma cartilha sobre os serviços ecossistêmicos que o define como os processos pelos quais o meio ambiente produz recursos que usualmente são tomados como bens gratuitos tais como água limpa, madeira, habitat para peixes e polinização de plantas nativas ou agrícolas.

Desse modo, a definição de serviços ambientais é focada nos benefícios obtidos pelos seres humanos ou produzidos por atividades econômicas. O termo serviço ecossistêmico está associado aos processos naturais que este produz.

Assim, constata-se pela entrevista, que todas as propriedades associadas estão enquadradas legalmente no âmbito ambiental. É fato afirmar que há uma manutenção por estes proprietários do serviço ambiental ou ecossistêmicos prestados pela natureza, com ou sem a interferência humana, para benefício do equilíbrio de todos os seres vivos.

É necessário um levantamento específico para caracterizar os serviços ambientais que a produção de café especial da região da Alta Mogiana desempenha, não sendo objetivo deste trabalho. Porém, pode-se identificar a polinização da cultura com abelha como um exemplo a ser destacado.

Tal serviço ecossistêmico pode se tornar uma alternativa de renda para o produtor, melhorando sua receita pela quantidade e qualidade dos grãos de cafés produzidos, mas também com um rol de produtos derivados do mel, interferindo no seu lucro.

A agregação de mais uma atividade (polinização) redundando em mais emprego ainda no campo e em toda a cadeia produtiva relacionada ao novo processo produtivo incorporado pelo café especial, se perfazendo da produção de mel, sendo este um aspecto social.

A manutenção deste serviço ecossistêmico não se restringe a área da propriedade, interferindo em toda a região, melhorando a qualidade ambiental das florestas, sendo este um aspecto ambiental.

De toda sorte, podemos inferir que a incorporação das abelhas no processo produtivo do café especial é mais uma prática agrícola sustentável, redundando no desenvolvimento no meio rural local de maneira sustentável, refletindo na economia da região.

A entrevista indica que há produtores associados que utilizam sistemas agroflorestais e/ou consorciado para produzir o café, como é o caso da *Fazenda M.* e *Fazenda B.E⁷*, havendo uma potencialidade para se incorporar os serviços ambientais e ecossistêmicos nestas propriedades.

Sistemas produtivos agroflorestais e/ou consorciados são métodos de produção alternativos aos convencionais que utilizam mais de uma espécie vegetal no mesmo sistema de cultura.

A Agrofloresta é a prática agrícola desenvolvida principalmente nos trópicos, onde a árvore/floresta é o componente central no esquema de produção. Esta prática, cada vez mais reconhecida por seus benefícios agrônômicos, sociais e ambientais e que introduz espécies vegetais perenes lenhosas às culturas ou pastagem.

Eric Toensmeier (2016) desenvolve o conceito de “*Carbon Farming*” (Cultivo de Carbono), onde sistemas produtivos agroflorestais contribuem para a mitigação das mudanças climáticas e adaptação dos sistemas agrícolas⁸. O cultivo de carbono e a agricultura regenerativa/orgânica são variações sobre o mesmo tema da agricultura sustentável e, mais frequentemente agora, todo o sistema alimentar.

O principal fator para uma transformação da agricultura virá especificamente do lado da demanda, tanto no que diz respeito a mudanças

⁷ O trabalho utiliza nomes fictícios daqueles relacionados pela Associação no momento da entrevista, com objetivo de manter o anonimato destas organizações.

⁸ Não é objetivo deste trabalho conceituar as mudanças climáticas, porém no universo da agricultura sustentável, a questão das mudanças climáticas está presente em um dos objetivos a ser contemplado.

climáticas quanto para produção de alimentos de qualidade, onde entra o cultivo de cafés especiais com a visão sustentável.

Como a agricultura sintrópica, devemos ter uma abordagem holística e de longo prazo do planejamento, bem como um modelo de implementação adaptável, em que nos conhecimentos, ciência, tecnologia e experiência estejam contribuindo para a promoção do desenvolvimento regional.

Eric Toensmeier (2016) demonstra que o futuro da agricultura está em mais diversidade em todos os níveis organizacionais nas três dimensões do desenvolvimento. O uso inteligente de mecanismos de escolha, como subsídios reatribuídos, pagamentos por serviços ecossistêmicos (sequestro de carbono, criação de abelhas, etc) e preços justos (*fair trade*, certificação) ajudarão no processo de transformação para uma agricultura de bases sustentáveis.

Esta alternativa está atrelada ao termo de Agricultura Sintrópica, da qual trabalha além da (s) cultura (s) comercial (ais), com a recuperação pelo uso do solo. Ou seja, o estabelecimento de áreas altamente produtiva e independente de insumos externos tem como consequência a oferta de serviços ecossistêmicos, com especial destaque para a formação do solo, a regulação do micro-clima e o fornecimento da água (Agenda Gotsch *on line*, 2010).

Esse modelo de agricultura encaixa nas definições de desenvolvimento sustentável por levar em consideração os três pilares e assim, a AMSC pode utilizar a expertise e o conhecimento acumulado por esses agricultores para disseminá-lo para outros.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A escolha da Associação dos Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana (AMSC) deu-se pela sua importância no contexto da pesquisa e pela possibilidade de influenciar, através de ações desempenhadas, benefícios para o proprietário que detém o selo de Indicação Geográfica e nas ações dos atores que impactam na sustentabilidade regional.

Entre os objetivos da AMSC, destacamos o de promover o reconhecimento da região, a congregação de pessoas e empresas atuantes no mercado de cafés especiais, incluindo a produção, beneficiamento, comercialização, industrialização e distribuição. A entidade busca dar condições aos produtores para aumentar o nível da sua produção, melhorando a qualidade do produto, agregando valor ao café.

A Indicação Geográfica – IG que vincula a região da Alta Mogiana, onde o café especial é produzido, apresenta-se como uma proposição alternativa de desenvolvimento regional sustentável.

A dinâmica de escala para o sistema produtivo do café especial esta associada à possibilidade do produtor ter condições de produzir o café tradicional – *commodity* junto ao diferenciado. Como evidenciado na pesquisa e na entrevista, muitas vezes os produtores têm sua estratégia em produzir uma parcela de café especial, junto ao tradicional. Esta combinação, da produção das duas culturas, possibilita ao produtor fazer uma transição nos processos produtivos e adequar-se às exigências do mercado consumidor.

A construção de um modelo de certificação sustentável para o café especial vem sendo articulada pela agricultura, em termos da respectiva cadeia produtiva, pela Associação de Produtores de Café Especiais da Alta Mogiana - SCAM, cafeicultores da região e demais *stakeholders*.

Este processo construtivo vem influenciando o desenvolvimento sustentável regional sob diversas maneiras. Do ponto de vista social, ao influir no fortalecimento do capital social da região, por exemplo. Do ponto de vista econômico, ao contribuir para estratégias de inovação, diferenciação e competitividade da cadeia produtiva.

Por fim, do ponto de vista ambiental, a contribuição ocorre não somente por conta de aspectos da adequação das propriedades rurais em si, como também, pelo aprimoramento da qualidade ambiental do café especial, propriamente dito.

Nesse sentido, a contribuição do setor cafeeiro local, sobretudo considerando o café especial, em termos da respectiva cadeia produtiva, seria determinante, principalmente se viesse a ocorrer não somente por intermédio da implantação de um processo de certificação sustentável, como também, em um momento posterior, via criação/reformulação de um selo de Indicação Geográfica, que condicione os produtores a seguir práticas sustentáveis.

Dentro deste escopo de formulação de estratégia empresarial focada na cafeicultura da Região da Alta Mogiana deve ser particularmente consideradas as quatro estratégias de sustentabilidade preconizadas por Hart e Milstein (2003): estratégia de redução da poluição, estratégia de gerenciamento do produto, estratégia de tecnologia limpa e estratégia de visão sustentável.

A incorporação destas estratégias ao selo da Região da Alta Mogiana garantirá para o consumidor não apenas a qualidade da bebida, mas também que as práticas e processos demandados pela cadeia produtiva do setor estejam em conformidade com os conceitos de sustentabilidade.

Outro aspecto proposto seria a divulgação, destas ações socioeconômicas e ambientais, de maneira estratégica para o mercado consumidor de café especial, utilizando esses dados para interagir com o seu público alvo, contribuindo para a evolução da organização.

Esta conformidade gera um sistema de “*ganha-ganha*”, onde todos os agentes envolvidos no processo saem beneficiados. O consumidor está garantido através de um selo acreditado por uma entidade específica; a entidade cresce em função de novas demandas originadas pela expansão do mercado consumidor; e o produtor se beneficia por ter acesso a um mercado crescente e exclusivo.

A sobrevivência de uma empresa e sua evolução depende da capacidade de dar sentido ou influenciar o ambiente e de renovar constantemente seu significado e seu propósito à luz de novas condições. A capacidade de adaptação ao mercado apresenta desafios, pois as organizações precisam perceber as mudanças, mas também criar significados a partir das informações coletadas.

A ASCM pode atuar, a partir de estudos posteriores, uma interface entre o produtor e as 05 (cinco) entidades ligadas à pesquisa de ensino técnico e superior do município e da região, participantes do Conselho Regulador da Indicação de Procedência, dando subsídio para o setor educacional desenvolver cursos de capacitação específica que contribua para o desenvolvimento da mão de obra.

Ao se propor mecanismos de produção que contemplem o desenvolvimento regional e a sustentabilidade, os atores envolvidos no processo produtivo de café especial na Região da Alta Mogiana devem levar em conta não somente o crescimento econômico concebido pela aferição do lucro, mas também as reais condições do ambiente local e das pessoas que contribuem para o processo produtivo para a sua sustentação e permanência ao longo prazo.

Em síntese, a pesquisa mostrou no plano teórico-propositivo a diferença entre a produção de café especial com a produção tradicional (*commodity*), a importância da Indicação Geográfica enquanto estratégia diferenciada de concorrência e as possibilidades de atuação da Associação de Produtores de Café Especial da Região da Alta Mogiana. Entretanto, o desenvolvimento nas dimensões econômica, social e ambiental configurou-se mais como hipótese do que algo objetivo.

REFERÊNCIAS

- Agenda Gotsch (2020). Disponível em <<https://agendagotsch.com/pt/>>. Acesso em 14 de abril 2020.
- ALMEIDA, F. (2002). O bom negócio da sustentabilidade. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- ALMEIDA, Jalcione. Sustentabilidade, ética e cidadania: novos desafios da agricultura. *Extensão Rural e Desenvolvimento Sustentável*, v. 1, n. 4, p. 13-20, 2005.
- ALTMAN, D. & Berman, J. (2011, April). Explaining the long-term single bottom line. *Stanford Social Innovation Review*, pp. 36-43.
- ALVARENGA NETO, Rivadávia C. Drummond de. Gestão do conhecimento em organizações: proposta de mapeamento conceitual integrativo. 2005. 400 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Escola de Ciência da Informação, UFMG, Belo Horizonte.
- AMSC – Alta Mogiana Specialty Coffee Disponível em <<http://amsc.com.br/>>. Acesso em 14 de abril 2020
- ANDREWS, K. R. O conceito de estratégia empresarial. In: MINTZBERG, H.; QUINN, J. B. (Ed.). *O processo da estratégia*. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. p. 58-64.
- ANSOFF, H. I. *Estratégia empresarial*. São Paulo: McGraw-Hill, 1979.
- ARRIGHI, G. *O Longo Século XX*. Rio de Janeiro: Contraponto; São Paulo: Editora UNESP, 1996.
- BAKHTIN, M. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Editora Hucitec, 2010.
- BARON, D. (2001). Private politics, corporate social responsibility and integrated strategy. *Journal of Economics and Management Strategy*, 10(1), p.7-45.
- BECKER, B. K. Revisão das políticas de ocupação da Amazônia: é possível identificar modelos para projetar cenários? *Parcerias Estratégicas*, Brasília, n. 12, p. 135-59, set. 2001.
- BLISKA, F. M. M. et al. Dinâmica fitotécnica e socioeconômica da cafeicultura brasileira. *Informações Econômicas*, São Paulo, v. 39, n. 1, p. 15-18, jan. 2009.
- BOAVENTURA, PATRICIA SILVA MONTEIRO et al. COCRIAÇÃO DE VALOR NA CADEIA DO CAFÉ ESPECIAL: O MOVIMENTO DA TERCEIRA ONDA DO CAFÉ. *Rev. adm. empres.*, São Paulo, v. 58, n. 3, p. 254-266, June 2018. Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-

75902018000300254&lng=en&nrm=iso>. access on 21 Jan. 2020.
<http://dx.doi.org/10.1590/s0034-759020180306>.

BOISIER, S. *Modernidad y territorio*. Santiago de Chile: ILPES, 1996.

BRASIL. Secretaria da Educação Fundamental. Parâmetros curriculares nacionais: apresentação dos temas transversas, ética. Brasília. MEC/SEF, 1997.

BRUCH, K. L.; VITROLLES, D.; LOCATELLI, L. Estudo de caso: IP Vale dos Vinhedos, IP Paraty e IP Vale do Submédio São Francisco. In: CERDAN, C. M.; BRUCH, K. L.; SILVA, A. L. (Org.). Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio. Florianópolis, SC: SEaD/UFSC/FAPEU, 2010. Módulo II – Indicação Geográfica. MAPA.

BÜHLER, Eve-Anne & GUIBERT, Martine & Oliveira, Valter. (2016). *Agriculturas empresariais e espaços rurais na globalização: abordagens a partir da América do Sul*. 1. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016. 288p.

CAMPOS, M. J. C.; CAMPOS, L. H. R. Competitividade do setor têxtil brasileiro: uma abordagem a nível estadual. In: X Encontro Regional de Economia –Nordeste. Fortaleza: ETENE –Banco do Nordeste do Brasil, 2005. Disponível em <http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/ETENE/Anais/docs/mesa1_texto1.pdf>. Acesso em 24 de jun. 2019.

Carneiro, R. *Globalização e integração periférica*. Texto para Discussão 126 - Instituto de Economia da UNICAMP. Março de 2007.

_____. (2006), *O desenvolvimento revisitado*. São Paulo em Perspectiva. Janeiro de 2006, pp. 73-82.

CAVALARO, J. Bioarquitetura. EDUCERE - Revista da Educação, Umuarama, v. 13, n. 1, p. 129-140, jan./jun. 2013.

Chizzotti, A. (2001). *Pesquisa em ciências humanas e sociais* (8a ed.). São Paulo: Cortez.

CHOO, C. W. *A Organização do Conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

CONAB – Companhia Nacional de Abastecimento. *Acompanhamento da Safra Brasileira – Café*, v.6, n.1, p.43, jan. 2019.

CRONON, 1991 - CRONON, W. *Nature's Metropolis*. Chicago: University of Chicago Press, 1991 https://notendur.hi.is/sksi/w_texts/cronon91.pdf

CUSTÓDIO, F. V.; FEHR, L. C. F de A.; CARDOSO; A. M.; DUARTE. S.L. *Análise dos Custos de Produção de Café Arábica nas Regiões Polos do Brasil*. In: XXV Congresso Brasileiro de Custos – Vitória, ES, Brasil, 12 a 14 de novembro de 2018.

CUSTÓDIO, F. V.; FEHR, L. C. F de A.; CARDOSO; A. M.; DUARTE. S.L. Análise dos Custos de Produção de Café Arábica nas Regiões Polos do Brasil. In: XXV Congresso Brasileiro de Custos – Vitória, ES, Brasil, 12 a 14 de novembro de 2018.

DIEGUES, Antonio Carlos S. Desenvolvimento sustentável ou sociedades sustentáveis: da crítica dos modelos aos novos paradigmas. São Paulo em Perspectiva, São Paulo, SEADE, v. 6, n. 1-2, p. 22-29, jan./ jun. 1992.

DIEGUES, Antonio Carlos S. Desenvolvimento sustentável ou sociedades sustentáveis: da crítica dos modelos aos novos paradigmas. São Paulo em Perspectiva, São Paulo, SEADE, v. 6, n. 1-2, p. 22-29, jan./ jun. 1992.

DONAIRE, D. (1999). Gestão ambiental na empresa (2a ed.). São Paulo: Atlas.

DULLIUS, P. R. Indicações geográficas e desenvolvimento territorial: as experiências do Rio Grande do Sul. 2009. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural) - Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) - Santa Maria, RS, 2009.

DUOVISIN, I. A.; RUSCHEINSKY, A. Visão sistêmica e educação ambiental conflitos entre o velho e o novo paradigma. In: RUSCHEINSKY, A (Org). Educação Ambiental abordagens múltiplas. 2. Ed. Porto Alegre: Penso Editora, 2012.

Elkington, J. (1998), "ACCOUNTING FOR THE TRIPLE BOTTOM LINE", Measuring Business Excellence, Vol. 2 No. 3, pp. 18-22.

EMBRAPA, 2019 Disponível em <<https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/41551077/brasil---maior-produtor-mundial-de-cafe---exporta-3515-milhoes-de-sacas-com-media-mensal-de-292-milhoes-de-sacas-em-2018>>. Acesso em 14 de abril 2020

FEIL, Alexandre André e SCHREIBER, Dusan. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável: desvendando as sobreposições e alcances de seus significados. Cad. EBAPE.BR, v. 14, nº 3, Artigo 7, Rio de Janeiro, Jul./Set. 2017.

FREDERICO, 2013 <http://agbcampinas.com.br/bcg/index.php/boletim-campineiro/article/view/91/v.%203%2C%20n.%201%2C%202013%20-%20L%C3%B3gica%20das%20commodities%2C%20finan%C3%A7as%20e%20cafeicultura%20%28PDF%29>

FREIRE, P. Conscientização: teoria e prática da libertação. São Paulo: Cortez & Moraes, 1979.

GARVIN, D. A. Building a learning organization. Harvard Business Review. Vol. 71 Issue 4, p. 78-91. Jul/Aug 1993.

GIESBRECHT, H. O.; MINAS, R. B. A.; GONÇALVES, M. F. W.; SCHWANKE, F. H. Indicações geográficas brasileiras. Brasília: SEBRAE/INPI, 2014. 264p.

GIESBRECHT, H. O.; MINAS, R. B. A.; GONÇALVES, M. F. W.; SCHWANKE, F. H. Indicações geográficas brasileiras. Brasília: SEBRAE/INPI, 2014. 264p.

HART, S. L. & MILSTEIN, M. B. (2003). Creating sustainable value. *Academy of Management Executive*, 17(2), 56-67.

HILLMAN, A. & KEIM, G. (2001). Shareholder value, stakeholder management, and social issues: what's the bottom line? *Strategic Management Journal*, 22(2), 125-39.

INCAPER – Instituto Capixaba de Pesquisa, Assistência Técnica e Extensão Rural - Técnicas de Produção de café arábica: renovação e revigoramento das Lavouras no Estado do Espírito Santo / Maria Amélia Gava Ferrão ...[et al.] 3ª ed. – Vitória, ES: Incaper, 2009. 56 p. (Incaper, Circular Técnica, 05-I)

JAMIENSON, 2001 - JAMIESON, Ross W. The essence of commodification: caffeine dependencies in the early modern world. *Journal of Social History*, v. 35, n. 2, 2001

JOTHI, M. (2010, August). CSR in the era of global economic meltdown. *Global Management Review*, 4.

KAKUTA, S. M.; SOUZA, A. I. L.; SCHWANKE, F. H.; GIESBRECHT, H. O. *Indicações geográficas: guia de respostas*. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2006.

KITZMANN, D. I. S.; ASMUS, M. L. Do treinamento à capacitação: a integração da educação ambiental ao setor produtivo. In: RUSCHEINSKY, A. (Org.). *Educação Ambiental: abordagens múltiplas*. Porto Alegre: Penso Editora Ltda, 2012.

LIMA, G. S. N. M. S. Indicações Geográficas e desenvolvimento territorial sustentável. In: RUSSO, S. L.; SILVA, G. F. (Org.). *Capacite - exemplos de inovação tecnológica*. São Cristóvão, SE: Editora da UFS, 2013. 240p.

MAIMON, D. (1996). *Passaporte verde: gestão ambiental e competitividade*. Rio de Janeiro: Qualitymark.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. *Metodologia científica*. São Paulo: Atlas, 1991.

_____. *Fundamentos de Metodologia Científica*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

_____. *Fundamentos de Metodologia Científica*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

Michael R. Redclift (2006) SUSTAINABLE DEVELOPMENT (1987-2005) – AN OXYMORON COMES OF AGE <http://www.scielo.br/pdf/ha/v12n25/a04v1225>

MILSTEIN, M. B.; HART, S. L. Criando Valor Sustentável. *GV-executivo*, v. 3, n. 2, maio-jul, 2004.

MINAYO, M. C. de L. (Org.) Pesquisa social: teoria, método e criatividade. 19. Petrópolis: Vozes, 2001.

PASCALE, R. T. O efeito Honda. In: MINTZBERG, H.; QUINN, J. B. (Ed.). O processo da estratégia. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. p. 122-129.

PELLIN, V. *Indicação geográfica, políticas públicas e desenvolvimento territorial sustentável: uma análise a partir do processo de reconhecimento da IG para chope e cerveja artesanal da região de Blumenau (SC), em sua arena pré-decisional*. 2016. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Regional) - Universidade Regional de Blumenau (FURB), Blumenau, SC, 2016.

PEREIRA, H. J. Bases conceituais de um modelo de gestão para organizações baseadas no conhecimento. XXII Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica - FIA/USP - Salvador, novembro, 2002 – Anais.

PIRANI, Julianna Gavioli. PERMACULTURA E BIOARQUITETURA: PERSPECTIVAS NA PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO. Cadernos de Arquitetura e Urbanismo, v.22, n.30, 2º sem. 2015.

PORTER, M. E. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

PORTER, M. Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. Ed. Elsevier. Rio de Janeiro, 1989;

POSSAS, M. L., SALLES-FILHO, S. e SILVEIRA, J. M. da. An evolutionary approach to technological innovation in agriculture: some preliminary remarks. Research Policy, v. 25, p. 933-945, fev. 1996.

PRUDENTE, Leticia T. Permacultura, Uma Prática Eco-Sócio-Ambiental: Centro De Formação Do Movimento Dos Trabalhadores Sem Terra (Mst) Do Rio Grande Do Sul. Disponível em: http://www.elecs2013.ufpr.br/wp-content/uploads/anais/2007/2007_artigo_124.pdf. Acesso em : 11 set. 2018.

QUINN, J. B. Estratégias para mudança. In: MINTZBERG, H.; QUINN, J. B. (Ed.). O processo da estratégia. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. p. 20-26.

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

RITZMAN, L. P.; KRAJEWSKI, L. J. Administração da produção e operações. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

RUSCHEINSKY, A; COSTA, A L. A educação ambiental a partir de Paulo Freire. In: Educação Ambiental: abordagens múltiplas. Porto Alegre: Penso Editora Ltda, 2012.

SAES, M. S. A racionalidade econômica da regulamentação no mercado brasileiro de café. 1995. 163 p. Tese (Doutorado em Economia) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

SAES, M. S. M.; JAYO, M. Competitividade do sistema agroindustrial do café. In: FARINA, E. M. M. Q.; ZYLBERSZTAJN, D. (Ed.). *Competitividade no agribusiness brasileiro*. São Paulo: Pensa/FIA/FEA/USP, 1998. v. 4

SAES, M. S.; FARINA, E. M. M. Q. *O agribusiness do café no Brasil*. São Paulo: Pensa; Milkbizz, 1999.

SANTOS, F. S.; THIENGO, E. R. Educação infantil e educação ambiental: um olhar sobre a inserção do lúdico como ferramenta de aprendizagem as questões ambientais para as crianças da educação infantil. *Revista Sodebras*, v. 9, n. 101, p. 25-28, 2014.

SCAA CUPPING PROTOCOLS. Protocolo para análise sensorial de café. Metodologia SCAA Rev. Dezembro 2008.

SCHUMPETER, Joseph Alois. (1984) *Capitalismo, socialismo e democracia*. Rio de Janeiro: Zahar.

SEBRAE (2020) - Disponível em <<https://datasebrae.com.br/ig-alta-mogiana/>>. Acesso em 14 de abril 2020

SIEDENBERG, D. R. Desenvolvimento regional. In: SIEDENBERG, D. R. (Org.). *Dicionário desenvolvimento regional*. Santa Cruz do Sul, RS: EDUNISC, 2006. 168p.

SILVA, A. L.; CERDAN, C.; VELLOSO, C. Q.; VITROLLES, D. Delimitação geográfica de área: homem, história e natureza. In: CERDAN, C. M.; BRUCH, K. L.; SILVA, A. L. *Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio*. Florianópolis, SC: SEaD/UFSC/FAPEU, 2010. Módulo II – Indicação Geográfica. MAPA.

Sinott, E. Nash, J. De la Torre, A. (2010), *Natural Resources in Latin American and the Caribbean: Beyond Booms and Busts*. Washington: The World Bank.

SOUZA, C. M. M.; THEIS, I. M. *Desenvolvimento regional: abordagens contemporâneas*. Blumenau, SC: Edifurb, 2009.

Swallow, B. & Kallesoe, M. & Iftikhar, U. & Noordwijk, M. van & Bracer, C. & Scherr, S. & Raju, K.V. & Poats, S. & Ochieng, B. & Mallee, H. & Rumley, R., 2007. "Compensation and rewards for environmental services in the developing world framing pan-tropical analysis and comparison," Working Papers b14963, World Agroforestry Centre, Library Department.

TALBOT, 2004 - TALBOT, J. M. *Grounds for agreement. The political economy of the coffee commodity chain*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield Publishers, INC. 2004. 237 p.

Toensmeier E. (2016) *The Carbon Farming Solution*. White River Junction, VT, Chelsea Green Publishing.

Topik (2003) - TOPIK, S. *The integration of the World Coffee Market*. In: TOPIK, S.; CLARENCE-SMITH, W. G.. *The global coffee economy in Africa, Asia, and Latin America, 1500-1989*. New York: Cambridge University Press, 2003.

TOSI, P. G.; FALEIROS, R. N.; FONTANARI, R. *Modalidades e hierarquias do crédito na cafeicultura paulista (1889-1930)*. *Revista Brasileira de Economia*, 65, p. 401-412, 2011.

TOSI, P. G.; FALEIROS, R. N.; TEODORO, R. d. S. *Fragments de um modelo: pequenas lavouras de café e acumulação de capitais. Franca/São Paulo 1890-1914*. *História (São Paulo)*, 24, p. 291-327, 2005.

Urteaga (2008) URTEAGA, Eguzki. *El debate internacional sobre el desarrollo sostenible*. *Investigaciones Geográficas, Universidad de Alicante*, n. 46, p. 127-137, mayo/agosto 2008

URTEAGA, Eguzki. *El debate internacional sobre el desarrollo sostenible*. *Investigaciones Geográficas, Universidad de Alicante*, n. 46, p. 127-137, mayo/agosto 2008.

Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2008). *Service-dominant logic: Continuing the evolution*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(1), 1-10. doi:10.1007/s11747-007-0069-6

Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2017). *Service-dominant logic 2025*. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 46-67. doi:10.1016/j.ijresmar.2016.11.001

VEIGA, José Eli da. *Sustentabilidade: a legitimação de um novo valor*. São Paulo: SENAC, 2010.

WEICK, K. E. *A Psicologia Social da Organização*. São Paulo: Edgar Blucher: EDUSP. 1973. 120 p.

World Commission on Environment and Development (WCED). (1987). *Our common future*. Oxford: Oxford University Press.

WTO 2003 - WTR. *World Trade Statistics*. Geneve: World Trade Organization, 2003.

WUNDER, S. *Payments for environmental services: some nuts and bolts*. Jakarta, ID: Cifor, 2005. 24 p. (CIFOR. Occasional paper, 42).

ZAMBOLIM, Laércio. *Rastreabilidade para a cadeia produtiva do café – Viçosa*: UFV, DFP, 2007.

ZYLBERSZTAJN, D.; FARINA, E. M. M. Q.; SANTOS, R. C. O sistema agroindustrial do café: um estudo da organização do agribusiness do café visto como a chave da competitividade. Porto Alegre: Ortiz, 1993

ANEXO A

ROTEIRO DA ENTREVISTA

Área	Pergunta
Econômico	1) Qual a área e volume de produção total de café especial da região da Alta Mogiana? Qual a área e volume de produção dos produtores associados à ASMC?
	2) O produtor que detém uma estrutura voltada para a produção de café tradicional, caso decida produzir cafés especiais, esta premissa (estrutura) gera um diferencial competitivo, favorecendo este produtor?
	3) O custo de produção mais elevado do café especial justifica-se em termo de retornos financeiros para os produtores da região de Franca? Quais indicadores podem ser analisados para justificar, caso positivo?
	4) A associação identifica uma transição dos produtores de café tradicional, a partir da renovação de suas lavouras, pensando em produzir uma bebida de maior valor agregado, voltado para o mercado de cafés do tipo “especial”? Ou ainda há uma consistência em quem produz café tradicional, focado no volume em escala?
	5) Qual a dinâmica do mercado de cafés especiais no município de Franca? Existe algum proprietário associado que se destaca em volume produzido/sacas comercializadas?
	6) Quais são os principais atores importantes que pertençam à cadeia produtiva do café especial e que a associação tem relação direta?
	7) Quais são as ações que a associação desempenha com relação ao desenvolvimento da Indicação Geográfica para os cafés especiais no município de Franca?
	8) Há disputa de mercado entre os associados e os produtores de café tradicionais? Existe alguma sinergia entre os mercados que favoreça o produtor associado?
	9) Quais são os benefícios do produtor ter a indicação de procedência pelo selo da Região da Alta Mogiana? Qualquer produtor pode ter? Quais são os pré-requisitos?
	10) Como as pontuações (nota Q-grade) interferem no preço comercializado do café especial?

	1) Atualmente, a associação conta com quantos associados?
	2) Quais são os principais desafios para o produtor de café especial associado?
	3) Quais são as dificuldades para a especialização?
	4) A associação detém um trabalho para ajudar os cooperados a superar estas dificuldades? Quais são estas ações?
	5) Há cursos de capacitação técnica para os produtores, focando na garantia da produção no longo prazo? Quais são estes cursos?
	6) Quais são os principais desafios para a associação?
	7) Qual o volume de sacas produzidas por associado nos últimos anos?
	8) Qual o valor comercializados pelas sacas de cafés por associado nos últimos anos?
	9) Há algum programa estimulado pelo município/prefeitura que visa o desenvolvimento da cultura de cafés especiais em conjunto com a associação?
Social	10) Existe alguma aproximação e/ou interação da associação com as instituições de ensino técnico/universitário, objetivando demonstrar suas ações, as demandas da cadeia produtiva e do produtor, promovendo assim o desenvolvimento de cursos voltados para a capacitação para os profissionais que atuam na área de produção de cafés especiais?
	11) Qual a relação da agricultura familiar e a produção de cafés especiais? Existem famílias associadas produzindo cafés especiais? Caso positivo, qual a produção em volume?
	12) Há uma organização entre os produtores de café especial no intuito de trocar experiências com o aprendizado em conjunto?
	13) Como a associação se comunica com os consumidores? Há uma via de acesso para promover a produção de café especial?
	14) Quais são os principais objetivos dos concursos de qualidade?
	15) Quais são as etapas para se conseguir o selo da Alta Mogiana?

Ambiental	1) A região de Franca tem potencial para produzir café especial? As características do local (clima/solo/planta) e do produtor proporcionam a produção em escala de cafés especiais?
	2) Quais são as principais ações promovidas pela associação que na sua visão gera benefício ao meio ambiente?
	3) Há alguma iniciativa de investimentos de novas tecnologias que contribuam para o meio ambiente? Exemplo: diminuição do consumo de água no processo de seleção dos grãos (via seca/via úmida), eficiência energética, otimização de transporte e emissões
	4) A associação tem um panorama ambiental das propriedades associadas com relação ao seu enquadramento legal ambiental? Todas as propriedades rurais associadas detêm o Cadastro Ambiental Rural?
	5) Existe algum associado que produza café do tipo "especial" em sistemas agroflorestais ou plantios consorciados?
	6) Caso um proprietário associado tenha a necessidade de regularizar ambientalmente sua propriedade, a associação presta alguma consultoria como medida facilitadora?

ANEXO B

TERMO DE CONSENTIMENTO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO CONSIDERANDO AS ORIENTAÇÕES PREVISAS PELA RESOLUÇÃO 466/12(*)

Prezado (a) participante,

A pesquisa intitulada “Café Especial e a sua contribuição para o desenvolvimento da Alta Mogiana: estudo de caso – AMSC” tem por objetivo tratar sobre as características e representações que impactam na produção do café especial a partir de um estudo de caso da Associação de Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana - AMSC, analisando as principais ações que impactam seus associados, com foco nos produtores. Ao participar desta pesquisa você permitirá que o pesquisador Guilherme Personi de Freitas realize uma entrevista semiestruturada com você, a respeito do tema de pesquisa. Você tem liberdade de se recusar a participar e ainda se recusar a continuar participando em qualquer fase da pesquisa, sem qualquer prejuízo pra você. Sempre que quiser poderá pedir mais informações sobre a pesquisa.

Os dados desta pesquisa serão analisados e apresentados ao Centro Universitário Municipal de Franca (Uni-FACEF) como requisito da Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional – Metrado Interdisciplinar do aluno em questão, sob orientação da Profa. Dra. Bárbara fadel, e utilizados exclusivamente para fins científicos, podendo ser divulgados em encontros científicos e revistas científicas, sempre mantendo o anonimato dos participantes. Respeito ao participante da pesquisa em sua dignidade e autonomia, reconhecendo sua importância no setor econômico da região de Franca.

A participação nesta pesquisa não traz complicações legais para a organização representada por sua pessoa, nem mesmo ao participante. Assim como não terá nenhum tipo de despesa para participar desta pesquisa, bem como nada será pago para a participação. Porém, caso haja necessidade de atendimento técnico, este será oferecido pelo pesquisador.

Após estes esclarecimentos, solicitamos o seu consentimento de forma livre para que você participe desta pesquisa representando a Associação dos Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana (AMSC).

Portanto, preencha, por favor, os itens que se seguem:

Eu, _____ portador (a) do RG n°. _____, ciente das informações acima mencionadas, autorizo a minha participação na pesquisa como forma de contribuição ao progresso científico.

Assinatura: _____

Orientadora: _____

Bárbara Fadel – ba.fadel@terra.com.br (16) 99155-4275

Pesquisador: _____

Guilherme Pessoni de Freitas – guipessoni@gmail.com (16) 99166-0123

APÊNDICE A
ATA DA ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES DE CAFÉS
ESPECIAIS DA ALTA MOGIANA



Nacional de Propriedade Industrial - CIRESP/SP
Fls. 462
Rub. A

AMSC

DOCUMENTO PROTOCOLADO, REGISTRADO E
SCANEADO EM MICROFILME SOB.N. 65474

**ATA DA ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES DE CAFÉS ESPECIAIS DA ALTA
MOGIANA**

CONSTITUIÇÃO DA AMSC

Através da 1ª. ATA DA REUNIÃO DA ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES DE CAFÉS ESPECIAIS DA ALTA MOGIANA (AMSC), realizada em data de 18 de agosto de 2005, foi fundada a presente sociedade civil de duração ilimitada, regida por seu Estatuto Social, pelo Código Civil e demais disposições legais aplicáveis, com sede e foro na cidade de Franca, na Rua Doutor Carrão, 247, jardim Califórnia, CEP 14405 - 324, Estado de São Paulo, Brasil, sendo ela inscrita no CNPJ/MF n. 07.680.768/0001-00.

Com o fito de aprovar o presente REGULAMENTO DA INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA "ALTA MOGIANA", foi convocada a ASSEMBLÉIA GERAL para tal fim, com base no art. 2º, art. 16, inciso I, e art. 17, *caput*, do ESTATUTO SOCIAL, a qual foi realizada em data de 11 de maio de 2011, iniciou-se às 16 hs., em segunda e última convocação, com a presença de 07 (sete) associados, cuja assembleia de aprovação do regulamento para produção de café pelos membros da AMSC proposto pela diretoria visando o processo da indicação de procedência para o CAFÉ DA ALTA MOGIANA, foi aprovado por unanimidade, ficando o aludido Regulamento conforme descrito abaixo:

REGULAMENTO DA INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA ALTA MOGIANA

A Diretoria Executiva, em decorrências de suas atribuições previstas no Estatuto Social e tendo em conta a decisão tomada em razão da Assembleia Geral, visando o enquadramento pelo qual se regerá a Indicação de Procedência "Alta Mogiana", instituiu o presente Regulamento cujo conteúdo deverá ser dado eficácia a aplicabilidade, seguindo as disposições contidas nos capítulos, artigos e demais itens e subitens adiante estabelecidos.

[Handwritten signatures]



DOCUMENTO PROTOCOLADO, REGISTRADO E
ISCANEADO EM MICROFILME SOB.N. 65474

CAPÍTULO I - DA PRODUÇÃO

Art. 1º - Delimitação da Área de Produção:

A área geográfica delimitada para a Indicação de Procedência "ALTA MOGIANA", para cafés especiais, obedecerá a seguinte delimitação dos municípios de: Altinópolis, Batatais, Buritizal, Cajuru, Cristais Paulista, Franca, Itirapuã, Jeriquara, Nuporanga, Patrocínio Paulista, Pedregulho, Restinga, Ribeirão Corrente, Santo Antonio da Alegria e São José da Bela Vista, englobando os municípios, distritos, logradouros e demais delimitações geográficas mencionadas. Nessa delimitação deverão ser respeitadas as áreas de reserva e proteção ambiental.

Art. 2º - Cultivares

Os cultivares de tipos de café em coco da espécie arábica utilizados são: café catuai vermelho IAC/99, catuai amarelo IAC/62, mundo novo IAC 379/19, 388/17, 376/4, bourbon amarelo IACLCJ10, obatã vermelho IAC-1669/20, ou outros que atendam os padrões de qualidade, que deverão ser utilizadas na produção do café da região da ALTA MOGIANA, que poderão ser comercializados em grãos crus, beneficiados, ou torrados e moídos.

Art. 3º - Sistemas de Produção

O sistema de produção dos tipos de cafés mencionados deverá estar de acordo com as técnicas de plantio, manejo, colheita, dentre outros procedimentos aqui estabelecidos, visando a um só tempo contemplar os produtores associados ou cadastrados pela AMSC e, bem assim exclusivamente e restritivamente para as lavouras produtoras que se encontram dentro da área geográfica delimitada no Art. 1º., supra, tendo como pressuposto indispensável em sua produção o uso de práticas mitigadoras dos impactos ambientais, em especial a reutilização dos subprodutos.

Art. 4º - Da área de Produção autorizada

Somente poderão credenciar-se ao selo de IG as propriedades adequadas à legislação ambiental, trabalhista e social vigente.



DOCUMENTO PROTOCOLADO, REGISTRADO E
ISCANEADO EM MICROFILME SOB.N. 65474

Art. 5º - Da proibição do trabalho infantil

Fica expressamente proibido o trabalho infantil em qualquer fase de plantio, manejo, colheita e pós-colheita conforme estabelece o Art.60 do Estatuto da Criança e do Adolescente.

CAPÍTULO II - DA ELABORAÇÃO

Art. 5º - A Elaboração deve atender as definições e tipos deste regulamento.

Parágrafo Primeiro - Deverão ser observadas as seguintes definições:

a) **Café em coco** - Obtidos através do processo de colheita manual (derrichamento), ou mecânica;

b) **Café em grão** - Obtidos através da secagem natural em terreiros de qualquer tipo ou através de secadores, com casca ou previamente descascados. Podem ser crus ou torrados;

c) **Café em pó** - Produto obtido ao fim do processo de secagem, descascamento, torragem e moagem, acondicionados em embalagens próprias a vácuo ou não, obedecendo todas as normas impostas pelo Ministério da Agricultura, Vigilância Sanitária, Código de defesa do Consumidor e demais determinações dos órgãos próprios competentes.

Parágrafo Segundo - Serão produzidas nos termos deste regulamento de uso as seguintes variedades para fins de Indicação de Procedência:

a) **Café em coco**: obtido pela produção e colheita que tenha observado as normas retro estabelecidas e que mantenha as características sensoriais peculiares, podendo ser armazenados em sacas, bags, tuihas ou a vácuo desde que não sejam alterados o sabor, aroma e cor do mesmo.

b) **Café em grão cru ou torrado**: obtido pela produção que respeite as normas retro estabelecidas, podendo ele ser descascado, despulpado ou torrado, não podendo conter nenhuma impureza ou aditivos, desde que também não sejam alterados o sabor, aroma e cor do mesmo.

c) **Café torrado e moído**: obtido através do beneficiamento que tenha obedecido as normas de produção e colheita retro estabelecidas, não podendo ter nenhum aditivo ou impurezas de qualquer natureza. As embalagens deverão obedecer às normas do Ministério da Agricultura, Vigilância Sanitária, Defesa do Consumidor, bem como deverá estar de acordo

M. J.



DOCUMENTO PROTOCOLADO, REGISTRADO E
ISCANEADO EM MICROFILME SOB.N. 65474

com as diretrizes e determinações da AMSC, devendo ser mantidos inalterados o sabor, aroma e cor do mesmo.

Parágrafo Terceiro - As exigências da vigilância sanitária e as normas de segurança alimentar serão fiscalizadas pela AMSC em todas as etapas do processo.

Art. 6º - Padrões de Identidade e Qualidade Físicas e Químicas do Produto deverão observar:

I - MATÉRIA-PRIMA:

a) Padrão Preferencial de Maturação:

• A colheita (ou derruçamento), sua secagem, descascamento, beneficiamento e torragem do café, sejam para a moagem ou não, para a fabricação do café da região da Alta Mogiana deverá seguir, preferencialmente, a metodologia do "Ponto de Maturação e Colheita", estabelecidas pelas normas técnicas e orientação agrônômica da AMSC, cujas exigências são estabelecidas através do MANUAL DO PRODUTOR a ser confeccionado e distribuído para ciência e atendimento das normas técnicas nele estabelecidas, para manter a fidelidade e qualidade do café produzido.

b) Padrões para Colheita e Utilização:

• O prazo para Utilização da matéria-prima deverá estar contido em 360 dias para o cereja descascado em grãos e 720 dias para o cereja natural em grãos. Os grãos torrados ou moidos devem seguir as especificações próprias do processo de embalagem.

II - TORREFAÇÃO E MOAGEM:

A técnica utilizada para torrefação e moagem deve comprovadamente garantir a qualidade final do produto.

III - TRATAMENTO DOS RESÍDUOS:

Art. 7º.- Consideram-se "resíduos", todas as impurezas, folhas, cascas, enfim todos os elementos estranhos ao café em coco ou mesmo em grãos, mesmo que torrados, que venham a ser separados dos produtos finais, os quais deverão merecer o tratamento adequado para não



DOCUMENTO PROTOCOLADO, REGISTRADO E
ISCAMBEADO EM MICROFILME SOB.N. 65474

influenciar na qualidade, sabor ou mesmo contaminar o café produzido na região da Alta Mogiana, obedecendo assim os padrões que assinalam a procedência do produto.

a) Padrão para tratamento dos resíduos: Garantir a devolução das impurezas, cascas e demais elementos resultantes do beneficiamento à própria lavoura para fins de adubação e manter a técnica de produção orgânica, podendo, entretanto ser utilizados para a queima em fornos durante o processo ou método de torragem/moagem.

b) Padrões para a obtenção do café em coco:

- Observado o grau de maturação dos cocos, deverá a colheita ser seletiva, cujo derricamento manual deverá observar a técnica própria e, sendo ela mecânica, deverão ser selecionados os cocos com maturação aceita como padrão mínimo, sendo estes os cocos que poderão ser beneficiados para atender os padrões da AMSC, cujo destino dos demais cocos colhidos deverá obedecer outra classificação para produtos de qualidade subsidiária;

c) Padrão para obtenção dos grãos *in natura*:

c.1) Cereja natural: Observado o grau de maturação dos cocos, após a colheita deverá seguir-se a secagem em terreiros próprios confeccionados para tal preferencialmente com piso cimentado, asfaltado ou em calhas elevadas, manejados pelo sistema manual ou mecânico, podendo ser autorizado o uso de outros equipamentos com efeitos similares;

c.2) Cereja descascado: Observando o grau de maturação dos cocos, poderá ser utilizada a técnica de descascamento para posterior secagem e beneficiamento.

c.3) Em ambos os casos poderão ser utilizados secadores artificiais para completar o processo de secagem

d) Padrões para a obtenção dos grãos torrados:

- Observado o procedimento supra e retro no que tange à qualidade dos grãos obtidos, poderá seguir-se a torrefação e, eventualmente a moagem para obtenção do café em pó, o qual da mesma forma deverá ser livre de impurezas, de aditivos ou qualquer outro

DOCUMENTO PROTOCOLADO, REGISTRADO E
SCANEADO EM MICROFILME SBB.N. 65474

elemento que lhe retire a qualidade, aroma, cor ou sabor, devendo manter o padrão de 100% de pureza.

• A embalagem dos produtos finais deverá seguir o rigoroso controle de qualidade e higiene exigidas pelos órgãos competentes e pela própria AMSC;

CAPÍTULO III - DA ROTULAGEM

Art. 8º - Normas de rotulagem

- a) Deverão ser obedecidas as normas legais do MAPA (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento) para rotulagem.
- b) O Conselho Regulador estabelecerá normas de rotulagem para os produtos oriundos da área delimitada pela IG, de acordo com a legislação vigente.

Descrição e aplicação do sinal distintivo na Rotulagem da Indicação de Procedência
ALTA MOGIANA:



A Figura é composta por um círculo cinza sobreposto por um grão de café estilizado na cor branca que servem como base para as palavras Alta Mogiana. A palavra "Alta" é destacada por uma fonte em caixa alta visivelmente maior que aquela usada na palavra Mogiana, numa alusão à forma como essa parte do Estado de São Paulo é historicamente conhecida. A letra T tem a sua parte superior alongada e bipartida de modo a representar as características do relevo dessa região: um planalto com serras suaves que permitem tanto a



DOCUMENTO PROTOCOLADO, REGISTRADO E
ISCANEADO EM MICROFILME SOB.N. 65474

- Instituição Ligada às Entidades Sindicais: Sindicato Rural de Pedregulho
Instituição Ligada às Entidades Sindicais: Sindicato Rural de Franca
Instituição Ligada às Entidades Sindicais: Sindicato Rural de Patrocinio Paulista
Instituição Ligada ao Governo Estadual: CAMARA SETORIAL DO CAFÉ - SP
Instituição Ligada a Comercialização: Cecafe - Conselho dos Exportadores de Café do Brasil
Instituição Ligada a Comercialização: ACIF - Associação do Comércio e Indústria de Franca
Instituição Ligada a Comercialização: Cafeeira Francana
Instituição Ligada a Comercialização: Cooperfran - Cafeeira e Armazéns Gerais
Instituição Ligada aos Municípios: Prefeitura Municipal de Cristais Paulista
Instituição Ligada aos Municípios: Prefeitura Municipal de Franca
Instituição Ligada aos Municípios: Prefeitura Municipal de Jeriquara
Instituição Ligada aos Municípios: Prefeitura Municipal de Ribeirão Corrente

Art. 10º - Referido Conselho Regulador terá como suas atribuições:

- a) Criar o Regulamento de uso da Indicação Geográfica do café da região da Alta Mogiana;
- b) Orientar e controlar a produção, elaboração e a qualidade dos produtos amparados pela Indicação de Procedência ALTA MOGIANA, nos termos definidos neste Regulamento;
- c) Zelar pelo prestígio da Indicação de Procedência da ALTA MOGIANA no mercado nacional e internacional e a adotar as medidas cabíveis visando evitar o uso indevido da Indicação de Procedência;
- d) Auditar e elaboração e atualização dos registros cadastrais definidos no regulamento, bem como adotar as medidas necessárias para o controle da produção, visando ao atendimento do disposto no regulamento do uso da Indicação Geográfica do café da região da Alta Mogiana.



DOCUMENTO PROTOCOLADO, REGISTRADO E
ISCANEADO EM MICROFILME SOB.N. 65474

- e) Propor medidas para regular a produção com a concessão de selos da Indicação de Procedência ALTA MOGIANA de forma harmônica com a demanda do mercado;
- f) Auditar a fiscalização da emissão dos certificados de origem dos produtos amparados pela Indicação de Procedência ALTA MOGIANA, bem como o selo de controle, que serão emitidos pela AMSC.
- g) Elaborar e publicar o relatório anual de atividade;
- h) Propor melhorias ao regulamento;
- i) Adotar medidas para preservar e estimular a qualidade dos produtos da Indicação de Procedência ALTA MOGIANA;
- j) Fiscalizar o controle do uso corrente das normas de rotulagem estabelecidas para a Indicação de Procedência ALTA MOGIANA, conforme definido no regulamento;
- k) Fiscalizar o funcionamento de uma comissão de degustação dos produtos da Indicação de Procedência ALTA MOGIANA;

Art. 11º - A gestão do selo de Indicação Geográfica caberá a AMSC que se submeterá à fiscalização do Conselho Regulador. Caberá à AMSC oferecer quanto aos meios de produção e qualidade do produto final:

- a) Certificação da propriedade por auditor credenciado, quando necessário.
- b) Cadastramento dos Produtores de café da região da Alta Mogiana.
- c) Emissão, distribuição e controle do selo de Procedência aos cafés que apresentem qualidade.
- d) Fiscalização quanto ao bom uso do selo.
- e) Credenciar profissionais especialistas na prova de café.



DOCUMENTO PROTOCOLADO, REGISTRADO E
ISCANEADO EM MICROFILME SOB.N. 65474

f) Credenciar as unidades armazenadoras do café verde quanto à estrutura e condições de armazenamento.

Art. 12º - Dos Registros:

Caberá ao Conselho Regulador fiscalizar o registro dos produtores para emissão dos selos, garantindo que os mesmos estejam em conformidade com o presente regulamento.

Parágrafo primeiro: Para viabilizar os seus trabalhos de auditoria e fiscalização o conselho regulador se estruturará obedecendo ao preenchimento dos seguintes cargos:

- Presidente, Vice-presidente, Secretario, 1º Conselheiro, 2º Conselheiro, 3º Conselheiro e 4º Conselheiro, cujos critérios de eleição e mandato serão definidos pelo referido conselho.

Parágrafo segundo: Caberá ao conselho estabelecer a periodicidade dos encontros e as funções de cada cargo em legislação complementar.

Art. 13º - Dos Controles:

a) O Conselho Regulador deverá auditar convênio com órgão ou instituição capacitada para que sejam feitas as análises das propriedades organolépticas dos produtos finais, em um sistema de amostragem da safra, para identificar se o produto segue os padrões de qualidade normatizados pela tabela SCAA (Specialty Coffee Association of America), na qual os cafês deverão atingir no mínimo 75 pontos e, assim, atestada a qualidade, emitir os selos da Indicação de Procedência aos produtores.

b) As unidades produtoras e armazenadoras deverão ser certificadas. O Conselho Regulador fiscalizará os laudos de certificação tanto das unidades produtoras como das armazenadoras.

c) O Conselho Regulador auditará os laudos de fiscalização do processo produtivo, desde o plantio e manejo, colheita, beneficiamento, estocagem, até a embalagem do produto final, e também os laudos da fiscalização dos resíduos;

B. n.



DOCUMENTO PROTOCOLADO, REGISTRADO E
ISCANEADO EM MICROFILME SOB.N. 65474

- d) O Conselho Regulador auditará o processo da coleta de amostras para análises químicas.
- e) O Conselho Regulador auditará a emissão, distribuição e valor a ser cobrado para selos de Indicação de Procedência aos produtores que estiverem em conformidade aos critérios estabelecidos para sua utilização.

CAPÍTULO IV - DOS DIREITOS E OBRIGAÇÕES

Art. 14º - Direitos e Obrigações dos inscritos na Indicação de Procedência ALTA MOGIANA:

São Direitos:

- a) Fazer uso da Indicação de Procedência ALTA MOGIANA para os cafés admitidos como produtos protegidos pela mesma;
- b) Acompanhar os procedimentos periódicos de avaliação de produtos;
- c) Acompanhar os procedimentos de admissão de novos produtores.

São Obrigações:

- a) Zelar pela imagem da Indicação de Procedência ALTA MOGIANA para café;
- b) Adotar as medidas normativas necessárias ao controle da produção por parte do Conselho Regulador.
- c) Manter a produção e a documentação à disposição do Conselho Regulador e dos auditores credenciados pela AMSC.

CAPÍTULO VI - DAS INFRAÇÕES, PENALIDADES E PROCEDIMENTOS

Art. 15º - São consideradas infrações:

DOCUMENTO PROTOCOLADO, REGISTRADO E
ISCAMADO EM MICROFILME SOB.N. 65474

- a) O não cumprimento das normas de produção, elaboração e rotulagem dos produtos da Indicação de Procedência ALTA MOGIANA e do presente Regulamento de Uso, para cafés;
- b) O descumprimento dos princípios da Indicação de Procedência ALTA MOGIANA para cafés;
- c) Comercializar produtos fora dos padrões estabelecidos na legislação vigente.

Art. 16º - Penalidade para as infrações à Indicação de Procedência ALTA MOGIANA:

- a) Advertência por escrito;
- b) Multa com valores em UFIR a serem estipulados pelo Conselho Regulador;
- c) Suspensão temporária como participante da Indicação de Procedência;
- d) Cancelamento efetivo do Cadastro de Produtores Participantes da Indicação de Procedência, ficando sujeito a uma nova análise da propriedade a ser realizada observando-se a carência mínima de dois anos.

CAPÍTULO VII - DISPOSIÇÕES GERAIS

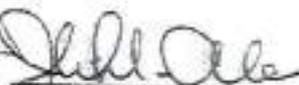
Art. 17º - Dos princípios da Indicação de Procedência ALTA MOGIANA:

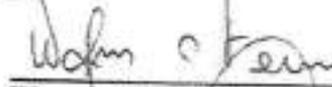
- a) Para qualquer normativa não citada neste regulamento, deverão ser adotadas as normas e orientações emanadas pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA e normativas do Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI.

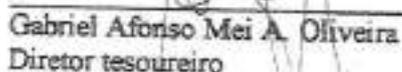
Após a votação, sendo a proposta aprovada por unanimidade dos votos, a diretoria da AMSC ficou autorizada para registrar em cartório o presente **REGULAMENTO DA INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA ALTA MOGIANA**, que segue firmado pelos presentes, Diretores em exercício da AMSC.

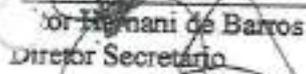


Franca, 11 de Maio de 2011

DOCUMENTO PROTOCOLADO, REGISTRADO E
ESCANEADO EM MICROFILME SOB.N. 65474

André Luis da Cunha
Diretor Presidente

Wagner Crivelenti Ferrero
Diretor vice-presidente

Gabriel Afonso Mei A. Oliveira
Diretor tesoureiro

Rômulo de Barros
Diretor SecretárioREGISTRO CIVIL DAS PESSOAS NATURAIS DE FRANCA - SP
Rua Coronel João Pessoa, 27 - Centro - Franca - SP - 13061-000 - Fone/Fax (16) 3701-2100 e 3702-4400Autenticado a firma por Secretaria de ANDRÉ LUIS DA CUNHA
de MADRE AFONSO HEVÉLIO SARAIO, Franca, 01 Novembro
2011. Valor desta: R\$ 7,00. Valido somente com selo
de Autenticidade.

Cert. 2 - da verdade

RICARDO GIOVANI PEIREIRA (ESCRIVENTE NOTARIAL)