

DIRECT TRADE: ESTRATÉGIA PARA VALORIZAÇÃO DE PEQUENOS PRODUTORES DE CAFÉS ESPECIAIS

Gabriel Igor Nogueira RAMOS¹
Sheldon William SILVA^{2,*}
Lúcio Garcia CALDEIRA³
Mailson Alan de GODOI⁴
Fabricio Pelloso PIURCOSKY⁵
Gustavo Flaussino de OLIVEIRA⁶

¹⁻⁶Centro Universitário do Sul de Minas – UNIS/MG.

*Autor correspondente. sheldonwilliamsilva@gmail.com

RESUMO : Este trabalho demonstra que os consumidores mundiais estão com novos hábitos e conceitos sobre cafés de qualidade excepcional. Percebe-se que as cafeterias, importadores e torrefadores estão visualizando uma nova demanda, pois o mundo está se adaptando com essas mudanças e cabe a eles juntamente com os produtores buscarem e explorarem esse mercado e o comércio justo para ambas as partes. Essa adaptação está em processo inicial, as tendências de mercado estão se modificando e sendo essenciais para as tomadas de decisões no mercado e no cenário cafeeiro. Nesse sentido, se transformam os parâmetros mercadológicos desse setor com os produtores investindo na qualidade, os compradores pagando o justo e mostrando aos seus clientes e fornecedores a procedência e a origem daquela xícara de café consumida. O objetivo deste estudo é ressaltar a importância e a contribuição do Direct Trade na vida, principalmente, dos pequenos produtores devido à valorização do produto e esse trabalho que as empresas fazem juntamente com os produtores é um trabalho mais humano e justo. Este intento será mediante uma pesquisa exploratória, documental e de campo analisando os produtores de cafés especiais na região da Mantiqueira de Minas na cidade de São Gonçalo do Sapucaí que vêm se destacando em concursos nacionais e regionais pela qualidade de seus cafés excepcionais. Assim se evidenciou a busca da valorização de seu trabalho e de seu produto de forma mais honesta, transparente e justa, para cada dia mais incentivar outros produtores que o melhor caminho é investir em qualidade.

PALAVRAS-CHAVE: Direct Trade. Mantiqueira de Minas. Produtores. Cafés Especiais. São Gonçalo do Sapucaí.

ABSTRACT : This paper demonstrates that global consumers are having new habits and concepts about exceptional quality coffees. It is perceived that coffee shops, importers and roasters are seeing a new demand, as the world is adapting with these changes and it is up to them together with producers to seek and exploit this market and fair trade for both parties. This adaptation is in the initial process, market trends are changing and are essential for decision making in the market and in the coffee scenario. In this sense, the market parameters of this sector are transformed with producers investing in quality, buyers paying the fair and showing their customers and suppliers the origin and origin of that cup of coffee consumed. The purpose of this study is to highlight the importance and contribution of Direct Trade in the lives of small producers mainly due to the valorization of the product and this work that the companies do together with the producers is a more humane and fair work. This attempt will be through an exploratory, documentary and field research analyzing the producers of specialty coffees in the region of Mantiqueira de Minas in the city of São Gonçalo do Sapucaí that have been outstanding in national and regional competitions for the quality of their exceptional coffees. This was evidenced by the search for the valorization of their work and their products in a more honest, transparent and fair way, for each day more encourage other producers that the best way is to invest in quality.

KEYWORDS: Direct Trade. Mantiqueira de Minas. Producers. Special Coffees. São Gonçalo do Sapucaí

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho aborda o produtor de cafés especiais, cujo comportamento mudou ao longo dos anos, buscando melhoria nas propriedades, na qualidade e, principalmente, nas negociações com destaque para o *Direct Trade*. O *Direct Trade* tem crescido e se desenvolvido no mercado mundial devido ao fato de os consumidores de cafés estarem aprendendo a tomar, apreciar, a degustar um verdadeiro café.

Tal abordagem se justifica em virtude de o café ser um produto de grande importância para o país nas exportações do tipo *commodity*. Soma-se a isso a busca por parte de produtores e exportadores de novos horizontes e colocação para os cafés com diferenciais nos atributos sensoriais que são muito raros e de alta qualidade. Os Estados Unidos com suas cafeterias são os pioneiros nessa modalidade de *Direct Trade*, a qual vem se denominando como terceira onda do café, tendo como principal foco comprar cafés de qualidade excepcional de produtores que os produziram de forma sustentável e muitas vezes em propriedades familiares.

É importante lembrar também a contribuição do trabalho para os pequenos produtores de São Gonçalo do Sapucaí na região do Sul de Minas Gerais (também denominada Mantiqueira de Minas), que vêm investindo em qualidade por terem diferenciação nos cafés, em especial, pelas características peculiares como altitude, latitude, variações de clima, variedades dos frutos e o sistema de produção. Devido a isso, eles não estão mais no mercado *commodity* e sim no de cafés especiais.

O objetivo deste estudo com base nessas informações é abordar o *Direct Trade*, ressaltando sua importância e contribuição na vida, principalmente, dos pequenos produtores devido à valorização do produto e esse trabalho que as empresas fazem juntamente com os produtores é um trabalho mais humano e justo.

Este intento será alcançado por meio de uma pesquisa com objetivo exploratório e com as técnicas de

procedimento documental e de campo. A técnica de campo realizou-se por meio de uma análise junto aos produtores de cafés especiais na região da Mantiqueira de Minas na cidade de São Gonçalo do Sapucaí que vêm se destacando em concursos nacionais e regionais pela qualidade de seus cafés excepcionais. Eles que estão buscando valorização de seu trabalho e de seu produto de forma mais honesta, transparente e justa, para cada dia mais incentivar outros produtores que o melhor caminho é investir em qualidade.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com Silva e Guimarães (2012) a sociedade está em constante mudança, notam-se novos hábitos, conceitos, modas e tecnologias que foram agentes de várias transformações durante a história. Para as cadeias agroindustriais é de interesse particular acompanhar as modificações nas preferências dos elos finais da cadeia, como varejista e consumidores. Pois, elas geram demandas inéditas que, por sua vez, necessitarão ser atendidas pelos produtores agrícolas. Em geral, se pode dizer que o consumidor “cria” a demanda, incumbindo os produtores a se ajustarem ao novo padrão de consumo. Responder as novas demandas envolve a exploração de oportunidades e manutenção da competitividade no mercado.

Segundo esses mesmos autores e a Cafebras (2018), os importadores de cafeterias internacionais e torrefações, compradores de cafeterias brasileiras que visam os consumidores mais exigentes, buscam cafés diferenciados com características exóticas diretamente de produtores ou de compradores que valorizam o trabalho de produtores que fazem micro lotes de cafés especiais. Não há um preço fixado, porém são valores superiores ao do mercado e as negociações são diretas entre o produtor e o comprador. Os compradores de café participantes do *Direct Trade* almejam pagar valores que deem uma remuneração ao cafeicultor pelo trabalho executado e que o estimule a

continuar produzindo cafés de qualidade.

Ainda Silva e Guimarães (2012) dizem que os micro lotes de cafés especiais têm o preparo e o cuidado diferente dos cafés *commodities*, são características de pequenos produtores investirem em qualidade devido a grande paixão pelo café e a busca de um mercado que valorize o trabalho do ano todo. Minas Gerais sempre teve destaque como grande produtor de café *commodity*, mas, recentemente, houve aumento na produção de cafés especiais, principalmente, nas regiões sul do estado e do Cerrado Mineiro. A bebida dos cafés especiais é consumida por apreciadores pelas suas nuances, preparados de várias maneiras pelos baristas que ressaltam o sabor, aroma, prazer e que deixam algo de marcante na xícara de café consumida. Um café nunca tem o mesmo sabor de outro, cada um tem sua própria característica que o define como especial, sendo raro e surpreendente. “O café era “mais consumido do que apreciado”, valorizado mais pelo que fornecia (a energia) e menos por sua natureza e sabor” (SILVA; GUIMARÃES; 2012).

2.1 Cafés Especiais

Um café especial é apreciado por suas características sensoriais e é aquele com grãos selecionados e que tem um equilíbrio perfeito entre aroma, sabor, doçura, corpo, acidez e finalização. Ele tem cuidados especiais, começando com a seleção da área e variedade a ser plantada, passando por todo o processo dos cuidados e alimentação com os nutrientes que a planta precisa. Depois na colheita, pós-colheita, secagem, descanso em tulhas os *bags*, beneficiamento, local para armazenagem, processo de amostragem, envio para clientes, classificação e análise sensorial do grão, negociação, entrega e recebimento, torração e moagem. E por fim, o último processo que é a degustação e a apreciação do café na xícara.

Segundo a Academia do Café (2018, sp.):

O segmento de cafés especiais representa, hoje, cerca de 12% do mercado internacional da bebida. Os atributos de qualidade do café cobrem uma ampla gama de conceitos, que vão desde características físicas, como origens, variedades, cor e tamanho, até preocupações de ordem ambiental e social, como os sistemas de produção e as condições de trabalho da mão-de-obra cafeeira.

Silva e Guimarães (2012) afirmam que o café especial está vindo à terceira onda, onde é preparado devido aos seus nuances, procurando destacar seu aroma e sabor, e não mais apenas pela cafeína. No ato de prepará-lo não se usam *blends*, já que o objetivo é valorizar sua origem e singularidades, assim como é feito com o vinho.

Além disso, valoriza-se o aspecto artesanal em sua preparação, pelo barista, que utiliza métodos alternativos às máquinas, como o coador. Além do mais, é uma tendência em pequenas cafeterias internacionais, como a Stumptown Coffee Roasters, nos Estados Unidos, em que são comuns os proprietários das cafeterias visitarem os produtores em busca destes cafés únicos.

Segundo a Associação Americana de Cafés Especiais (**Specialty Coffee Association of America – SCAA**) (2018) através da avaliação da metodologia SCAA, se descobre se um café tem os atributos para ser tido como especial. Essa avaliação tem um protocolo a ser seguido pelos *Q-Graders* (degustadores aptos a fazer a avaliação sensorial dos cafés) onde no final o café tem que apresentar uma nota de oitenta pontos acima para ser considerado especial. Mas, atualmente, o mercado está exigente e para fazer negociações no *Direct Trade* o produtor precisa ter café com atributos que são demandados pelos compradores ou que alcançam notas superiores aos oitenta e cinco pontos para os micro lotes de cafeterias que exigem cafés exóticos e com atributos diferenciados e especiais.

2.2 Região da Mantiqueira de Minas

Conforme o site Mantiqueira de Minas (2018) situada na face mineira da Serra da Mantiqueira, no sul do estado de Minas Gerais, está a região da Mantiqueira de Minas.

Uma região montanhosa, com clima gélido, onde é produzido um dos melhores cafés do Brasil e do mundo, cafés finos de alta qualidade, reconhecidos internacionalmente e campeões de concursos nacionais e internacionais.

O café dessa região é resultado da integração de fatores como o clima extremamente frio, chuvoso no verão e seco no período de maturação dos frutos e durante a colheita, altitudes elevadas, variando de oitocentos e cinquenta a mil e seiscentos metros.

De acordo com o mesmo autor, produzido em áreas montanhosas, que impedem a mecanização da lavoura, o seu café fino é de altíssima qualidade, reconhecida internacionalmente. Os cafés raros refletem a combinação de um terroir único e do saber fazer local que busca continuamente a excelência.

Nas plantações, a colheita ainda é feita manualmente, sempre buscando os melhores e mais maduros frutos. Os produtores da região apresentam compromisso com a responsabilidade socioambiental contribuindo para desenvolvimento social, econômico e ambiental na produção do café.

Ainda segundo esse autor, fazem parte da Mantiqueira de Minas vinte e cinco cidades sendo elas: Baependi, Brasópolis, Cachoeira de Minas, Cambuquira, Campanha, Carmo de Minas, Caxambu, Conceição das Pedras, Conceição do Rio Verde, Cristina, Dom Viçoso, Heliadora, Jesuânia, Lambari, Natércia, Olímpio Noronha, Paraisópolis, Pedralva, Piranguinho, Pouso Alto, Santa Rita do Sapucaí, São Gonçalo do Sapucaí, São Lourenço, São Sebastião da Bela Vista e Soledade de Minas. Com cerca de nove mil e duzentos produtores, em sua maioria, pequenos, com aproximadamente setenta mil hectares de café produzindo por volta

de cento e cinquenta mil sacas de café por ano. A região é uma das pioneiras no ramo de cafés especiais com uma ampla variedade de características diferenciadas e de alta qualidade.

2.3 Análise Sensorial dos Cafés - Metodologia SCAA

Neto (2007) elucida que para se obter cafés especiais é preciso que seja feita sua avaliação sensorial através da Metodologia SCAA. Essa metodologia determinou de modo completo e consistente uma codificação para definir e avaliar o café, introduzindo a chamada **Avaliação Objetiva**. A qual quantifica “a qualidade do café através de uma escala decimal que vai de zero a 100 pontos. Até para o consumidor é muito mais fácil identificar a qualidade de um café através de uma pontuação do que por uma expressão técnica como “Bebida Mole”. Dessa maneira, os juízes certificados pelo SCAA fazem a avaliação sensorial para diagnosticar se um café é especial ou não e quais as características que apresenta e a intensidade.

Segundo essa mesma fonte, a primeira análise dos juízes antes de fazer a sensorial, é verificar se todas as ferramentas usadas no processo estão de acordo para começar a avaliação dos cafés, verificando o ponto de torra do café, a água empregada e as temperaturas recomendadas para a degustação.

Segundo Neto (2007) e a Revista Cafeicultura (2010), após ter todas as ferramentas adequadas inicia-se a avaliação sensorial do café. São dez tópicos a serem avaliados e julgados pelos juízes até chegar à nota final. Atingindo pontuação acima de oitenta pontos o café é considerado especial. De acordo com Cabral (2018) são avaliados os quesitos em cinco xícaras de cada café, sendo eles: Aroma/Fragrância, Uniformidade, Ausência de Defeitos, Doçura, Sabor, Acidez, Corpo, Finalização, Equilíbrio, Nota Final. As notas são dadas de seis a dez pontos, sendo: notas 6.0 / 6.25 / 6.50 e 6.75 para bom, 7.0 / 7.25 / 7.5 e 7.75 para muito bom, 8.0 / 8.25 / 8.5 e 8.75

para excelente, 9.0 / 9.25 / 9.5 / 9.75 e 10 para excepcional. Após a avaliação de cada quesito soma-se a nota de cada um dos dez e verifica-se a nota final do café. Aqueles que atingirem nota igual e acima de oitenta pontos são considerados cafés especiais e os que ficarem abaixo disso não o são.

De acordo com Knudsen (1980, sp.) apud Neto (2007, sp.):

Em sua visão, “especial” envolve o conceito de algo de grande qualidade, raro e muito específico. Abrange, também, dentro da ótica do comércio de café, um produto que é fruto de um relacionamento particular, onde produtores e torrefadores se tornam grandes aliados.

A construção de uma duradoura relação entre produtores e torrefadores é importante para o desenvolvimento desse tipo de café.

2.4 Características Sensoriais dos Cafés da Mantiqueira de Minas

Conforme o site Mantiqueira de Minas (2018) a tradição da Serra da Mantiqueira como uma região única, diferente e reconhecida como produtora de cafés finos, raros e surpreendentes pode ser sentida em cada estrada, cidade, ou mesmo nos seus cidadãos e produtores.

Segundo esse mesmo autor, as principais características dos cafés da região são: Via úmida - notas cítricas e florais, corpo cremoso e denso, acidez cítrica com intensidade média alta, doçura alta, finalização longa; Via seca – cítrico, floral, frutado, corpo cremoso e denso, acidez médio-alta, doçura alta. Algumas características presentes nos cafés são as frutas vermelhas como o morango e a framboesa; as amarelas como laranja, tangerina e a manga; as cítricas como limão, maçã e laranja. A caramelização dos açúcares faz com que ele tenha características e sabores como chocolate, avelã, chocolate amargo, chocolate ao leite, castanhas, frutas secas, amendoim, mel e melaço. As cafeterias buscam estes tipos de cafés para os consumidores, pois cafés exóticos e raros estão em crescimento.

Começar o trabalho de educação aos

consumidores através da região da Mantiqueira de Minas foi um trabalho minucioso e gratificante. O trabalho sensorial com os produtores e os consumidores foi de padrão internacional pelos métodos de fazer o café e manter a qualidade e padrão dos cafés. Os cafés da Mantiqueira têm um grande potencial e os cafés frutados com diferenciais de características e doçura tem tido um crescimento muito grande na cafeteria. (BARISTA, 2018).

De acordo com o relato de um produtor, hoje trabalha-se para obter volume de cafés de 90 pontos, sendo o principal desafio aumentar a qualidade, independentemente do mercado, o foco é qualidade” (PRODUTOR DIRECT TRADE, 2018).

3. MATERIAIS E MÉTODOS

O artigo, referente ao seu objetivo, trata-se de uma pesquisa exploratória tendo o uso predominante das técnicas de procedimento documental e pesquisa de campo.

A pesquisa documental foi feita por meio de dados coletados em documentos on-line que tratam dos cafés especiais, sites de exportadores e compradores, revistas digitais e nos portais da Universidade Federal de Lavras e da Universidade Federal de Uberlândia.

A pesquisa de campo é de abordagem qualitativa com delineamento do tipo descritivo, analítico e argumentativo. Ela foi realizada a partir de entrevistas que foram todas transcritas sendo dezoito, no total.

Os aspectos nela identificados, descritos e analisados incidiram de dados coletados de produtores de São Gonçalo do Sapucaí da região da Mantiqueira de Minas, de associações que fazem parte da região da cafeteria pioneira no sul de Minas, compradores de cafés no mercado interno e externo, produtor e família pioneira na região de São Gonçalo do Sapucaí com projeto de expansão e fortalecimento do *Direct Trade* na região, produtores de cafés especiais e profissionais com ligação e entendimento do assunto abordado.

O levantamento de dados e análise dos arquivos apresentam resultados de um mercado inovador. A análise dos dados foi feita através de uma estratégia de pesquisa pautada na utilização de vários métodos para determinar a posição do objetivo de estudo a partir de diversos pontos de referências por meio da técnica de análise de conteúdo. Essa buscando identificar e analisar tipos, qualidades, condições, expectativa de mercado e distinções nos textos, também, por estabelecer conexões entre elementos estatísticos e análise qualitativa dos materiais.

Salienta-se que, por critérios éticos, os nomes dos pesquisados foram suprimidos e colocou apenas a sua posição na pesquisa: produtor, trader, produtor *direct trade* etc.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para os produtores entrevistados da região da Mantiqueira de Minas, o principal diferencial para o mercado internacional de cafés é a qualidade da bebida, origem, parcerias e valorização e relacionamento, dessa maneira a pesquisa buscou abordar informações dos produtores de café, da região da Mantiqueira de Minas e, principalmente, do crescimento da terceira onda que é o *Direct Trade* e os cafés especiais.

“Os clientes internacionais buscam mais parceiros e produtores para fazer as negociações através do *Direct Trade* para manter a transparência e valorizar o trabalho dos produtores” (TRADER, 2018).

Segundo o Informativo Coffee Break (2012) *Direct Trade* é a forma de relacionamento e negociação de café direta de torrefadores, cafeterias e importadores com os produtores. Iniciado por cafeterias norte-americanas, ele visa a proximidade dos produtores com seus clientes e compradores dos seus lotes de cafés, principalmente, os lotes de cafés especiais. Não existe preço fixo para o café do produtor, os valores são negociados de acordo com sua qualidade, procedência e preparo. Os valores pagos aos produtores são muito superiores aos valores de cafés

commodities, que valoriza o trabalho e os estimula a produzirem sempre mais cafés raros de alta qualidade.

De acordo com esse mesmo autor, através desta negociação os produtores transmitem ao comprador todas as informações solicitadas para colocar no café, como sua variedade, altitude da propriedade, método de beneficiamento e, principalmente, a história da fazenda com fotos da família, da lavoura, de todo processo até o beneficiamento.

O *Direct Trade* é a única maneira de o produtor estar buscando melhor qualidade dos processos. É um orgulho para mim, sou privilegiado, foi possível grandes investimentos, com certeza é o sucesso para o produtor. Hoje o *Direct Trade* me dá uma segurança, atendo vários mercados com vários tipos de cafés que produzo e tenho vários parceiros que vêm todo ano na minha propriedade comprar os cafés de qualidade que produzimos. (PRODUTOR DIRECT TRADE, 2018).

Com a comercialização do café dessa maneira o produtor faz o marketing do seu café e de sua propriedade e consegue abrir novos mercados, tanto nacional como internacional. Quando um produtor começa a vender o café mais caro e abre mercado, os demais começam a buscar e seguir os caminhos para ter a mesma valorização pela qualidade produzida. Nos últimos dez anos houve uma evolução nesse mercado, e o Brasil aos poucos vem conquistando seu espaço no mundo dos cafés especiais. Os produtores cada vez mais fazendo investimento na pós-colheita, separando os lotes, fazendo rastreabilidade desde a variedade até a seca, participando de feiras nacionais e internacionais, aprimorando os conhecimentos no campo, participando de palestras com agrônomos, fazendo cursos de classificação e degustação de café. O pensamento e atitude dos produtores estão mudando, pois muitos que não estão seguindo o crescimento do mercado de cafés especiais estão perdendo mercado. Criar ferramentas de divulgação como Instagram, sites, Facebook são essenciais

para receber os *feedbacks* de seus parceiros e consumidores.

A maior recompensa para produtor é ver seu café nas cafeterias, ver sua história estampada na embalagem e saber que tem muitos apreciadores. Mas para ter essa recompensa o produtor tem que ter conhecimento de seu produto, acompanhar cada passo e processo até chegar na xícara do consumidor. (PRODUTOR 2, 2018).

Os Estados Unidos pioneiro nas negociações *Direct Trade* e o principal consumidor de cafés valorizam os cafés especiais e fazem o trabalho de marketing do produtor, pois sabem que o produtor que faz cafés finíssimos busca mercado diferenciado e que paga pela qualidade. O mercado de cafés especiais vem crescendo também nos países da Europa e Oceania.

Os clientes internacionais buscam mais parceiros e produtores para fazer as negociações no *Direct Trade* por ser mais transparente e valorizar os produtores. É essencial e importante o relacionamento e amizade entre os produtores, exportadores e importadores. (TRADER, 2018).

Estimular os produtores da região em fazer boas práticas de produção, rastreabilidade e investir em qualidade fez com que a região fundasse a Associação dos Produtores da Alta da Serra (Apas).

Apas é o comércio justo, buscando maior visibilidade ao pequeno e grande produtor, comercializando seu produto (café) de forma transparente, ética e sustentável, respeitando o meio ambiente. Valorizando também as opiniões dos associados, buscando melhorias contínuas, união do grupo, trabalhando com transparência. (PRESIDENTE Apas, 2018).

A Apas tem o certificado *Fair Trade* que segundo a Apex (2015) significa o “comércio justo” que é fornecido pela Fair Trade Labelling Organizations (FLO). Esta certificação representa uma iniciativa que congrega responsabilidade social, sustentabilidade e competitividade para pequenos e médios produtores. A certificação funciona como uma cadeia,

onde não apenas o produtor (na forma de cooperativa ou associação) é certificado, mas as indústrias também, de forma que toda a cadeia produtiva segue as regras do comércio justo. Desta forma, o certificado *Fair Trade* garante aos produtores da Apas a venda do café com mais qualidade.

De acordo com esse mesmo autor, um dos mecanismos utilizados pela FLO é dispensar o uso de atravessadores, desta forma, a indústria que utiliza matéria-prima com a certificação *Fair Trade* e, que também é certificada, paga diretamente ao produtor. A associação está crescendo cada vez mais e é um dos pontos de referência para os produtores da região que investem em qualidade.

Segundo o Produtor 6 (2018) “negociações através da Apas são transparentes e eles têm visão de mercado buscando melhorias e preço para todos produtores. A paixão pelo café é o que move os produtores da Apas”.

De acordo com o Barista (2018):

Começar o trabalho de educação aos consumidores através da região da Mantiqueira de Minas foi um trabalho minucioso e gratificante. Trabalho sensorial com os produtores e consumidores foi um trabalho padrão internacional pelos métodos de fazer e manter a qualidade e os padrões dos cafés, e teve muito apoio de alguns dos produtores da Apas.

As mulheres vêm ganhando força na cafeicultura brasileira e uma associação de mulheres na região está conseguindo abrir o mercado para o “Café das Mulheres”, associação formada só por mulheres desde grandes produtoras até as catadeiras. Essa associação tem o nome de AMECAFÉ.

Nós mulheres cafeicultoras estamos começando e avançando na busca do espaço em um ambiente que era masculinizado, com jeitinho feminino, impondo nossos conhecimentos e ajudando na renda da família. Já trabalhava, mas não participávamos de reuniões, de feiras. Hoje em dia, se você andar pelas lavouras de nossa região vai ver mulheres trabalhando com a gestão da propriedade, mas também na lida do dia a dia, elas

adubam, elas roçam, elas aplicam defensivos, elas trabalham na seca do café nos terreiros etc. Enfrentamos sol e chuvas, acredito que tem algumas que fazem até as despesas do dia a dia de suas casas. (PRODUTORA 5, 2018).

A AMECAFÉ MANTIQUEIRA, Associação das mulheres empreendedoras do café da Serra da Mantiqueira de Minas, tem os seguintes conceitos e valores: melhorar a renda e a qualidade de vida das mulheres da cadeia produtiva do café e de suas famílias, na parte de capacitação técnica, treinamentos específicos, feiras, visitas técnicas, dias de campo, palestras e workshop, eventos direcionados, capacitação em gestão de negócios, gestão de custos, gestão de vendas, desenvolvimentos em parcerias. Nossa visibilidade está grande, formamos a associação em julho de 2017, e foi timidamente, de vinte associadas, fomos para sessenta em menos de um ano. Estamos felizes com o sucesso, mas com os pés no chão, temos que ter a responsabilidade de chamar as produtoras para a parte de capacitação, para sempre estarmos melhorando e caprichando como já é particularidade da mulher, acredito que faremos um bom trabalho nesse sentido. Temos concursos para participar este ano, e as meninas estão animadas. IWCA Brasil que é outra plataforma que caminha juntamente conosco, em julho, vai trazer compradores de outros países. Então de repente, pessoas que nem sabiam que existíamos estão vindo para nos conhecer, e de repente, já é necessário conhecermos outros idiomas. Lembrome de uma entrevista com um americano que veio para saber das histórias de vida de cada associada, nos disse a seguinte frase: Que estamos mudando a imagem de nosso país, para o mundo, e isso é muito gratificante mostrar, que nosso país não é só Carnaval, futebol, favelas e corrupção, que tem gente que trabalha duro. Cafebras também foi uma das primeiras a abrir suas portas para nós e as mulheres serão eternamente gratas (PRESIDENTE AMECAFÉ, 2018).

As mulheres da associação estão com boas perspectivas para o crescimento da entidade e para colocação no mercado internacional e nacional de seus cafés. Com

apoio de várias instituições, elas estão se aperfeiçoando e fazendo vários cursos relacionados à cafeicultura, desde o plantio até a degustação de café. A associação está no início, mas já estão criando parcerias e desenvolvendo através da Cafebras as negociações com importadores que prezam o *Direct Trade*.

Nossa, é uma satisfação enorme saber que o trabalho que estamos desenvolvendo está surtindo efeito, é orgulho misturado com satisfação pessoal, de saber que todo nosso esforço valeu a pena. (PRODUTORA 7, 2018).

Nossa satisfação é ver um provador de café na hora da prova dizer que nosso café deu uma excelente bebida, que pontuou bem, e que vamos conseguir vender nosso café por um bom preço. Para podermos continuar a produzir um excelente café e saber que estamos contribuindo para divulgar o nome do nosso país na exportação e ajudar na arrecadação do PIB. (Presidenta da AMECAFÉ, 2018).

As características marcantes dos cafés da região da Mantiqueira de Minas são os cafés exóticos e raros.

Características diferenciadas e exóticas como frutas vermelhas e muita doçura. A região apresentou cafés com particularidade distinta, demonstrando que o país tem grande potencial para produzir cafés especiais e não apenas em volume de commodities como é conhecido. (TRADER, 2018).

Nossa região tem diversas características como Achocolatado, notas de Caramelo, cafés frutados lembrando frutas de várias regiões, destacando também uma acidez mediana para elevada com uma doçura característica da região Mantiqueira de Minas. (PRESIDENTE Apas, 2018).

Produtores e degustadores surpreendem com cada micro lote dos produtores da região. A diversidade de frutas encontradas nos cafés é fascinante. “Meu café ano passado bebeu 87 pontos com gosto de morango” (PRODUTORA 9,

2018).

“O comprador do meu café gostou tanto do café que falou que meu café tinha gosto de Carambola e uma doçura incrível” (Produtora 11, 2018). “Consigo saber quais as características os meus clientes gostam, para Austrália café muito doce e floral, para Europa café frutado, cítrico e doce, para cafeterias brasileiras café mais encorpado e doce e algumas gostam de frutado e floral” (PRODUTOR DIRECT TRADE, 2018).

Verifica-se assim que a região da Mantiqueira de Minas apresenta um potencial no mercado cafeeiro para terceira onda, onde a qualidade está cada vez mais presente na xícara dos consumidores, e os paladares mais exigentes, buscando degustar um café exótico, inédito sabendo das suas procedências. O *Direct Trade* proporciona aos produtores o reconhecimento e a valorização de um ano inteiro de trabalho, e aos consumidores o prazer de tomar uma xícara de café com uma história de vida e uma qualidade extraordinária. Cada xícara de café consumida através das negociações no *Direct Trade* vem com uma história de um pequeno produtor que tem como maior satisfação ver o seu produto sendo valorizado e apreciado pelo mundo a fora.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi contribuir para entendimento da terceira onda do mercado cafeeiro, na qual o Brasil consegue extrair de sua produção cafés de altíssima qualidade, pagando o preço justo aos que produziram e ganhando espaço nas cafeterias internacionais. As mudanças e evoluções estão cada vez mais constantes no mercado de café, principalmente, para os consumidores de um excelente café e para os pequenos produtores que investem em qualidade e não tem quantidade. A demanda por cafés especiais no mercado externo ainda é maior que no mercado interno.

O *Direct Trade* é a forma mais honesta para se conservar o relacionamento e o crescimento de todas as partes

envolvidas no processo da cafeicultura. Os produtores, principalmente os que produzem um volume baixo, estão investindo em qualidade, na produção do micro lote, desde o plantio até os cuidados da pós-colheita e a comercialização. Pode-se afirmar que a qualidade dos cafés é primordial para a negociação e valorização da produção de café.

Foi demonstrado que o *Direct Trade* abrange toda negociação através da transparência, honestidade e, principalmente, a motivação dos produtores e a satisfação dos consumidores de estar apreciando um café de alta qualidade e de procedência. A região da Mantiqueira de Minas se destaca com seus cafés em cafeterias internacionais e nacionais e concursos nacionais mantendo e aumentando a qualidade dos cafés nela produzidos com selo de procedência.

O estudo sobre o *Direct Trade* requer uma maior pesquisa internacional para entender como é o trabalho de divulgação dos cafés e da região, verificando a opinião dos consumidores em relação ao crescimento dos cafés especiais brasileiros, principalmente, os cafés exóticos da região da Mantiqueira de Minas.

REFERÊNCIAS

ACADEMIA DO CAFÉ. O que são cafés especiais? 2018. Disponível em: <<https://www.academiadocafe.com.br/curiosidades/2029/o-que-sao-cafes-especiais>>.

Acesso em: 28 abr. 2018.

ALVES, H. M. R. Características ambientais e qualidade da bebida dos cafés do estado de Minas Gerais. **Informe Agropecuário**, Belo Horizonte, v. 32, n. 261, p. 1 - 12, abr. 2011. Disponível em: <<http://epamig.ufla.br/geosolos/publicacoes/2011/3.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2018.

APEX. **Fair Trade vs. Direct Trade Coffee**. 2015. Disponível em: <<http://www.apex.coffee/fair-trade-vs-direct-trade-coffee>>.

Acesso em: 28 abr. 2018.

ASSOCIAÇÃO AMERICANA DE CAFÉS ESPECIAIS. 2018. Disponível em: <<http://scaa.org/index.php?goto=home>>. Acesso em: 28 abr. 2018.

BSCA - Brazil Specialty Coffee Association. **Sobre a BSCA.** 2018. Disponível em: <<http://bsca.com.br/index/home>>. Acesso em: 25 abr. 2018.

CABRAL, G. R. **Metodologia da Classificação e Prova dos Cafés Especiais – Protocolo SCAA.** Fundação Procafé, 2018. Disponível em: <<http://fundacaoprocafe.com.br/sites/default/files/Metodologia%20da%20Classifica%C3%A7%C3%A3o%20e%20Prova%20dos%20Caf%C3%A9s%20Especiais.pdf>>. Acesso em: 28 abr. 2018.

CAFEBRAS. **Direct Trade.** 2018. Disponível em: <<http://cafebras.com>>. Acesso em: 25 abr. 2018.

ETHICALCOFFEE.NET. **Direct Trade coffee.** 2018. Disponível em: <<http://www.ethicalcoffee.net/direct.html>>. Acesso em: 25 abr. 2018.

GUIMARÃES, E. R. Bureau de Inteligência Competitiva do Café (anal.). 2012. Graduanda em Administração Universidade Federal de Lavras.

INFORMATIVO COFFEE BREAK. **O que é Direct Trade.** 2012. Disponível em: <<http://www.coffeebreak.com.br/noticia/52095/O-que-e-Direct-Trade-.html>>. Acesso em: 28 abr. 2018.

LUDKE, M.; ANDRÉ, M. E. D. A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas.** 2018. Disponível em: <<http://www.lite.fe.unicamp.br/papet/2003/ep145/pesq.htm>>. Acesso em: 28 abr. 2018.

MANTIQUEIRA DE MINAS. **A Região.** 2018. Disponível em: <<http://www.mantiqueirademinas.com.br/origin>>. Acesso em: 25 abr. 2018.

NETO, E. **Cafés especiais método SCAA de avaliação.** *The coffee traveler*, 2007. Disponível em: <<http://www.thecoffeetraveler.net/new-blog-2/2015/8/10/cafs-especiais-mtodo-scaa-de-avaliao>>. Acesso em: 28 abr. 2018.

NETO, E. **Protocolo para análise sensorial de café: metodologia SCAA.** *The coffee traveler*, 2008. Disponível em: <http://coffeetraveler.net/wp-content/files/901-SCAA_CuppingProtocols_TSC_DocV_RevDec08_Portuguese.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2018.

REVISTA CAFEICULTURA. **O que é um Café Especial?** 2010. Disponível em: <<http://revistacafeicultura.com.br/?mat=30395>>. Acesso em: 28 abr. 2018.

SILVA, E. C. Bureau de Inteligência Competitiva do Café (Coord.). 2012. Mestre em Administração Universidade Federal de Lavras.

UNIQUE CAFÉS. 2018. Disponível em: <<https://www.uniquecafes.com.br/>>. Acesso em: 28 abr. 2018.