

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO (UFRPE)  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E  
DESENVOLVIMENTO RURAL (PADR)**

**ROQUES MATIAS DE OLIVEIRA JÚNIOR**

**A COMERCIALIZAÇÃO E SUSTENTABILIDADE DO CAFÉ ARÁBICA  
TÍPICA ORGÂNICO DE TAQUARITINGA DO  
NORTE-PE**

**RECIFE, 2015**

**ROQUES MATIAS DE OLIVIERA JÚNIOR**

**A COMERCIALIZAÇÃO E SUSTENTABILIDADE DO CAFÉ ARÁBICA  
TÍPICA ORGÂNICO DE TAQUARITINGA DO  
NORTE-PE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Administração e Desenvolvimento Rural da Universidade Federal Rural de Pernambuco, como requisito para a obtenção do título de Mestre.

Linha de Pesquisa: Gestão, Mercados e Agronegócio.

Orientador: Prof. Dr. Romilson Marques Cabral.

RECIFE, FEVEREIRO 2015

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO (UFRPE) PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO RURAL (PADR)

ROQUES MATIAS DE OLIVEIRA JÚNIOR

A COMERCIALIZAÇÃO E SUSTENTABILIDADE DO CAFÉ ARÁBICA TÍPICA  
ORGÂNICO DE TAQUARITINGA DO  
NORTE-PE

Banca Examinadora:

---

Prof. Dr. Romilson Marques Cabral (UFRPE)  
(Orientador)

---

Prof<sup>ª</sup>. Dr. Dino Lincoln Figueirôa Santos (UNINASSAU)  
(Examinador Externo)

---

Prof. Dr. Rodolfo Araújo de Moraes Filho (UFRPE)  
(Examinador Interno)

---

Prof. Dr. Almir Silveira Menelau (UFRPE)  
(Examinador Interno)

## **REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA**

OLIVEIRA JÚNIOR, Roques Matias. A comercialização e sustentabilidade do café arábica típica orgânico de Taquaritinga do Norte-PE.

Dissertação de Mestrado, Pós Graduação em Administração e Desenvolvimento Rural – PADR, Departamento de Letras e Ciências Humanas – DLCH, Universidade Federal Rural de Pernambuco – UFRPE, Recife, PE, 2014.

## **CESSÃO DE DIREITOS**

Nome do Autor: Roques Matias de Oliveira Júnior

Título da Dissertação de Mestrado: A comercialização e sustentabilidade do café arábica típica orgânico de Taquaritinga do Norte-PE.

Grau/ Ano: Mestre, 2015

Eu, Roques Matias de Oliveira Júnior, autorizo, exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação por procedimentos fotocopiadores ou eletrônicos.

Recife, 12 de fevereiro de 2015.

---

Roques Matias de Oliveira Júnior  
E-mail: roquesm@gmail.com

Dedico essa dissertação de mestrado à minha filha amada, Ana Luísa, aos meus pais, benção na minha vida, e à minha esposa querida, Tatiana.

“Os que confiam no Senhor são como o monte de Sião, que não se abala, firme para sempre”. (Salmo, 125.1)

## **Agradecimentos**

À Deus, por tudo que fez e continua fazendo por mim.

Aos meus pais, pelo exemplo de vida e luta pela a educação.

À minha amada esposa e minha linda filha.

A Petrogal Brasil S.A, em especial à Diretora Yanxia Ding e ao Vice-Diretor Dr. Braulio Amado, por acreditarem e apoiarem a realização deste sonho.

Aos meus queridos amigos de trabalho, em especial a equipe de trabalho da contabilidade da Petrogal Brasil S.A, Flávio Fernandes, Madelon Barreto, Peng Dazhong e Selma Lemos.

À turma do mestrado 2013 do PADR, em especial à Adeilde Santana e Ana Cláudia pelo companheirismo e amizade.

Ao PADR e sua coordenação.

Aos membros da banca examinadora Dr. Dino Lincoln (UNINASSAU), Dr. Rodolfo Araújo (UFRPE) e Dr. Almir Menelau (UFRPE). Pelas inestimáveis contribuições a este trabalho.

Ao meu orientador Romilson Marques Cabral, uma pessoa que realmente se pode dizer que é vocacionada a ser um professor.

À Associação dos Produtores de Café de Taquaritinga do Norte (APROTAC) e todos os seus membros por me receberem e permitirem que esta pesquisa fosse realizada.

## RESUMO

Por esta pesquisa propõe-se a analisar como as estratégias de comercialização influenciam na sustentabilidade da produção do café arábica típica orgânico no município de Taquaritinga do Norte – PE, quanto aos seus aspectos sociais, econômicos e ambientais. Foram realizadas entrevistas com dirigentes e associados da Associação dos Produtores de Café Orgânico de Taquaritinga do Norte e técnicos extensionistas locais. A Matriz SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity and Threats*), foi utilizada como uma ferramenta, adaptada para associar e confrontar as categorias de análise que caracterizam o processo de comercialização. Os resultados demonstram, que a manutenção das atuais estratégias de comercialização geram grandes dificuldades para a sustentabilidade econômica (comercialização e viabilidade econômica), social (manutenção do homem no campo e a produção familiar) e ambiental (manutenção da vegetação nativa) da produção do café orgânico sombreado de Taquaritinga do Norte – PE.

Palavra chave: Comercialização, Café Orgânico, Sustentabilidade e Estratégia.

## **ABSTRACT**

For this research proposes to analyze how marketing strategies influence the sustainability of the production of typical organic arabica coffee in Taquaritinga do Norte – PE, as its social, economic and environmental aspects. Interviews with associated leaders and members of Association of Producers of Coffee Taquaritinga do Norte Organic and local field workers were held. The SWOT (Strength, Weakness, Opportunity and Threats), was used as a tool, adapted to associate and confront the analysis of categories that characterize the commercial process. The current results show that maintaining the current marketing strategies create great difficulties for economic sustainability (economic viability and marketing), social (human maintenance in the field and the family production) and environmental (maintenance of native vegetation) the production of organic coffee shading Taquaritinga do Norte – PE.

Keyword: Marketing, Organic Coffee, Sustainability and Strategy.

## Lista de Tabelas

Tabela 1 Produtos exportados pelo Brasil .....	24
Tabela 2 Série exportações brasileiras de café .....	25
Tabela 3 Dados pessoais dos produtores de café.....	63
Tabela 4 Dados empresariais dos produtores de café.....	64
Tabela 5 Dados sócios economicos - Técnicos do IPA.....	65
Tabela 6 Custo de produção para 1 ha com apenas um trabalhador café <i>in natura</i> .....	83
Tabela 7 Custo de produção para 1 ha com apenas um trabalhador café torrado em grãos.....	84

## **Lista de Quadros**

Quadro 1 Relação dos entrevistados membro e ex-membros da APROTAC por função.....	49
Quadro 2 Técnicos do IPA entrevistados.....	49
Quadro 3 Modelo para tratar com as categorias relacionadas aos fatores de produção..	51
Quadro 4 Modelo para tratar com as categorias relacionadas aos fatores de produção..	52
Quadro 5 Modelo para tratar com as categorias relacionadas aos fatores de produção..	53
Quadro 6 Modelo para tratar com as categorias relacionadas aos fatores de produção..	54
Quadro 7 Modelo para tratar com as categorias relacionadas aos fatores de produção..	55
Quadro 8 Modelo para tratar com as categorias relacionadas ao processo produtivo....	56
Quadro 9 Modelo para tratar com as categorias relacionadas ao processo produtivos...57	
Quadro 10 Modelo para tratar com as categorias relacionadas à qualidade do produto.....	58
Quadro 11 Modelo para tratar com as categorias relacionadas à logística.....	59
Quadro 12 Modelo para tratar com as categorias relacionadas à cadeia produtiva.....	60
Quadro 13 Modelo para tratar com as categorias relacionadas à Comercialização.....	62
Quadro 14 Governança da produção e canais de comercialização.....	89
Quadro 15 Conclusão Sustentabilidade.....	93

## **Lista de Figuras**

Figura 1 Esquema de processo de preço e valor.....	32
Figura 2 PVA (preto, verde, amargo).....	34
Figura 3 Cadeia produtiva do café.....	37
Figura 4 Diagrama da cadeia produtiva do café do Brasil.....	38
Figura 5 Estrutura geral cadeia produtiva café orgânico.....	39
Figura 6 Mapa do estado de Pernambuco.....	46
Figura 7 Mapa da região do município de Taquaritinga do Norte – PE.....	46

## **Lista de apêndices**

Apêndice I Questionário de pesquisa de campo.....104

Apêndice II Matriz de decodificação dos dados.....112

## SUMÁRIO

### 1. INTRODUÇÃO

1.1 O problema.....	18
1.2 Objetivo geral.....	20
1.3 Objetivos Específicos.....	20

### 2. REVISÃO DE LITERATURA

#### 2.1 COMERCIALIZAÇÃO – ORIGEM DO ESTUDO E DESENVOLVIMENTO DO CONCEITO

2.1.1 Comercialização.....	21
2.1.2 Comercialização de produtos agrícolas.....	22
2.1.3 Comercialização de <i>commodities</i> .....	23
2.1.3.1 A <i>commodity</i> café.....	23
2.1.4 Comercialização do café .....	26
2.1.5 Comercialização de cafés especiais e suas origens.....	27
2.1.5.1 Formação dos preços dos cafés especiais.....	30
2.1.5.1.1 Diferenciação.....	30
2.1.5.1.2 Segmentação.....	31
2.1.5.1.3 Posicionamento.....	31
2.1.5.2 Produção do Café orgânico.....	32
2.1.5.3 Qualidade e certificação do café orgânico.....	33

#### 2.2 CADEIA DE PRODUÇÃO

2.2.1 Cadeia de produção agroindustrial.....	36
2.2.2 Cadeia produtiva do café.....	37
2.2.3 Cadeia de produção do café orgânico.....	38

#### 2.3 LOGÍSTICA.....

40

<b>2.4 SUSTENTABILIDADE.....</b>	<b>41</b>
<b>2.5 ESTRATÉGIA.....</b>	<b>43</b>
<b>3. CONTEXTUALIZAÇÃO DA PESQUISA.....</b>	<b>45</b>
<b>4. METODOLOGIA.....</b>	<b>48</b>
4.1 Coleta de dados.....	51
<b>5. ANÁLISE DOS RESULTADOS</b>	
5.1 As dificuldades e potencialidades para comercialização.....	66
5.1.1 Fatores de produção.....	66
5.1.2 Processo produtivo.....	72
5.1.3 Qualidade do produto.....	74
5.1.4 Logística.....	76
5.2 A influência da governança da comercialização do café .....	79
5.2.1 Cadeia produtiva, ambiente institucional e organizacional.....	79
5.2.1.1 Agregação de valor na cadeia e sustentabilidade econômica.....	82
5.2.2 Comercialização.....	86
5.2.2.1 Canal de comercialização e estratégia comercial.....	86
5.2.3 Sustentabilidade aspectos sociais e econômicos.....	90
<b>6. CONCLUSÃO.....</b>	<b>92</b>
<b>7. REFERÊNCIAS .....</b>	<b>95</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A presente pesquisa tem como objetivo geral analisar se as estratégias e estrutura de governança da comercialização contribuem para a sustentabilidade do café orgânico produzido em Taquaritinga do Norte.

Segundo a EMBRAPA (2006, p. 1), a agricultura orgânica “é o sistema de manejo sustentável da unidade de produção com enfoque sistêmico que privilegia a preservação ambiental, a agro biodiversidade, os ciclos biogeoquímicos e a qualidade de vida humana”. A preocupação com a saúde, com os aspectos sociais e ambientais têm aumentado a procura por produtos orgânicos. Para a EMBRAPA (2006), esse setor tem crescido aproximadamente 20% ao ano; já para a UNCTAD (2003), dentro de setor de alimentos, este é o mercado que mais cresce.

Seguindo essa tendência, o consumo do café especial tipo orgânico tem aumentado. Para Yussefi e Willer (2002), Lernoud e Piovano (2004), apud EMBRAPA (2006), o domínio desse mercado pertence ao México, que comercializa mais de 30 mil toneladas de café orgânico, sendo o maior produtor. Para os autores, Peru, Bolívia, Colômbia, Nicarágua, Guatemala e Costa Rica também são grandes produtores desse tipo de café. Caixeta e Pedini, (2002) relatam que no Brasil, a cafeicultura orgânica é formada por aproximadamente 419 produtores e abrange uma área de 13.000 ha e vem mantendo uma taxa anual de crescimento de 100%

Segundo Sondahl *et al* (1991) e Carneiro (1999), o gênero *Coffea* têm cerca de 70 espécies, sendo que do ponto de vista comercial apenas duas são cultivadas: *Coffea arábica* L, responsável por 70% da produção mundial e o *Coffea canéfora* Pierre, que responde por 30%. Outras espécies como *Coffea Liberica*, *Coffea dewevrei* e *Coffea rademosa* são cultivados apenas para satisfazer o consumo local.

Em Pernambuco o plantio do café começou na época do Brasil Império, no município de Garanhuns, região do Agreste (SEBRAE, 2011), com predominância da espécie *Coffea arábica*. Consoante o IBGE (2014), a área plantada de café no estado era 2.873 hectares no ano de 2010, passando para 3.892 hectares no ano de 2011. No entanto, mesmo havendo esse crescimento da área plantada, uma pesquisa realizada pelo SEBRAE (2011) indica uma descontinuidade da cultura em alguns municípios, reduzindo a atividade e causando impacto na economia local. Segundo a pesquisa, 92% dos cafeeiros do estado estão na zona do Agreste e 8% na região do sertão Pernambucano.

Conforme o SEBRAE (2011), no ranking dos grandes produtores de café do Estado de Pernambuco, o município de Taquaritinga do Norte ocupa o primeiro lugar, com uma produção de 630 toneladas.

O município de Taquaritinga do Norte fica situado na mesorregião Agreste e na Microrregião Alto Capibaribe do Estado de Pernambuco, fazendo fronteira ao norte com Estado da Paraíba, ao sul com os municípios de Toritama, Caruaru e Brejo da Madre Deus, ao leste com o município de Vertentes, e ao oeste com o município de Santa Cruz do Capibaribe (IBGE, 2014).

Registros no CONDEPE apontam que o município apresenta a altitude de 774 m acima do nível do mar. Situa-se na bacia hidrográfica do Rio Capibaribe com um clima semiárido quente. A temperatura média anual é de 20,9°C e a vegetação predominante é a Caatinga hiperxerófila. Porém a região onde o café é produzido esta localizada em uma área de micro clima onde prevalece a mata atlântica. Essas características de clima e altitude favorecem o cultivo do café arábica típica.

Não foi encontrado registro que confirme a chegada do café no Município. Os relatos dos produtores locais coincidem com a expansão do café no Brasil no ano de 1727. A escolha pela cultura na região se deu em função do clima.

Em Taquaritinga do Norte, cultiva-se o café arábica típica, uma planta rara, cultivada à sombra, no meio do arvoredo. As condições climáticas, baixas temperaturas e a qualidade do solo e da água contribuem para a prática de uma produção orgânica dessa cultura.

A busca por uma melhor qualidade de vida despertou no consumidor uma preocupação maior com a saúde e com a segurança do produto, aumentando aos poucos a procura por alimentos orgânicos. O café orgânico de Taquaritinga do Norte é cultivado dentro do conceito da agroecologia e já possuiu, até recentemente, o selo de qualidade emitido pelo IBD que garante sua produção dentro das boas práticas agrícolas.

O café, para se valer do termo “orgânico”, deve ser produzido baseado nos princípios de ações sustentáveis, sem uso de agrotóxicos e dentro de padrões produtivos que permitam um balanceamento entre o solo e a planta, usando somente matéria orgânica. Os cafeicultores em Taquaritinga do Norte adotam o sistema de consórcio com outras culturas e utilizam, para fertilizar o solo, a matéria orgânica como adubos verdes e cobertura morta.

Considerado como sendo uma relíquia pelo IAC (2009), o café de Taquaritinga do Norte é objeto deste estudo. Tendo como foco essa cultura busca-se analisar se as estratégias de produção e de comercialização garantem a sua sustentabilidade econômica, social e ambiental.

## **1.1 O problema**

Conforme Illy e Viani (1995), a qualidade do café é avaliada em função do aspecto, da pureza do café, pelo sabor e do aroma que apresentam, sendo estas duas últimas a mais importantes, pois se referem às características sensoriais da bebida. Dessa forma é possível entender que o café, tal qual o vinho, agrega valores tangíveis e intangíveis, a saber: origem, forma de cultivo e responsabilidade social com a comunidade que o produz.

De acordo com o IAC (2009), os grãos de café atualmente produzidos em Taquaritinga do Norte – Pernambuco são reconhecidos nacionalmente e internacionalmente por sua qualidade e forma de cultivo principalmente pela contribuição e preservação da diversidade florestal na região. Dessa forma, essa produção precisa ser protegida, não só pelos aspectos econômicos, sociais e ambientais anteriormente mencionados, mas também, por aspectos históricos ligados a produção desse café que é cultivado sob as árvores aproveitando sua sombra.

Por se tratar de uma produção orgânica, o cultivo faz-se uso intensivo de mão de obra. O cultivo local desse café concorre diretamente com outras atividades em cidades vizinhas, principalmente Santa Cruz do Capibaribe, por causa do Pólo de Confeccões, segmento concorrente pelo uso intensivo desse fator de produção.

O trabalho realizado no cultivo do café em Taquaritinga do Norte é visto como sendo árduo e extenuante para a mão de obra local disponível, quando comparado com o trabalho desenvolvido no polo de confeccões, por exemplo. Afora a renda diferenciada e de certa forma continuada obtida com a confecção, os trabalhadores do café estão sujeitos aos desconfortos provocados pelas intempéries da natureza como sol, chuva, ataque de insetos. Quando comparado ao Pólo de confecção existente em Santa Cruz do Capibaribe e cidades vizinhas, existe a possibilidade dos trabalhadores do café, sem se expor às condições naturais, obter maiores chances da formalização do contrato do trabalho.

Além da dificuldade com a obtenção da mão de obra, outro aspecto importante, pode estar relacionado à possível concentração dos controles dos canais de comercialização nas mãos de poucos produtores e a forma como se dá a governança dessa comercialização. Tal cenário pode gerar problemas para a continuação da produção do café orgânico de Taquaritinga do Norte, no que tange à sustentabilidade econômica da produção ao inviabilizar os produtores de menor recursos.

O café de Taquaritinga do Norte, por se tratar da espécie Arábica Típica, cujos cafezais são cultivados em regime de sombreamento, está em consonância com a preservação das árvores nativas, sendo visto como uma produção ligada à sustentabilidade ambiental. Contudo, além dos aspectos mencionados, a forma com que a produção e a comercialização do produto é realizada é crucial para a sustentabilidade econômica, social e ambiental do café de Taquaritinga do Norte.

Um eventual desconhecimento dos canais de comercialização, aspectos ligados à logística do produto, bem como a possível falta de conhecimentos técnicos agrônômicos, podem culminar em problemas irreversíveis para a cadeia produtiva com rebatimentos quanto aos aspectos ligados à sustentabilidade econômica, ambiental e social.

Considerando as dificuldades acima apontadas define-se como sendo a questão de pesquisa: a governança da comercialização e as estratégias adotadas pelos produtores em geral são capazes de propiciar a sustentabilidade econômica, social e ambiental da produção?

Para tanto, além dos dados já apresentados na introdução à pesquisa está dividida em revisão de literatura, contexto da pesquisa, metodologia, análise de dados e considerações finais.

## **1.2 Objetivo geral**

Analisar se as estratégias e estrutura de governança da comercialização contribuem para a sustentabilidade do Café Orgânico produzido em Taquaritinga do Norte.

## **1.3 Objetivos específicos**

- 1 Analisar as dificuldades e potencialidades para a comercialização que envolve todas as atividades, funções e instituições necessárias à transferência do Café Arábica Típica dos locais de produção aos de consumo.
- 2 Analisar se as contribuições da estrutura de governança da comercialização adotadas influencia favoravelmente para a sustentabilidade do produto.

## **2. REVISÃO DE LITERATURA**

Para responder o objetivo geral e os objetivos específicos propostos na pesquisa a revisão da literatura realizada desenvolve o capítulo **COMERCIALIZAÇÃO – ORIGEM DO ESTUDO E DESENVOLVIMENTO DO CONCEITO** da qual são definidos conceitos relacionados ao processo de comercialização como: Comercialização, Comercialização de produtos agrícolas, comercialização de *commodities*, a *commodity* café, comercialização do café, comercialização de cafés especiais e suas origens, formação dos preços dos cafés especiais, produção do café orgânico, qualidade e certificação do café orgânico.

### **2.1 COMERCIALIZAÇÃO - ORIGEM DO ESTUDO E DESENVOLVIMENTO DO CONCEITO**

#### **2.1.1 Comercialização**

Para Piza e Welsh (1968), a comercialização se define como um conjunto de atividades realizadas por instituições que se acham empenhadas na transferência de bens e serviços desde o ponto de produção inicial até que eles atinjam o consumidor final.

Conforme Batalha (2009), normalmente se entende comercialização como sendo a venda e a compra de um produto específico. Segundo este autor, a comercialização, pode ser vista, como um ponto importante para a viabilidade econômica da produção agropecuária. Completa, ainda, informando que é na comercialização que os esforços de redução de custos obtidos na produção podem ou não serem compensados.

Após as definições mencionadas é importante definir outro aspecto relacionado à comercialização, que se refere aos seus canais. Conforme Bowersox e Cooper (1992), *apud* Quental, Silva e Leite (2001), os canais de distribuição são definidos como sendo um sistema que participa no processo de compra e venda de produtos e serviços. De uma forma mais ampla, os canais de distribuição seriam os modos com que as empresas satisfazem a demanda de suprimentos de bens e serviços, no lugar requisitado, na quantidade esperada, na qualidade e preços acordados.

Para Kotler (1998), canais de distribuição são conjuntos de organizações interdependentes envolvidos no processo de tornar um produto ou serviço disponível para uso ou consumo. A pesquisa tem como tema a comercialização de um produto agrícola, sendo assim, se faz necessário sua definição.

### 2.1.2 Comercialização de produtos agrícolas

Para Steele (1971), a comercialização de produtos agrícolas envolve todas as atividades, funções e instituições necessárias à transferência de bens e serviços dos locais de produção aos de consumo de vegetais atreladas ao mercado internacional.

Pode-se conceituar a comercialização de produtos agrícolas como sendo um simples ato do agricultor em transferir seu produto para outro agente que compõe a cadeia produtiva na qual o produtor está inserido. De certa forma, essa é a visão tradicional da comercialização agrícola. Nela existe, apenas, o ato de transferência da propriedade do produto.

Contudo, conforme Mendes e Padilha Junior (2007), a comercialização é entendida de uma forma mais abrangente, devendo ser percebida como sendo um processo contínuo e organizado em que a produção agrícola é encaminhada através de um canal de comercialização onde o produto sofre transformações e diferenciações visando a agregação de valor.

Sobre o conceito e o processo de comercialização, Azevedo (2009,p.64) relata que:

“O senso comum normalmente entende comercialização como a venda de um produto específico. Esta ótica se mostra adequada quando o horizonte de análise se restringe as portas de uma empresa. Esse não é, no entanto, o caso quando se procura analisar uma cadeia produtiva de modo integrado. Por isso é necessário estender o conceito de comercialização de modo a incorporar a transmissão do produto pelos vários estágios do processo produtivo”.

O conceito de comercialização fica bem distante da simples venda de produtos agrícolas pós-colheita da safra. Desse modo, pode ser representado por processos e estratégias de comercialização existentes tanto dentro da propriedade quanto fora.

Consoante Batalha (2009), outros aspectos estão ligados diretamente à comercialização dos produtos agrícolas, tais como o risco da produção ocasionados por possíveis adversidades climáticas, biológicas, sazonalidade, a escala produtiva e o poder de barganha dos clientes e fornecedores sobre a produção. O café é um produto agrícola e uma *commodity* sendo necessária sua definição.

### 2.1.3 A Comercialização de *commodities*

*Commodities* podem ser definidas como um ativo físico que possui características padronizadas, de ampla negociação em diversas localidades, que pode ser transportada e armazenada por um longo período de tempo, (KALDOR, 1939 *apud* PEREIRA, 2009).

De acordo com Pereira (2009), as *commodities* também podem ser definidas como sendo produtos que são negociados em bolsa de valores, com preços definidos através do mercado no Brasil, BM&FBOVESPA.

Em geral, as *commodities* são produzidas e comercializadas em larga escala por diversos produtores provenientes de cultivos ou extração, apresentando níveis de negociações globais. Assim, o termo *commodity* é visto como sendo produtos cuja negociação, além de ser global (por terem aspectos e características similares), devem ter seus títulos negociados na bolsa de valores e serem de fácil liquidez. Após definir a comercialização de *commodities*, é necessário definir a *commodity* café, a qual como todo produto tem especificidades de mercado e comercialização.

#### 2.1.3.1 A *commodity* café

Antônio Delfim Netto em seu livro o Problema do Café no Brasil (2009), demonstra a importância histórica dessa *commodity* para o Brasil em três ciclos antes da intervenção governamental em 1906:

Primeiro ciclo (1857 – 68), nesse período a ascensão do preço a partir de 1857 (que foi um ano de crise generalizada) Segundo ciclo (1869 – 85), tendo em vista componentes internacionais como o fim da Guerra de Secessão.

Terceiro ciclo (1886 – 1906), no final do ciclo anterior a oferta de café volta a crescer fazendo com que os preços se manterem baixos durante quase quatro anos, para iniciarem, 1886, uma nova e violenta fase de expansão.

A partir de 1888 com o fim da escravidão, a libertação, entretanto, significou não somente a perda de braço escravo, mas também a necessidade da realização de enormes investimentos na construção de casas para os novos colonos, habituados a um padrão de vida mais elevado que o do negro, como também uma grande necessidade de capital de giro para pagamento de salários.

Essa síntese dos relatos históricos apresentados por Antônio Delfim Netto demonstram a importância da cultura do café, na história do país e como esse produto no passado era importante para a pauta das *commodities* exportadas, chegando a representar 60% das exportações nacionais.

Após esses três ciclos apresentados vários outros fatos econômicos aconteceram na economia do país onde a contribuição da produção do café continua tendo a sua importância para a economia brasileira.

Conforme o Ministério de Agricultura (2014), o café é uma das *commodities* que lideram as exportações brasileiras.

Contudo, conforme Santos *et al* (2006), a participação do café na exportação do país tem diminuído gradativamente em relação aos outros produtos exportados, devido à diversificação da pauta de exportação brasileira. Para demonstrar a importância do café nas exportações brasileiras vide as tabelas 1 e 2 abaixo.

**Tabela 1** – Produtos exportados pelo Brasil

PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS	Jan a Jun/2014		Jan a Jun/2013		Var.% (a/b)
	US\$ MIL - (a)	Part. %	US\$ MIL - (b)	Part. %	
COMPLEXO SOJA	20.200.857	41,1%	17.313.213	34,9%	16,7%
CARNES	8.152.728	16,6%	8.132.217	16,4%	0,3%
PRODUTOS FLORESTAIS	4.865.098	9,9%	4.658.735	9,4%	4,4%
COMPLEXO SUCROALCOOLEIRO	4.495.796	9,2%	6.234.691	12,6%	-27,9%
<b>CAFÉS</b>	<b>2.910.340</b>	<b>5,9%</b>	<b>2.776.365</b>	<b>5,6%</b>	4,8%

Fonte: Ministério da Agricultura (2014).

**Tabela 2** – Série exportações brasileiras de café

Ano	Café		Variação (%)		Preço Médio	
	Mil US\$	Toneladas	Valor	Quant.	US\$/t	Var anual. (%)
2003	1.546.458	1.444.832	-	-	1.070	-
2004	2.058.000	1.493.849	33,1%	3,4%	1.378	28,7%
2005	2.928.684	1.444.297	42,3%	-3,3%	2.028	47,2%
2006	3.364.154	1.556.779	14,9%	7,8%	2.161	6,6%
2007	3.891.534	1.574.231	15,7%	1,1%	2.472	14,4%
2008	4.763.069	1.657.117	22,4%	5,3%	2.874	16,3%
2009	4.278.940	1.715.209	-10,2%	3,5%	2.495	-13,2%
2010	5.764.620	1.877.443	34,7%	9,5%	3.070	23,1%
2011	8.732.837	1.879.844	51,5%	0,1%	4.646	51,3%
2012	6.462.657	1.589.703	-26,0%	-15,4%	4.065	-12,5%
2013	5.275.719	1.785.420	-18,4%	12,3%	2.955	-27,3%

**Fonte:** Ministério da Agricultura (2014)

Ao analisar a evolução da série de exportações brasileiras de café se observa que entre os anos de 2003 ao ano de 2008, de forma geral, houve um incremento das quantidades comercializadas e aumento de preços. Apenas o ano de 2005 aconteceu uma redução de -3,3% quanto à quantidade exportada, porém foi compensada financeiramente com o aumento do preço por tonelada em 47,2%.

Contudo ao analisar o ano de 2009, observa-se um incremento 3,5% na quantidade exportada, porém com uma redução significativa do preço por tonelada em -13,2%. Esse fato pode ser explicado pela crise internacional que começou em meados do ano de 2007.

Conforme Eichengreen (2009), o último trimestre de 2008 marca o agravamento da crise financeira originada nos EUA. No qual passa a ser global, atingindo todas as classes de ativos financeiros comprometendo significativamente o comércio internacional das economias dos países desenvolvidos quanto dos emergentes.

Todavia ao analisar a série de exportações a partir de 2010 percebe-se que o café exportado pelo Brasil, mesmo com a crise internacional consegue continuar a aumentar seu volume produzido voltando a ter aumentos de preços pagos por tonelada exportada, até o ano de 2011. Porém a partir do ano de 2012 as exportações brasileiras de café sofrem uma redução significativa, tanto de quantidade produzida quanto de preço. Para analisar os possíveis efeitos posteriores a 2011, seria necessário análises aprofundadas, das circunstâncias econômicas, não sendo foco da pesquisa.

#### 2.1.4 Comercialização do café

Para Rezende e Rosado (2002), a longa tradição do Brasil no mercado cafeeiro, dá ao país habilidade e experiência para a comercialização do café, atuando diretamente com os importadores através de sofisticados sistemas de informação e comunicação com as bolsas de mercadorias nacionais e internacionais.

A *Coffea arabica* (café arábica) e a *Coffea canephora* (café robusta) são as variedades de maior interesse econômico, constituindo respectivamente, 70% e 30% da produção mundial.

Os contratos futuros e de opções de café arábica são negociados, principalmente, na Bolsa de Mercadorias e Futuros de São Paulo (BM&F, 2014), na Bolsa de Mercadorias de Nova Iorque (NYMEX, 2014) e na Bolsa Intercontinental de Mercadorias (ICE-ATLANTA), enquanto que, contratos futuros e de opções de café robusta são negociados principalmente na Bolsa de Mercadorias de Londres (LIFFE, 2014).

Embora os contratos de café arábica apresentem cotação superior aos contratos de café robusta nas bolsas de mercadorias mundiais, os grãos oriundos da espécie *Coffea canephora* são mais solúveis em água. Esta característica gera grande demanda por esse café pela indústria de café solúvel (ABIC, 2014).

Conforme dados da Organização Internacional do Café (OIC, 2014), existem mais de 56 países exportadores e produtores do grão no mundo. Essa multiplicidade de produtores se deve à extensa faixa apta à produção do cafeeiro, graças à sua versatilidade. A região apta estende-se dos Trópicos de Câncer e de Capricórnio, ultrapassando ligeiramente os paralelos 24° em ambos hemisférios. Essa variação das condições climáticas propicia a produção de “*blends*” de características peculiares, graças também a estilo diferenciados de tratamentos culturais.

Os principais países produtores concentram-se na América do Sul (Brasil e Colômbia), América Central e Ásia (Vietnã), sendo o Brasil o maior produtor mundial e o segundo mercado consumidor, com a Itália e Alemanha sendo os maiores exportadores de café industrializado do mundo (SINDICAFÉ-MG, 2014).

Conforme Giomo *et al* (2007), o volume da exportação brasileira de café orgânico, entre outubro de 2005 e junho de 2006, foi de 6.874 sacas, proporcionando ao País uma receita de US\$ 1.432.000,00. O preço médio do café orgânico foi US\$ 208,32/saca, US\$ 89,00 acima do preço médio do café convencional, ou seja, 74% mais

caro que o preço obtido pela saca de café convencional foi de US\$ 119,18 Giomo *et al* (2007).

Cerca de 80% da produção brasileira de cafés especiais são exportadas principalmente para o Japão, Estados Unidos e Europa (GIOMO *et al*, 2007).

### 2.1.5 Comercialização de cafés especiais e suas origens

De acordo com Saes e Nunes (2001), o mercado brasileiro de café foi regulado até a década de 1990 pelo Instituto Brasileiro do Café (IBC). A suposta justificativa para regulação era a estabilização dos preços pelo Estado. No início dos anos 1960, precisamente em 1962, o Brasil fez parte do primeiro grande Acordo Internacional do Café (AIC).

Segundo Saes (1997), a partir dessa data, os preços internacionais do café passaram a ser controlados. Para o Brasil fazer parte desse acordo, a sua cota de exportação foi definida, levando-se em conta a produção dos outros países produtores. Com isso, o Brasil passa a ter contínuas quedas de exportação até os anos 80, ocorrendo um desgaste natural que levou ao rompimento com o AIC e, conseqüentemente, tem o fim da regulação de preços com a extinção do IBC em 1990 (SAES, 1997).

De acordo com Zylbersztajn e Farina (2001), esses acontecimentos alimentaram a crise do café em 1990, uma vez que a produção era baseada na produção de grande escala, o que gerava uma relativa eficiência nos custos, porém não era o suficiente para o cenário constante de quedas dos preços internacionais. De acordo com Zylbersztajn e Farina (2001), três fatores foram cruciais para a crise ocorrida nos anos de 1990: a) o fim do AIC, b) a extinção da IBC e c) o fim dos preços controlados pelo Estado.

Essa crise gera nos produtores de café, a necessidade de buscar um produto com diferenças competitivas voltadas principalmente à qualidade. Os cultivadores de café passaram a tentar diferenciar seus grãos com base na origem, qualidade ou sustentabilidade, tentando, de alguma forma, agregar valor ao café. Foi percebida a pré-disposição dos consumidores internacionais em pagar um ágio por um produto com a qualidade diferenciada, valorizando atributos como a sustentabilidade (SAES, 1997 e SAES e NUNES, 2001).

Para Souza (2006), a qualidade do café tem relação direta com as condições agroecológicas e decisões do produtor, tais como as terras escolhidas para o plantio, o sistema de cultivo, pleno ao sol ou a sombra, a colheita com uso intensivo de mão de

obra ou mecanizada, a forma de beneficiamento via seca (café natural) ou via úmida (cereja descascado e café despolpado) e, por fim, a separação em lotes homogêneos.

Nesse contexto de diferenciação do café, surgem atributos de qualidade que vão além dos aspectos tangíveis (aspectos físicos, sensoriais e locacionais), agregando aspectos imateriais relacionados a questões tecnológicas, manutenção da fauna e flora e responsabilidade social. Zylbersztajn e Farina (2001) apresentam o conceito de cafés especiais:

“O conceito de cafés especiais está intimamente ligado ao prazer proporcionado pela bebida. Tais cafés destacam-se por algum atributo associado ao produto, ao processo de produção ou o serviço a ele relacionado. Diferenciam-se por características como qualidade superior da bebida, aspectos dos grãos, forma de colheita, tipo de preparo, história, origem dos plantios, variedades raras e quantidades limitadas, entre outras. Podem também incluir parâmetros de diferenciação que se relacionam a sustentabilidade econômica, ambiental e social da produção (p.15)”.

De acordo com Almeida (2010), os cafés especiais são divididos em quatro categorias principais: os de qualidade superior (*Gourmet*), Origem (*Estate Coffe*), Sombreado, Orgânico. Tais produções, conforme Souza (2006) são ditas como sustentáveis quanto aos aspectos ambientais o sombreado, orgânico.

Para Almeida (2010), o café de qualidade superior está relacionado diretamente aos aspectos de homogeneidade dos grãos que devem ser selecionados por lotes de produção de cafés de grãos maduros, verdes e secos. Os aspectos relacionados à forma do beneficiamento também são importantes, com a possibilidade de escolha por parte dos produtores.

Dispõe Almeida (2010) que o processo de obtenção desse café natural, é intensivo em mão de obra e que não precisa de uma sofisticada tecnologia para produção.

Segundo Zylbersztajn e Farina (2001), 40% a 50% da produção são comercializada como cafés de qualidade superior, sendo todo o resto vendido como café *commodity*. Ainda, segundo Zylbersztajn e Farina (2001), devido a esse fato, é necessário que cada lote seja negociado quase que individualmente no mercado, sendo esta uma das grandes dificuldades encontradas para o segmento de cafés Gourmet.

Contudo, mesmo com a existência dessa dificuldade no canal de comercialização, os ágios pagos a essa produção são compensadores para o produtor.

Conforme Almeida (2006), os cafés de qualidade superior também podem ser identificados por sua origem (*Estate Coffe*). Da mesma forma que acontece com vários de tipos de bebidas (vinhos, vodcas e cachaças), os aspectos particulares das regiões produtoras, tais como solo e clima, geram cafés de características diferentes. Conforme Saes (2008), essa origem pode ser identificada de duas formas: de um formato informal, simplesmente divulgando a origem, ou através de um histórico produtivo baseado na qualidade do café, onde essas origens são delimitadas geograficamente por instituições certificadoras credenciadas.

Para Souza, Saes e Otani (2000), a certificação para os cafés de origem se torna primordial porque, em comparação com o café *gourmet* que podem ter suas características comprovadas ou não, o consumidor busca, nas certificações, a certeza da região da produtiva do café que está sendo por ele consumido.

O seguimento de cafés especiais contempla, também, os orgânicos, e os sombreados. Seus surgimentos estão ligados diretamente à exigência do mercado consumidor por um produto naturalmente sustentável, saudável e que constituam uma alternativa de renda nos países que ainda estão em processo de desenvolvimento (SOUZA, 2006).

Conforme Ponte (2004), o café do tipo sombreado tem como propósito preservar o meio ambiente. É uma forma de tentar reproduzir o habitat natural da planta, podendo ser produzido em níveis diversos de sombreamento, com poucas espécies de árvores ou com uma maior biodiversidade, onde a cobertura florestal preservada se transforma em um habitat perfeito para várias espécies, por isso a denominação *eco friendly* (SOUZA, 2006). Para Souza (2006), mesmo com a baixa produtividade, os cafés de sombra geram uma bebida bastante apreciada por sua qualidade, devido à cobertura vegetal gerar um efeito de controle nas oscilações diárias de temperatura. O café sombreado, normalmente, tem características inerentes a outro tipo de café especial: o café orgânico.

Para Souza (2006) e Almeida (2010), a produção café segue a formatação da produção orgânica quando elimina o uso de fertilizantes e agrotóxicos, o que contribui diretamente na preservação dos solos e do meio ambiente. Esse tipo de produção tende a ser utilizada pelos pequenos produtores, sem utilização de insumos químicos industrializados, podendo se beneficiar do preço diferenciado pago por esse tipo de café.

Conforme Saes (2008), países como (Etiópia, Colômbia, Nicarágua, México e Honduras), são principais produtores de café orgânico certificados no mundo.

A busca pela sustentabilidade, com o incentivo de produção de cafezais sombreados, partiu de um grupo norte americanos observadores de pássaros, chamados de *birds watchers*, cuja preocupação estava voltada nas condições de vida das aves migratórias pela América Central (SOUZA, 2006). As plantações de café nessa região não se demonstram como locais seguros devido ao alto grau de intoxicação por agentes químicos ligados à produção. Segundo Goodman e Goodman (2001), o seguimento *Bird Friendly* é um dos que mais cresce no mercado orgânico, ampliando, com café o escopo para a produção de outros produtos que promovam a biodiversidade tropical e das árvores que geram sombra como habitat para as aves migratórias.

Um dos fatores importantes ligados diretamente aos cafés especiais se refere à formação de seus preços, tais produtos conseguem valores superiores em relação ao café tradicional.

#### **2.1.5.1 Formação dos preços dos cafés especiais**

Abaixo se relata como diferentes fatores condicionam a formação dos preços dos cafés especiais.

##### **2.1.5.1.1 Diferenciação**

Consoante Dolan e Simon (1998), a diferenciação do produto visando uma formação de um preço superior passa por estratégias bem definidas dentre elas as estratégias de Marketing adotadas. Conforme a publicação em COMÉRCIO EXTERIOR (2000), a credibilidade do produto, os aspectos sanitários e a qualidade são condições básicas para a conquista de novos mercados. Dessa forma, atuando através da produção e, conseqüentemente, da exportação de produtos, agrega-se maior valor incorporando renda ao setor. Além da diferenciação, outro ponto importante é a segmentação do produto.

Conforme citado pelo referido autor, deduz-se que a diferenciação de um produto pode ser vista como um ganho estratégico, possibilitando maior agregação de valor ao produto. Assim, produtos raros e que agreguem conceitos agroecológicos podem ser entendidos como diferenciais importantes e valorizados por potenciais clientes.

#### 2.1.5.1.2 Segmentação

O Brasil é naturalmente competitivo na produção de café, o que não é diferente quanto aos grãos especiais. O país tem investido na identificação de mercados e preferências ou nichos de mercados *Brazil Specialty Coffee Association*, ou Associação Brasileira de Cafés Especiais - BSCA (2003). Conforme a BSCA (2003), foram firmadas parcerias, com parte de importadores e representantes dos EUA, Reino Unido, Alemanha, Suíça, Itália, Espanha, e Japão.

Consumidores com maior poder aquisitivo, de acordo com COMÉRCIO EXTERIOR (2000), buscam um café diferenciado por sua qualidade. O grão brasileiro detém um grande diferencial competitivo quanto à qualidade do produto, o que não é encontrado em qualquer outro país produtor. Conforme ARAÚJO (2014), o que importa para o produtor é procurar um segmento no mercado com um grau de sofisticação suficiente e que esteja disposto a pagar um preço diferenciado. Isso porque o que faz um café se tornar especial são, principalmente, seus consumidores. A segmentação é importante, porém, outros aspectos ligados ao posicionamento do produto se colocam como fundamentais para a formação do preço do produto.

#### 2.1.5.1.3 Posicionamento

Pine II e Gilmore (1999), recomendam como estratégia para os produtores brasileiros de cafés, a criação de um tema ligado às sensações, para que isso possa ser observado.

Conforme o conceito de Pedini (2000), a produção de um café especial orgânico leva esta denominação não apenas por usar intensamente matéria orgânica, animal e vegetal, mas sim porque é conduzida de modo semelhante à vida dentro de um sistema articulado, relacionado e complexo onde existem ritmos e limites naturais. Essa definição desperta e atrai clientes preocupados em apoiar atitudes preservacionistas e que valorizam os cuidados com o meio ambiente.

“A comercialização dos produtos limpos ou orgânicos vem-se deslocando de um mercado em que os consumidores se preocupavam, sobretudo com a saúde para um mercado, onde eles têm em mente também questões de caráter ambiental e social” (PEDINI, 2000).

Em consequência, utilizam-se estratégias de marketing social. Segundo Pringle e Thompson (2000):

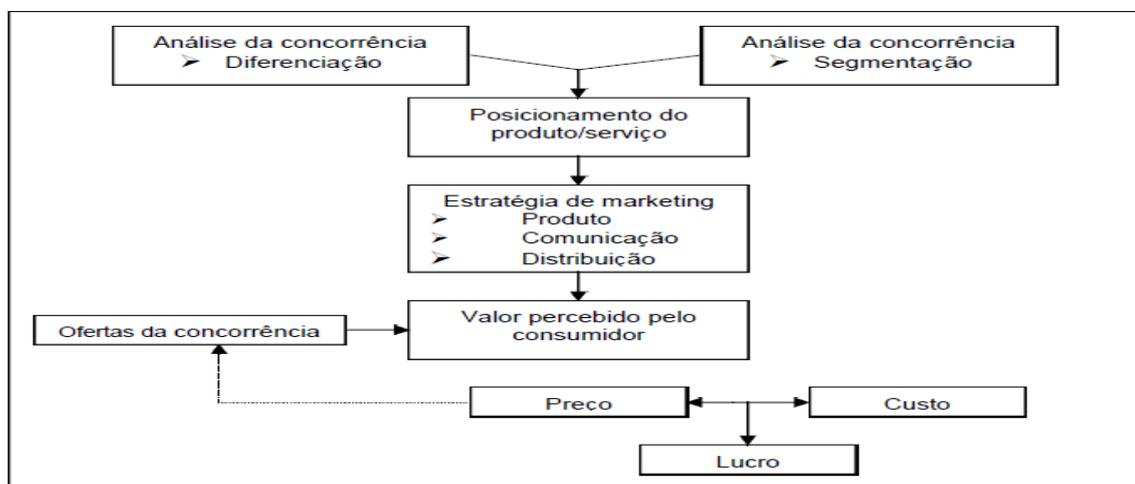
“o marketing para causas sociais é uma ferramenta estratégica de marketing e de posicionamento que associa uma empresa ou marca a uma questão ou causa social relevante, em benefício mútuo”.

A *Brazil Specialty Coffee Association* ou Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA) trabalha com um plano de marketing estratégico visando o mercado internacional para os cafés especiais produzidos no Brasil. O objetivo desse plano consiste em:

“Atrair ao Brasil o público de executivos do setor de café, os formadores de opinião e as pessoas com maior poder de decisão, que veem no café uma bebida associada à satisfação e ao status, pois são estes dirigentes que estabelecem as tendências e os padrões mercadológicos”. (BSCA, 2014)

Com o intuito de entender melhor as variáveis interagindo para a formação do preço do produto, segue a ilustração, constante na figura 01, logo a seguir:

**Figura 1:** Esquema de processo de preço e valor



Fonte: DOLAN e SIMON (1998).

### 2.1.5.2 Produção do café orgânico

A grande maioria dos produtores de café orgânico no Brasil é composta por pequenos agricultores. Contudo, há um grupo pequeno, mas significativo, de grandes produtores que atingem a maior parte da produção nacional (HEMERLY, 2000). Este ramo de atuação, também conhecido por segmento agrícola ou rural, é constituído por

três agentes diferenciados, de acordo com o tipo e a variedade de café produzido: produtores de café robusta, arábica e diferenciados ou especiais (FARINA & ZYLBERSZTAJN, 1998).

Para Caporal e Costabeber (2002), toda a produção orgânica tem a sua fundamentação na agroecologia, e traz consigo, de forma holística e sistêmica, as seis dimensões da sustentabilidade: a ecológica, a econômica, a social, a cultural, a política e a ética.

Ensina Harkaly (2001) que a produção do café orgânico está baseada em um sistema de agricultura que não usa insumos sintéticos e defensivos químicos artificiais. Tendo como princípio a reciclagem de materiais orgânicos, buscando o equilíbrio natural, com a utilização de animais adaptados e inserindo o ser humano como parte integrante da produção. Para a agricultura orgânica, cada produto faz parte de um organismo vivo gerando um ambiente saudável e harmônico (HARKALY, 2001).

### **2.1.5.3 Qualidade e certificação do café orgânico**

Conforme Rezende *et al* (2007), fatores ligados a características físicas e a composição química dos cafés são influenciadas por fatores de diversas naturezas, destacando-se entre eles os fatores genéticos, ambientais, nutricionais, manejo da lavoura, colheita, preparo e etc. Com exceção dos genéticos e ambientais, os demais fatores podem ser controlados, após a implantação da lavoura.

Ainda, no entendimento de Resende *et al* (2007), o café é um dos poucos produtos agrícolas que têm o seu preço baseado em parâmetros qualitativos, cujo valor acresce significativamente conforme a qualidade. Para isso é importante observar as características extrínsecas, intrínsecas e as características de segurança na classificação da qualidade do café.

Segundo Resende *et al* (2007), as características extrínsecas são diretamente relacionadas à aparência externa, onde se destacam os parâmetros: tamanho, forma, cor, impurezas, etc. Esses parâmetros estão relacionados aos aspectos físicos do produto.

As características intrínsecas estão relacionadas à composição química do café e são responsáveis pelo sabor, aroma, valor nutricional, além de outras substâncias que compõe o grão, cujos efeitos na saúde humana estão sendo objeto de estudos.

As características de segurança esta relacionado à presença ou não de substâncias tóxicas inerentes à composição do próprio alimentos ou oriundo de

contaminação externa pelo uso inadequado de defensivos agrícolas ou manejo inadequado podendo ocorrer contaminação microbiana (ex. microtoxinas, bactérias patogênicas).

Para Resende *et al* (2007), um dos pontos importantes observados, tido como um dos piores defeitos que afetam a qualidade do café tem ligação direta com a forma do cultivo do café o PVA (pretos, verdes e ardidos). A minimização da ocorrência de grãos pretos, verdes e ardidos, deve ser uma das principais metas quando se objetiva a produção de cafés especiais. As medidas a serem adotadas devem diminuir também a ocorrência de muitos dos outros defeitos, intrínsecos e extrínsecos, menos graves. Para demonstrar esses defeitos segue a figura abaixo:

**Figura 2:** PVA (preto, verde e amargo)



**Fonte:** Resende *et al* (2007).

A certificadora brasileira credenciada pela (IFOAM) quanto à certificação do café orgânico é o Instituto Biodinâmico – IBD. Este, por sua vez, tem de seguir padrões específicos da União Europeia, com suas Regras CEE 2092/91, dos Estados Unidos, com as Regras NOP, do Japão, com as Regras JAS (IBD, 2012). Conforme Santana *et al* (2014), o processo de certificação acarreta custo elevado ao produtor que, muitas vezes, não consegue aliar o alto padrão de qualidade exigido com o volume e a regularidade da produção, o que reduz a competitividade a nível doméstico e internacional. Deste modo, se justificam agrupamentos, volumes em escala através de formação de cooperativas e associações para dar conta da demanda e manter os referidos certificados.

A produção orgânica de café é garantida e regulada por legislação específica (BRASIL, 2014), que proíbe a utilização de produtos sintéticos (INSTITUTO BRASILEIRO DE ESTUDOS DE DIREITO AMBIENTAL – IEDA, 2014).

Ainda conforme essa legislação o café, para usar a denominação de orgânico, deve ser produzido apoiado em princípios de ações sustentáveis sem uso de agrotóxicos, seguindo sistemas de produção que permitam um equilíbrio entre o solo e a planta, utilizando apenas matéria orgânica e buscando o cultivo de plantas menos vulneráveis a pragas e doenças.

Após definir os aspectos relacionados ao processo de comercialização relacionado ao produto pesquisado, a revisão de literatura avança em outro ponto importante, que está ligado ao processo produtivo do produto pesquisado, desenvolvendo o capítulo CADEIA PRODUTIVA.

## **2.2 CADEIA PRODUTIVA**

### **2.2.1 Cadeia de produção Agroindustrial**

Conforme Associação Brasileira do Agronegócio – ABAG (2014), o agronegócio pode ser definido como sendo um sistema constituído por cadeias produtivas que envolvem operações desde a produção, armazenamento, distribuição e comercialização de insumos e de produtos agropecuários e agroflorestais.

Para Batalha (1997) e Kliemann Neto (1997), o conceito de cadeia produtiva agroindustrial ajuda na explicação e no entendimento das estruturas que geram os produtos e serviços, possibilitando a criação de um espaço de análise, tornando-se uma excelente ferramenta, tanto pela relatividade da análise oferecida quanto pela flexibilidade permitida.

De acordo com Castro *et al* (2000), a cadeia produtiva é o conjunto de componentes interativos, incluindo os sistemas produtivos, fornecedores de insumos e serviços, indústrias de processamento e transformação, agentes de distribuição e comercialização, além de consumidores finais.

No entendimento de Chen & PAULARJ (2004), uma cadeia produtiva é uma rede interligada de materiais, informações e serviços de transformação com as características de fornecimento, transformação e demanda.

Kliemann Neto (1997) leciona que o escopo de análise de uma cadeia produtiva está dividido em dois níveis, para facilitar a análise global: a cadeia principal (atividades diretas e vinculadas ao objetivo principal da cadeia) e as cadeias auxiliares (atividades indiretas e de apoio ao objetivo da cadeia principal).

Conforme Batalha (2009), no contexto agroindustrial, outro termo bastante utilizado é o Sistema Agroindustrial (SAI), definido como sendo um conjunto de atividades que se relacionam à produção dos produtos agroindustriais desde a produção até a entrega do produto ao consumidor final. Para isso, o citado informa que os

Sistemas Agroindustriais podem ser divididos em três segmentos: dentro da porteira, antes da porteira e depois da porteira:

Dentro da porteira – relacionadas a todas as atividades produtivas que são desenvolvidas dentro das propriedades agrícolas.

Antes da porteira - são os investimentos privados revertidos para obtenção de insumos, tais como: máquinas, implementos, defensivos, fertilizantes, corretivos e sementes.

Fora da porteira - são as atividades de beneficiamento, embalagem, industrialização, distribuição e comercialização de produtos agroindustriais até que os produtos entejam em condições de venda ou entrega aos consumidores finais.

### 2.2.2 Cadeia produtiva do café

Para Ritzman & Krajewski (2004), a cadeia produtiva do café indica uma sequência, estágios, de fluxo de materiais e processos para fabricação de produtos e serviços, realizados por diversas empresas, em diferentes etapas do fluxo.

Galbraith (2001) informa uma cadeia produtiva com seis estágios que, dependendo da indústria, pode ter mais ou menor prolongamento. A figura abaixo demonstra como o autor citado sistematiza seu modelo de cadeia produtiva.

**Figura 3** - Cadeia produtiva do café

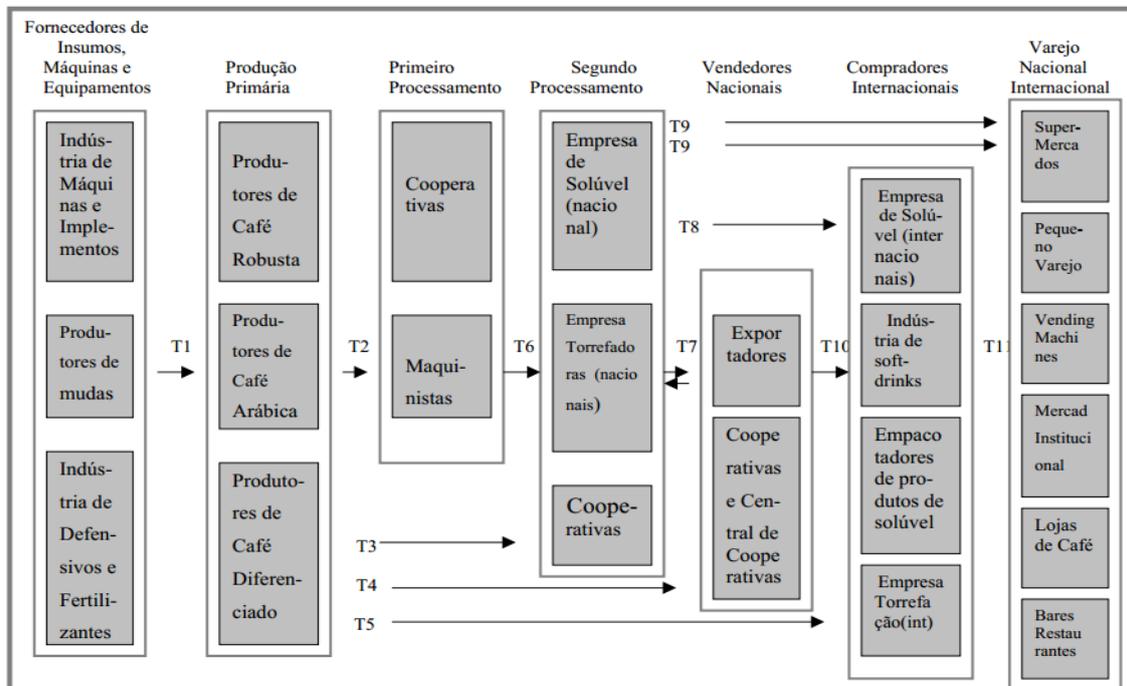


**Fonte:** Galbraith, (2001, p. 134)

Dessa forma, a cadeia de cada produto deve levar em conta os aspectos individuais inerentes a ele. Para a produção do café, a cadeia deve ser sistematizada de uma forma com que toda ela interaja, do início ao fim do processo produtivo.

O café, assim como ocorre em outros produtos, tem uma cadeia produtiva relativamente complexa. Abaixo, está demonstrada a esquematização de uma cadeia produtiva de café no Brasil.

**Figura 4** – Diagrama da cadeia produtiva do café do Brasil

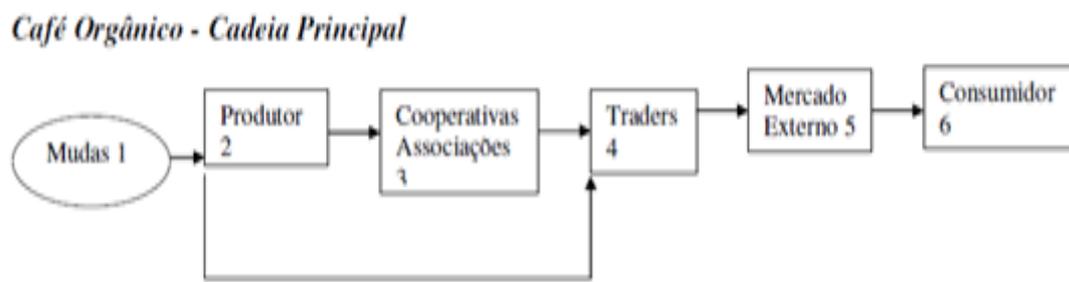


Fonte: SAES & FARINA (1999, p. 49)

### 2.2.2 Cadeia de produção do café orgânico

Por analogia a cadeia produtiva tradicional, a cadeia produtiva do café orgânico é uma forma de sistema. A figura a seguir demonstra uma estrutura sem a existência de atravessadores, o que pode acontecer, principalmente, na produção de café, na qual o Brasil é grande exportador desse produto *in natura*.

**Figura 5** - Estrutura geral cadeia produtiva café orgânico



**Fonte:** Souza *et al* (2006)

A produção orgânica como já citado não aceita o uso de defensivos agrícolas, adubos e fertilizantes sintéticos, existindo a necessidade da obtenção de insumos e tecnologias agroecológicas que não agridam o meio ambiente e que sejam permitidas pelos órgãos certificadores.

Dessa maneira, a cadeia produtiva do café orgânico sombreado tende a utilizar insumos existentes na própria região, principalmente pelo fato dos pequenos produtores não terem os mesmos recursos financeiros e tecnológicos dos produtores que visam ao ganho de escala.

Ao analisar as duas cadeias de produção a tradicional e a orgânica se observa que a produção orgânica utiliza uma cadeia produtiva bem mais simples que a produção tradicional. Esse fato tende a gerar custos menores de produção para o produto orgânico, contudo esses custos menores podem não gerar um ganho real aos produtores orgânicos devido a menor produtividade. A baixa produtividade pode ser um dos motivos que mesmo com uma cadeia produtiva mais simples gere o desinteresse dos pequenos produtores quanto à produção orgânica do café.

Após definir os conceitos de cadeia produtiva, outro ponto importante para entender a produção e a comercialização de um produto está relacionado à logística.

Seguindo a revisão de literatura é desenvolvido outro capítulo que ajuda a responder os objetivos específicos da pesquisa que é a LOGÍSTICA. A logística de uma produção ou da comercialização de um produto tem uma importância relevante para a sustentabilidade econômica.

### **2.3 LOGÍSTICA**

Com consumidores cada vez mais informados, as exigências pelo serviço e bens de qualidade têm aumentado consideravelmente nas últimas décadas. Nesse sentido, a entrega de produtos em tempo hábil passa a serem uns dos grandes diferenciais e desafio para o mercado. A logística, assim, deve ser vista como o elo entre o mercado e a atividade operacional da empresa (CHRISTOPHER, 1997). Há, também, a logística interna da empresa. Um sistema logístico eficiente permite que uma região geográfica tire proveito das suas vantagens inerentes pela especialização de seus esforços produtivos naqueles produtos em que tem vantagens e pela exportação desses produtos às outras regiões (BALLOU, 1993).

É nessa ordem de ideias que Rebouças (2000) adverte que a mais moderna tecnologia precisa conviver com uma das habilidades mais antigas das organizações: a capacidade de armazenar e gerir estoque, de manuseá-lo, separar os produtos em embalagens individuais e entregá-los no ponto certo, no prazo prometido e nas condições requeridas. Após definir vários aspectos ligados à comercialização, produção e transporte dos produtos, um dos assuntos importantes da atualidade está ligado à sustentabilidade, que, por sua vez, está amarrada à ideia de continuidade da produção e da comercialização de um produto.

As competências desenvolvidas em relação à logística podem favorecer a sustentabilidade da produção.

## 2.4 SUSTENTABILIDADE

Uma das definições mais difundida sobre sustentabilidade é a da Comissão Brundtland, conforme dispõem Claro e Amâncio *apud* WCED (2008), a qual considera que o desenvolvimento sustentável satisfaz as necessidades da geração presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras.

Conforme destacado pelo Ministério do Meio Ambiente (BRASIL, MMA, 2014), a Agenda 21 (desenvolvida como parte do Relatório Brundtland) pode ser definida como sendo um importante instrumento de planejamento para a construção de uma sociedade sustentável, conciliando, assim, os métodos de proteção ambiental, justiça social e eficiência econômica.

Para Forato (2010), existem cinco dimensões da sustentabilidade, sendo eles: social, ecológica, espacial, cultural e econômica.

- a) **Sustentabilidade social:** entendida como sendo um processo de desenvolvimento sustentado por uma civilização que visa à equidade na distribuição de renda e de bens, de modo a reduzir a desigualdade social da população.
- b) **Sustentabilidade ecológica:** alcançada através do aumento da capacidade de utilização dos recursos; limitando o consumo de combustíveis fósseis e de outros recursos e produtos que são esgotáveis; diminuição na geração de resíduos e de poluição; através da conservação de energia e de recursos; e da reciclagem.
- c) **Sustentabilidade espacial:** aquela dirigida para a obtenção de uma configuração rural-urbana mais equilibrada, em busca de uma melhor distribuição territorial dos assentamentos humanos e das atividades econômicas.
- d) **Sustentabilidade cultural:** a procura por raízes endógenas de processos de modernização e de sistemas agrícolas integrados, que visem facilitar a geração de soluções específicas ao local, o ecossistema, a cultura e a área.
- e) **Sustentabilidade econômica:** atingida através do gerenciamento e alocação mais eficiente dos recursos através de um fluxo constante de investimentos públicos e privados.

Sintetizando esse entendimento, existem autores que defendem que a sustentabilidade esta relacionada apenas a três dimensões. Hart e Milstein (2004) ensinam que uma empresa sustentável é aquela que contribui para o desenvolvimento sustentável ao gerar, simultaneamente, benefícios econômicos, sociais e ambientais. Essa mesma orientação pode ser observada na noção dos três pilares da sustentabilidade conhecidos como *triple bottom line* (Elkington, 1998); (Hart & Milstein, 2003); (Nidomulu, Prahalad & Rangaswami, 2009); (Porter & Kramer, 2011). O conceito foi *triple bottom line* foi criado e difundido por (ELKINGTON, 1998).

Dentre os conceitos citados, a pesquisa irá abarcar três dimensões (*triple bottom line*): a sustentabilidade econômica, social e ambiental, para os objetivos traçados.

Para alcançar a sustentabilidade quanto às três dimensões econômica, social e ambiental de um produto. Um dos conceitos importantes a ser estudado é a estratégia, ou seja, a forma com que as empresas irão atingir seus objetivos.

## 2.5 ESTRATÉGIA

Para Ansoff (1990), a estratégia pode ser definida como sendo vários conjuntos de regras de decisão que orientam o comportamento de uma organização. Afirma o autor citado, que existe uma relação de causa e efeito positivista, com um conjunto de regras a serem tomadas que terão como efeitos as orientações e as formas de comportamento das organizações. É encontrada, nas obras do estudioso, a perspectiva funcional dando ao planejamento estratégico a função de orientar o comportamento da organização.

Contudo, em um sentido geral, estratégia pode ser definida como a forma de traçar os grandes objetivos e linhas de ação estabelecidas nos planos empresariais ou governamentais.

Ansoff tinha como preocupação encontrar uma forma de formalizar, a estratégia empresarial. Para isso, na sua obra de 1972, *Concept of Strategic Management*, dá, para a gestão das empresas, uma das suas maiores contribuições: a criação de um modelo ou Matriz Ansoff de planejamento estratégico. Tal instrumento está baseado na expansão e diversificação empresariais, através de uma sequência de decisões. Esse modelo pode ser utilizado para determinar as oportunidades de crescimento de unidades de negócio de uma organização, enquadrando duas dimensões da empresa (produtos e mercados), por onde as organizações analisam qual a melhor estratégia para elas, dentre as quatro possíveis de serem formadas: penetração de mercado, desenvolvimento de mercado, desenvolvimento de produtos e diversificação.

Segundo Mintzberg (2003), estratégia pode ser definida como sendo o modo de pensar o futuro, integrada no processo decisório, com base em um procedimento formalizado e articulado em busca dos melhores resultados.

Quando se discute sobre estratégia, se deve pensar em avaliação do desempenho de uma empresa, de um processo ou de uma organização na visão dos grupos de interesse, incluindo: fornecedores, distribuidores, clientes e demais envolvidos diretamente com os negócios da empresa.

Por essa razão, a utilização de uma ferramenta capaz de permitir uma análise específica dos recursos utilizados é colocada como ponto fundamental para que possa compreender e demonstrar os pontos fortes e pontos fracos, além de ameaças e oportunidades. Essa ferramenta é denominada modelo SWOT que, segundo Machado

(2005) e Wright, Kroll e Parnell (2000), têm o seguinte significado: *Strenghts* (forças), *Weaknesses* (fraquezas), *Opportunities* (oportunidades) e *Threats* (ameaças).

O Resultado é um plano de estratégias com objetivos, qualitativos e quantitativos, a serem cumpridos.

### 3. CONTEXTUALIZAÇÃO DA PESQUISA

Conforme IBGE (2010), entre os cinco maiores produtores de café no mundo, o Brasil apareceu, a partir do ano de 2009, em primeiro lugar e se manteve, segundo o Ministério da Agricultura (2014), como maior produtor nos anos seguintes de 2010, 2011 e 2012, com uma produção em média de 35% da produção mundial. O segundo lugar ficou para o Vietnã, respondendo por 16% da produção mundial.

Segundo o Ministério da Agricultura (2014), produção nacional concentra-se nos estados de Minas Gerais, Espírito Santo, São Paulo, Bahia, Pará, Mato Grosso, Rondônia e Rio de Janeiro. A produção do café Arábica concentra-se no estado de Minas Gerais, São Paulo, Paraná, Bahia e parte do Espírito Santo, enquanto o café robusta é plantado principalmente no Espírito Santo e Rondônia (MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, 2014).

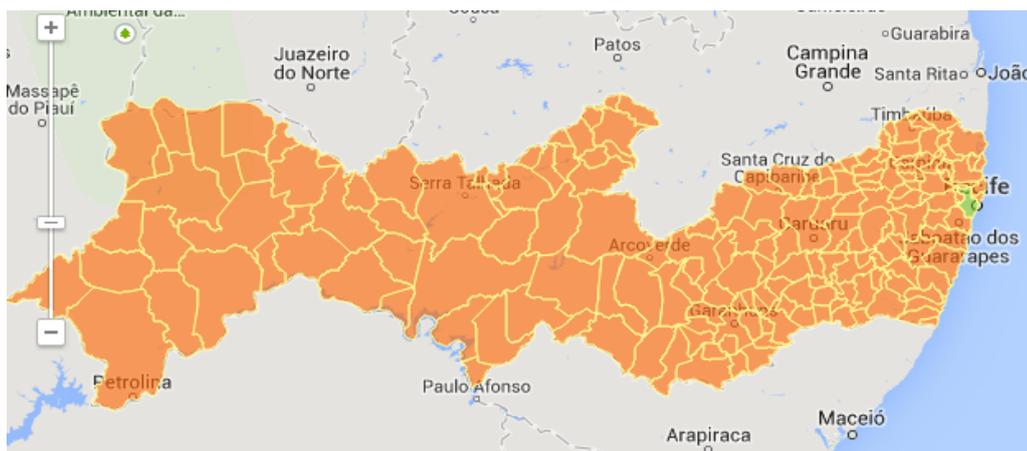
No Nordeste, o café é cultivado nos estados, Bahia, Pernambuco, Ceará e Alagoas, (IBGE, FAO, *apud* BRASIL, 2014). Embora a região Nordeste seja a segunda produtora em volume, no País sua participação é de apenas 7%, sendo o estado da Bahia o maior produtor da região com um volume de 97%, ficando 3% para os estados de Alagoas, Pernambuco e Ceará, (FAO, IBGE, 2009, *apud* SEBRAE, 2011).

Em Pernambuco, o cultivo do café teve início desde a época do Brasil Império, na cidade de Garanhuns, região do Agreste e se apresentava como o quinto melhor café do País. Dados do IBGE (2010) apontam que a área plantada teve crescimento de 2.873 hectares no ano de 2010 para 3.892 hectares no ano de 2011 (SEBRAE, 2011). Não obstante o crescimento da área plantada, a pesquisa SEBRAE (2011) registra que, em alguns municípios, houve uma descontinuidade da cultura, refletindo uma queda da atividade e impacto na economia local.

Conforme o SEBRAE (2011), embora o município de Garanhuns mantenha a tradição de produtor de café no Estado, o destaque foi para o município de Taquaritinga do Norte, com produção de 630 toneladas, isto é, 1/3 da produção do estado.

Vide abaixo os mapas (Figuras 6 e 7) com a localização geográfica do município supracitado:

**Figura 6** - Mapa do estado de Pernambuco



Fonte: IBGE (2014)

**Figura 7** - Mapa da região do município de Taquaritinga do Norte – PE



Fonte: IBGE (2014)

A qualidade do Café Orgânico de Taquaritinga do Norte e os seus atributos já foram certificados pelo Instituto Biodinâmico (IBD), sendo também reconhecido quanto a sua originalidade pelo Instituto Agrônomo de Campinas (IAC), que atesta que a variedade é remanescente das primeiras mudas de café aportadas no Brasil no ano de 1727. Conforme IAC (2009), trata-se de um verdadeiro patrimônio genético e cultural que deve ser preservado e estudado em seu desenvolvimento. Para se entender a importância histórica desse grão, o IAC (2009) o trata como uma espécie de coleção, uma “verdadeira relíquia”.

Aliás, a qualidade genética é seu grande diferencial. As duas principais espécies de café arábico com maior produção no Brasil são a Catuaí e a Mundo Novo, as quais apresentam 25% e 50% de material genético, respectivamente, provenientes do

Café Arábica Típica encontrado em Taquaritinga do Norte, conforme informações do IAC (2009).

Todavia, como a região Nordeste produz pouco café e Pernambuco, em termos de volume, tenha pouca relevância, o aspecto a considerar deve ser a qualidade, sobretudo sob a ótica da preservação de uma variedade de significância ambiental e histórica no contexto nacional.

#### 4. METODOLOGIA

A pesquisa quanto à sua natureza é de cunho exploratório e predominantemente descritiva, com o propósito de analisar as variáveis da comercialização do café Arábica Típica no Município de Taquaritinga do Norte localizado no Estado de Pernambuco – Brasil. A pesquisa exploratória visa gerar maior conhecimento do pesquisador em relação ao problema proposto, envolvendo levantamentos Bibliográficos, entrevistas com pessoas que tem relação com os objetivos (GIL, 2010).

Ainda, conforme Gil (2010), a pesquisa descritiva visa descrever determinada população ou fenômeno com base em técnicas padronizadas de levantamento de dados através de questionários e observações sistematizadas.

Quanto à abordagem, a pesquisa é qualitativa com o uso de dados primários encontrados nas entrevistas realizadas e dados secundários encontrados basicamente em documentos de órgãos governamentais como Embrapa, IPA dentre outros. Além das técnicas citadas foram feitas observações *in loco* as propriedades de café do município para analisar como funciona o processo de produção e comercialização deste produto. Compõe-se desse modo à chamada triangulação, recomendada para estudos qualitativos.

As entrevistas foram realizadas com os membros da associação dos produtores de café orgânico do município de Taquaritinga do Norte – PE, que atualmente são dezessete produtores, e com dois técnicos do Instituto Agrônomo de Pernambuco (IPA) que trabalham na região.

Foram formuladas questões para os três principais grupos: produtores, técnicos agrícolas e dirigentes da Associação de Produtores de Café (APROTAC), relacionados com a produção e comercialização do Café Arábica Típica em Taquaritinga do Norte – PE. Além dos questionários aplicados outras informações relevantes a pesquisa, foram geradas através de gravações e filmagens na área, em associação com as questões relevantes para a pesquisa.

Segundo o secretário de agricultura de Taquaritinga e presidente da APROTAC, a Associação conta, atualmente, com dezessete membros. Contudo, apenas nove estão ativos sendo entrevistados todos. Dois deles são membros da diretoria da APROTAC. Também foi possível entrevistar um ex-integrante da APROTAC. Os dois membros produtores e diretores da APROTAC representam a Vice-Presidência da Associação e outro é o Tesoureiro

A região conta com um agrônomo e um técnico agrícola que trabalham no Instituto Agrônomo de Pernambuco (IPA), sendo possível aplicar com eles.

**Quadro 1** – Relação dos entrevistados membros e ex-membros da APROTAC por função.

Entrevistado	Função	Associação	Localização/Instituição	Data
JCS	Funcionário Público	Presidente	Prefeitura de Taquaritingua do Norte – PE	24/05/2014
ROS	Produtor	Membro	Sítio Queimadas	25/05/2014
JGS	Produtor	Vice-Presidente	Sítio Cajá	25/08/2014
MFN	Produtor	Tesoureiro	Sítio Estreito	26/05/2014
JLS	Produtor	Membro	Sítio Pedras D'água	26/05/2014
LBF	Produtor	Membro	Sítio Cassiano	27/05/2014
TAB	Produtor	Ex-Membro	Fazenda Varzea da Onça	28/05/2014
JAF	Produtor	Membro	Sítio São José	28/05/2014
PAF	Produtor	Membro	Sítio Queimadas	29/08/2014
RMB	Produtor	Membro	Sítio São Braz	30/05/2014

**Fonte:** Dados da pesquisa

**Quadro 2** – Técnicos do IPA entrevistados

Entrevistado	Função	Localização/Instituição	Data
EBS	Agrônomo	Instituto Pernambucano de Agronomia – IPA	27/05/2014
JGV	Técnico agrícola	Instituto Pernambucano de Agronomia – IPA	27/05/2014

**Fonte:** Dados da pesquisa

Com o intuito de sistematizar os dados encontrados na pesquisa, foi utilizada, uma adaptação do modelo matriz SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities e Threats*) relacionando-a com categorias analíticas e qualitativas da comercialização.

Essa adaptação visa demonstrar como as categorias de análise encontradas no modelo proposto, se relacionam com os dados e informações pesquisadas para responder o problema da pesquisa, objetivos geral e específicos. Para essa finalidade as categorias de análise propostas foram estudadas cada uma em relação aos pontos fortes, pontos fracos, as oportunidades, e as ameaças para a produção e comercialização do

café observado. Com o intuito de facilitar a análise das categorias essas foram divididas em duas partes usando a Matriz Swot: o ambiente externo e interno.

Para o *ambiente externo* identificam-se das principais variáveis que estão fora do controle dos produtores e que podem afetar positivamente ou negativamente a produção e a comercialização do café (oportunidades (*opportunities*) e ameaças (*threats*)).

Quanto ao *ambiente interno* identificam-se os principais pontos fortes (*Strenghts*) e pontos fracos (*Weaknesses*) das categorias de análise. Conforme Bicho e Baptista (2006), da mesma maneira que o ambiente externo deve ser conhecido, é de extrema importância que o ambiente interno seja diagnosticado, pois apontará a situação dos fatores críticos de sucesso para alcance das estratégias, que no caso em questão, o sucesso da produção e comercialização do produto.

Para analisar as categorias propostas foram estruturados quadros de coleta de dados (Quadro 1 a "n") conforme consta na página seguinte. Para cada uma das categorias de análise definiu-se um Quadro específico para efeito de melhor visualização e foco analítico.

Para cada elemento interno e externo (forças e fraquezas, oportunidades e ameaças) foram citadas as condições recomendadas, relacionadas a cada categoria de análise. O intuito é facilitar a análise confrontando a situação recomendada com a encontrada na região em relação à produção e comercialização do objeto (café especial).

## 4.1 Coleta de dados

A concepção das técnicas de coletas de dados partiu da sua tabulação, interpretando as categorias e subcategorias de análise para criar as questões centrais e a partir delas as questões derivadas, conforme segue no quadro metodológico de acordo com o modelo geral que vem sendo desenvolvido no PADR – Organização Lateral da Informação e Desenvolvimento da Análise – OLINDA (OLIVEIRA MÔNICA, 2012) e (LEITE, 2013). Define-se convencionalmente esse modelo de lateral por considerar a análise vista da direita para a esquerda com leitura horizontal.

**Quadro 3** - Modelo para tratar com as categorias relacionadas aos fatores de produção

Objetivo específico 1 - Analisar as dificuldades e potencialidades para a comercialização que envolve todas as atividades, funções e instituições necessárias à transferência do Café Arábica Típica dos locais de produção aos de consumo.			Ambiente interno		Ambiente externo	
			Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
Categorias de análise	Subcategorias de Análise	Autores				
Fatores de produção	1 Terra disponível para cultivo	Caporal e Costabeber (2002); Farina & Zylbersztajn (1998); Harkaly (2001); Hemerly (2000); Saes & nunes (1998).	A maior quantidade de terra disponível quando mobilizada para o cultivo significa expansão produção da área. Trata-se de uma variável potencial, pois ela por si só, não é bastante, impõe-se sua mobilização.	A terra embora disponível na área apresenta restrições de uso, face ao relevo acidentado. Logo, somente as áreas, com declividade abaixo de 15% de declividade conforme O café em Pernambuco (1986), podem ser cultivados com expectativa de sucesso.	A terra disponível representa uma oportunidade, pois o mercado sinaliza para o crescimento da demanda. Considerando que as pesquisas para o aumento de produtividade com o café sob análise, na área, são insuficientes, o crescimento da oferta fica dependente do aumento da área. Portanto configura a área disponível como uma oportunidade ainda considerando a topografia.	A área no local representa uma ameaça. Caso exista concentração de terras nas mãos de poucos produtores pode gerar dificuldades para o aumento da produção por causa da barreira de entrada para novos produtores.

Fonte: Próprio autor

**Quadro 4** - Modelo para tratar com as categorias relacionadas aos fatores de produção

Objetivo específico 1 - Analisar as dificuldades e potencialidades para a comercialização que envolve todas as atividades, funções e instituições necessárias à transferência do Café Arábica Típica dos locais de produção aos de consumo.			Ambiente interno		Ambiente externo	
Categorias de análise	Subcategorias de Análise	Autores	Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
Fatores de produção	2 Qualidade da terra disponível	Caporal e Costabeber (2002); Farina & Zylbersztajn (1998); Harkaly (2001); Hemerly (2000); Saes & nunes (1998).	A qualidade da terra quando comprovado o seu gradiente de fertilidade, seu grau de pedregosidade favorável ao cultivo é um potencial importante, para a sustentabilidade da produção e consequentemente o aumento de produtividade.	Parte das terras tem um gradiente de fertilidade baixo e com um alto grau de pedregosidade é potencialmente desfavorável ao cultivo agrícola. Logo se pode entender como um ameaça a sustentabilidade da produção.	Uma terra com uma boa qualidade com um bom grau de fertilidade e um baixo grau de pedregosidade, mesmo tendo esses aspectos positivos, precisa ser analisada quanto à frequência e quanto à necessidade ou não de correções, para a utilização adequada de adubos e fertilizantes. Estas análises e as correções devidas do solo quando necessárias tem ligação direta na manutenção e sustentabilidade da produção. E isso tem um custo.	A terra mesmo tendo um gradiente de fertilidade favorável ao cultivo, caso se utilize inadequadamente o solo a mesma pode se tornar infértil, sem que exista um real entendimento por parte dos produtores quanto à causa da queda da produção por hectare cultivado.

**Fonte:** Próprio autor

**Quadro 5** - Modelo para tratar com as categorias relacionadas aos fatores de produção

Objetivo específico 1 - Analisar as dificuldades e potencialidades para a comercialização que envolve todas as atividades, funções e instituições necessárias à transferência do Café Arábica Típica dos locais de produção aos de consumo.			Ambiente interno		Ambiente externo	
Categorias de análise	Subcategorias de Análise	Autores	Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
Fatores de produção	3 Adubos/fertilizantes; 4 Defensivos Agrícolas;	Caporal e Costabeber (2002); Farina & Zylbersztajn (1998); Harkaly (2001); Hemerly (2000); Saes & nunes (1998).	A qualidade da terra quando comprovado o seu gradiente de fertilidade, seu grau de pedregosidade favoráveis ao cultivo é um potencial importante, para a sustentabilidade da produção e conseqüentemente o aumento de produtividade. Conseqüentemente a boa qualidade da terra requer teoricamente uma menor necessidade de uso de adubos/fertilizantes para a correção do solo e possivelmente um menor uso de defensivos agrícolas, devido ao meio ambiente menos degradado.	Uma terra com um gradiente de fertilidade baixo e com um alto grau de pedregosidade é potencialmente desfavorável ao cultivo agrícola. Esse fator pode ser uma ameaça à sustentabilidade da produção. Nesses casos precisa-se de uma maior quantidade de adubos/fertilizantes para a correção do solo e possivelmente um maior uso de defensivos agrícolas, devido à possível existência de um maior grau de degradação do meio.	O conhecimento de técnicas de manejo agroecológico do solo pode reduzir o custo de produção e dar maior autonomia aos produtores. Com isso pode aumentar o preço sobre o produto tendo em vista o valor dado pelos consumidores mais sensíveis à causa da saúde humana e preservacionista.	A ausência de uma política de assistência técnica mais continuada e/ou inadequada pode levar os fatores a princípio favoráveis a uma situação perversa, por exemplo, de abandono da produção ou mesmo a degradação das terras.

Fonte: Próprio autor

**Quadro 6 - Modelo para tratar com as categorias relacionadas aos fatores de produção**

Objetivo específico 1 - Analisar as dificuldades e potencialidades para a comercialização que envolve todas as atividades, funções e instituições necessárias à transferência do Café Arábica Típica dos locais de produção aos de consumo.			Ambiente interno		Ambiente externo	
			Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
Categorias de análise	Subcategorias de Análise	Autores				
Fatores de produção	5 Mão de obra	Caporal e Costabeber (2002); Farina & Zylbersztajn (1998); Harkaly (2001); Hemerly (2000); Saes & nunes (1998).	A mão de obra local com certo conhecimento no trato com a cultura do café.	A carência de mão de obra e ainda relativamente baixa qualificação da força de trabalho disponível, pode gerar efeitos negativos quanto à sustentabilidade da produção e o possível aumento dos custos.	A possibilidade de associar a produção de confecções com a agrícola pode em principio favorecer a oferta de horas de mão de obra. Nova atração da mão de obra para atividades correlatas como turismo rural pode elevar os incentivos para oferta de mão de obra.	Elevação dos salários vista nas atividades de confecções. Afastamento dos mais jovens para realização de atividades mais urbanizadas e promissoras. Violência em áreas rurais pode encarecer o custo da mão de obra.

**Fonte:** Próprio autor

### Quadro 7 - Modelo para tratar com as categorias relacionadas aos fatores de produção

Objetivo específico 1 - Analisar as dificuldades e potencialidades para a comercialização que envolve todas as atividades, funções e instituições necessárias à transferência do Café Arábica Típica dos locais de produção aos de consumo.			Ambiente interno		Ambiente externo	
Categorias de análise	Subcategorias de Análise	Autores	Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
Fatores de produção	6 Capital (máquinas, equipamentos e recursos financeiros).	Caporal e Costabeber (2002); Farina & Zylbersztajn (1998); Harkaly (2001); Hemerly (2000); Saes & nunes (1998).	Disponibilidade de bem de capital com alguma capacidade ociosa. Bem como sua capacidade de utilização e manutenção. Relativa facilidade para operacionalização e manutenção da maioria desses bens	Elevação das taxas de juros, bem como grande dificuldade para acessar ao crédito e indisponibilidades de elaboradores de projetos pela associação de produtores.	Ter escala de produção individual ou associativa para o uso e gerenciamento dos bens de capital. E a disponibilidade de programas de apoio à pequena produção e ao crédito e assistência técnica.	Não ter escala de produção individual ou associativa para o uso e gerenciamento dos bens de capital. E a possibilidade de suspensão dos programas subsidiados pelo governo.

Fonte: Próprio autor

**Quadro 8 - Modelo para tratar com as categorias relacionadas ao processo produtivo**

Objetivo específico 1 - Analisar as dificuldades e potencialidades para a comercialização que envolve todas as atividades, funções e instituições necessárias à transferência do Café Arábica Típica dos locais de produção aos de consumo.			Ambiente interno		Ambiente externo	
Categorias de análise	Subcategorias de Análise	Autores	Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
Processo produtivo	1 Plantio; 2 Cultivo/Tratos Culturais: 2.1 Preparo do solo; 2.2 Preparo das mudas; 2.3 Arborização; 2.4 Manejo do adubo verde e da cobertura viva e morta; 2.5 Controle das plantas espontâneas; 2.5.1 Capinação 2.5.2 Poda 2.6 Controle alternativo de pragas e agentes de doenças; 2.7 Irrigação 3 Colheita	Farina & Zylbersztajn (1998); Hemerly (2000); Saes & Nunes (1998).	Possibilidade de aprendizado m relação às melhores técnicas de plantio, cultivo e colheita via manejo agroecológico.	Resistência cultural às mudanças quanto à utilização de novas técnicas.	Possibilidade ter acesso à inovação tecnológica com a disponibilidade de técnicos e engenheiros agrônomos inclusive de ONGs para capacitação dos produtores através de treinamentos e cursos.	Dificuldades do governo para contratação de mão de obra via restrições orçamentárias. Dificuldades de algumas ONGs em manter seus quadros técnicos.

Fonte: Próprio autor

### Quadro 9 - Modelo para tratar com as categorias relacionadas ao processo produtivo

Objetivo específico 1 - Analisar as dificuldades e potencialidades para a comercialização que envolve todas as atividades, funções e instituições necessárias à transferência do Café Arábica Típica dos locais de produção aos de consumo.			Ambiente interno		Ambiente externo	
Categorias de análise	Subcategorias de Análise	Autores	Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
Processo produtivo	4 Beneficiamento: 4.1 Café Natural; 4.2 Cereja Descascado; 4.3 Café despulpado; 4.4 Padronização; 4.4 Torra; 4.5 Ensacamento; 5 Armazenagem	Farina & Zylbersztajn (1998); Hemerly (2000); Saes & Nunes (1998).	Possibilidade de aprender a utilizar as melhores técnicas de beneficiamento e implementar as novas tecnologias existentes.	Encarecimento de aquisição de máquinas e equipamentos, bem como os custos das instalações podem a introdução das inovações recomendadas.	Ter acesso à inovação tecnológica com a disponibilidade de técnicos e engenheiros agrônomos. Possibilidade de capacitação dos produtores através de treinamentos e cursos.	Problemas de escala podem encarecer a modernização do beneficiamento e armazenamento. Dificuldades de financiamento e contratação de consultores técnicos

Fonte: Próprio autor

**Quadro 10 - Modelo para tratar com as categorias relacionadas à qualidade do produto**

Objetivo específico 1 - Analisar as dificuldades e potencialidades para a comercialização que envolve todas as atividades, funções e instituições necessárias à transferência do Café Arábica Típica dos locais de produção aos de consumo.			Ambiente interno		Ambiente externo	
Categorias de análise	Subcategorias de Análise	Autores	Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
Qualidade do produto	1 Certificação 2 Conformidade 3 Qualidade percebida	Nicoleli et al. (2006); Manual do Café (2007); (IBD, 2012).	Os maiores produtores tem a certificação orgânica. E o conjunto dos pequenos já o tiveram o que empresta uma certa confiabilidade ao produto da região. O uso e o conhecimento das melhores técnicas de produção dentro dos melhores padrões de qualidade. . Logo o uso dos conceitos de qualidade na produção orgânica é um diferencial positivo que tem reflexos diretos no aumento da produtividade e na percepção dos clientes intermediários e finais, quanto à qualidade do produto cultivado.	O fato dos pequenos produtores terem perdido a certificação orgânica. O pequeno numero de pequenos produtores, pode no curto prazo desfavorecer a padronização e encarecer a certificação.	O interesse governamental e o mercado local e internacional podem ajudar a viabilizar a política de apoio ao café orgânico podendo ampliar a oferta via aumento de produção e numero de produtores interessados o que pode levar a viabilização da padronização e certificação.	Dificuldade de acesso a políticas públicas pela desorganização dos produtores (da associação) Dificuldade da ampliação do reconhecimento por parte de um maior número de consumidores por falta de ações de propaganda e marketing.

**Fonte:** Próprio autor

### Quadro 11 - Modelo para tratar com as categorias relacionadas à Logística

Objetivo específico 1 - Analisar as dificuldades e potencialidades para a comercialização que envolve todas as atividades, funções e instituições necessárias à transferência do Café Arábica Típica dos locais de produção aos de consumo.			Ambiente interno		Ambiente externo	
Categorias de análise	Subcategorias de Análise	Autores	Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
Logística	1 Formas de transporte 2 Estocagem: 2.1 Formas de estoques 2.2 Manuseio de materiais	Batalha (2009); Farina & Zylbersztajn (1998); Zylbersztajn & Farina (2001); Christopher (1997); Ballou (1993); Rebouças (2000).	Por parte dos maiores produtores do uso das melhores técnicas logísticas meios de transportes, equipamentos e infraestrutura de acesso à propriedade para o transporte, estocagem e manuseios de matérias.	Os pequenos produtores têm mais dificuldades no acesso a capitais e treinamentos que viabilizem a utilização das técnicas logísticas.	Programas de apoio que podem ser utilizados para dar acesso as melhores técnicas logísticas e ao crédito para a compra de meios de transporte, equipamentos e construção de infraestrutura de transporte e armazenagem. Políticas públicas que possibilitem o acesso ao crédito e a melhora da infraestrutura e a eficácia da logística local. Isso se referindo mais aos pequenos produtores	Dificuldades de crédito para acesso as melhores técnicas logísticas e a compra de meios de transporte, equipamentos e construção de infraestrutura de transporte e armazenagem. A insensibilidade e a impossibilidade de execução de políticas públicas de crédito e infraestrutura que melhore a eficácia da logística local.

Fonte: Próprio autor

**Quadro 12 - Modelo para tratar com as categorias relacionadas à cadeia produtiva**

2 Objetivo específico - Analisar como governança da comercialização pode influenciar na sustentabilidade do produto.			Ambiente interno		Ambiente externo	
Categorias de análise	Subcategorias de Análise	Autores	Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
Cadeia Produtiva	1. Ambiente institucional 1.1 Legislação e normas 1.2 Tradições, cultura e costumes; 2 Ambiente organizacional 2.1 Agentes públicos; 2.2 Agentes financeiros 2.3 Associação 2.4 Agentes de comercialização	Ritzman & krajewski (2004); Galbraith (2001); Castro (2000); Chen & paularj (2004); Batalha (1997); Kliemann neto (1997).	<p>O conhecimento e ação dos agentes quanto ao ambiente institucional em relação a sua legislação, normas, tradições cultura e costumes são um diferencial importante para a melhoria e planejamento das estratégias de produção e comercialização adotadas.</p> <p>O conhecimento organizacional dos produtores e possibilidade de uso de parcerias e viabilização do associativismo local.</p>	<p>A dificuldade de viabilizar trabalhos em redes de cooperação pelos pequenos produtores. E o desconhecimento desses últimos ou assimetria de informações entre lideranças e não líderes quanto ao ambiente institucional em relação a sua legislação e normas Tradições cultura e costumes ainda de caráter individualista são um diferencial importante para a melhoria e planejamento das estratégias de produção e comercialização adotadas.</p> <p>O baixo conhecimento organizacional dos produtores e</p>	<p>Acessos ao entendimento e existências de normas do ambiente institucional podem favorecer a comercialização do produto.</p> <p>Órgãos de apoio que podem favorecer a viabilização de parcerias e associativismo local.</p>	<p>Dificuldade de acesso ao entendimento e existências de normas que venham dificultar o ambiente institucional e comercialização do produto.</p> <p>Dificuldade atuação dos órgãos de apoio.</p>

				impossibilidade de uso de parcerias e inviabilização do associativismo local.		
--	--	--	--	--	--	--

**Fonte:** Próprio autor

**Quadro 13 - Modelo para tratar com as categorias relacionadas à comercialização**

2 Objetivo específico 2 - Analisar como governança da comercialização pode influenciar na sustentabilidade do produto.				Ambiente interno		Ambiente externo	
Categorias de análise	Subcategorias de Análise	Autores	Questões	Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
Comercialização	1 Canal de comercialização 2 Estratégia comercial	Piza & Welsh (1968) Batalha (2009) Steele (1971) Mendes & Padilha Junior (2007) Azevedo (2009) Mendes & Padilha, (2007) Pereira (2009) Rezende & Rosado (2002) Zylbersztajn & Farina (2001) Souza (2006) Souza, Saes e Otani (2000) Ponte (2004) Saes (2006) Araújo (2014) Pine II e Gilmore (1999) Pardini (2000)		Grande produtores conhecem e usam os melhores canais de comercialização entendendo onde existe a demanda pelo produto. Conhecer e usar as melhores estratégias comerciais para a venda da produção.	Dificuldades do conjunto dos pequenos produtores em conhecer e usar os melhores canais de comercialização e usar as melhores estratégias comerciais para a venda da produção.	Crescimento exponencial desse mercado orgânico facilita a descoberta de novos canais de comercialização.	Desorganização e individualização dos interesses entre os associados (pequenos produtores) podem levar a maiores dificuldade de negociação.

**Fonte:** Próprio autor

Os dados analisados encontra-se sumarizados no APÊNDICE I e decodificados no APÊNDICE II. Após essa sumarização e decodificação dos dados outros aspectos relevantes a pesquisa foram observados conforme segue abaixo:

**Tabela 3** – Dados pessoais dos produtores de café

Entrevistado	Sexo	Idade	Estado civil	Escolaridade
ROS	Masculino	51 a 60	Casado	Fundamental (completo)
JGS	Masculino	31 a 40	Solteiro	Ensino Médio (incompleto)
MFN	Masculino	51 a 60	Casado	Ensino Médio (incompleto)
JLS	Masculino	51 a 60	Casado	Universitário
LBF	Masculino	41 a 50	Casado	Ensino Médio
EBS	Masculino	31 a 40	Casado	Universitário
TAB	Feminino	31 a 40	Casada	Universitária
JAF	Masculino	60 a 70	Casado	Fundamental
PAF	Masculino	51 a 60	Casado	Médio
RMB	Feminino	60 a 70	Viúva	Médio

**Fonte:** Dados da pesquisa

Obs. o uso de iniciais dos nomes dos entrevistados se deve a necessidade de cumprir os acordos quanto ao sigilo.

**Tabela 4 - Dados empresariais dos produtores de café**

Entrevistado	Área propriedade hactare	Área cultivo do café hactare	Área disponível	% Área disponível	Renda média mensal com o café	Quanto tempo a família trabalha com o café?
ROS	31	10	21	67,74	R\$ 2.000,00	40 anos
JGS	10	6	4	40	R\$ 833,00	40 anos
MFN	8,7	4	4,7	54,02	R\$ 250,00	21 anos
JLS	14	7	7	50	R\$ 400,00	12 anos
LBF	1,5	1,5	0	0	R\$ 62,50	10 anos
EBS	4,5	1	3,5	77,77	Consumo próprio	4 anos
TAB	100	97	3	3	Não informado	36 anos
JAF	11	9	2	18,18	R\$ 2.000,00	80 anos
PAF	24,6	23,6	1	4,06	Não informado	30 anos
RMB	9,5	4	5,5	57,89	R\$ 145,83	100 anos
	<b>183,80</b>	<b>163,10</b>	<b>51,70</b>	<b>28,12</b>		

Fonte: Dados da própria pesquisa

**Tabela 5** - Dados sócios economicos - Técnicos do IPA

Entrevistado	Sexo	Idade	Estado civil	Escolaridade
EBS	Masculino	41 a 50	Casado	Universitário
JGV	Masculino	31 a 40	Solteiro	Univeritário (Cursando)

**Fonte:** Dados da própria pesquisa

Ao analisar os dados apresentados pode-se constatar que quanto ao nível de instrução 20% dos produtores possuem apenas o ensino Fundamental, 50% deles possuem o ensino médio e 30% dos produtores tem o nível superior.

Quanto a área cultivada de café apenas quatro produtores utilizam praticamente toda a terra disponível, porém apenas dois, tem maior relevância para o processo produtivo do café na região. No que concerne a renda média mensal os dois principais produtores não informam e os outros produtores recebem em média R\$ 813,04.

Em relação a experiência com a cultura do café, em média, os produtores trabalham com esse cultivo há mais de 40 anos e que a faixa etária média de idade esta situada entre a faixa de 51 a 60 anos. O que demonstra a necessidade de ter uma renovação nos quadros de produtores para muito breve.

E com base em todos os dados encontrados na pesquisa se faz a analise dos resultados apresentadas no capítulo 5 do trabalho.

## **5. ANÁLISE DOS RESULTADOS**

### **5.1 As dificuldades e potencialidades para a comercialização**

Com base na definição de comercialização de Piza & Welsh (1968) e o cruzamento de dados da matriz SOWT, tendo em vista as categorias de análise demonstradas na metodologia, os produtores da Associação dos Produtores Orgânicos de Taquaritinga do Norte - APROTAC e técnicos do IPA apresentam dificuldades de varias ordens.

#### **5.1.1 Fatores de produção**

##### **5.1.1.1 Terra disponível para o cultivo**

Os produtores de café de Taquaritinga do Norte, na sua maioria, não usam toda a terra disponível para a produção do café, a não ser os dois maiores produtores. Esses usam praticamente toda a área disponível para a produção conforme tabela 4 página 55. O fato da maioria dos produtores principalmente os pequenos não aproveitarem toda terra disponível que é 51,70 ha, o que representa 28,12%, pode ser visto como um ponto positivo. Observe-se que a disponibilidade das terras deve-se a dificuldade para a produção agrícola tanto do café quanto de outras culturas devido ao relevo que é considerado bastante íngreme pelos produtores.

Conforme F.A Souza et al (1986) em: O Café em Pernambuco, a escolha do tipo do solo para o cafeeiro é tão importante quanto as condições climáticas, principalmente pelas suas características físicas, já que as características químicas são passíveis de correção através da calagem e adubação.

Ainda, conforme o autor antes citado, na escolha do tipo de solo é recomendado, relevo suave ondulado a montanhoso, com declives de até 15% para cultivo mecânico; até 30% para o cultivo animal e até 50% para cultivo manual. Segundo relatos dos produtores e dos técnicos do IPA entrevistados, uma parte considerável das terras do município de Taquaritinga tem declividade superior a 15% neste caso não recomendado para o cultivo mecânico.

Todos os outros produtores não usam toda a terra disponível, os motivos podem ser de ordem tecnológica, logística e de escassez de capital. Esses obstáculos não existem para os dois maiores produtores da região.

Segundo alguns relatos tem havido venda de terras para proprietários de empresas do Polo de Confecções, tanto para o cultivo de pastagem, criação de gado como para uso recreativo. Para os agricultores essas novas atividades podem gerar uma forte degradação do meio ambiente,

afetando diretamente a sustentabilidade ambiental da região. O uso de terras para atividades diletantes encarece o seu preço e, conseqüentemente, os custos de produção (preço da terra) tornando a atividade cafeeira mais cara.

Conforme Martins (2003), os custos de uma atividade compreendem os sacrifícios de recursos necessários para desmpanha-lá. Dessa forma ao ocorrer uma maior disputa pela terra principalmente as de menor declive, que são mais propícias o uso de mão de obra, tanto para agricultura como para fins recreativos, o seu custo de aquisição tende a subir devido à maior procura. Contudo, além das dificuldades informadas a terra para ser realmente útil, precisa, necessariamente, ser mobilizada, ou seja cultivada. Entretanto, essa também é uma das grandes dificuldades dos produtores, devido à baixa oferta de mão de obra para o cultivo.

É possível inferir que a terra é ao mesmo tempo uma força para os produtores, devido à possibilidade do aumento da produção nas terras ainda não utilizadas, e uma fraqueza devido à geografia desfavorável (terras íngremes).

#### **5.1.1.1.2 Qualidade da terra disponível e o uso de adubos e defensivos agrícolas**

Segundo os técnicos do IPA, o solo do local é propício a produção do café, porém precisa de correções. Consoante esses especialistas, os produtores não fazem análise do solo e também não realizam a correção da maneira devida. Para os técnicos, além da adubação com estrume de animais, o solo necessita de uso de calcário, pó de rocha e os produtores poderiam fazer compostagens em suas propriedades, porém não realizam. Para F. A Souza *et al* (1986), a calagem (calcário) para corrigir o solo é pratica essencial na maioria dos solos onde se cultiva café no estado de Pernambuco, exceção feita a pequenas áreas férteis de Triunfo e Taquatinga do Norte.

Ainda segundo F. A Souza *et al* (1986), a prática da calagem era pouco difundida no Estado de Pernambuco, em vista das lavouras estarem sobre solos predominantemente ácidos ou desgastados, pelo cultivo intenso. Recomendar-se-ia a sua adoção imediata. Essas afirmações contradizem em parte o que foi informado pelos técnicos do IPA, porque segundo F. A Souza *et al* os municípios de Triunfo e Taquaritinga do Norte são exceções no qual existem áreas com solo bastante férteis sem a necessidade da calagem.

A preservação da fertilidade do solo de algumas áreas de Taquaritinga pode ser explicado, pela manutenção da floresta em face a necessidade do sombreamento do café produzido na região, fazendo com que o meio ambiente e o solo, em particular, seja menos degradado.

As dificuldades apontadas pelos produtores para a adubação e a possível calagem são: escassez de mão de obra, os custos para adquirir os adubos e fertilizantes, os custos e a falta de serviços de órgãos governamentais que viabilizem a análise do solo. No máximo, fazem tratamentos culturais como podas e capinagem, muitas vezes em quantidades menores que as recomendadas.

Apenas alguns produtores produzem seus próprios adubos e fertilizantes nas quantidades necessárias ao cultivo do café através da criação animal e do uso de compostagem. Outra parte precisa comprar o adubo, esterco ou compostagem por cerca de R\$ 350,00 um caminhão de aproximadamente de 3 mil kg o que representa um custo significativo para a maioria dos pequenos produtores. Outros produtores também criam animais, mas em menor escala para a produção de adubo. De forma geral, a criação desses animais, pelos pequenos produtores, também foi prejudicada na região devido à longa estiagem, o que dificultou ainda mais o acesso ao adubo.

Foi observada a existência, em uma das propriedades, que além de ter animais, também faz o uso de compostagem de restos vegetais e lixo orgânico para fabricação de adubo. Esse exemplo poderá ser melhor investigado (custos e mão de obra) para que possa ser propagado pela região.

Os agricultores relatam que o arábica típica, devido ao cultivo sombreado protege a biodiversidade diminuindo a propagação das pragas, não necessitando o uso de defensivos agrícolas sintéticos ou biológicos. Na pesquisa, observamos que apenas um dos produtores usa tecnologias ambientais para o controle de pragas.

Quando se analisa a qualidade da terra, pode-se concluir que esta representa uma força, porque existem indícios de o solo ser bom para o cultivo do café. A correção do solo de forma desordenada também pode ser entendida como uma fraqueza, por parte dos produtores, que podem estar fazendo essas correções usando quantidades não recomendadas de adubos orgânicos. Isso pode ser entendido devido à não existência de análise do solo. A oportunidade está relacionada ao possível aumento da produção, caso os produtores conseguissem realizar esse tipo de análise e fizessem as correções necessárias. Conforme F. A. Souza *et al* (1986), os produtores devem fazer o maior esforço possível para realizá-las. Na Fazenda Experimental, em Brejão-PE, em um projeto realizado em 1985, obteve-se aumento de 111% nas duas primeiras safras do cafeiro. Após análises a respeito da qualidade da terra disponível e o uso de adubos e defensivos agrícolas outro fator de produção importante é a mão de obra.

### **5.1.1.1.3 Mão de obra**

Conforme os produtores, a escassez da mão de obra para o cultivo do café foi colocado como um dos principais entraves para a manutenção e possível expansão da produção. A falta de pessoal devido à concorrência direta com o Pólo de confecções e o comércio da própria cidade escasseia e encarece o uso desse recurso local. E esse fator prejudica a produtividade. Por hectare se produz cerca de 10 sacas e, segundo as informações dos produtores, se os tratamentos culturais fossem realizados dentro do padrão, poderiam produzir cerca de 15 sacas por ha, um aumento da produção em cerca de 50%.

Segundo informações dos pequenos produtores, grande parte da mão de obra no cultivo do café é informal e temporária. Para os produtores, além da informalidade, existem as intempéries da própria lida com a terra, que faz com que os trabalhadores prefiram trabalhar no comércio e na produção das confecções, que para eles estão muito mais próximas da legalização trabalhista e tem condições de trabalho menos degradantes.

Outro ponto importante está relacionado à qualidade da mão de obra disponível, que além de escassa, não é qualificada. Não foi observado a existência de centros de qualificação da mão de obra no município. A falta de preparação e, conseqüentemente, a falta de estímulo, diminuem o interesse da mão de obra disponível para o cultivo do café.

No que se refere à mão de obra, além de ter baixa disponibilidade, não existe nenhum estímulo à formação e treinamento. Pode-se entender, também, como uma ameaça, posto que a concorrência de outras atividades pela mesma força de trabalho, pode acarretar o total desinteresse pela atividade cafeeira. Isso tende a aumentar o interesse dos pequenos produtores em deixar a atividade e vender suas terras para outros fins.

Uma oportunidade que poderia ser desenvolvida seria de alguma forma associar a mão de obra do café com a produção de confecções. Esse fato poderia ser impulsionado com a criação de circuitos turísticos que poderiam ser fomentados na região, o que serviria como impulso tanto para a produção de café, como a produção de artigos têxteis ligados direta ou indiretamente a cultura cafeeira da região.

Seguindo o quadro das categorias de análises outro fator relevante quanto aos fatores de produção é o capital disponível no que refere às máquinas, equipamento e recursos financeiros.

#### **5.1.1.1.4 Capital (máquinas, equipamentos e recursos financeiros)**

Observa-se grande dificuldade, por parte dos pequenos produtores, na obtenção de crédito para investimento na produção de café, principalmente em adquirir bens de capital. Grande parte dos produtores não tem acesso à máquinas simples, por exemplo, uma roçadeira à combustível. As de alta complexidade, como moedores industriais de café, separadores de grãos, despulpadora e máquina de torrefação são quase inacessíveis em função da pequena escala de produção e comercialização.

Parte da explicação é apontada pelos técnicos do IPA. Existem linhas de créditos do PRONAF, Banco do Brasil e Banco do Nordeste para os produtores, contudo, é necessário que os produtores apresentem projetos de investimento. Os produtores, por sua vez, alegam que não têm o conhecimento técnico administrativo necessário para elaborar tais projetos. Os técnicos do IPA dizem que o trabalho deles, na região, está ligado apenas ao suporte técnico agrícola e que não têm como atender à demanda de elaboração de projetos que os produtores necessitam para a obtenção de crédito. Para entender a importância do financiamento de equipamentos e máquinas, se faz necessário entender as formas de processamentos de café mais utilizadas no Brasil.

Para Silva *et al* (2013), em Produção de Café Cereja Descascado – Equipamentos e Custos de Processamento, a grande maioria dos produtores de café do Brasil, produz café natural (café coco) enquanto as grandes e médias propriedades passaram a investir em tecnologias para obtenção de um produto de melhor qualidade utilizando a forma de processamento Cereja Descascado (CD).

Ainda segundo Silva *et al* (2013), os tipos de processamentos utilizados para obtenção do café natural (café coco) e Cereja Descascado (CD) são distintos. O café natural é obtido a partir do pré-processamento conhecido como via seca. Quando o café que vem da lavoura, passa somente pelo lavador para a separação do café. Esse processo é obtido por meio da boia dos cafés pela densidade. Os cafés cereja e verdoendos são levados para a secagem e posterior armazenagem. Esse processo afeta a qualidade desse café, é que mesmo com uma grande quantidade de cerejas maduras, a presença de grãos verdes pode ser detectada no teste da xícara, causando redução na pontuação do lote.

Conforme Silva *et al* (2013), apesar de necessitar, aparentemente, de menor investimento inicial no processamento via seca, estudos tem mostrado que o cafeicultor deve pensar seriamente na adoção do sistema via úmida, ou seja, produzir “Cereja Descascado”. Nessa forma de pré-processamento são necessários investimentos, além do lavador utilizado no Café Natural, em

equipamentos como os descascadores e desmuciladores (opcional), sistema SLAR (sistema de limpeza da água residuária) e respectivos acessórios.

Apenas dois produtores tem todo o maquinário necessário à produção do Cereja Descascado (CD) e tem a mão de obra necessária para a produção do café da forma correta. O primeiro dispõe de 30 funcionários com carteira assinada que trabalham diariamente em sua propriedade. O segundo dispõe de alguns funcionários fixos e contrata funcionários avulsos nos momentos necessários aos tratamentos culturais.

Os outros produtores beneficiam o café da forma natural (café coco) quando muito usam uma despoldadora de café da APROTAC, mas não tem equipamentos de separação de grãos e muito menos sistema de SLAR e também não tem a mão de obra na quantidade e qualidade desejada para a produção de café. Este conjunto de limitações levam a desvantagens competitivas acentuadas.

Após discutir a respeito da necessidade de investimentos para conseguir um processamento que garanta uma melhor qualidade ao produto final, chega-se ao entendimento de como é importante que os produtores tenham acesso aos bens de capital (máquinas e equipamentos) e que uma das maneiras para os pequenos produtores obtenham esses bens seria através do crédito bancário.

Pode-se observar pontos fracos que estão relacionados à falta de conhecimento técnico por parte dos produtores e da APROTAC, para obtenção de créditos para investimentos de capital e a falta de apoio de órgãos governamentais como a Prefeitura e Estado.

A oportunidade encontrada está relacionada a possibilidade do acesso ao crédito por partes principalmente dos pequenos produtores individualmente ou através da APROTAC, o que poderia aumentar consideravelmente não só a escala produtiva quanto a qualidade do produto.

Conforme Schumpeter (1934:2010), o crédito é dos elementos básicos para o processo de desenvolvimento econômico e é visto como “um complemento monetário da inovação”. Em particular torna-se um fator necessário ao desenvolvimento, quando as inovações ocorrem por novos empresários que não tem os meios de produção. Dessa forma os bancos tem um papel importante quanto a disponibilização de créditos para aumentar o poder de compra dos empresários possibilitando que as inovações ocorram.

Quanto a ameaça está relacionada a falta de acesso ao crédito que gera a perda de competitividade. Depois de analisar os aspectos relacionados aos fatores de produção baseado no roteiro metodológico segue o processo produtivo.

### 5.1.2 O processo produtivo

Na maior parte das propriedades o plantio, cultivo e tratos culturais são totalmente manuais. A utilização de máquinas é difícil devido ao alto declive em geral. Foi observado entretanto o uso de roçadeiras a combustível em poucas propriedades. A colheita ocorre nos meses de julho a outubro dependendo muito da regularidade das chuvas na região. Relatam alguns produtores que devido à forte seca na região gerou um pequeno desequilíbrio ambiental com reflexo na baixa produção. Devido a esse acontecimento os produtores não sabem dizer se realmente pode ter ocorrido uma verdadeira mudança do clima. Temem que possa afetar as futuras produções.

Praticamente, todos os agricultores não têm sementeiras para fazer a seleção das melhores mudas para plantio, simplesmente deixam alguns frutos caírem ao chão e esperam o crescimento natural e só então transportam as mudas de um lugar para outro. Apenas um dos produtores dispõe de sementeira onde seleciona as melhores mudas para plantar, melhorando assim a produtividade de sua produção e a qualidade de seu cafezal.

Devido à espécie de café cultivado, arábica típica, que não suporta sol pleno, observa-se como uma força quanto para a sustentabilidade ambiental, o uso por parte de todos os produtores de árvores nativas da região do agreste de Pernambuco como jaqueiras, gameleiras, cajazeiras, embaúbas, ingazeiras, camundongo. Como complemento de renda há cultivos associados destinados ao consumo próprio, são culturas comerciais de bananeiras, laranjeiras, macaxeira, inhame e outras culturas de subsistência. Essa visão sistêmica do processo produtivo é visto pelos proprietários de terra na região como um diferencial da cidade de Taquaritinga do Norte que consegue manter grande parte da floresta nativa praticamente preservada.

A colheita ocorre entre os meses de julho a outubro onde é feita de forma totalmente manual com auxílio de balaios amarrados à cintura. Apenas dois proprietários (os maiores) informaram que não tem dificuldade em conseguir a mão de obra, um porque tem um quadro fixo de funcionários e outro porque dispõe de recursos financeiros para contratar os trabalhadores no momento necessário.

Quanto ao beneficiamento parte considerável dos produtores faz o beneficiamento tipo café natural ou seja “via seca”, secando o café ao sol e depois quando possível despolpando-o com uso de uma despolpadora da APROTAC, isso quanto aos pequenos produtores. Porém os dois grandes produtores da região tem grandes áreas para secagem e máquinas para despolpar e separar os grãos usando o tipo de beneficiamento Cereja Descascado (CD), sendo que um deles dispõe de estufas para garantir uma secagem mais eficiente. Esse diferencial garante a esses dois

produtores uma melhor qualidade do produto e a diminuição relativa dos custos de produção devido a possibilidade da produção em maior escala em relação aos pequenos produtores.

Após o beneficiamento do café os pequenos produtores armazenam sua produção em pequenos depósitos sobre estrados de madeira envazados em sacos virgens. Segundo relatos dos produtores a produção individual não ultrapassa a 10 sacas de café por hectare/ano.

A necessidade do uso de sacos virgens é uma exigência para a garantia da qualidade do café orgânico e um dos itens de avaliação dos órgãos certificadores de produção orgânica como o IBD. Todos os produtores tem espaço de armazenagem. Os que não têm, vendem a produção, logo após a colheita a compradores interessados. Foi possível constatar que dois produtores maiores dispõem de melhores e maiores condições de armazenamento o que dá a eles outra vantagem competitiva. Esse diferencial tecnológico dos maiores produtores deve-se as outras atividades realizadas em sua propriedades, como a criação de animais, onde conseguem assim gerar renda e acumular o capital necessário, para a construção de espaços mais adequados para armazenagem do produto.

Uma outra força quanto ao processo produtivo está relacionada a obtenção das mudas diretamente na propriedade a um custo muito baixo. A fraqueza em decorrência é que os produtores não conseguem selecionar as melhores mudas o que poderia garantir o aumento de produtividade além de um produto de melhor qualidade. Apenas um produtor tem esse diferencial, o que gera para ele uma grande vantagem competitiva frente aos demais. Esse é um exemplo de oportunidade, quando medidas simples e baratas, um exemplo de como assistência técnica local adequada aos os pequenos produtores poderia trazer-lhes grandes benefícios.

Quanto à colheita é vista como um ponto fraco de modo geral a todos os produtores. A geografia do terreno impossibilita o uso de máquinas, havendo a necessidade da colheita fruto a fruto, porque, muitos não tem, separador de tamanho e qualidade. Apenas, os dois maiores produtores, dispõem dessa condição o que garante melhor qualidade no café produzido conforme Silva et al (2013), por fazerem uso do beneficiamento “via úmida” Cereja Descascado quando usam máquinas para a separação automática dos melhores grãos colhidos.

O beneficiamento como já mencionado é visto pelos pequenos produtores como um ponto fraco, porque usam as mesmas técnicas culturais há décadas. Secam o café em pequenas áreas e usam apenas uma máquina de despolar o café, que pertence a APROTAC, mesmo usando uma máquina de despolar quando é possível.

Em uma primeira análise a armazenagem pode ser vista como uma força. Praticamente todos os produtores tem local para armazenar, porém quando comparamos com os dois maiores produtores da região pode-se concluir como uma fraqueza para os pequenos produtores devido a

grande diferença das estruturas existentes. O ponto fraco apontado é que o café somente suporta seis meses de armazenagem *in natura* conforme informações dos produtores.

Quanto ao processo produtivo como todo é possível observar a oportunidade dos produtores terem acesso a novas tecnologias, através da utilização de técnicos e engenheiros advindos de ONGs que seriam demandadas pelos produtores da região ou através de alguma parceria junto a prefeitura de Taquaritinga do Norte.

Como forte dificuldade ou ameaça ao processo produtivo na região observa-se limitações orçamentárias dos órgãos governamentais para conseguir, mão de obra técnica especializada, para apoiar os produtores, o que dificulta muito o surgimento de novas técnicas agrícolas, que nasceriam do processo inovativo.

Outra forte ameaça ao processo produtivo do café na região, esta relacionado a falta de escala produtiva, o que tende a encarecer a mordenização do processo de beneficiamento e armazenagem, principalmente quando se analisa os pequenos produtores, que em sua maioria trabalham de forma isolada.

### **5.1.3 Qualidade do produto**

Corforme Rezende *et al* (2007), fatores ligados as características físicas e a composição química do café são influenciados por fatores de diversas naturezas genéticos, ambientais, nutricionais, manejo da lavoura, colheita e preparo dentre outros.

Ao analisar a qualidade do café de Taquaritinga do Norte pelo âmbito do aspecto génético pode-se entender como um pontencial um ponto forte por ser uma espécie de café (Arábica Típica) rara remanescente dos primeiros cafézais que chegaram ao Brasil em 1727, isso o concerne um sabor diferenciado devido ao diferente grau de acidez, por ser cultivado sob sombras das arvores.

A qualidade do café está relacionada diretamente à consevação do meio ambiente. Com isso o solo consegue uma fertilidade diferenciada, em relação a outras espécies de café. O que favorece a não propagação de pragas devido a manutenção do meio ambiente.

Porém um dos pontos fracos esta relacionado a produção dos pequenos produtores que usam a “via seca” conforme já comentado. Os dois maiores produtores vendem o produto dentro de um padrão aceitável usando o beneficiamento, Cereja Descascados quando somente os melhores grãos são utilizados. Isso é possível devido ao investimento realizado em máquinas e equipamentos específicos para a produção de café.

Quanto a qualidade percebida os produtores de café entendem que os clientes valorizam o café produzido na região. A certificação e a conformidade do produto perante a órgãos, como foi em passado recente com o IBD, é muito importante para produção de café na região. Para os agricultores a população percebe a qualidade do café produzido. O café sombreado garante à bebida um sabor mais suave quase que achocolatado, em conformidade com os relatos do Instituto Agrônomo de Campinas o IAC.

O café produzido em Taquaritinga já teve sua produção certificada junto ao IBD até o final do ano de 2010. Foi solicitada a suspensão dessa certificação devido a ausência de produção por causa da seca, dado ao crescimento relativo dos custos de certificação versus volume produzido. A APROTAC junto com a Prefeitura de Taquaritinga entendem que é importante para a região a certificação. Os técnicos do IPA, que já estão na região há muitos anos, garantem que os consumidores valorizam a qualidade do café produzido na região bem como a certificação do produto, atualmente suspensa.

Essa posição todavia, não é unânime, um dos grandes produtores da região, que atualmente não faz mais parte da associação, simplesmente entende que a certificação junto ao IBD é desnecessária. Esse produtor vende parte de sua produção *in natura* aos japoneses que vão sistematicamente à propriedade para garantir que o processo produtivo esteja dentro das especificações desejadas pelo comprador.

Conclui-se que a qualidade do produto na região é uma força porque existe o reconhecimento da população. Contudo, para consumidores mais exigentes de outras regiões do país, a falta da certificação atual pode ser vista como um entrave na garantia da qualidade do produto orgânico da região.

Quanto a oportunidade caso existisse o interesse governamental local ou de órgãos internacionais em fomentar a padronização da produção, com base nas normas de produção orgânica, poderia dessa forma aumentar o interesse dos pequenos produtores na produção do café na região.

Porém essa mesma oportunidade é ameaçada pela falta de organização da APROTAC o que pode gerar uma percepção distorcida por parte de possíveis investidores quanto a produção local de café.

#### 5.1.4 Logística

Conforme Ballou (1993), um sistema logístico eficiente permite que uma região geográfica tire proveito de suas vantagens inerentes pela especialização dos seus esforços produtivos. Então ao analisar os aspectos ligados à logística, tanto dos insumos de produção quanto do produto para beneficiamento e armazenagem os mesmos são considerados precários. Foi observado que os produtores tendem a trabalhar de forma totalmente individualizada. A esse fato deve-se a ineficiência da gestão logística.

Um exemplo da falta de uma gestão logística, está no local em que as máquinas de moer e torrar café foram instaladas, que se encontra na propriedade de um dos produtores, localizada em um dos pontos mais altos da cidade, o que dificulta muito o acesso em períodos chuvosos, principalmente para os pequenos produtores. Esse fato pode ser visto como uma forte ameaça ao processo produtivo. Devido à falta de caminhões por parte da associação os próprios produtores tem que levar sua produção para ser beneficiada.

Conforme informação do presidente da associação a decisão de instalar essas máquinas em um dos pontos mais altos de Taquaritinga, ocorreu por causa da falta de opções. Apenas um dos produtores da região ligado a APROTAC disponibilizou sua propriedade para tal fim, onde conforme o entendimento da Prefeitura de Taquaritinga, existe estrutura e condições de higiene mínimamente adequadas.

Dessa forma a gestão logística é observada como um ponto fraco e ao mesmo tempo uma oportunidade de redução de custos se fosse modificado o local de instalação das máquinas recém compradas.

Um dos pontos fracos notados no momento da colheita diz respeito a não utilização de instrumentos simples como cordas e roldanas no transporte, do café cereja colhido, desde as propriedades até os locais de secagem. Os produtores colhem o café em balaios e carregam os sacos de café cereja as costas até os locais de secagem para posteriormente serem despolpados.

Observa-se que para a maioria dos pequenos produtores tudo que está relacionado ao transporte do produto, do pós colheita até os locais de secagem e armazenagem é feito de forma manual, o que faz com que a mão de obra já precária cobre um sobrepreço em relação ao que é cobrado nos tratos culturais. Segundo informações dos proprietários para a capinagem e poda os trabalhadores cobram cerca de R\$ 50,00 a diária, em período de colheita esse valor pode chegar até R\$ 160,00 o dia de trabalho.

Alguns produtores tem transporte próprio o que gera um diferencial para eles, mas essa realidade não é para todos, principalmente nas menores propriedades. Porém pode-se entender

que o fato dos dois grandes proprietários terem caminhões e usarem em suas propriedades o que eles chamam de estradas de curvas de nível é visto como uma força para a sustentabilidade futura da produção do café na região. Essas estradas conforme observado são construídas de forma a reduzir, os efeitos do declive do terreno e ajudar na passagem dos caminhões, para o transporte do café produzido e por fim, evitar um maior desgaste dos trabalhadores no momento de colheita.

Observa-se vários pontos fracos quanto aos aspectos ligados à logística da produção como os já apontados. Porém é possível vislumbrar oportunidades caso a gestão logística da produção melhore com o suporte técnico adequado aos produtores, o que poderia fazer com que a mão de obra possa se interessar mais pela produção, com o uso de estradas de nível e o uso de roldanas com cordas para transporte da produção através do terreno íngreme.

Após análise dos dados apresentados nas categorias de análise relacionadas ao primeiro objetivo específico, pode-se entender que as dificuldades para a manutenção de uma produção constante e sustentável do ponto de vista econômico, social e ambiental está comprometida. A falta de apoio efetivo da APROTAC, bem como suas próprias dificuldades de gestão, e o trabalho isolado dos produtores quanto ao processo produtivo e a logística se constituem limitantes para que haja o aumento da produção e a redução dos custos.

Um dos pontos sérios e vistos como importante pelos membros da associação está relacionado à perda da certificação da APROTAC que está suspensa junto ao Instituto Bio Dinâmico – IBD. No entendimento da maioria dos produtores esse fato gera desconfiança por parte dos clientes quanto o real uso de métodos orgânicos de produção. Porém existe uma grande oportunidade que esta relacionada a recertificação e a possibilidade da existência de circuitos de ecoturismos demonstrado a importância do café produzido na região no que tange a sua relevância na preservação da floresta e quanto o seu apelo histórico e cultural na região.

E quanto ao aspecto ambiental o que pode ser visto como uma das maiores ameaças a produção do café esta ligada compra de terras por parte de pessoas não relacionadas à agricultura familiar e produção de café arábica típica. Esse movimento mais recente se dá em função do uso das terras para plantação de capim para o gado e recreação.

Esse fato gera outra grande ameaça ao meio ambiente, conforme os produtores, que é a diminuição da proteção natural da vegetação próximas aos mananciais hídricos, aumentando a erosão e o possível desaparecimento de algumas nascentes.

Sendo assim a produção do café além de ser uma fonte de renda para os pequenos agricultores tem outros pontos fortes que é sua ligação com a conservação ambiental e o aspecto social ao gerar renda na localidade mantendo as famílias em suas terras.

Pode-se entender que o café analisado, no tocante a sustentabilidade ambiental de sua produção - desde que mantida a primazia de sua produção, é visto como viável. Quanto a sustentabilidade econômica carece de investimentos por parte dos produtores de forma individual ou coletiva, para melhorar a qualidade do produto produzido pelos pequenos produtores o que geraria maior rentabilidade. Quanto ao aspecto da sustentabilidade social é importante que exista uma maior integração entre os produtores para garantir a continuidade da produção principalmente no que se refere ao estímulo a gerações futuras em continuar com o cultivo e o incentivo da mão de obra para trabalhar na lavoura.

## **5.2 A influência da governança da comercialização para a sustentabilidade do café.**

### **5.2.1 Cadeia Produtiva, ambiente institucional e organizacional.**

Conforme Ritzman & Krajewski (2004), a cadeia produtiva do café, indica uma sequência, estágios de fluxo de materiais e processos para processamento de produtos e serviços realizados por diversas empresas, em diferentes etapas do fluxo.

Farina e Zylbersztajn (1998), referem-se à coordenação ou governança como o processo de transação de informações, estímulos e controles ao longo da cadeia produtiva de forma a responder mudanças no ambiente competitivo.

Segundo Williamson (1985), essas transações estão relacionadas aos arranjos institucionais, que diferem entre si, principalmente, quanto à eficiência em custos de transações. Ou seja, ainda conforme o autor, ao conhecer as dimensões significativas das transações é possível prever os arranjos institucionais. Os atributos são responsáveis por suas dimensões, definindo as características básicas, que são a frequência, a incerteza e as especificidades dos ativos (WILLIAMSON, 1985). Para Zylbersztajn (2000), a frequência indica a quantidade de vezes que determinadas transações ocorrem entre os agentes. A relação contratual entre duas partes é diretamente influenciada por esse atributo, uma vez que surgem formas contratuais alternativas através de diferentes frequências de transações.

Ao analisar os aspectos relacionados às frequências das transações, esta coordenação não é visível na cadeia produtiva de café orgânico de Taquaritinga, o que pode acarretar custos de transação elevados devido à falta de contratos formais. Esses contratos formais são a legalização da gestão e governança da produção em documentos e contratos que assegurem ou minimize os riscos da produção para os agricultores.

Zylbersztajn (2000) considera que a repetição de uma transação permite a criação de uma reputação, gerando, assim, a diminuição dos custos de transação, uma vez que permite a existência de cláusulas de salvaguardas contratuais, o que reduz o custo de preparar e monitorar os contratos.

Os pequenos produtores de café de Taquaritinga e a própria APROTAC não tem contratos formalizados para a venda da produção. Os produtores ficam sujeitos às condições e aos preços estipulados pelos dois maiores produtores da região. Diferenças de recursos disponíveis entre os grandes e pequenos produtores reduzem o poder de barganha desses últimos para negociar com os dois principais compradores e, conseqüentemente, aumentam-lhes os custos de transação. Não

existe a ação efetiva das instituições como a APROTAC para garantir condições mínimas contratuais para a venda da produção.

Um fator importante relacionado aos custos de transação é o fato de o café produzido em Taquaritinga do Norte – PE ter como um dos seus pontos fortes a especificidade física do café produzido na região. O café Arábica Típica consoante relatos dos produtores locais, é cultivado no Brasil apenas em duas regiões, em Pernambuco e no Ceará, o que faz com que esse produto se torne raro. Essa especificidade pode explicar o porquê dos grandes produtores, ao invés de comprarem os grãos de café de outras regiões, preferem produzir o café Arábica Típica.

Uma das principais estratégias utilizadas para enfrentar obstáculos, principalmente devido à falta de segurança jurídica, é a verticalização da produção. Harrison (2005) define a verticalização como sendo uma estratégia de crescimento na qual a organização se envolve em mais de um estágio na cadeia suprimento de uma cadeia produtiva. Ensina Britto (2002) que ela é também conhecida como integração vertical, podendo se concretizar através de duas formas: a verticalização para trás, quando a organização entra em estágios produtivos anteriores àquele já dominado por ela, e a verticalização para frente, quando a organização incorpora estágios produtivos posteriores àquele já dominado por ela.

Quando analisamos os dois grandes produtores em Taquaritinga, observamos que um deles praticamente verticaliza toda a produção, para frente e para trás, ou seja, produz praticamente tudo que vende, sem precisar de intermediários. Utiliza inclusive a embalagem e venda da produção ao consumidor final. O outro grande produtor também tem um alto grau de verticalização, porém compra grande parte do excedente do mercado dos outros membros da APROTAC, o que reduz a sua verticalização para trás, porém quanto à verticalização para frente, o mesmo domina o processo de embalagem e beneficiamento do produto para venda ao consumidor final. Ao adotarem essas estratégias os dois maiores produtores locais sinalizam como dominantes da governança local, da produção até a comercialização intermediária ou final.

Os pequenos produtores, de maneira geral, pode-se concluir que têm um baixo grau de verticalização, vendendo grande parte de sua produção a intermediários. A Associação não cumpre o seu papel de articulador de compradora de insumos e vendedora dos produtos para desenvolver de modo a inserir os pequenos produtores em um processo de maior verticalização. Conflitos entre interesses de líderes entre aspectos coletivos e particulares parecem determinar comportamentos dessas lideranças que acabam por refletir na determinação das estratégias.

Um das estratégias que poderia ser adotada pela APROTAC seria o gerenciamento para compra de insumos em lotes, o que poderia reduzir os custos para os pequenos produtores. Os líderes da APORTAC justificam a falta de estrutura da associação, alegam que mesmo que

conseguissem comprar insumos em grande quantidade, não teria como armazenar e posteriormente transportar aos produtores - um problema na esfera da logística.

Os agentes públicos tem pouca atuação para viabilizar a produção do café. Não existem linhas específicas de financiamento. Segundo os produtores, o que existe é o PRONAF, contudo informam que têm muita dificuldade na obtenção desse crédito. As justificativas quanto às dificuldades em obtenção desse crédito, deve-se a necessidade de apresentação de projetos de investimento e custeio, os produtores alegam não ter capacidade técnica e administrativa para desenvolver tais projetos.

Os produtores, em sua maioria, informam que a Prefeitura de Taquaritinga do Norte não os apoia da forma que eles desejavam. Relatam que existe apenas uma feira de produtos orgânicos por ano e que a Prefeitura da cidade cede à APROTAC uma pequena sala na sede da Prefeitura. Consoante os membros da diretoria da APROTAC, a Associação necessitaria de uma área mais ampla para colocar as máquinas de moer e torrar café recém-adquiridas, junto a um dos membros.

Segundo o Presidente da APROTAC, a necessidade de uma sede maior e com estrutura é muito importante, principalmente para os produtores de pequeno porte que tem muita dificuldade para transportar sua produção até o local onde as máquinas estão localizadas, que além de distante se torna de difícil acesso em períodos chuvosos.

Outros produtores ligados à associação informaram que já houve atuação de órgãos públicos como o SEBRAE, que montou um projeto treinando os produtores de café quanto a conhecimentos ligados à comercialização e às estratégias de marketing, auxílio jurídico e empresarial.

Também relataram palestras e acompanhamentos técnicos oferecidos pelo IPA, contudo de forma limitada, porque segundo eles, são apenas dois técnicos que não conseguem atender toda a demanda da região. Os técnicos do IPA reclamam do fato da prefeitura não ter nenhum agrônomo ou um técnico agrícola, ligado à secretaria de agricultura do município, o que dificulta muito uma ação conjunta entre o estado e o município.

Conforme relatos dos produtores, depois de muito tempo a APROTAC parece querer minimizar um pouco os problemas a sua passividade. A associação quer adquirir duas máquinas, uma para torrar e outra para moer os grãos de café, o que pode fazer com que a qualidade do produto final melhore para os pequenos produtores, agregando valor ao produto acabado, dentro da cadeia produtiva.

Contudo a passividade da APROTAC além da dificuldade da associação viabilizar trabalhos de forma cooperada entre os associados se perpetua, devido à própria cultura de muitos membros

da associação, que preferem trabalhar de forma individualizada, o que dificulta muito ações conjuntas e a elaboração de um planejamento estratégico, que possa gerar resultados no médio e longo prazo.

#### **5.2.1.1 Agregação de valor na cadeia e sustentabilidade econômica**

Faz-se aqui uma demonstração comparativa de ganhos quanto à agregação de valor para os pequenos produtores. Para demonstrar a importância de apenas uma das etapas de agregação de valor na cadeia produtiva, foram calculados custos, com base em informações dos produtores. Com esses dados foi possível encontrar os custos de produção em uma propriedade com 1 ha e o valor líquido (Receitas - Custos) obtido apenas com o café em uma propriedade em que todo o processo é manual. Esses dados demonstram a necessidade do cultivo do café em conjunto com outras culturas. E quando avaliamos o *payback* do investimento referente à compra de um ha de terra, que, segundo informações dos proprietários, em média custa R\$ 10.000,00, o produtor levaria mais de 16 anos para reaver o investimento com o rendimento apenas do café produzido, quando vendido totalmente *in natura*.

Segundo Motta e Calôba (2002), de forma geral, quanto mais alongado o prazo de retorno do investimento, ou *payback*, menos interessante ele se torna para o investidor. O *payback* pode ser utilizado como referência para julgar a atratividade relativa das opções de investimento, na medida em que representa o período médio de retorno do capital, quanto maior for este período mais exposto às incertezas, ao longo do tempo, estará o projeto e, por conseguinte, menos atraente será o mesmo.

Nesse ponto de vista parece claro que um período de 16 anos para o retorno de um investimento para um pequeno produtor, pode ser visto como pouco atrativo, trabalhar com o café sem nenhuma agregação de valor.

**Tabela 6** - Custo de produção para 1 ha com apenas um trabalhador *café in natura*

<b>Custos para produção de 1 há</b>			
<b>Agricultura - pequena propriedade</b>			
<b>Tratos culturais</b>	<b>Dias de trabalho</b>	<b>R\$</b>	<b>Total R\$</b>
Plantio e roçado	13	50,00	650,00
Capinagem (sem uso de roçadeira)	10	50,00	500,00
Colheita e transporte do produto ao armazém	10	160,00	1.600,00
Secagem/Beneficiamento e sacaria	1	133,00	133,00
<b>Custo total ha/ano</b>			<b>2.883,00</b>

<b>Receita Anual</b>			
	<b>Sacas 60 kg</b>	<b>R\$ Preço de venda in natura</b>	<b>Vlr R\$</b>
<b>Produção média 1 ha/ano</b>	<b>10</b>	<b>350,00</b>	<b>3.500,00</b>
<b>Resultado Líquido</b>			
<b>Valor R\$ líquido ao ano (Receita - Custos)</b>			<b>617,00</b>

Fonte: Dados levantados na pesquisa

Quando avaliamos esses mesmos dados considerando o investimento em uma máquina para torrar o café e com a separação dos grãos, ainda de forma manual pode-se chegar aos seguintes cálculos: o investimento da máquina para torrar o café de R\$ 8.000,00.

Para que um produtor com apenas 1 ha consiga atingir o *payback* de um investimento total de R\$ 10.000,00 da terra mais R\$ 8.000,00 do valor de compra da máquina para torrar o café esse produtor levaria aproximadamente um pouco mais de 3,8 anos para obter o retorno do investimento em função do valor a ser agregado ao produto em consequência da compra dessa máquina.

Através desse exercício pode-se concluir que a agregação de valor na cadeia produtiva do café pode reduzir substancialmente o tempo de retorno do investimento, aumentando assim a atratividade pelo cultivo do café na região. Além do tempo de *payback* ser bem menor, no que se refere a rentabilidade, o ganho com a agregação pela segunda simulação possibilitaria aos produtores um aumento de 759,16%. Vide tabela 7 abaixo.

Porém esse conjunto de atividades agregadas ao segundo exemplo só é realizado pelos dois maiores produtores. Devido a falta de capital e a baixa produtividade da maioria dos produtores,

ter acesso a todo o maquinário para a produção de café se torna inviável. Esse fato faz com que os pequenos produtores tenham que vender praticamente toda a produção basicamente *in natura*, enquanto ficam à espera que a APROTAC consiga colocar em funcionamento uma completa estrutura de beneficiamento.

**Tabela 7 -** Custo de produção para 1 ha com apenas um trabalhador café torrado em grãos.

<b>Custos para produção de 1 há</b>			
<b>Agricultura pequena propriedade</b>			
<b>Trato cultura</b>	<b>Dias de trabalho</b>	<b>R\$</b>	<b>Total</b>
Plantio e roçado ano	13	50,00	650,00
Capinagem (sem uso de roçadeira) ano	10	50,00	500,00
Colheita e transporte do produto ao armazém ano	10	160,00	1.600,00
Secagem/Beneficiamento e sacaria ano		133,00	133,00
Torrar 10 sacas de café de 60 kg		500,00	500,00
Sacaria café torrado (10 sacos)		133,00	133,00
Custo fixo Depreciação das máquinas ano		800,00	800,00
<b>Custo total (1)</b>			<b>4.316,00</b>
<b>Receita anual</b>			
	<b>Sacas 45 kg</b>	<b>R\$ Preço de venda café torrado maio/2014</b>	<b>Vlr R\$</b>
<b>Receita com a Produção média 1 há (2)</b>	<b>10</b>	<b>900,00</b>	<b>9.000,00</b>
<b>Resultado líquido</b>			
<b>Valor R\$ líquido ao ano (2-1)</b>			<b>4.684,00</b>

**Fonte:** Dados levantados na pesquisa

A oportunidade de agregar valor pela associação ao comprar máquinas vem contraposta em função do local onde essas máquinas foram instaladas. Essas ficam em um local afastado, alto e de difícil acesso no município. Outro problema está na baixa produtividade por conta de atrasos na torra e na moagem do café gerando insatisfação por parte dos produtores.

No levantamento realizado junto aos produtores foi observado que o preço estipulado para torrar e moer uma saca de 60 kg de café ficou em torno de R\$ 50,00 para torrar e R\$ 50,00 para moer o grão processos realizados nas máquinas adquiridas pela APROTAC. Entretanto, para alcançar esses valores não foi observado nenhum método financeiro, contábil ou de custos.

Também foi percebido outro problema que se relaciona à legislação trabalhista o que pode gerar um futuro risco porque o funcionário a ser utilizado nesse processo pertence à propriedade onde as máquinas estão instaladas, sem nenhum vínculo com a APROTAC.

Após analisar os aspectos relacionados à cadeia produtiva quanto ao ambiente institucional e organizacional, é possível entender que existem várias fraquezas e que as organizações públicas deixam muito a desejar no apoio aos produtores. Existe um total desconhecimento de planejamento quanto à cadeia produtiva por parte dos pequenos produtores. A APROTAC não proporciona encontros voltados a planejar ações conjuntas entre prefeitura e órgãos governamentais como o IPA e o SEBRAE.

Com isso, a viabilidade da produção por parte dos pequenos produtores fica comprometida porque não incorpora possíveis os ganhos na cadeia produtiva do café, ocorrendo, assim, uma centralização da governança da produção nas mãos dos dois principais produtores. Esse aspecto pode ser visto como uma ameaça à produção futura pela falta de estímulo por parte dos pequenos produtores em continuar produzindo. Porém, pode também ser visto como uma oportunidade caso a APROTAC passe a realizar o seu papel que é gerar agregação de valor para os pequenos produtores.

Finalmente, pode-se afirmar que os dois maiores produtores da região dominam a governança da produção e parte importante da comercialização do café arábica típico de Taquaritinga. Esse papel também poderia ser compartilhado pela APROTAC caso conseguisse gerar a estrutura necessária aos pequenos produtores, tanto para a produção como auxiliando na comercialização do produto.

## **5.2.2 Comercialização**

### **5.2.2.1 Canal de comercialização e estratégia comercial**

Os canais de comercialização tem papel importante na viabilização do processo de comercialização. Kotler (1998) entende que os canais de comercialização são conjuntos de organizações que se envolvem em um processo para tornar um produto ou serviço disponível para o uso ou consumo.

Ao analisar os aspectos relacionados ao canal de comercialização para a venda do café produzido em Taquaritinga do Norte, chega-se ao entendimento que existe o domínio de dois produtores, no que se refere à venda do produto ao consumidor final.

Existe um diferencial por parte dos dois maiores produtores desde o cultivo até o processo de torra do café e embalagem. A embalagem utilizada por esses produtores é apropriada para a comercialização do café, elas são valvuladas e em alumínio o que evita a perda de qualidade e a possibilidade do cliente sentir o aroma do café. Um dos produtores consegue embalar seu produto a vácuo. Esse diferencial dos dois produtores é obtido tanto pela qualidade diferenciada por utilizarem o processo de beneficiamento Cereja Descascado, quanto por terem um volume de produção bem superior aos outros produtores.

Além de terem esse diferencial os dois principais produtores usam estratégias bem traçadas para alcançarem o mercado consumidor. Conforme Mintzberg (2003), estratégia pode ser definida como sendo um modo de pensar no futuro de forma integrada gerando um processo decisório, gerando procedimentos formalizados e articulados em busca dos melhores resultados.

Não foi possível ter acesso à existência a planejamentos estratégicos de comercialização na forma documental de maneira formalizada. Contudo foi possível observar na pesquisa que o principal produtor tem a estratégia de vender seu produto tanto no mercado interno quanto no externo, ele entende que o produto tem como principal diferencial, sua qualidade, por isso escolhe bem quais são seus clientes principalmente no mercado nacional. Esse produtor afirma que devido à irregularidade da produção e a recente seca, a quantidade de café disponível esta muito baixa gerando escassez do produto.

O produtor que vende somente para o mercado nacional tem seu produto acondicionado em embalagens de alumínio, valvuladas e a vácuo o que esta dentro do melhor padrão para a venda de café. Esse produto é comercializado em alguns restaurantes regionais de Recife-PE e em cafeterias elegantes dessa cidade. Esse produtor dispõe de dois tipos de torra, a tradicional (média) e a torra forte.

Esse mesmo produtor, no mercado externo, vende seu produto *in natura* a compradores japoneses. O cliente japonês visita a propriedade, pelo menos a cada dois meses, para certificar que a produção e o beneficiamento estão dentro dos padrões internacionalmente aceitos. O café exportado após ser beneficiado pelo cliente japonês é vendido no Japão com o nome de café Pernambuco, agregando um dos aspectos relacionados aos cafés especiais que é a origem do estado e país produtor.

O outro produtor vende seu produto basicamente em Taquaritinga do Norte e nas cidades vizinhas aos varejistas: mercearias, mercadinhos e padarias. Conforme a pesquisa realizada existe uma boa aceitação do seu produto no mercado local. Esse produtor tem constantes reuniões com os consultores do SEBRAE com o intuito de melhorar a qualidade do seu produto de forma contínua. O produto é comercializado em uma embalagem de alumínio com válvula, porém não é a vácuo, o fato de não ser a vácuo não faz com que o produto perca tanta qualidade devido o uso da válvula. Porém um dos pontos fracos em relação à embalagem utilizada pelo seu principal concorrente está na forma de impressão dos dados do produto onde o prazo de validade não é impresso, fazendo com que o produtor tenha que escrever a caneta esferográfica de forma manual, o que segundo o próprio produtor gera certa desconfiança por parte dos clientes, principalmente quando o produtor comercializa fora de Taquaritinga. Outro ponto fraco em relação a sua concorrente esta no fato de que o produtor faz apenas um tipo de torra - a média, que segundo ele é a preferida pelos seus clientes.

Esse produtor detém o monopólio de venda sobre a única cafeteria da cidade. Para garantir o fornecimento do produto esse produtor produz em uma área equivalente a 23,6 ha e compra também o produto *in natura* de outros produtores para beneficiamento. Esses dados demonstram a força desse produtor quanto ao domínio da governança da comercialização do café dentro da cidade de Taquaritinga do Norte, e no que se refere ao acesso à produção dos pequenos membros da APROTAC. O fato de o produtor fazer parte da associação pode ser visto como um diferencial importante por estar em constante contato com os outros agricultores em reuniões da APROTAC.

Foi observado, a existência de outros dois produtores de menor porte que vendem a sua produção. Porém ao não terem as máquinas apropriadas para moer e torrar o café faz com que não agreguem valor de forma verticalizada, tendo que recorrer a terceiros podendo ser um dos grandes produtores ou a torrefadores artesanais para realizar esse processo o que prejudica a garantia da qualidade do produto. Outro problema está em não usarem embalagens apropriadas para a comercialização do café, o que faz que o produto perca o aroma característico, em pouco tempo. Esses produtores usam embalagens simples de plástico de baixa resistência sujeitando a

possibilidade de contaminação externa. Um dos produtores ainda tenta utilizar uma embalagem de estopa com gravações impressas para identificar seu produto, contudo a embalagem interna utilizada é de plástico conforme já mencionado.

O outro desses produtores consegue vender seu produto em Taquaritinga, nas cidades vizinhas e na CEASA Recife-PE, mesmo com torra manual o que não garante a qualidade, porque quando a torra é manual o sabor de cada lote de café produzido, será sempre diferente. Esse problema faz com que não seja possível identificar que tipos de torra foram utilizadas se média, forte ou se o café não alcançou o ponto ideal para o consumo. Além desses pontos fracos já mencionados, sua produção é bastante limitada por ter apenas 4 ha de terra cultivada com café.

Quanto aos demais produtores, praticamente todos vendem seu produto *in natura*. A maioria vende sua produção para os dois maiores produtores. Um dos grandes produtores, ao comprar o café *in natura*, vai até a propriedade dos pequenos produtores fazendo com que eles não tenham o custo do frete e compra toda a produção, sem separar, independentemente de o café ser todo cereja, ou seja, maduro ou não.

O outro grande produtor que exporta seu produto para o Japão, por sua vez, compra o produto, contudo, exige que seja transportado até a sua propriedade e, após passagem nas máquinas de separação de grãos, devolve o café que não seja o cereja, ou seja, que não esteja maduro ao produtor, pagando apenas por esses. Segundo informações dos menores produtores isso faz com que eles prefiram vender o café apenas para o beneficiador que busque o produto *in natura* em suas propriedades.

O questionamento a respeito da compra apenas do melhores grãos foi feita ao produtor exportador, que alega que isso é devido à alta exigência dos seus clientes, tanto interno quanto externo, não podendo desse modo se arriscar a utilizar um produto com qualidade inferior.

Conforme o que foi analisado nesse capítulo e no capítulo relacionado à cadeia produtiva, pode-se fazer um quadro resumo com os dados abaixo.

**Quadro 14** – Governança da produção e canais de comercialização

Produtor	Classificação	Governança (hierarquia)	Mercado	Estrutura de Mercado (consumidor final)
TAB	Grande Produtor	Verticalizada produz praticamente 100%	Mercado Interno (Região Metropolitana do Recife) Mercado Externo (Japão)	Mercado Interno – Oligopólio Mercado Externo - Monopólio
PAF	Grande Produtor	Verticalizada e Mercado compra excedente	Mercado Interno (Cidade de Taquaritinga do Norte e no entorno)	Mercado Interno – Oligopólio
Outros membros da APROTAC	Pequenos produtores	Não verticaliza a produção praticamente vende tudo <i>in natura</i> .	Vende ao Mercado Interno (Cidade vizinhas e Recife em pequenas quantidades) e vende grande parte da produção <i>in natura</i> para o PAF.	Mercado Interno – praticamente inexistente quanto à venda do produto pronto para consumo.

**Fonte:** Dados da pesquisa

Pode-se afirmar que um dos pontos fortes da comercialização é a existência de um café produzido em Taquaritinga do Norte dentro dos padrões nacionais e internacionais aceitos. Contudo essa comercialização é prejudicada principalmente por não existir regularidade da produção, devido principalmente a fenômenos climáticos.

Pode ser visto como ponto fraco a desestruturação da Aprotac. Porém, existe uma possibilidade através de uma maior agregação de valor ao produto dos outros membros da associação, com a compra de máquinas para moer e torrar o café. Foi observado na pesquisa que ainda existe uma acentuada curva de aprendizado a percorrer quanto aos processos de moer e torrar o café. Aparentemente é um processo simples, mas existem detalhes que podem influenciar diretamente na qualidade do produto. Outro detalhe esta na embalagem do produto final. É necessária uma padronização. Ainda existe outro problema relacionado à natureza fiscal de uma associação que não permite a emissão de notas fiscais. Isso seria possível caso fossem uma cooperativa.

Quando se avalia as estratégias comerciais adotadas, vê-se que são tomadas de formas isoladas. Em apenas dois produtores é possível notar alguma estratégia comercial de forma estruturada. Os outros pequenos produtores, de modo geral, vendem para quem oferece melhor preço, mercado spot.

Para um dos principais produtores, a estratégia está centrada pela sua qualidade que é rara no Brasil. Os grãos são selecionados e utiliza técnicas agroecológicas de produção, dentro dos padrões internacionais. Outro ponto diferencial, para o principal produtor está no sabor do café, que é suave com baixa acidez e considerado muitos clientes, como tendo um gosto achocolatado. Os principais produtores, em geral, trabalham para um público alvo diferenciado, de maior poder aquisitivo, tipo A e B. Esse consumidor aceita pagar um preço extraordinário em função da qualidade especial do café.

Observa-se que os dois produtores tem estratégias bem distintas que um não concorre diretamente com o outro, porém essa dupla do beneficiamento e da produção pode desestimular os pequenos produtores, podendo gerar uma diminuição na produção, além da redução das terras disponíveis por causa da compra das terras por parte de novos proprietários que não tem interesse pela produção de café.

No que tange aos outros produtores, não existe uma estratégia clara definida. É vender para quem paga mais pelo o produto *in natura*. Com exceção de um dos produtores que consegue vender seu produto que é beneficiado de forma totalmente artesanal e com uma qualidade questionada por alguns produtores e clientes.

Quanto à APROTAC, sua ação é falha porque não tem uma estratégia comercial que agregue todos os produtores. Não existe um planejamento definido nem para curto, médio ou longo prazo. Nas pesquisas realizadas foi observado que a associação não fez sequer um levantamento de custo de uma forma técnica aceitável para definir os preços para moer e torrar o café, o que pode gerar prejuízos futuros à associação.

### **5.2.3 Sustentabilidade aspectos sociais e econômicos**

Seguindo o enfoque dos três pilares chamados de *triple bottom line* (ELKINGTON, 1998), que são os aspectos relacionados à sustentabilidade ambiental, social e econômica, serão discutidos, nesta seção as dimensões sociais e econômicas.

Quanto aos aspectos relacionados à sustentabilidade social e econômica, foram observados sob a ótica social pontos relacionados à segurança, uso de drogas, Do ponto de vista econômico há a vontade por parte dos produtores em continuar produzindo café na região devido ao retorno se dar para o conjunto de atividades integradas onde o café faz parte dele.

Grande parte dos produtores de café da região receberam essas propriedades como herança. Existem famílias centenárias na produção do café Arábica Típica em Taquaritinga do Norte. A média de idade entre os produtores pesquisados na região ultrapassa os 40 anos. A maioria dos

agricultores tem identificação direta com essa produção e informam que não tem interesse de deixar o cultivo. Porém, quase todos relataram não saber se as próximas gerações irão continuar interessadas. Segundo os produtores, esse fato se deve à possibilidade de trabalho em outras atividades e ao aumento do grau de estudo dos seus filhos. Ainda, abrem-se novas oportunidades em regiões distantes do município. Um dos produtores informa que os filhos não vão sequer à propriedade. Deixaram claro que irão vender a propriedade, após a morte dos pais. Então, para os agricultores, não é só a questão econômica, que afeta o desinteresse dos seus filhos, é também a possibilidade de poder descobrir novas possibilidades, que dependa de um trabalho menos desgastante e menos associados às intempéries da natureza.

O uso da maconha e do crack afasta a pouca mão de obra jovem disponível. Porém, mesmo com esses pontos fracos acima relatados, foi observado, tanto pelos produtores como pelos pesquisadores, a oportunidade da criação de um museu do café que poderia ser viabilizada devido à importância histórica da variedade café arábica típica que é a mesma espécie que foi primeiramente introduzida no Brasil no estado do Pará em 1727. Seria possível, também, a criação de um circuito turístico as principais unidades produtoras com as temáticas históricas e agroecológicas, ligadas à produção desse café. Essas iniciativas poderiam incentivar a permanência dos mais jovens na região através da geração de uma renda maior que a simples produção e venda do café.

Dessa forma, percebe-se que a produção de café em Taquaritinga do Norte é vista como sustentável, em princípio, quanto ao aspecto ambiental, contudo, se iniciativas de ordem social e econômica não conseguirem ainda gerar os atrativos necessários, pode fazer com que a produção, que hoje já é deficitária, seja inviabilizada ou tornada mínima, apenas para o consumo familiar.

## 6. CONCLUSÃO

A agricultura é vista, nos municípios afastados dos grandes centros, como importante para a manutenção das famílias nessas regiões, sendo fonte de renda e riqueza. Um dos pontos vistos como importante está relacionado à agricultura familiar que, conforme Mior (2005) é entendida como uma forma de organização e transformação da produção familiar, com objetivo de agregação de valor ao produto no momento da comercialização. E, segundo Prezotto (2000), a agricultura familiar é uma ferramenta capaz de contribuir com o desenvolvimento local sustentável por meio da geração direta e indireta de novos postos de trabalho e renda para os agricultores familiares, melhorando a sua qualidade de vida.

É nesse contexto que reside à importância da produção de café de Taquaritinga do Norte. Contudo, sua sustentabilidade está seriamente ameaçada, principalmente, pela falta de melhor estratégias comerciais dos pequenos produtores. Os órgãos públicos parecem não se dar conta da importância histórica e possibilidades econômicas e sociais dessa importante cultura.

Quanto ao aspecto da sustentabilidade ambiental, essa atuação pode ser vista com destaque porque utiliza os conceitos de uma produção voltada a agroecologia: preserva a floresta nativa e protege os mananciais de água existentes na região. Porém, essa sustentabilidade está seriamente ameaçada, principalmente pelo possível desinteresse das futuras gerações de produtores, bem como a diminuição das terras disponíveis, por virem sendo comercializadas por proprietários que não valorizam a produção do café e, muito menos, a agricultura de subsistência.

Quanto à sustentabilidade econômica, existem vários entraves, como a dificuldade em conseguir mão de obra em momentos cruciais da produção, principalmente no momento da colheita. Praticamente não existe nenhum subsídio por parte dos órgãos governamentais e, quando existe, é precário e de difícil acesso, segundo muitos produtores.

A falta de agregação de valor ao produto para os pequenos produtores pode desestimular muitos quanto à continuidade da produção, por não perceberem, de forma clara, o retorno econômico que a atividade poderia gerar.

Esse fato advém, principalmente, de uma gestão financeira inexistente que inviabiliza o levantamento dos custos e, conseqüentemente, dos reais ganhos relativos ao café. Dessa forma, os produtores apenas entendem, empiricamente, que o café é rentável, desde que consorciado com culturas distintas, como a macaxeira, inhame, feijão e outros.

Para a sustentabilidade social, como acontece na sustentabilidade ambiental, essa produção é observada como altamente positiva, porque retém as pessoas no campo, gera uma consciência de preservação do meio ambiente. Além do que propicia, ao estado de Pernambuco, a manutenção

de um patrimônio histórico e, porque não dizer, cultural, que é a produção centenária de um café reconhecido nacionalmente e mundialmente pela sua qualidade, raridade e sabor. Poderia haver uma espécie de declaração de bem cultural nacional do café de Taquaritinga, a exemplo do Acarajé da Bahia e a cachaça de Minas Gerais.

Para sintetizar as conclusões encontradas na pesquisa vide o quadro abaixo:

**Quadro 15 - Sustentabilidade do café de Taquaritinga do Norte**

Sustentabilidade Ambiental	Sustentabilidade Social	Sustentabilidade Econômica
A produção e comercialização desse café é importante devido utilização dos conceitos agroecológicos.	A produção e comercialização do café é importante devido à ligação com a agricultura familiar.	Comprometida devido à falta de incentivo por parte dos entes públicos.
A produção e comercialização do produto preservam além da floresta os mananciais de água da região	A produção e comercialização é importante devido às ligações culturais e históricas da cidade.	Comprometida por falta de agregação de valor ao produto para os pequenos produtores. Comprometida por falta de efetividade da APROTAC.
Essa sustentabilidade está ameaçada devido à venda de terras para outros fins.	Essa sustentabilidade está ameaçada devido ao desinteresse das futuras gerações.	Comprometida por não existir uma gestão financeira eficaz por parte dos pequenos produtores. Comprometida por não existir levantamento dos custos de produção e rentabilidade do produto vendido por parte dos pequenos produtores.

Fonte: Dados da pesquisa

Como se observa pelo quadro acima os cenários apresenta-se sombrios dadas às perspectivas ambientais, sociais e econômicas analisadas. Se não houver uma forte atuação de política pública de caráter mais duradouro, a tendência é a permanência de apenas dois principais competidores no mercado por iniciativas próprias. O mercado de cafés gourmets e agroecológicos encontram-se em promissora expansão e nesses parece que apenas dois produtores estão se preparando. Os demais produtores, a permanecer o atual quadro, serão tragados pela inépcia, deseconomias de escala e falta de apoio estruturador.

O autor recomenda uma pesquisa específica aprofundando o significado da inércia da gestão da Associação dos produtores. A hipótese é de que há interesses divergentes entre aspirações

privadas de alguns produtores e interesses coletivos. Essa parece ser a cerne da atual falta de perspectiva daquela organização.

A análise das políticas públicas e dos órgãos de apoio poderia ser uma terceira vertente de pesquisa.

## 7. REFERÊNCIAS

ABAG - Associação Brasileira do Agronegócio. Disponível em: <http://www.abag.com.br/index.php?apg=cadeias> Acesso em 21/04/2014.

ABIC - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DO CAFÉ. **Exportações brasileiras de café em grãos**. Disponível em: <<http://www.abic.com.br/estatex-portacoes.html>>. Acesso em: 22 fev. 2014.

ABIC - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DO CAFÉ. **Estatísticas Café Brasil** Disponível em: <<http://www.abic.com.br/estatex-portacoes.html>>. Acesso em: 22 fev. 2014.

LEÃO, Almeida e PAULA, Nilson Maciel, A produção de cafés especiais no Brasil e a emergência de novos padrões de qualidade, XIII Encontro regional de Economia – ANPEC RS – 2010.

ANSOFF, H. I. ‘**The concept of strategic management**’, Journal of Business Policy, 2(4), 1972, pp. 3-9.

ANSOFF, H. I. **A nova estratégia empresarial**. São Paulo: Atlas, 1990.

ARAÚJO, Artur. **Valorizar é a alma do negócio**. Disponível em: <[www.primapagina.com.br/pp/tempolivre/2001/05/0018](http://www.primapagina.com.br/pp/tempolivre/2001/05/0018)>. Acesso em: 17 Abr 2014.

AZEVEDO, Paulo Furquim de. BATALHA, Mario Otavio (Org.) **Comercialização de produtos agrícolas**. Gestão Agroindustrial - GEPAI – Grupo de Estudos e Pesquisa Agroindústrias. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009. p. 63 – 112. v1.

BALLOU, R. H. **Logística empresarial**: transportes, administração de materiais e distribuição física. São Paulo: Atlas, 1993.

BARTH, G.M.P.A. **A leitura do café**: suas possíveis relações matemáticas e a perspectiva de gênero, Educar, Curitiba, nº 35, p. 153-164, 2009. Editora UFPR.

BATALHA, Mário Otávio. **Gestão Agroindustrial**. v.1. São Paulo: Atlas, 1997.

BATALHA, Mário Otávio. **Gestão Agroindustrial**. v.2. São Paulo: Atlas, 2009.

BENJAMIM, Melo e LARISSA, Barbosa. **Biologia da reprodução de Coffea arábica. L. e Coffea canephora**, Pierre. Grupo Verde de Agricultura Sustentável ISSN 1981-8203, 2011.

BICHO, L.; BAPTISTA, S. **Modelo de Porter e Análise de SWOT**. Coimbra: Instituto Superior de Engenharia, Departamento de engenharia Civil, 2006.

BRASIL. MMA, Ministério do Meio Ambiente. **Secretaria de Articulação Institucional e Cidadania Ambiental.** Agenda 21. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/sitio/index.php?ido=conteudo.monta&idEstrutura=18>>. Acesso em: 01 Abril. 2014.

BRITTO, J. **Diversificação, competências e coerência produtiva.** Cap. 14, pp. 307-343. In: David Kupfer & Lia Hasenclever (orgs.). **Economia industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2002. 3ª Reimpressão.

BSCA – *Brazil Specialty Coffee Association* - Associação Brasileira de Cafés Especiais. Disponível em: <[www.bsca.com.br/planomkt.html](http://www.bsca.com.br/planomkt.html)>. Acesso em: 15 Abr 2014.

CAFÉ POINT - FUNDAÇÃO PRÓ CAFÉ. **Qualidade Café Taquaritinga do Norte,** Disponível em: <<http://www.cafepoint.com.br/radares-tecnicos/manejo-de-lavoura/fundacao-procafe-requiem-a-cafeicultura-de-montanha-86773n.aspx>>. Acesso em: 15 abril 2014.

CAIXETA, I. F.; PEDINI, S. **Comercialização do café orgânico.** Informe Agropecuário, Belo Horizonte, v. 23, n. 214-215, p. 149-152, 2002.

CAPORAL, F. R.; COSTABEBER, J. A. **Agroecologia: enfoque científico e estratégico. Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável,** Porto Alegre, v. 3, n. 2, p. 13-16, abr./maio 2002.

CASTRO, A.M.G.DE ; LIMA, S.M. V.; HOEFLICH, V. A. **Curso sobre prospecção de cadeias produtivas.** UFSC/ Embrapa/ Senar, Florianópolis, 2000. (300 p.)

CARNEIRO MF, **Advances in coffee biotechnology.** AgbiotechNet 1:1-7, 1999.

CHEN, I. J.; PAULRAJ, A. **Understanding supply chain management: critical research and a theoretical framework.** International Journal of Production Research, v. 42, n.1, p. 131-163, 2004.

CHRISTOPHER, M. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos:** estratégias para redução de custos e melhoria dos serviços. São Paulo: Pioneira. 1997.

COMÉRCIO EXTERIOR: **Informe BB. Entrevista: Marcus Vinícius Pratini de Moraes, ministro da Agricultura e do Abastecimento.** Brasília: Banco do Brasil, ed. 31, dez. 2000, 2-4.

CLARO, P. B. de O; CLARO, D. P.; AMÂNCIO, R. **Entendendo o conceito de sustentabilidade nas organizações.** Revista de Administração. RAUSP v.43 n.4 São Paulo out./dez. 2008. Disponível em: <[http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S0080-21072008000400001&script=sci\\_arttext](http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S0080-21072008000400001&script=sci_arttext)>. Acesso em: 01 mai. 2011.

- COBRA, M, **Administração de Marketing**, São Paulo: Atlas, 1992.
- DELFIN NETTO, Antônio. **O problema do café no Brasil** – São Paulo: Editora UNESP, 2009.
- DEMO, Pedro. **Metodologia Científica em Ciências Sociais**. São Paulo: Atlas. 1985. p.102-111.
- DONAIRE, D. **Gestão ambiental na empresa**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- ELKINGTON, J. (1998). **Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business**. Stony Creek, CT: New Society Publishers.
- EMBRAPA, Agrobiologia – **Sistemas de produção - Cultivo do café orgânico**, Dezembro, 2006 [http://docsagencia.cnptia.embrapa.br/agriculturaOrganica/SDP02\\_04.pdf](http://docsagencia.cnptia.embrapa.br/agriculturaOrganica/SDP02_04.pdf) Acesso em 13/01/2013.
- EMBRAPA CAFÉ, **O café e a saúde humana**, ISSN 1678-1694, 2003.
- EMBRAPA <<http://www.embrapa.br/publicacoes/catalogo>>. Acesso em: 20.04.2014.
- EMBRAPA/SEDE. **Manual de Segurança e Qualidade para a Cultura do Café**. Brasília: 2004. 83 p. (Qualidade e Segurança dos Alimentos).
- EICHENGREEN, B. **From Great Depression to Great Credit Crisis: similarities, differences and lessons**. Presented at the 50th Economic Policy Panel Meeting, held in Tilburg on oct. p. 23-24, 2009.
- FAO – Food Agriculture Organization of United Nations. **The Market for Organic and Fair Trade Coffe**. Roma. 2009. Disponível em:<[www.fao.org](http://www.fao.org)>. Pesquisado em: abr, 2014.
- FARINA, E. M. M. Q; ZYLBERSZTAJN, D. (coords.) **Competitividade no agribusiness brasileiro**. v.4. Sistema agroindustrial do café. São Paulo, PENSA/FIA/FEA/USP, 1998.
- FLO \_ Fair Trade Labelling Organizations Internacional. Fair Trade Minimum. Prices and Premium. Disponível em: <[www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net)>. Pesquisado em: abr, 2014.
- FORATO, C. **Auditoria de certificação ambiental**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010. 182 p.
- F.A. SOUZA DANTAS, at al. **O Café em Pernambuco**. Recomendações técnicas para cultura do café arábica nas regiões serranas do Estado de Pernambuco: Instituto Brasileiro do Café – IBC, 1986. 30 p.

GALBRAITH, J. R. **Planejamento estratégico e de organização**. In: MINTZBERG, H.; QUINN, J. B. **O processo da estratégia**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

GIL, Antonio Carlos, **Como Elaborar projetos de pesquisa** – 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIOMO, Gerson Silva, PEREIRA, Sergio Parreiras, BLISKA, Flávia Maria de Mello, **Panorama da cafeicultura orgânica e perspectiva para o setor**, Instituto Agrônomo de Campinas – IAC, Centro do Café “Alcides Carvallho”, 2007.

GOODMAN, David; GOODEMAN, Michael. **Sustaining Foods: oic consumption and the sócio-ecological imaginary**. Elsevier Science: **Social Sciences**, Vol 1, p. 97-119, 2001.

HARKALY, A. **presente e futuro das certificações no Brasil**. in: congresso brasileiro de horticultura orgânica, natural, ecologia e biobotânica, 1., piracicaba, 2001. resumos. piracicaba 2001.

HARLAND, C. M.; ZHENG, J.; JOHNSEN, T. F.; LAMMING, R. C. **A conceptual model for researching the creation and operation of supply network**. British Journal of Management, v. 15, n. 1, p. 1-21, 2004.

HARRISON, J. S. **Administração estratégica de recursos e relacionamentos**. Trad. Luciana de Oliveira da Rocha. Porto Alegre: Bookman, 2005. 430p.

HART, S. L. & MILSTEIN, M. B. (2003). **Creating sustainable value**. *Academy of Management Executive*, 17(2), 56-67. doi: 10.5465/AME.2003.10025194

HEMERLY, Francisco Xavier. **Cadeia produtiva do café no Estado de São Paulo: possibilidades de melhoria de sua competitividade no segmento agrícola**. [Tese Doutorado em Engenharia Agrícola]. São Paulo: Universidade Estadual de Campinas, Campinas., 2000. 211 p.

IAC – INSTITUTO AGRONÔMICO DE CAMPINAS, **Publicações**, Disponível em: <<http://www.iac.sp.gov.br/>>. Acesso em 10 agosto. 2014

IBD CERTIFICAÇÕES. **Diretrizes para o Padrão de Qualidade Orgânico IBD**. São Paulo, 2012. 18ª ed.

IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2010**. Disponível em: <<http://censo2010.ibge.gov.br/resultados>>. Acesso em 07 abr. 2014.

IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades**. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=261500&idtema=118&search>>

[pernambuco/taquaritinga-do-norte/C3%8Dndice-de-desenvolvimento-humano-municipal-idhm](#)>. Acesso em 07 abr. 2014.

ILLY, A.; VIANI, R. **Espresso coffee: the chemistry of quality** London : Academic Press, 1995. 253 p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ESTUDOS DE DIREITO AMBIENTAL (IEDA) Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003. **Dispõe sobre o sistema orgânico de produção agropecuária**. Disponível em: <<http://www.iedaconsultoria.com.br>>. Acesso em: 5 abril. 2014.

KLIEMANN NETO, F.J. **Análise de cadeias produtivas**. Apostila curso de logística industrial. Porto Alegre: PPGEP/UFRGS, 1997

KOTLER, Philip, **Administração de Marketing: Análise, planejamento, implementação e controle**, 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1998.

LEITE, Renato Barros, **Inovações sociais para a agricultura familiar: um estudo do programa um milhão de cisternas rurais na comunidade Lagoa do Fernando, município de Gravatá – PE**, PADR – UFRPE, 2013.

LERNOUD, A. P.; PIOVANO, M. Latin America: country reports. In: WILLER, H.; YUSSEFI, M. (Ed.). **The World of organic agriculture - statistics and emerging Trends**. Bonn: International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), 2004. p. 132-147.

MACHADO, Rosa Teresa Moreira. **Estratégia e competitividade em organizações agroindustriais**. Lavras: UFLA/FAEPE, 2005.

MARTINS, A. L. **Império do Café: A grande lavoura no Brasil 1850 a 1890**. 7. ed. São Paulo: Atual, 1990.

MARTINS, E. **Contabilidade de custos**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2003. 370 p.

MARTINS, M. et al. **Incidência de pragas e doenças em agroecossistemas de café orgânico de agricultores familiares em Poço Fundo-MG**, Ciênc. agrotec., Lavras, v. 28, n. 6, p. 1306-1313, nov./dez., 2004.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, **Estatísticas**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/>>. Acesso em 10 set. 2014.

MIOR, L.C. **Agricultores familiares, agroindústrias e redes de desenvolvimento rural**. Chapecó: Argos, 2005. 338 p.

MENDES, Judas Tadeu Grassi; PADILHA JUNIOR, João Batista. **Agronegócio: uma abordagem econômica**. São Paulo: Peason Prentice Hall, 2007.

MINTZBERG, Henry. *et al* "**O processo da estratégia**". 4ª ed. Porto Alegre: Editora Bookman, 2003.

NICOLELI, M.; MOLLER, H. D. **Análise da Competitividade dos Custos do Café Orgânico Sombreado Irrigado**. Custos e @gronegócio *on line* - v. 2, n. 1 - Jan/Jun - 2006.

NIDOMOLU, R., PRAHALAD, C. & Rangaswami, M. (2009, September). **Why sustainability is now the key driver of innovation**. Harvard Business Review, pp. 3-10.

OLIVEIRA, Antonio Carlos Baião de; MALUF, Mirian Perez. **Instituto Agrônomo, Centro de Café 'Alcides Carvalho' Embrapa Café/Instituto Agrônomo**, Campinas, 59(1), 2007. Disponível em: <<http://www.bde.pe.gov.br/estruturacao geral/PerfilMunicipios.aspx>>. Acesso em: 10 abr. 2014.

OLIVEIRA, D. P. R. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologias e práticas**, 14 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

OLIVEIRA, Mônica Vicky Medeiros. **A expansão das atividades de confecção em áreas rurais no município de Santa Cruz do Capibaribe, PE – O caso da vila Magana**. PADR – UFRPE, 2012.

OIC - ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO CAFÉ. **Organiccoffeeexportstatistics: Volume and value, october 2005 to june 2006**. London: OIC, 2006. n. 104/06, 2006, 2p.

PEDINI, Sérgio. **Produção e certificação de café orgânico**. In: ZAMBOLIM, Laércio. **Café: Produtividade, qualidade e sustentabilidade**. Viçosa: Universidade Federal de Viçosa, Departamento de Fitopatologia, 2000, 333-359.

PEREIRA, L. M. **Modelo de Formação de Preços de Commodities Agrícolas Aplicado Ao Mercado de Açúcar d Álcool**. [Tese Doutorado em Controladoria e Contabilidade]. São Paulo: Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, 2009.

PINE II, B. Joseph; GILMORE, James H. **O espetáculo dos negócios: desperte emoções que seduzam os clientes, sensações intensas determinam o valor de produtos e serviços**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1999.

PIZA, C.T.; WELSH, R.W. **Introdução à análise da comercialização**. Piracicaba, USP/ESALQ, 1968.

PONTE, S. **Estándares y Sostenibilidad em el Sector Cafetero: Uma Aproximación Global a la Cadena de Valor**. Ensayos Economía Cafetera, Colômbia, n.20, p.31-83, 2004.

PORTER, M. & KRAMER, M. (2011, January-February). **Creating shared value: how to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth.** Harvard Business Review, pp. 62-91.

PREZOTTO, L.L. **A agroindústria rural de pequeno porte e o desenvolvimento local/regional.** In: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E AGROINDÚSTRIA, 2000. Anais... Lajeado/RS, 2000.

PRINGLE, H; THOMPSON, M. **Marketing Social.** São Paulo, MAKRON BOOKS, 2000.

REBOUÇAS, L. **A volta do leiteiro:** a logística vital para o comércio eletrônico ressuscita o entregador de porta em porta. Exame Digital. Março/2000.

REVISTA CAFEICULTURA. **Tipologia dos Cafés Especiais.** Disponível em: [www.revistacafeicultura.com.br](http://www.revistacafeicultura.com.br). Pesquisado em: 14 de abril, 2014.

REZENDE, A. M.; ROSADO, P. L. **Avaliação das tecnologias de informação de preço, previsão de safra e mercado de café no contexto da desregulamentação:** sugestões de ajustes e reformulações. Viçosa: UFV/DER, 2002.

REZENDE, *et al.* **Manual do Café.** Belo Horizonte: Lastro Editora Ltda, 2007.

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

SAES, M. S. M. **A Racionalidade Econômica da Regulação no Mercado Brasileiro de Café.** São Paulo: Annablume/Fapesp, 1997.

SAES, M. S. M.; JOYO, M.; NUNES, R. **Competitividade do sistema agroindustrial do café.** In.: FARINA, E. M. M. Q.; ZYLBERSZTANJ, D. **Competitividade do agribusiness.** São Paulo: PENSA/FIA/FEA/USP, 1998.v. 4, p. 1-221.

SAES, M. S. M. **Estratégias de de Diferenciação e Apropriação da Quase-Renda na Agricultura: a Produção de Pequena Escala.** [Tese livre Docência]. São Paulo: Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, 2008. 168f.

SAES, M. S. M. ; FARINA, E. M. M. Q. ,**O Agribusiness do Café no Brasil.** São Paulo: PENSA/Milkbiss, 1999. 218 p.

SANTANA, A. F.,*et al.* **A Qualidade e Sustentabilidade do Café Arábica Típico Orgânico de Taquaritinga do Norte-PE.** In 52ª Congresso SOBER, Goiânia, 2014.

SANTOS, F. S. **Epidemiologia e manejo de doenças do cafeeiro (Coffea arabica L.) sob cultivo orgânico. 2006. 146 p. Tese (Doutorado em Fitopatologia) – Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2006.**

SEBRAE. **Café Gourmet e Orgânico: estudos de mercado SEBRAE / ESPM 2011.** Disponível em: [http://bis.sebrae.com.br/gestorrepositorio/arquivos\\_chronus/bds/bds.nsf/b1aa061c76eeef1a832574dc0045d5de/\\$file/nt00039062.pdf](http://bis.sebrae.com.br/gestorrepositorio/arquivos_chronus/bds/bds.nsf/b1aa061c76eeef1a832574dc0045d5de/$file/nt00039062.pdf) acesso em: 19.04.2014.

SCHUMPETER, J.A. (1934/2010). **The Theory of Economic Development.** New Brunswick/London: Transaction Publishers.

SILVA, J. M; REIS, R. P. **Custos de produção do café na região de Lavras-MG: estudo de caso.** Ciência e Agrotecnologia, Lavras, v. 25, n. 6, p 1287-1294, revista/25\_6/art.pdf> Acesso em dezembro 2014.

SILVA, J de S; MORELI, P; SOARES, F; DONZELES, P; VITOR, G. **Produção de Café Cereja Descascado – Equipamentos e Custo de Processamento.** Brasília, DF: Embrapa Café- ISSN 2179-7757, 2013.

SINDICAFÉ-MG, **Sindicato do Café do estado de Minas Gerais**, Dicas e curiosidades. Disponível em: <<http://sindicafe-mg.com.br/plus/modulos/noticias/index.php?cdcategoria=7>>.

SONDAHL, M.R.; NAKAMURA, T.; SHARP, W.R. **Propagación in vitro del café.** In: ROCA, W.R.; MROGINSKI, L.A. (eds.). **Cultivo de Tejidos em la Agricultura, Fundamentos y Aplicaciones.** Turrialba, p. 621-642, 1993.

SOUZA, M.C.M de. **Cafés sustentáveis e denominação de origem: a certificação de qualidade de cafés orgânicos, sombreados e solidários. 2006. 192f. Tese (Doutorado em Administração).** Programa em Ciências Ambiental da Universidade de São Paulo, São Paulo.

SOUZA, et all, **Caracterização e análise da cadeia produtiva de café orgânico do sul de minas gerais: subsídios para o aumento das exportações,** XLIV CONGRESSO DA SOBER, 2006.

SOUZA, M. C.; SAES, M. S.; OTANI, M. N. **Pequenos produtores e o segmento de cafés especiais no Brasil: uma abordagem preliminar.** São Paulo, 2000. Disponível em: <http://www.rimisp.org/ifsa/php/simposio/documentos/255.pdf>. Acesso em: Abri. 2014.

STEELE, H. L.; FILHO, F. M. V. & WELSH, R. S. **Comercialização agrícola.** 1ª Ed. São Paulo: 1971.

UNCTAD. **Organic fruit and vegetables from the tropics - market, certification and production information for producers and international trading companies.** Genebra, 2003. 308 p.

VALERIANO, D. L. **Gerenciamento estratégico e administração por projetos**, 2. ed. São Paulo: Person Education, 2002.

WILLIAMSON, Oliver E. **The Economic Institution of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting**. New York: The Free Press, 1985.

WRIGHT, Peter.; MARK J. Kroll.; PARNELL, John. **Administração estratégica: conceitos**. 1. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.

YUSSEFI, M.; WILLER, H. **Organic agriculture worldwide 2002 - statistics and future prospects**. Dürkheim: Stiftung Ökologie & Landbau, Bad: SÖL, 2002. 159 p.

ZYLBERSZTAJN, D.; FARINA, E. M. M. Q (Coords.) **Diagnóstico sobre Sistema Agroindustrial de Cafés Especiais e Qualidade Superior do Estado de Minas Gerais**. Relatório Final ENSA/FEA/USP. 174p. São Paulo: SEBRAE-MG, 2001.

ZYLBERSZTAJN, D. **Economia das Organizações**. In: ZYLBERSZTAJN, D.; NEVES, M. F. **Economia e gestão dos negócios agroalimentares: indústria de alimentos, indústria de insumos, produção agropecuária**, distribuição. São Paulo: Pioneira, 2000, p. 23-38.

\_\_\_\_\_, Amazonia Ocidental. **Café gourmet**. disponível em: [servicos.cpaa.embrapa.br/sisaf/pagina\\_interna2.php?cod=1](http://servicos.cpaa.embrapa.br/sisaf/pagina_interna2.php?cod=1) Acesso em: 28/12/2013.

## APÊNDICE I – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA DE CAMPO



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO

### MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO RURAL

Pesquisa sobre os aspectos ligados a produção e comercialização realizada junto aos produtores, técnicos e a Associação dos Produtores de Café Orgânico de Taquaritinga do Norte-PE.

Data do preenchimento: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ Horário: \_\_\_:\_\_\_

PERMISSIONÁRIO:

---

---

---

Nome da propriedade \_\_\_\_\_

End: \_\_\_\_\_

---

Complemento: \_\_\_\_\_, Telefone: \_\_\_\_\_

Área da Propriedade \_\_\_\_\_ m<sup>2</sup>

Área de cultivo do Café \_\_\_\_\_ m<sup>2</sup>

1 - Sexo: Masc. ( ) Fem. ( )

2. Idade: ( ) 20 a 30anos ( ) 31 a 40 anos ( ) 41 a 50 ( ) 51 a 60 ( ) Outros \_\_\_\_\_

3 Estado civil: Solteira/o ( ) Casada/o ( ) Separada/o ou Divorciada/o ( ) Viúva/o ( )

4 Escolaridade:

Fundamental ( ) completo ( ) incompleto ( )

Médio ( ) completo ( ) incompleto ( )

Universitário: ( ) completo ( ) incompleto ( )

5 Renda Média mensal relacionada a produção do café R\$ \_\_\_\_\_

**I) Aspectos ligados aos fatores de produção**

1) (A) Quantos pés de café existem na propriedade?

---

2) (A, T) Quanto a qualidade do solo para o cultivo o terreno é plano, íngreme e existe necessidade de adubação?

---

---

3) (A, T) Quanto ao uso dos adubos e fertilizantes como se dá sua produção/obtenção?

---

---

---

4) (A, T) Defensivos agrícolas como é realizada o controle das pragas na lavoura?

---

---

---

5) (A, T, As) Qual é a oferta de mão de obra para a produção (adultos, masculina, feminina, masculina e infantil)?

---

---

---

---

6) (A, T, As) Existe concorrência pela mão de obra quais seguimentos e cidades concorrem pela mão de obra?

---

---

---

7) (A, T, As) Existe linhas de crédito para obtenção de máquinas, equipamentos e implementos? Se existe quais são as dificuldades em conseguir esse crédito?

---

---

---

**II) Aspectos ligados ao processo produtivo**

1) (A, T) Quanto ao preparo do solo existe o uso de máquinas se não por quê?

---

---

---

---

---

2) (A, T) Quanto ao preparo das mudas como é realizado?

---

---

---

---

3) (A, T) Quanto à arborização para proteção do café sombreado que tipos de árvores são utilizadas frutíferas ou nativas?

---

---

---

---

4) (A, T) Como se dá o controle das plantas espontâneas capinação e podas das árvores?

---

---

---

---

5) (A, T) Existe algum controle biológico das pragas e agentes de doenças?

---

---

---

---

6) (A, T) Atualmente existe o uso de algum sistema de irrigação?

---

---

---

---

7) (A, T) Quanto à colheita em que meses do ano ela ocorre? E porque só ocorre nesses meses?

---

---

8) (A, T) É feito o uso de máquinas para a colheita?

---

---

9) (A, T) Como é realizada a colheita?

---

---

---

---

10) (A, T, As) Quanto ao beneficiamento do café que tipo é realizado?

---

---

---

---

11) (A, T, As) Quanto a torra do café?

---

---

---

---

12) (A, T, As) Como é feita a armazenagem do produto após a torra?

---

---

---

### **III) Aspectos ligados à qualidade do produto**

1) (A, T, As) Quanto à certificação do produto café orgânico qual órgão atende a região?

---

---

---

2) (A, T, As) A(s) propriedade(s) esta(ão) em conformidade(s) com as normas e devidamente cadastrada(s) no órgão(s) certificador(es)?

---

---

---

3) (A, T, As) Quanto à certificação é percebido o ganho de valor (preço do produto) devido a essa certificação?

---

---

---

4) (A, T, As) Quanto à qualidade percebida pelos clientes?

---

---

---

---

#### **IV) Aspectos ligados à logística**

1) (A, T, As) Quanto o transporte do produto para o beneficiamento e para a venda?

---

---

---

2) (A, T, As) Como se dá o gerenciamento do estoque do produto final?

---

---

---

3) (A, T) Como é realizado o manuseio dos matérias auxiliares de produção?

---

---

---

---

**V) Aspectos ligados à Cadeia Produtiva (Ambiente Institucional e Ambiente Organizacional)**

1) (A, T, As) Quanto ao conhecimento da legislação e normas a respeito da produção orgânica do café?

---

---

---

2) (A, As) A associação quando compra dos produtores faz negociações em lotes?

---

---

---

3) (A, T, As) É percebida a ação de algum programa público para a produção?

---

---

---

4) (A, T, As) Existe alguma linha de crédito exclusiva para a produção do café em Taquaritinga do Norte?

---

---

---

5) (A, T) Quanto à associação de que forma a ação dela beneficia na produção e comercialização?

---

---

---

6) (A, T, As) A compra de insumos é feita através de lote pela a associação?

---

---

---

**VI) Aspectos ligados à comercialização**

1) (A, T, As) A produção é vendida direto ao consumidor final?

---

---

---

---

2) (A, T, As) A produção é vendida ao mercado interno ou externo?

---

---

---

---

3) (A, T, As) Quem são os principais compradores?

---

---

---

---

4) (A, T, As) Existe estratégia de comercialização do produto?

---

---

---

---

5) (T, As) Existe informações sobre os principais mercados? consumidores?

---

---

---

---

6) (T, As) A associação busca por novos mercados?

---

---

---

---

**VII) Aspectos ligados à sustentabilidade social e econômica.**

1) (A, T, AS) Existe o sentimento de segurança na propriedade?

---

---

2) (A, T, As) Existe o uso de drogas por parte dos jovens ligados a produção de café? Isso afeta na produtividade?

---

---

3) (A, T, As) Existe algum programa governamental de combate ao uso de drogas no município? Se sim como é desenvolvido?

---

---

4) (A, T, As) Sua propriedade faz o levantamento dos custos de produção? Tem ideia da rentabilidade da produção?

---

---

5) (A) Quanto as pequenas propriedades produtoras de café você acha que vale a pena continuar produzindo em pequenos espaços?

---

---

## APÊNDICE II – MATRIZ DE DECODIFICAÇÃO DOS DADOS

### OBJETIVO ESPECÍFICO – 1

Analisar as dificuldades e potencialidades para a comercialização				
Categorias de análise	de	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Fatores de Produção	de	1 Terra 2 Qualidade da terra; 3 Adubos/fertilizantes; 4 Defensivos; 5 Mão de Obra; 6 Capital;	JCS	Entrevistado não é produtor apenas presidente da associação de café.
Categorias de análise	de	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Fatores de Produção	de	1 Terra 2 Qualidade da terra; 3 Adubos/fertilizantes; 4 Defensivos; 5 Mão de Obra; 6 Capital;	ROS	Cerca de 6 mil pés de café propriedade de 31 ha com 10 ha cultivado com café. O terreno é ingrime, existe a necessidade de adubação. O adubo é natural (esterco de boi) sendo adquirido a R\$ 400,00 cerca de 3 mil Kg. Não usa defensivo agrícola e fertilizantes químicos. A mão de obra muito difícil de obter o produtor tem que passar de casa em casa. Os trabalhadores preferem trabalhar no polo de confecções. Dificuldade em obtenção de capital para investimento na produção.

Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Fatores de Produção	1 Terra 2 Qualidade da terra; 3 Adubos/fertilizantes; 4 Defensivos; 5 Mão de Obra; 6 Capital;	JGS	Cerca de 8 mil pés de café propriedade de 10 ha com 6 ha cultivado com café. O terreno é íngreme, existe a necessidade de adubação. O adubo é fornecido pelas as ovelhas criadas na propriedade. Não usa defensivo agrícola e fertilizantes químicos. Tem concorrência pela mão de obra do comércio da cidade e principalmente o polo de confecções. Não consegue obter financiamento para produção existe muita burocracia.
Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Fatores de Produção	1 Terra 2 Qualidade da terra; 3 Adubos/fertilizantes; 4 Defensivos; 5 Mão de Obra; 6 Capital;	MFN	Cerca de 6 mil pés de café propriedade de 8,7 ha com 4 ha cultivado com café. O terreno é íngreme, existe a necessidade de adubação. Usa adubo estrume e folhagens o estrume é comprado a cerca de R\$ 350 3 mil kg. Não usa defensivos agrícolas não tem pragas. Acredita que se deve ao ecossistema preservado. É difícil concorrer com a confecção. Paga-se ao peão R\$ 1.000,00 por mês porém preferem ganhar um salário mínimo na carteira. Existe o PRONAF contudo para conseguir tem fazer um projeto de investimento.

Categorias de análise	de	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Fatores de Produção	de	1 Terra 2 Qualidade da terra; 3 Adubos/fertilizantes; 4 Defensivos; 5 Mão de Obra; 6 Capital;	JLS	<p>Cerca de 7 mil pés de café propriedade de 14 ha com 7 ha cultivado com café.</p> <p>O terreno é ingrime, existe a necessidade de adubação.</p> <p>Compra o estrume de boi 4 caminhões de 3 mil kg por ano por cerca de R\$ 300 a R\$ 400,00.</p> <p>Não usa defensivos agrícola.</p> <p>A mão de obra é difícil e predomina a feminina.</p> <p>Existe muita concorrência com o polo de confecções. Quando existe mão de obra é temporária cerca de R\$ 50,00 a R\$ 60,00 ao dia.</p> <p>Existe crédito para a produção porém nunca procurei.</p>
Categorias de análise	de	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Fatores de Produção	de	1 Terra 2 Qualidade da terra; 3 Adubos/fertilizantes; 4 Defensivos; 5 Mão de Obra; 6 Capital;	LBF	<p>Cerca de 7 mil pés de café, propriedade de 1,5 há, com 1,5 ha cultivado com café não planta café Arábica Típica planta a variedade Catuaí.</p> <p>O terreno é ingrime, existe a necessidade de adubação.</p> <p>Compra estrume.</p> <p>Não usa defensivos agrícola.</p> <p>A mão de obra é muito difícil. Colhe o café junto com os vizinhos apenas para não perder tudo.</p> <p>Existe concorrência com o polo de Santa Cruz de Capibaribe quanto a mão de obra.</p>

			Existe crédito porém acho muito difícil para conseguir.
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Fatores de Produção	1 Terra 2 Qualidade da terra; 3 Adubos/fertilizantes; 4 Defensivos; 5 Mão de Obra; 6 Capital;	EBS e JGV	<p>É técnico do IPA contudo cultiva cerca de 1,2 mil pés de café, em uma propriedade de 4,5 há, com 1 ha cultivado com café.</p> <p>O terreno é ingrime, o solo é bom porém precisa de correção. Os produtores não fazem análise do solo e não fazem a correção do solo da maneira devida, no máximo fazem tratos culturais (podas e capinagens).</p> <p>Além da adubação com estrume o solo da região precisa de uso de calcário, pó de rocha e os produtores poderiam fazer compostagem na propriedade.</p> <p>Não usam defensivos. Os técnicos do IPA tentam passar as tecnicas de trato. Porém os agricultores não implementam, existe uma forte questão relacionada a cultura local.</p> <p>A mão de obra é muito difícil sofre muita concorrência com o polo de confecções. Isso gera um forte desequilíbrio no fornecimento de pessoal para trabalhar na lavoura.</p> <p>Além da concorrência do polo de confecções temos o fato da venda de água, vários pequenos proprietários preferem captar água e vender do que trabalhar com o café.</p> <p>Existem créditos para produção do PRONAF, Banco do Brasil e Banco do Nordeste, porém falta apoio administrativo para fazer os projetos necessários.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Fatores de Produção	1 Terra 2 Qualidade da terra;	TAB	Não divulgou a quantidade de pés de café, propriedade de 100 ha com 97 ha cultivado com café.

	3 Adubos/fertilizantes; 4 Defensivos; 5 Mão de Obra; 6 Capital;		<p>O terreno é ingrime, existe a necessidade de adubação.</p> <p>Usa esterco dos próprios animais criação de porcos e faz compostagem.</p> <p>Não usa defensivos químicos.</p> <p>Tem trinta funcionários com carteira assinada.</p> <p>Existe a concorrência com o polo de confecções, contudo por termos funcionários fixos não temos esse problema.</p> <p>Existe crédito contudo é muito burocrático para conseguir.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Fatores de Produção	1 Terra 2 Qualidade da terra; 3 Adubos/fertilizantes; 4 Defensivos; 5 Mão de Obra; 6 Capital;	JAF	<p>Cerca de 18 mil pés de café propriedade de 11 ha com 9 ha cultivado com café.</p> <p>O terreno é ingrime, existe a necessidade de adubação.</p> <p>Usa o estrume das ovelhas e do gado da propriedade para adubar a plantação.</p> <p>Não usa defensivo.</p> <p>A mão de obra é por demais precária, não tem como definir a metade é masculina a metade é feminina.</p> <p>Existe uma forte concorrência da mão de obra quanto ao polo de confecções cidades como (Santa Cruz, Toritama, Caruaru e Surubim).</p> <p>Existe o PRONAF porém nunca solicitou existe culpa a burocracia.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Fatores de Produção	1 Terra 2 Qualidade da terra;	PAF	<p>Cerca de 29.520 pés de café propriedade de 24,6 ha com 23,6 ha cultivado com café.</p> <p>O terreno é ingrime, existe a necessidade de adubação.</p>

	<p>3 Adubos/fertilizantes;  4 Defensivos;  5 Mão de Obra;  6 Capital;</p>		<p>Usa o estrume das ovelhas e do gado da propriedade.  Não usa defensivos agrícolas.  A mão de obra é por demais precária tanto é masculina quanto feminina.  Existe uma forte concorrência da mão de obra com o polo de confecções.  Existe crédito do PRONAF, Banco do Brasil porém é muito difícil para conseguir. O produtor informa que pediram várias informações entregou tudo para o Banco do Brasil e no final disseram que não tinham nenhuma linha disponível, quando ele informa que sabe da existência.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Fatores de Produção	<p>1 Terra  2 Qualidade da terra;  3 Adubos/fertilizantes;  4 Defensivos;  5 Mão de Obra;  6 Capital;</p>	RMB	<p>Cerca de 4.300 pés de café propriedade de 9,5 ha com 4 ha cultivado com café.  O terreno é ingrime, existe a necessidade de adubação.  Usa o estrume do gado da propriedade.  Não usa defensivos agrícolas, existem pragas porém não faz nenhum trato.  A mão de obra é muito difícil, precisa mais de mão de obra masculina, devido ao terreno ingrime.  Existe uma forte concorrência da mão de obra com Santa Cruz de Capibaribe.  Existe o PRONAF, Banco do Brasil já pegou um empréstimo pelo PRONAF R\$ 4,5 mil”.</p>

Analisar as dificuldades e potencialidades para a comercialização			
Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Processo produtivo	1 Plantio; 2 Cultivo/Tratos Culturais: 3 Colheita 4 Beneficiamento: 5 Armazenagem	JCS	Entrevistado não é produtor apenas presidente da associação de café.
Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Processo produtivo	1 Plantio; 2 Cultivo/Tratos Culturais: 3 Colheita 4 Beneficiamento: 5 Armazenagem	ROS	O trabalho quanto o plantio é totalmente manual, não é possível usar máquinas o terreno é muito ingrime, o produtor informa da necessidade de orientação técnica. Quanto as mudas deixa a semente do café cair no chão e espera o nascimento natural, não tem sementeira.  Para manter o sombreamento da plantação de café usa árvores nativas como

			<p>jaqueiras, gameleira, cajá, embaúba, ingazeira, camodongo e bananeiras.</p> <p>Realiza apenas uma poda e duas capinagens por ano sendo uma das capinagens antes da colheita.</p> <p>Não faz controle Biológico de pragas e doenças praticamente não tem problema em seu cafésal.</p> <p>Não tem sistema de irrigação a água encanada existente só atende o consumo humano.</p> <p>A colheita acontece nos meses de Julho e Agosto sendo realizada de forma totalmente manual.</p> <p>Para realizar a colheita usa balaios de palha amarrados nas cintura e só colhem os grãos vermelhos para o café fino e quando retira os grões ainda em maturação usa para fazer um café de qualidade mais baixa.</p> <p>O beneficiamento é feito da forma tradicional.</p> <p>Não torra café na propriedade usa terceiros para fazer a torra manual. Com esse tipo de torra perde qualidade. A APROTAC vai passar a torra com uma máquina de torra recém adquirida iremos pagar cerca de R\$ 50,00 o Kg.</p> <p>Armazena o café em um galpão as sacas ficam sobre estrados de madeira não pode ter contato com o solo.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Processo produtivo	1 Plantio; 2 Cultivo/Tratos Culturais:	JGS	<p>Não usa máquinas no cultivo não é possível.</p> <p>Quanto as mudas de café é o que cai no chão crescimento natural.</p>

	<p>3 Colheita</p> <p>4 Beneficiamento:</p> <p>5 Armazenagem</p>		<p>Preferi usar arvores nativas como jaqueiras e imbuzeiros.</p> <p>Não faz podas e quanto a capinagem uso as ovelhas.</p> <p>Não usa nenhum tipo controle biológico de pragas.</p> <p>Não tem sistema de irrigação.</p> <p>A produção de café ocorre em julho e agosto porém, colheu café em janeiro desse ano, não é normal deve ter sido por causa da seca.</p> <p>Não usa máquinas na colheita não é impossível o terreno é ingrime.</p> <p>Sua colheita é toda manual usa balaies e colhe os frutos vermelhos e usa os frutos enchados para produzir um café de menor qualidade.</p> <p>Usa o beneficiamento tradicional do café terreiro a céu aberto, café seca naturalmente.</p> <p>Não torro café na propriedade vendo os grão em natura por R\$ 400,00 saca de 60Kg.</p> <p>Temos um armazem onde as sacas são armazenadas sobre estrados de madeiras.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Processo produtivo	<p>1 Plantio;</p> <p>2 Cultivo/Tratos Culturais:</p> <p>3 Colheita</p> <p>4 Beneficiamento:</p> <p>5 Armazenagem</p>	MFN	<p>Não usa máquinas para o preparo do solo qualquer trabalho é totalmente manual.</p> <p>As mudas de café são as que nascem naturalmente, não existe uma sementeira no município. A prefeitura alega que falta recurso. No passado existiam sementeiras em garanhus, Sairé, Surubim e Vertentes porém todas fecharam.</p> <p>Não preciso de controle biológicos de pragas.</p> <p>Não tem sistema de irrigação falta muita água.</p>

			<p>A produção ocorre nos meses de Julho e Agosto, porém devido a seca ocorreu uma colheita em janeiro.</p> <p>Não usa máquinas na colheita e feita totalmente de forma manual.</p> <p>A colheita é feita com balaios amarrados na cintura.</p> <p>Usa o beneficiamento tradicional para o café.</p> <p>Faz a torra do meu café de forma artesanal é ruim porque todas as torras saem diferente. Nesse tipo de torra uma saca de café de 60 kg se transforma 45 kg no final.</p> <p>Não tenho local de armazenagem torro e levo para vender em Recife e na região.</p>
Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Processo produtivo	<p>1 Plantio;</p> <p>2 Cultivo/Tratos Culturais:</p> <p>3 Colheita</p> <p>4 Beneficiamento:</p> <p>5 Armazenagem</p>	JLS	<p>Não usa máquina para preparo do solo.</p> <p>As mudas nascem naturalmente apenas transporta de um lugar para outro.</p> <p>Para sombrear o café usa árvores nativas como jaqueira, bananeira, ingazeira, abacateiro e mangueiras.</p> <p>Usa roçadeira de gasolina/diesel para fazer a capinação, também usa as ovelhas que cria.</p> <p>Não faz controle biológico a ferrugem existe porém é pouca.</p> <p>Não usa sistema de irrigação, mas tem vontade de fazer porém falta água, para conseguir. Para isso precisaria investir em um poço acha muito caro.</p> <p>A colheita ocorre entre agosto e outubro.</p> <p>Não usa máquinas para colheita o terreno é ingrime mesmo se fosse possível uma</p>

			<p>máquina dessa custa mais de R\$ 1 milhão.</p> <p>A colheita é feita de forma manual com o uso de balaios amarrados a cintura.</p> <p>O beneficiamento é feito da forma tradicional.</p> <p>Para torrar o café usa a máquina da associação de café essa máquina torra 6 kg de café a cada 15 minutos. É possível torrar 360 kg de café com um bujão de gás.</p> <p>Armazena o café no depósito coberto com lonas e em cima de estrados de madeira.</p>
Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Processo produtivo	<p>1 Plantio;</p> <p>2 Cultivo/Tratos Culturais:</p> <p>3 Colheita</p> <p>4 Beneficiamento:</p> <p>5 Armazenagem</p>	LBF	<p>Não usa máquinas para preparo do solo o terreno é ingrime demais.</p> <p>As mudas é o que cai no solo, não temo sementeira.</p> <p>Atualmente os sítios estão sendo vendidos e sendo utilizados como áreas de recreação pelos comerciantes de Santa Cruz ou criação de gado.</p> <p>Faço em meu sítio uma capina e dois roçados por ano.</p> <p>Não temos controles biológicos a biodiversidade evita pragas.</p> <p>Não tenho sistema de irrigação não vale a pena.</p> <p>A colheita ocorre nos meses de julho a outubro.</p> <p>Não usa máquinas para colheita ela é realizada manualmente.</p> <p>A colheita é feita manualmente com o uso de balaios.</p> <p>Quanto ao beneficiamento é feito da maneira tradicional, vende tudo <i>in natura</i>.</p> <p>Armazena o café sobre estrados de madeira.</p>

Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Processo produtivo	1 Plantio; 2 Cultivo/Tratos Culturais: 3 Colheita 4 Beneficiamento: 5 Armazenagem	EBS e JGV	<p>Em nenhuma propriedade usam máquinas para o preparo do solo.</p> <p>Praticamente todas as propriedades não trabalham no preparo das mudas, já se pensou em fazer uma sementeira para melhorar a qualidade porém a prefeitura informa que não tem um lugar para ceder.</p> <p>Os produtores usam arvores nativas para fazer o sombreamento.</p> <p>O ideal é duas a três capinas e duas podas por ano.</p> <p>Os produtores não fazem controle biológico, a ferrugem existe contudo não afeta a produção.</p> <p>Praticamente todas as propriedades não tem sistema de irrigação.</p> <p>A colheita é realizada nos meses de agosto a outubro.</p> <p>É praticamente inviável usar máquinas para a colheita.</p> <p>A colheita é realizada de forma manual escolhendo os grãos vermelhos e usando os enchados quando é possível.</p> <p>O beneficiamento utilizado na maioria das propriedades é o tradicional.</p> <p>Apenas duas propriedades na região torram café os pequenos torram manualmente.</p> <p>Praticamente todos os produtores armazenam o produto sobre estrados de madeira.</p>

Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Processo produtivo	1 Plantio; 2 Cultivo/Tratos Culturais: 3 Colheita 4 Beneficiamento: 5 Armazenagem	TAB	<p>Não usa máquinas no preparo do solo.</p> <p>Existe sementeira na propriedade para fazer seleção das melhores mudas.</p> <p>Usa plantas nativas.</p> <p>Faz duas capinagem e duas podas por ano regularmente contudo tem roçadeiras a combustível.</p> <p>Usa métodos de controle biológico para controle de pragas como a ferrugem.</p> <p>Não tem sistema de irrigação.</p> <p>A colheita ocorre de agosto a outubro.</p> <p>Não uso máquinas para colheita.</p> <p>A colheita é feita de forma manual na colheita só é retirado os frutos vermelhos café cereja colhido um a um, os enchados são utilizados como adubo.</p> <p>“Faz o beneficiamento tradicional, tem estufas para garantir a qualidade da secagem.</p> <p>A torra é feita com o uso de máquina de torra onde faz dois tipos de torra a média e a forte.</p> <p>Tem uma estrutura completa de armazenagem dentro dos padrões internacionais.</p>

Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Processo produtivo	1 Plantio; 2 Cultivo/Tratos Culturais: 3 Colheita 4 Beneficiamento: 5 Armazenagem	JAF	<p>Não usa máquinas para o preparo do solo.</p> <p>Usa as mudas que nascem naturalmente.</p> <p>Usa árvores nativas para sombrear o café, usa as bananeiras onde os frutos são vendidos e consumidos internamente.</p> <p>Fez a capinação e a poda contudo de forma deficiente porque as vezes falta mão de obra.</p> <p>Não usa sistema de irrigação não tem água.</p> <p>A colheita acontecia de maio a junho agora esta ocorrendo de agosto a outubro não sabe o porque disso acha que é devido as mudanças climáticas.</p> <p>A colheita é feita totalmente de forma manual.</p> <p>Para colher faz da forma tradicional com o uso de balaios.</p> <p>Faz o beneficiamento tradicional.</p> <p>Não torra o café vende <i>in natura</i>.</p> <p>Para armazenar usa sacos de estopa virgem e coloca sobre estrados de madeira o café dura no máximo seis meses.</p>

Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Processo produtivo	1 Plantio; 2 Cultivo/Tratos Culturais: 3 Colheita 4 Beneficiamento: 5 Armazenagem	PAF	<p>Não é possível utilizar máquinas na preparação do solo.</p> <p>As mudas que usa nascem naturalmente.</p> <p>As arvores utilizadas para sombreamento são as nativas.</p> <p>Faz capinação e podas periodicamente no mínimo duas vezes ao ano para cada procedimento.</p> <p>Temos 1 ha de terra irrigada para teste e realmente produtividade equivale a cinco não irrigado.</p> <p>A colheita ocorre de julho a outubro.</p> <p>Não é possível usar máquinas na colheita.</p> <p>A colheita é feita de forma manual.</p> <p>O beneficiamento é feito da forma tradicional usa apenas os frutos de café cereja (café maduro).</p> <p>Torra o café na máquina de torra cerca de 16 kg de café a cada 20 min e depois embala ficando pronto para vender.</p>

Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Processo produtivo	1 Plantio; 2 Cultivo/Tratos Culturais: 3 Colheita 4 Beneficiamento: 5 Armazenagem	RMB	<p>Não é possível usar máquinas no preparo do solo.</p> <p>As mudas nascem naturalmente apenas replanta manualmente.</p> <p>Usa para sombrear o café arvores nativas como cajueiro, inga e jaqueira.</p> <p>Faz podas na propriedade de dois em dois anos. Quanto a capinação no mínimo duas vezes ao ano, essa capinação é feita antes da colheita e depois da colheita.</p> <p>Não tem controle biológico de pragas.</p> <p>“Não temos sistema de irrigação”</p> <p>A colheita ocorre de agosto a outubro.</p> <p>Não é possível usar máquinas na colheita a terra é muito ingrime.</p> <p>A colheita é realizada de forma manual como uso de balaio.</p> <p>Usa o beneficiamento natural.</p> <p>Torra o café no próprio sítio. Tem a esperança de passar a torra na Associação.</p> <p>Armazena o café sobre estrado de madeira.</p>

Analisar as dificuldades e potencialidades para a comercialização

Analisar as dificuldades e potencialidades para a comercialização				
Categorias de análise	de	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Qualidade do produto	do	1 Certificação 2 Conformidade 3 Qualidade percebida	JCS	<p>Devido a seca desde que inicio em 2011 pediu a suspensão da certificação. Já entrei em contato com a pessoa da IBD para pedir a nossa reintegração.</p> <p>Quanto a conformidade as propriedades terão que passar novamente pelo processo de certificação, porém de uma forma mais simples, porque é uma retomada da certificação que esta suspensa.</p> <p>Realmente se observa um ganho de valor sobre o produto, os clientes reconhecem a importância da certificação.</p> <p>Quanto a qualidade do produto percebo que os consumidores valorizam o café produzido em Taquaritinga, entendem que se refere a um café cultivado abaixo das sombras da árvores e que respeita a biodiversidade da floresta.</p>
Categorias de análise	de	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Qualidade do produto	do	1 Certificação 2 Conformidade 3 Qualidade percebida	ROS	<p>A certificação esta suspensa, contudo conforme a prefeitura, ira renovar para a safra desse ano.</p> <p>A propriedade esta em tramite de recadastramento em conjunto com a APROTAC, foram dois anos de seca.</p>

			<p>A certificação é muito importante, a produção devido a esses dois anos de seca foi muito baixa. Existe uma grande procura na região pelo nosso café.</p> <p>Os clientes percebem sim a qualidade diferenciada e estão disponíveis a pagar mais pelo produto.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Qualidade do produto	<p>1 Certificação</p> <p>2 Conformidade</p> <p>3 Qualidade percebida</p>	JGS	<p>Infelizmente esta suspensa tentando ser reativada.</p> <p>Com certeza o café com o selo do IBD é visto de outra forma pelos consumidores. Tem que passar novamente por vistora para possuí novamente a certificação.</p> <p>Os clientes percebem a diferença de qualidade do nosso produto em relação ao café tradicional.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Qualidade do produto	<p>1 Certificação</p> <p>2 Conformidade</p> <p>3 Qualidade percebida</p>	MFN	<p>Teve que suspender devido a seca que já dura dois anos, agora é que voltou a ter uma regularidade quanto a chuva.</p> <p>Os clientes dão valor a certificação.</p> <p>Os cliente gostam da qualidade do produto que é orgânico.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Qualidade do produto	<p>1 Certificação</p> <p>2 Conformidade</p>	JLS	<p>A certificação esta suspensa.</p> <p>A certificação é muito importante.</p>

	3 Qualidade percebida		Esta esperando a posição da APROTAC para ser novamente certificado. Percebe que os clientes valorizam o café produzido em Taquaritinga.
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Qualidade do produto	1 Certificação 2 Conformidade 3 Qualidade percebida	LBF	Certificação suspensa, espero que conseguir reativar ainda esse ano. Agrega sim valor ao produto os clientes valorizam. Quanto o café aqui de Taquaritinga os clientes valorizam e aceita pagar mais caro por ele.
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Qualidade do produto	1 Certificação 2 Conformidade 3 Qualidade percebida	EBS e JGV	A certificação esta suspensa. Com certeza os clientes dão valor a certificação, porém acha correto ter sido suspensa devido a seca não estavam produzindo praticamente nada. Os clientes entendem a qualidade diferenciada do café de Taquaritinga e aceita pagar mais.
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Qualidade do produto	1 Certificação 2 Conformidade 3 Qualidade percebida	TAB	Esta suspensa. A propriedade usa outro tipo de certificação. Não acho importante essa certificação, para mim não agrega nada. A qualidade do café é sim reconhecida devido a isso exporta para o Japão e vende para os restaurantes de auto nível em Recife.

Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Qualidade do produto	1 Certificação 2 Conformidade 3 Qualidade percebida	JAF	A certificação junto ao IBD esta suspensa. Os clientes valorizam a certificação. Quanto a qualidade do produto os clientes valorizam muito.
Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Qualidade do produto	1 Certificação 2 Conformidade 3 Qualidade percebida	PAF	A certificação junto ao IBD esta suspensa. Os clientes valorizam o fato de ter a certificação. Quanto a qualidade do produto os clientes valoriza sim, vendo o produto aqui na região e consigo um preço melhor que o café produzido de forma tradicional.
Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Qualidade do produto	1 Certificação 2 Conformidade 3 Qualidade percebida	RMB	A certificação esta suspensa infelizmente devido a seca, que já dura dois anos. Esse ano acredita que irá ter uma produção melhor. A propriedade tem que passar novamente pelo processo de certificação para reativa. Os clientes gostam muito, normalmente alguns visitantes vem aqui na propriedade para tomar um café conosco e comer um pedaço de bolo.

Analisar as dificuldades e potencialidades para a comercialização			
Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Logística	1 Formas de transporte 2 Estocagem:	JCS	<p>A APROTAC não tem nenhum transporte próprio para ajudar os produtores tanto no processo de transporte do produto para beneficiamento quanto para venda.</p> <p>A APROTAC não dispõe de locais de estoque do produto nem <i>in natura</i> muito menos quanto ao pronto para o consumo (torrado).</p> <p>Os produtores praticamente não usam nenhuma ferramenta diferente das tradicionais como enchadas, pás, estrovengas e quando tem usam roçadeiras a gasolina que é raro.</p>
Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Logística	1 Formas de transporte 2 Estocagem:	ROS	<p>Não tem transporte próprio o produto é comprado e levado direto pelo comprador <i>in natura</i>.</p> <p>Não vende o produto final apenas armazena <i>in natura</i> e logo chama o comprador e vende.</p> <p>Transporta tudo nos braços o terreno é muito íngreme o que dificulta muito o transporte dos materiais.</p>

Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Logística	1 Formas de transporte 2 Estocagem:	JGS	Vende o produto <i>in natura</i> não tem como entregar o comprador vem buscar e as vezes ele quer descontar o frete para vir buscar o café. Caso eu queira entregar o frete fica por sua conta.  Não estoca o produto acabado não finaliz a produção apenas repassa os grãos.  Praticamente só usa as ferramentas tradicionais e simplesmente o transporte delas é feita pela pessoa. O café é colhido é condicionado em sacos de 60 kg que depois outro grupo de pessoas vão no terreno e trazem para armazenar sobre estrados de madeira.
Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Logística	1 Formas de transporte 2 Estocagem:	MFN	Torra o café manualmente terceriza esse serviço, transporta para cidades vizinhas e para Recife na CEASA. Tinha um FIAT UNO gastava mais de R\$ 70,00 de combustível só para deixar o produto final em Recife.  Não tem nenhuma forma mais moderna de transporte dos materias de trabalho muito menos para transportar os sacos de café do terreno lá de baixo para cima.
Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Logística	1 Formas de transporte	JLS	Tem custo com transporte contudo apenas combustível tem veículo próprio.

	2 Estocagem:		<p>Atualmente vende apenas o café <i>in natura</i> contudo a APROTAC adquiriu uma máquina para torrar café esta apreendendo a trabalhar com ela, a máquina fica em sua propriedade.</p> <p>Vende o produto em Recife apenas quando é pedido para a Casa do Sertão empresa que vende produtos orgânicos.</p> <p>Não existe nada a mais do que o tracional para o transporte da colheita até o armazem do que apenas o esforço humano.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Logística	1 Formas de transporte 2 Estocagem:	LBF	<p>Não tem transporte próprio e a APROTAC também não tem.</p> <p>Não tem estocagem de produto acabado simplesmente produz <i>in natura</i> e vende tenta ficar o mínimo de tempo possível com o produto.</p> <p>Não tem nada para ajudar no transporte dos materias de produção não é possível o terreno é ingreme.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Logística	1 Formas de transporte 2 Estocagem:	EBS e JGV	<p>Praticamente quase todos os produtores vendem o produto <i>in natura</i> no máximo secam o café e existem muitos que vendem ele apenas tirado do pé.</p> <p>Praticamente todos os produtores não fazem estoque de produto acabado porque simplesmente vendem a produção <i>in natura</i>.</p>

			Não existe nenhuma técnica para auxiliar no transporte da produção ou das ferramentas de trabalho.
Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Logística	1 Formas de transporte 2 Estocagem:	TAB	<p>Temos transporte próprio para nossa produção acabada.</p> <p>Quando vende <i>in natura</i> vende atualmente para o mercado Japonês, onde a mercadoria é transportada em carretas acondicionadas em containers e posteriormente embacardas de navio para o Japão.</p> <p>Tem estrutura completa de armazenagem e estoque de produtos tanto acabado como <i>in natura</i>.</p> <p>Quanto ao uso das ferramentas de trabalho tenta ao máximo melhorar as técnicas de manuseio visando a melhoria da qualidade de vida dos nossos trabalhadores.</p>
Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Logística	1 Formas de transporte 2 Estocagem:	JAF	<p>Para transportar a produção usa transporte próprio, quando a safra é maior aluga.</p> <p>Em média o valor mínimo do frete esta a R\$ 150,00 de 6 a 8 toneladas.</p> <p>Não tem nenhum gerenciamento quanto ao produto final simplesmente vende o produto <i>in natura</i>”.</p> <p>Quanto ao manuseio de materiais para auxiliar a produção, não sabe nem como dizer, é tudo manual.</p>
Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados

Logística	1 Formas de transporte 2 Estocagem:	PAF	<p>Usa transporte próprio para a produção.</p> <p>Tem todo o maquinário possível para a separação dos grãos, despolar os grãos e torrar.</p> <p>Transporta a produção acabada para as cidades vizinhas e vende toda a produção na região.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Logística	1 Formas de transporte 2 Estocagem:	RMB	<p>Torra o café manualmente, contudo também vende o produto <i>in natura</i> a depender do preço. Tem uma Strada da FIAT que tranporta a produção até o comprador.</p> <p>Tem a esperança que a APROTAC passe a moer e torrar o café ainda nessa safra.</p> <p>Não utiliza nenhuma técnica de manuseio de ferramentas diferentes da que fazem a mais de 100 anos em sua propriedade.</p>

## OBJETIVO ESPECÍFICO – 2

Analisar como a governança da comercialização pode influenciar na sustentabilidade do produto			
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>

<p>Cadeia Produtiva</p> <p>1.Ambiente institucional</p> <p>2.Ambiente organizacional</p>	<p>1.1 Legislação e normas</p> <p>1.2 Tradições, cultura e costumes;</p> <p>2.1 Agentes públicos;</p> <p>2.2 Agentes financeiros</p> <p>2.3 Associação</p> <p>2.4 Agentes de comercialização</p>	<p>JCS</p>	<p>Entende razoalvente a respeito das normas sobre produção orgânica, afinal é o atual Secretário de Agricultura do Município e presidente a APROTAC. É o responsável manter o diálogo entre os produtores e a IBD quando existia a certificação que agora esta suspensa.</p> <p>A APROTAC não compra o produto dos produtores e tenta revender em lotes e também não faz nenhum trabalho de compra de insumos em grande quantidade, não tem locais de armazenagem para isso e não tem transporte próprio para entregar. Esta tentando resolver essa situação.</p> <p>Existe um programa de governo chamado PRORURAL é um programa estadual contudo é muito limitado.</p> <p>Existe apenas uma linha de crédito que o Governo Federal fornece que é o PRONAF. Não é muito difícil de ser adquirido o problema é que os produtores precisam ter um projeto.</p> <p>“Atualmente esta tentando conseguir colocar para funcionar uma máquina para torrar café recém adquirida. A APROTAC é limitada a sede dela fica na sede da prefeitura em uma sala. Precisa existir mais espaço o local onde a APROTAC esta colocando a máquina de torrar café pertence a um dos associados.</p> <p>Os produtores continuam a produzir da mesma forma que produzem a muitas décadas as mudanças se existem são muito poucas.</p>
--	--	------------	--

Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Cadeia Produtiva 1.Ambiente institucional 2.Ambiente organizacional	1.1 Legislação e normas 1.2 Tradições, cultura e costumes; 2.1 Agentes públicos; 2.2 Agentes financeiros 2.3 Associação 2.4 Agentes de comercialização	ROS	<p>Infelizmente tem pouco conhecimento sobre a legislação a respeito da produção de produtos orgânicos, porém gostaria de saber mais a respeito do assunto.</p> <p>Não, a Associação me lembro de ter feito isso apenas uma vez, mas atualmente não esta fazendo, contudo essa única vez que aconteceu foi quando conseguiram exportar, mas foi apenas uma vez.</p> <p>Acontece uma feira anual de produtos orgânicos. Sabe que na CEASA existe um espaço para produtos orgânicos porém é muito limitado.</p> <p>Não existe nenhuma linha de crédito específica para o café de Taquaritinga do Norte. Tem certeza que se existisse o acesso não seria fácil.</p> <p>A APROTAC esta tentando melhorar ao adquirir uma máquina de torrefação.</p> <p>A máquina esta na propriedade de um dos produtores que fica em um local distante e em uma das partes mais altas de Taquaritinga, tem que pagar frete para levar o café até lá para torrar a associação não tem um caminhão para transporte.</p> <p>A associação não compra insumos em quantidade temos que comprar cada um por conta própria.</p>
Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Cadeia Produtiva 1.Ambiente	1.1 Legislação e normas 1.2 Tradições, cultura e costumes;	JGS	Tem um certo conhecimento sobre a legislação da produção de produtos orgânicos é o vice-presidente da associação.

<p>institucional 2.Ambiente organizacional</p>	<p>2.1 Agentes públicos; 2.2 Agentes financeiros 2.3 Associação 2.4 Agentes de comercialização</p>		<p>A APROTAC ainda não compra a produção em lotes com intuito de venda, agora como comprou uma máquina de torrefação quem sabe passa fazer esse tipo de processo.</p> <p>Existe uma feira anual de produtos orgânicos realizado pela Prefeitura.</p> <p>Não existe uma linha de crédito específica para a produção de café em Taquaritinga do Norte. O que existe é o PRONAF mas não é especificamente para o café, é preciso ter um projeto para conseguir essa linha de crédito.</p> <p>A APROTAC nesse momento adquiriu uma máquina de torrefação o que acreditam que irá ajudar aos produtores conseguirem verem seu produto já acabado.</p> <p>Não fazem compra de insumos em grande quantidade a APROTAC não tem local de armazenagem e também não tem transporte próprio.</p>
<p><b>Categorias de análise</b></p>	<p><b>Subcategorias</b></p>	<p><b>Entrevistado</b></p>	<p><b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b></p>
<p>Cadeia Produtiva 1.Ambiente institucional 2.Ambiente organizacional</p>	<p>1.1 Legislação e normas 1.2 Tradições, cultura e costumes; 2.1 Agentes públicos; 2.2 Agentes financeiros 2.3 Associação 2.4 Agentes de comercialização</p>	<p>MFN</p>	<p>Quanto a legislação quanto a produção de produtos orgânicos, entende um pouco porque é o tesoureiro da associação”.</p> <p>No passado quando fizeram uma exportação conseguiram fazer uma venda e comprar o lote de produção dos produtores, contudo atualmente isso não acontece mais acredita que deva ser por causa da visão individualista de cada produtor.</p> <p>Vê a ação do governo do estado através do IPA e da prefeitura de Taquaritinga</p>

			<p>através da feira anual de produtos orgânicos. Também vê um trabalho importante realizado pelo SEBRAE.</p> <p>Atualmente não existe nenhuma linha de crédito exclusiva para a produção de café me Taquaritinga do Norte. O que existe é o PRONAF apenas isso.</p> <p>Atualmente esta sem produção, a APROTAC comprou uma máquina de torrefação acredito que isso irá ajudar aos produtores.</p> <p>A associação não faz compra de insumos em lotes não tem como armazenar e nem como transportar.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
<p>Cadeia Produtiva</p> <p>1.Ambiente institucional</p> <p>2.Ambiente organizacional</p>	<p>1.1 Legislação e normas</p> <p>1.2 Tradições, cultura e costumes;</p> <p>2.1 Agentes públicos;</p> <p>2.2 Agentes financeiros</p> <p>2.3 Associação</p> <p>2.4 Agentes de comercialização</p>	JLS	<p>Conhece sim sobre a legislação de produção de café orgânico e busca sempre conhecer mais.</p> <p>A associação não faz negociação de compra da produção para tentar vender conseguir um preço melhor.</p> <p>Não percebe praticamente nenhuma ação do poder público a única ação efetiva que viu foi realizada pelo SEBRAE.</p> <p>Não existe nenhuma linha de crédito específica para o café de Taquaritinga.</p> <p>A única ação efetiva que eu vê na APROTAC foi a compra dessa máquina de torrefação pode ser que as coisas melhorem.</p> <p>Não é feita compra em lote de insumos para diminuir os custos, isso nunca ocorreu.</p>

Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Cadeia Produtiva 1.Ambiente institucional 2.Ambiente organizacional	1.1 Legislação e normas 1.2 Tradições, cultura e costumes; 2.1 Agentes públicos; 2.2 Agentes financeiros 2.3 Associação 2.4 Agentes de comercialização	LBF	<p>Tem conhecimento das normas a respeito da produção de café orgânico.</p> <p>A associação não compra a produção para tentar vender de uma vez.</p> <p>Não existe nenhuma linha de crédito específica para o café de Taquaritinga do Norte.</p> <p>Não vê ações concretas de órgão públicos.</p> <p>A APROTAC não esta servindo é apenas pró forma.</p> <p>Não compra de insumos em lote, nunca vi a APROTAC fazer isso, muito menos os produtores se juntarem e fazerem isso por conta própria.</p>
Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Cadeia Produtiva 1.Ambiente institucional 2.Ambiente organizacional	1.1 Legislação e normas 1.2 Tradições, cultura e costumes; 2.1 Agentes públicos; 2.2 Agentes financeiros 2.3 Associação 2.4 Agentes de comercialização	EBS e JGV	<p>A maioria dos produtores não tem conhecimento, só sabem que não pode usar defensivos químicos, mas acham que usar lixo pode.</p> <p>Não compra a produção em lotes dos produtores, a ação da APROTAC é muito limitada.</p> <p>O IPA age o tempo todo junto com os produtores, contudo, são apenas dois técnicos para atender não apenas a produção de café mas também as outras produções do município como as hortaliças. O município de Taquaritinga não tem nenhum técnico agrícola em seu quadro espera apenas pelo governo do estado.</p> <p>O SEBRAE orientaram os membros da APROTAC, em transformar a</p>

			associação em uma cooperativa, porque a associação tem limitações jurídicas e societárias. Uma simples emissão de nota fiscal não é possível com uma associação por não ter caráter de empresa.
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Cadeia Produtiva 1.Ambiente institucional 2.Ambiente organizacional	1.1 Legislação e normas 1.2 Tradições, cultura e costumes; 2.1 Agentes públicos; 2.2 Agentes financeiros 2.3 Associação 2.4 Agentes de comercialização	TAB	<p>“Temo conhecimento na profundidade da legislação e normas de produção internacional quanto a produção de café orgânico, vede a produção para os melhores restaurantes do Recife como Parraxaxa e cafeterias renomadas como a Tokyo`s o café que vendem para essa cafeteria é um tipo de café exclusivo. Grande parte de nossa produção é exportada para o Japão, mas também já exportaram para os Estados Unidos.</p> <p>Praticamente não observa a atuação de entes públicos.</p> <p>Linha de crédito só existe o PRONAF sendo difícil de ser adquirido não existe uma linha específica para a produção de café.</p> <p>Já fez parte da associação contudo hoje em dia acha que não vale mais a pena fazer parte dela. Quando fez parte da APROTAC lembra de nenhuma ação efetiva dela.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Cadeia Produtiva 1.Ambiente institucional	1.1 Legislação e normas 1.2 Tradições, cultura e costumes; 2.1 Agentes públicos;	JAF	<p>Tem sim conhecimento das normas de produção de cafés orgânicos.</p> <p>“No passado consegui que a associação negociasse, quando saiu uma reportagem no Globo Rural em rede nacional, conseguiram exportar um lote de</p>

2.Ambiente organizacional	2.2 Agentes financeiros 2.3 Associação 2.4 Agentes de comercialização		<p>produção e vender a outra parte da produção para o sudeste do país.</p> <p>Vi a ação do IPA e do SEBRAE.</p> <p>Não existe linha de crédito específica para o café.</p> <p>A associação tenta unir os produtores para conseguir um preço menor.</p> <p>A APROTAC não faz o trabalho de unir os associados para comprar insumos em grandes quantidades.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Cadeia Produtiva 1.Ambiente institucional 2.Ambiente organizacional	1.1 Legislação e normas 1.2 Tradições, cultura e costumes; 2.1 Agentes públicos; 2.2 Agentes financeiros 2.3 Associação 2.4 Agentes de comercialização	PAF	<p>Tem conhecimento da legislação e normas de produção do café orgânico.</p> <p>No passado a APROTAC fez sim compras em lotes para tentar conseguir um melhor preço junto aos compradores.</p> <p>Só vi até hoje a ação do SEBRAE que até hoje me dão suporte comercial.</p> <p>Não existe uma linha específica para o café. Existem outras linhas contudo o agricultor vai ao Banco do Brasil e outros bancos e eles dizem que não existe.</p> <p>A APROTAC não nos beneficia em praticamente nada atualmente.</p> <p>A associação não negocia junto com os produtores compra em lotes de insumos para reduzir os custos.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Cadeia Produtiva 1.Ambiente	1.1 Legislação e normas 1.2 Tradições, cultura e costumes;	RMB	O conhecimento que tem das normas foi o que passaram na APROTAC.

institucional 2.Ambiente organizacional	2.1 Agentes públicos; 2.2 Agentes financeiros 2.3 Associação 2.4 Agentes de comercialização		<p>A associação não nos ajuda para tentarmos vender nossa produção por um melhor preço não.</p> <p>Quanto a órgão públicos temos ajuda do SEBRAE através do PRORURAL e o IPA.</p> <p>Não existe uma linha de crédito específica para o café.</p> <p>Atualmente não esta ajudando muito não, mas acredito que com a compra dessa máquina de torrefação seja possível reduzir o custo com a torra.</p> <p>A APROTAC não faz negociações conjuntas para compra de insumos.</p>
---	--	--	---

Analisar como a governança da comercialização pode influenciar na sustentabilidade do produto			
Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Comercialização	1 Canal de comercialização 2 Estratégia comercial	JCS	É presidente da associação porém não é produtor de café.
Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Comercialização	1 Canal de comercialização 2 Estratégia comercial	ROS	Não vende a produção ao consumidor final, vende a produção <i>in natura</i> quem

			<p>pagar melhor leva.</p> <p>Vende tudo para o mercado interno, não tem capacidade para exportar.</p> <p>O pessoal da região normalmente é o PAF que compra a produção, ele vem buscar com o transporte dele.</p> <p>Não existe nada disso de estratégia de comercialização vendo para quem oferecer mais e tem que vir aqui pegar o café.</p> <p>Não tem informação de outros compradores.</p> <p>A APROTAC atualmente não ajuda muito para conseguir um preço melhor também a produção atualmente esta muito baixa.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Comercialização	<p>1 Canal de comercialização</p> <p>2 Estratégia comercial</p>	JGS	<p>Não vende para o consumidor final vende <i>in natura</i>.</p> <p>Vende tudo no mercado interno.</p> <p>Os principais compradores são da região mesmo normalmente TAB e PAF.</p> <p>Não tem como ter numa estratégia diferente daqui adota.</p> <p>Tem informação que vendem o café em Recife e exportam para o Japão.</p> <p>A associação atualmente não esta fazendo com que os membros se unam na busca de melhores preços, acredito que agora com essa máquina de torrefação quem sabe.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Comercialização	1 Canal de comercialização	MFN	Consegue vender a produção ao consumidor final, e terceriza a torra do café que

	2 Estratégia comercial		<p>é feita manualmente e vende o café na CEASA (Recife) e na região.</p> <p>Os principais compradores são clientes de Recife, Caruaru, Toritama e Santa Cruz.</p> <p>Não tem conhecimento muito sobre estratégia de comercialização só sabe que é mais rentável vender o café pronto do que <i>in natura</i>.</p> <p>Atualmente não tem muita informação sobre os mercados consumidores, o SEBRAE tentou ajudar nisso, mas logo depois veio a seca e a produção caiu muito. Seria bom reviver o projeto caso a produção se normalize.</p> <p>A associação até que tenta sim junto aos produtores um preço melhor em relação aos compradores que torram café TAB e PAF contudo com pequena produção atual devido a seca ficou difícil fazer esse trabalho.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Comercialização	1 Canal de comercialização 2 Estratégia comercial	JLS	<p>Vende o produto direto ao consumidor final em Recife.</p> <p>A produção é toda vendida no mercado interno, não tem o conhecimento necessário para exportar.</p> <p>O principal comprador é uma empresa do Recife.</p> <p>Não faz nenhuma estratégia de comercialização apenas vende a esse comprador.</p> <p>Não busca informações sobre os potenciais mercados consumidores.</p>

			A associação não está fazendo nada em relação a estratégias de comercialização.
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Comercialização	1 Canal de comercialização 2 Estratégia comercial	LBF	Vende minha produção ao PAF ele paga R\$ 350,00 a saca vende a ele porque paga melhor. Minha produção é vendida toda no mercado interno. Só tem um comprador vendo tudo a PAF. Não tem estratégia de comercialização. Só vende para um comprador não procura por nenhum outro. A associação não se preocupa com estratégias de comercialização.
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Comercialização	1 Canal de comercialização 2 Estratégia comercial	EBS e JGV	Produz café para consumo próprio.
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Comercialização	1 Canal de comercialização	TAB	Vende para o consumidor final no mercado interno em Recife nos principais

	2 Estratégia comercial		<p>restaurantes da região como o Parraxaxá e nas principais cafeterias.</p> <p>Vende a produção torrada embalada a vácuo com valvula no mercado interno, no mercado externo vende a produção atualmente para o Japão. O japoneses são bastante criteriosos vão a propriedade com regularidade para inspecionar a produção.</p> <p>Tem conhecimento do potencial do café da região que se destaca pela qualidade diferenciada, contudo a produção é limitada sendo assim tem que selecionar os melhores compradores, quem paga melhor no mercado externo atualmente são os japoneses.</p> <p>A extratégia comercial esta na busca de clientes que estejam dispostos a pagar a mais por um produto que eles entendem que tem uma qualidade diferenciada. Esse é o caso do café sombreado orgânico do tipo Arabica Típica produzido em Taquaritinga do Norte.</p> <p>Atualmente não estou mais na associação mas no tempo que fazia parte ela não se preocupava com aspectos comerciais.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Comercialização	1 Canal de comercialização 2 Estratégia comercial	JAF	<p>Vende para o consumidor final vende tudo <i>in natura</i>.</p> <p>Vende tudo no mercado interno.</p> <p>Vende o produto para quem pagar mais essa é minha estratégia.</p> <p>Não tem informação nenhuma dos atuais de mercado consumidores, o SEBRAE tentou ensinar.</p>

			A associação não ajuda em relação a mercados de consumo.
Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Comercialização	1 Canal de comercialização 2 Estratégia comercial	PAF	<p>Vende a produção ao consumidor final, torra o café embala em embalagens com válvulas, toma todos os cuidados com a higiene e coloca o prazo de validade de 120 dias para o produto.</p> <p>Vede toda a produção no mercado interno seus principais consumidores são clientes da própria região que compram nosso produto nos supermercados, padarias e mercearias. O produto tem uma boa aceitação. Atualmente existe um cafeteria que vende café de Taquaritinga o café servido pertence a essa propriedade.</p> <p>A estratégia que adota é vender o produto dentro do mercado interno com a melhor qualidade possível para isso continua ainda com a parceria junto ao SEBRAE.</p> <p>O SEBRAE ajuda muito na busca de novos mercados contudo é difícil conseguir colocar o produto nos grandes centros como Recife. Esta mudando a embalagem para tentar conseguir vender o produto lá, com ajuda do SEBRAE acredita que conseguirá.</p> <p>A associação atualmente não esta conseguindo exercer o seu papel na busca por</p>

			novos consumidores.
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Comercialização	1 Canal de comercialização 2 Estratégia comercial	RMB	Vende a produção para o consumidor final, faz a torra manual na propriedade. Vende o produto para os turistas que vem conhecer Taquaritinga normalmente a APROTAC traz eles aqui na minha propriedade. Infelizmente não tem nenhuma estratégia de venda do produto. Não tem muita noção de mercados consumidores, vende o produto praticamente todo <i>in natura</i> . Apenas uma parte dessa produção vende acabada (café torrado), para os turistas que vão a propriedade.

Outras questões relacionadas aos Objetivos específicos Sustentabilidade:

Questões a respeito da sustentabilidade social e econômica			
Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Sustentabilidade	1 Social 2 Econômica	JCS	<p>Existe sim um sentimento de segurança nas propriedades.</p> <p>Sim existe o uso de drogas por parte de nossa juventude principalmente maconha. Tem sim influência no fornecimento de mão de obra.</p> <p>A prefeitura infelizmente não tem nenhum programa de combate as drogas, nem o estado nem o governo federal agem aqui em Taquaritinga.</p> <p>Perguntas a respeito dos aspectos econômicos não foram respondidas porque o JCS é apenas presidente na associação não é produtor de café.</p>
Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Sustentabilidade	1 Social 2 Econômica	ROS	<p>Se senti seguro na propriedade, contudo não existe nenhum patrulhamento na região.</p> <p>Existe o uso principalmente de maconha e com certeza afeta a produtividade eles preferem esta fumando maconha do que o trabalho.</p> <p>Não existe nenhum programa governamental de combate as drogas no município.</p> <p>Acredita que é melhor deixar a produção de café a lida é muito pesada, é bem melhor comercializar confecções em Santa Cruz.</p>

			<p>Não faz nenhum levantamento de custos, não tem ideia real de produtividade só sabe que é muito baixa.</p> <p>Acha que vale a pena sim produzir café em pequenas propriedades desde que a chuva aconteça normalmente. Porém também tem outras culturas para ajudar na renda.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Sustentabilidade	<p>1 Social</p> <p>2 Econômica</p>	JGS	<p>Se senti seguro e na associação também.</p> <p>Sim existe o uso de drogas por parte da juventude principalmente de maconha isso afeta a produtividade deles no trabalho</p> <p>Nenhum órgão governamental faz nada para combater o consumo de drogas.</p> <p>Prefiro o café do que trabalhar com o comércio de confecções em Taquaritinga do Norte.</p> <p>Não tem nenhum levantamento do custos em minha propriedade mais acha que a rentabilidade é de 50% em época de chuvas normais.</p> <p>Acha sim que é vantajoso produzir em pequenas propriedades desde que as chuvas ocorram dentro do esperado, agora vê a necessidade de ter outras culturas na propriedade.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Sustentabilidade	1 Social	MFN	Na região do sítio não tem segurança, já foi roubado, roubaram o seu carro.

	2 Econômica		<p>Existe o uso de drogas principalmente a maconha, já existem casos de uso de crack.</p> <p>Eu acho rentável, produzir e vender café eu gosto de ser agricultor, eu não trocaria para ser comerciante em Santa Cruz.</p> <p>Não faz nenhum levantamento dos custos de produção, só sei que uma saca torrada de café em grão de 45 kg eu consigo vender a R\$ 900,00.</p> <p>Um hectare dá para produzir 10 sacas de café em um ano. Porém só com o café não dá tem que trabalhar com outras culturas como a banana, macacheira, maracujá e o cajú.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Sustentabilidade	1 Social 2 Econômica	JLS	<p>Se sente seguro.</p> <p>Muitos jovens usam maconha, sim afeta a produtividade.</p> <p>O município não tem nenhum programa contra o uso de drogas.</p> <p>Acha que não vale a pena trocar a produção agrícola para vender confecção em Santa Cruz.</p> <p>Faz levantamento de custos da produção, tem que ter uma produção de 70 sacos ano para ter lucro.</p> <p>Não acha que produzir café em pequenas propriedades vale a pena.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Sustentabilidade	1 Social	LBF	Acha muito perigoso.

	2 Econômica		<p>Muito uso de crack e maconha. Acha que ainda não atrapalha a mão de obra na região.</p> <p>Não tem programa nenhum governamental de combate as drogas.</p> <p>Trocaria a produção de café para vender produtos de confecção em Santa Cruz, o café sozinho é inviável.</p> <p>Tem levantamento de custos na propriedade. É por esse motivo que acho o café inviável.</p> <p>Acha que o café sozinho não é possível ser produzido em pequenas propriedades a não ser com outras culturas.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Sustentabilidade	1 Social 2 Econômica	EBS e JGV	<p>Já tive alguns problemas com segurança tem que estar atento.</p> <p>Existe o uso de maconha e um pouco de crack.</p> <p>Não existe nenhuma ação do governo em relação as drogas.</p> <p>Acha que o café é viável principalmente se a pequena proriidade for irrigada.</p> <p>Porém acha que é necessário o manejo de outras culturas associadas.</p>
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Sustentabilidade	1 Social 2 Econômica	TAB	<p>Sim me sinto segura.</p> <p>Existe sim principalmente o uso de maconha, quanto a produtividade não tenho como opinar, tenho um quadro fixo de funcionários.</p> <p>Acha que não vale a pena trocar a produção de café com outro tipo de atividade.</p>

			Acho que é viável sim produzir café em pequenas propriedades.
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Sustentabilidade	1 Social 2 Econômica	JAF	Se sinto seguro na propriedade. Alguns jovens usam maconha, acredita que diminui a oferta de mão de obra. Não existe nenhum programa governamental de controle as drogas. Não abandonaria a produção de café gosto de ser agricultor. Não faço levantamento de custos em minha propriedade. Acho que somente o café não, a não ser com outras culturas.
<b>Categorias de análise</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Decodificação dos dados dos entrevistados</b>
Sustentabilidade	1 Social 2 Econômica	PAF	Se sinto seguro, porém não vacila existem relatos de problemas em outras regiões do município. Existe sim o consumo de maconha. Não existe nenhum trabalho por parte de nenhum órgão governamental. Acha que ainda esta valendo a pena produzir café mas já pensou em desistir e partir de vez para as outras atividades. Faz levantamento de custos de produção. Acha que para as pequenas propriedades vale a pena, agora desde que junto com outras culturas.

Categorias de análise	Subcategorias	Entrevistado	Decodificação dos dados dos entrevistados
Sustentabilidade	1 Social 2 Econômica	RMB	<p>Nunca teve problemas com violência na região do sítio.</p> <p>Perto da propriedade nunca viu ninguém usar drogas, mas sabe que usam em outras regiões do município.</p> <p>Acha que não vale a pena trocar a agricultura pelo polo de confecções, gosta da agricultura.</p> <p>Infelizmente não faz levantamento de custos na propriedade.</p> <p>Acha que vale a pena cultivar o café em pequenas propriedades com outras culturas, principalmente para a agricultura familiar.</p>

