



O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO ATRAVÉS DO AGROTURISMO NO ACESSO CAPIXABA DO PICO DA BANDEIRA: ESTUDO DE CASO

Aparecida Patrícia Carvalho Machado¹, Fernanda Rosa Fernandes², Pábulo Bernardi De Souza³, Luís Américo Bertolace Júnior⁶

¹Graduanda em Administração pela Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG, E-mail: patriciacarvalhomachado@hotmail.com

²Graduanda em Administração pela Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG, E-mail: fernandafernandesef@yahoo.com.br

³Graduando em Administração pela Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG, E-mail: pabulobernardi@gmail.com

⁴Mestre em Administração pela Fundação Pedro Leopoldo, MG; Professor na Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG, E-mail: luis.bertolaci@yahoo.com.br

Resumo: O desenvolvimento econômico através do agroturismo tem ganhado destaque no cenário brasileiro. Diante dessa afirmativa o presente estudo tem como objetivo geral abordar a respeito do desenvolvimento econômico através do agroturismo no acesso capixaba do Pico da Bandeira, com destaque para a oferta aos turistas de cafés especiais. Para alcançar o objetivo proposto, a metodologia foi definida como descritiva e a abordagem foi qualitativa e quantitativa, através de pesquisa bibliográfica e pesquisa com aplicação de questionário semiestruturado para a coleta das informações, com uma amostra composta por 11 (onze) empreendedores do distrito de Pedra Menina, Dorés do Rio Preto - ES. Os resultados apontaram que, os empreendedores acreditam que a oferta de cafés especiais contribuiu de maneira considerável com o desenvolvimento local. Concluiu-se que, 90,9% dos empreendedores entrevistados acreditam que a oferta de cafés especiais trouxe novos turistas para a região. Essa oferta também conseguiu impulsionar os produtores locais, visto que 45,5% dos cafés servidos pelos empreendedores são oriundos de pequenos produtores locais.

Palavras-chave: Cafés Especiais; Agroturismo; Desenvolvimento Econômico Local.

Área do Conhecimento: Administração.

1 INTRODUÇÃO

O distrito de Pedra menina localiza-se no município de Dorés do Rio Preto, Espírito Santo (ES). A região é conhecida por ser o único acesso a portaria de entrada ao Pico da Bandeira pelo lado capixaba, cabe destacar que o Pico da Bandeira é o terceiro ponto mais alto do Brasil com 2.892 metros de altitude.

A região apresenta características próprias de clima ameno de altitude, fator esse que contribui para a produção de cafés especiais, sendo inclusive campeã por duas edições do campeonato organizado pela Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC), considerado o campeonato Brasileiro do ramo; sendo a última ainda no ano de 2019.

Outro destaque é o acentuado volume de turistas, que visitam a região pela subida ao Pico da Bandeira, se desfrutando de cachoeiras ao entorno e adentrando ao parque, além de visitas aos produtores de café que se tornaram referência em todo território nacional. Com todo esse volume de pessoas oriundas de todo o globo surgiram inúmeras pousadas, cafeterias e restaurantes ao longo do trajeto de acesso ao Pico da Bandeira.

Justifica-se o desenvolvimento desse estudo, o fato de que, o turismo, nos últimos anos, tem ganhado destaque crescente no desenvolvimento rural. No acesso capixaba ao Pico da Bandeira, isso não foi diferente. São muitas as pessoas que vão à localidade para se desfrutarem das paisagens e a bela região que entorna o Pico da Bandeira, usufruindo também de belas cachoeiras, respirando um ar puro e fresco das montanhas. Há alguns anos, porém, aparece em meio a tantos atrativos, outro fator que viria a influenciar muito nos dias atuais da região, a produção e oferta de Cafés Especiais. Fomentando investimentos de exploradores de um mercado altamente rentável e de crescentes adeptos foram surgindo, tornando o lugar em referência mundial em cafés de qualidade, gerando assim alta valorização de terrenos, levando riquezas a toda região.

Diante desses fatos, houve uma valorização territorial local em comparação há outras localidades próximas. Com base nessa constatação pretende-se responder ao seguinte

questionamento: o turismo alavancou a produção de cafés especiais como forma de aproveitar o fluxo de turistas?

Seguindo essa linha de raciocínio o presente estudo tem como objetivo geral abordar a respeito do desenvolvimento econômico através do agroturismo no acesso capixaba do Pico da Bandeira. E como objetivos específicos: abordar sobre o turismo explanando algumas considerações da literatura; relatar sobre a Cafeicultura; descrever a respeito do turismo na região do Caparaó, Espírito Santo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste tópico é apresentado o referencial teórico do estudo, nesse sentido, pretende-se abordar como subtópico: o turismo apontando algumas considerações da literatura, em seguida tem-se uma breve explanação a respeito da cafeicultura, e por fim aborda-se a respeito do turismo na região do Caparaó, Espírito Santo.

2.1 Turismo: considerações da literatura

O turismo pode ser entendido como a contemplação de qualquer lugar do planeta, levando em consideração a localização de origem do indivíduo e seu deslocamento (SANTOS; BERTOLDI, 2012). Para Dias (2005), historicamente, ao ocupar espaços no planeta, os homens deslocavam-se por diversas causas. De início eram motivados pela oscilação dos animais e pela germinação de sementes que lhes serviam de alimentos em diversas épocas do ano. Entre 8 e 10 mil anos atrás, devido ao aprendizado de domesticação dos animais e o cultivo de diversas plantas que lhes forneciam alimento, o deslocamento se tornou necessário. Existem relatos de que na idade Média houve um aumento substancial do deslocamento por motivos religiosos, para peregrinação em várias partes do mundo.

Já Teles (2006), diz que a ascensão de alguns grupos isolados da sociedade, aliada ao crescimento do setor de transportes, a consolidação e a formação de uma classe consumidora de produtos turísticos deram origem a diferentes fluxos, promovendo uma nova ordem no mundo. Assim, verifica-se que, atualmente, há cada vez menos territórios sem turistas.

No Brasil, até o início do século XX o turismo era realizado apenas por uma minoria da população, e os que o faziam voltava-se para a área medicinal, que recomendava banhos de mar e cidades montanhosas como base de cura para várias doenças. Assim, o turismo tornou-se popular a partir do desenvolvimento econômico e maior poder aquisitivo da população, explorando as belezas naturais e patrimônios artísticos e culturais (BRASIL, 2007).

Na atualidade, de acordo com o hábito de vida da população nas grandes metrópoles, surgem fatores relevantes que motivaram as pessoas a procurarem refúgios para descansar da agitação. Visto que, o estresse do dia a dia, são fatores para a busca pelo turismo. Assim, “emerge a indústria do lazer e do turismo, que erige a viagem como única forma de livrar-se das neuroses urbanas, do cotidiano constrangedor das cidades” (RODRIGUES, 1977, p. 127).

A tecnologia possibilitou um maior acesso às informações, e facilitou o deslocamento de pessoas, fazendo o turismo ganhar um número expressivo de adeptos para fazer viagens por prazer. Sabe-se que com a globalização, o poder das redes sociais e econômico vem interferindo nas motivações das pessoas, elevando a probabilidade de mudanças de pensamento e comportamento, estimulando as pessoas a se afastarem do cotidiano para procurar em algumas regiões o bem estar almejado, agindo diretamente sobre a atividade turística (ALMEIDA, 2019).

Assim, os recursos turísticos fornecem suporte para o fenômeno do turismo e constituem a base de sustentação para a formatação de projetos de desenvolvimento para qualquer localidade. Nesse sentido, “o recurso turístico pode ser definido como todo elemento que por si mesmo ou em combinação com outros seja capaz de gerar deslocamentos turísticos” (DIAS, 2005, p. 61).

Retomando Almeida (2019), juntamente com as atividades turísticas existem diversos fatores positivos, como: elevação na geração de renda, melhoria na qualidade de vida dos moradores, experiência com visitantes, devido aumento do fluxo de pessoas, elevação dos níveis culturais e profissionais, atração de mão de obra de demais localidades, favorecimento da produção de bens e serviços, em outras palavras, a cadeia produtiva do turismo promove impacto significativo em vários setores da economia.

O turismo sob o ponto de vista econômico e social desempenha papel relevante, ao promover o desenvolvimento de toda a cadeia de valor associada a esse serviço: gastronomia, artesanato, hotelaria, meio ambiente, transporte, infraestrutura e outros. Além de representar fonte de renda, o turismo impulsiona o crescimento econômico e social, ao promover impactos relevantes sobre a cultura e o território (SEBRAE, 2018). Por todos esses aspectos a atividade turística encontra-se no

ápice de sua exploração, entendido que o turismo serve como base para estudos, além de apresentar significativos benefícios para sociedade economicamente.

2.2 Cafeicultura

O café, historicamente, é um dos principais e mais importantes produtos agrícolas Brasileiro, vivendo o auge de seu ciclo entre o final do século XIX e início do século XX até a Grande Depressão de 1929, quando se iniciou certo declínio. Com tudo, a produção de café, mesmo não sendo o principal produto agrícola do Brasil, continuou em alta no país (DELGADO, 2004).

Com origem no continente Africano, mais precisamente na Etiópia, o café chegou ao Brasil no ano de 1727, no Acre, vindo da Guiana Francesa, pelo então Sargento-Mor Francisco e Mello Palheta (BOAVENTURA et al., 2018). Com o objetivo de procurar um clima mais favorável, o cultivo da planta percorreu diversas regiões do país, até que se implantou no Rio de Janeiro (SANTANA, 2018). Devido a circunstâncias climáticas, solo e relevo, durante o século XIX a cultura se estabeleceu próximo o vale do Rio Paraíba, entre o Rio de Janeiro e São Paulo, marcando assim, por dar início a um novo ciclo econômico no Brasil (BRASIL, 2018).

Brasil (2018) complementou que, a riqueza produzida pela produção de café levou a construção de ferrovias e o porto de Santos, sendo o principal canal de saída do produto para exportação. Com o fortalecimento da economia criou-se assim a classe média no Brasil, induzindo ao crescimento da indústria, comércio e serviços, tornando São Paulo em uma metrópole durante esse período.

Minas gerais é a principal produtora do grão com 463 municípios produtores em uma área de 1,2 milhões de hectares, junto com São Paulo e Espírito Santo detém 83% de toda produção nacional (COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO, 2014). No Espírito Santo, é a principal fonte de renda para 83% de todas as propriedades rurais que são cultivadas pelo grão em todas as regiões, tendo, no total, 150 mil hectares cultivados em produção (PAVÃO, 2013).

A produção de café do Espírito Santo já obteve algumas premiações, e que foram bastante benéficas para região, bem como para os produtores rurais, apresentando-se como um fomento para alternativas de cultivo de novas espécies de cafés e ideias empreendedoras, com o objetivo de gerar aumentos na produção dentro dos padrões de qualidade e sustentabilidade, constituindo, consequentemente, o crescimento do agronegócio em toda a região do entorno do Pico da Bandeira, como é o caso da localidade de Pedra Menina (SILVA, 2018).

No que se refere ao perfil dos consumidores de cafés especiais no cenário brasileiro, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) afirmou que, assim como os conhecedores de bons vinhos e de outros produtos que possuem uma qualidade elevada, os apreciadores sempre querem novidades, novas misturas, lançamentos da indústria que prometem inovações ou até mesmo uma gastronomia nova baseada no produto café (SEBRAE, 2014).

2.3 O Turismo na Região do Caparaó, Espírito Santo

Localizado na divisa de Minas Gerais e Espírito Santo, a 280 km de Belo Horizonte. A região da Serra do Caparaó abriga o terceiro ponto mais alto do País, o Pico da Bandeira, localizado no Parque Nacional do Caparaó, com 2.892 metros de altitude, para alcançar o ponto mais alto é necessário percorrer por 1.500m a partir da casa queimada. Conhecida pelas belezas naturais, a região da Serra do Caparaó chama atenção pelas belas cachoeiras com águas cristalinas, matas de preservação ambiental e com clima ameno (BORELLI, 2007).

De acordo com a Secretaria de Estado de Turismo do Espírito Santo (SETUR-ES), na região da Serra do Caparaó, a natureza é protegida e admirada como ela realmente é, majestosa, imponente. As belas águas da Região do Caparaó são indispensáveis na agenda de todo turista que valoriza a natureza no seu esplendor. Com a mata atlântica emoldurando corredeiras e piscinas naturais com águas cristalinas, desde as águas que brotam no Parque Nacional o Caparaó até as que encontram e formam cachoeiras e corredeiras por toda região, existem muitas apropriadas a turistas (SETUR-ES, 2019).

De acordo com o jornal A Gazeta online (2018) existem diversas trilhas que proporcionam caminhadas saudáveis e inesquecíveis em mata atlântica, em local de transição para a vegetação de altitude, as muitas cachoeiras são passeios obrigatórios. Com 140 metros de queda a cachoeira da fumaça impressiona a todos os visitantes do parque. Diversas outras cachoeiras e áreas de contemplação e propriedades privadas podem ser sugeridas pelos meios de hospedagem e receptivos locais. Os produtos que são cultivados na região possuem aromas inigualáveis de uma grande variedade de cores e sabores. Como principais produtos agropecuários destacam se leite, no qual se produz queijos com controle de qualidade, feijão, o café que é produzido artesanalmente

seguindo critérios desde o plantio até a colheita resultando em um café com sabor e aroma irresistíveis.

Na região da Forquilha do Rio, foi eleito o melhor café natural do Brasil no XI Concurso Regional de Qualidade do Café das Matas de Minas Região Muriaé. A visitação a propriedades de café de qualidade é um programa imperdível. Formando um equilíbrio entre a produção e a paisagem, toda essa cultura e combinação, formam uma bela região. Poderá experimentar a comida típica caseira feita no tradicional fogão a lenha preservando aroma e sabores de várias receitas da fazenda são presentes na região (PODESTÁ; SIX, 2015). Até pouco tempo atrás, a região era procurada com maior frequência durante o inverno, mas, nos últimos anos teve um aumento bastante expressivo de turistas que procuram a região para passar a temporada de verão, aumentando assim o turismo na região.

Pode-se também usufruir na localidade o turismo rural/agro turismo que é o conjunto de atividades turísticas que são desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade (SILVEIRA; MORELATO, 2011). Onde a atividade desenvolvida foi a produção e a oferta de cafés especiais aos turistas que passam para subir o Pico da Bandeira, o que proporcionou um desenvolvimento econômico na região.

3 METODOLOGIA

O presente estudo trata-se de uma pesquisa de abordagem qualitativa, do tipo estudo de caso. O local escolhido para a pesquisa foi o distrito de Pedra Menina localizado no município de Dorés do Rio Preto, Espírito Santo (ES). De acordo com, o senso demográfico de 2010, realizado pelo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), possui uma população de 6.949 habitantes. A região de Dorés do Rio Preto é conhecida por ser o único acesso a portaria de entrada ao Pico da Bandeira pelo lado capixaba.

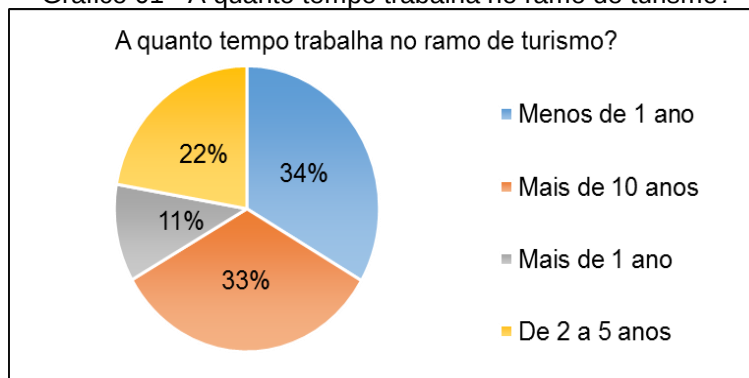
A pesquisa foi realizada por meio de questionário semiestruturado com 12 perguntas de múltipla escolha, com uma única opção para cada pergunta, visando à obtenção de informações a partir do ponto de vista dos entrevistados. Foram realizadas entrevistas a 11 empreendedores do distrito de Pedra Menina. As respostas foram analisadas de forma a atender os objetivos do estudo, onde todas as respostas foram tabuladas e apresentadas em forma de gráficos para permitir uma melhor apresentação dos resultados.

O período de realização da pesquisa foi de Julho a Setembro de 2019. Através da análise qualitativa, o presente trabalho conseguiu coletar dados relevantes com as respostas dos entrevistados. Ao apresentar as respostas condizentes de que os cafés especiais na visão dos empreendedores locais contribuíram de maneira positiva com o desenvolvimento econômico da região.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados obtidos por meio da pesquisa e apresentados nesse estudo foram obtidos após a coleta e análise de dados dos 11 questionários aplicados com os empreendedores do distrito de Pedra Menina. Ao apresentar como resultados do presente estudo como ocorreu o desenvolvimento econômico através do agroturismo no acesso capixaba ao Pico da Bandeira na visão dos empreendedores entrevistados, os principais motivos que levaram a todo esse desenvolvimento econômico. De início, apresenta-se o gráfico de resultados do questionamento de quanto tempo os empreendedores trabalham no ramo de turismo naquela localidade.

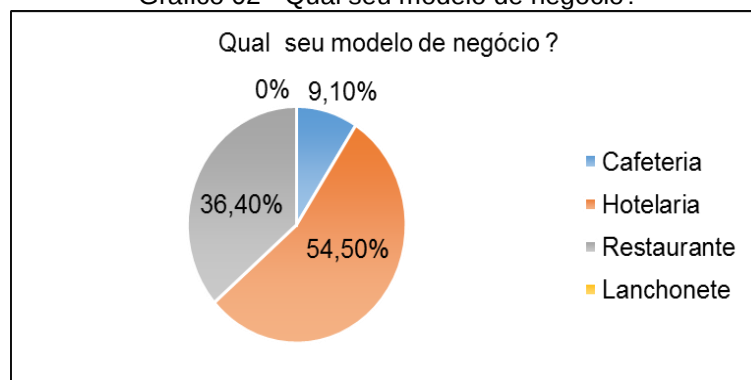
Gráfico 01 - A quanto tempo trabalha no ramo de turismo?



A pesquisa mostrou que, nos resultados quanto ao tempo de atividades no ramo do turismo, houve uma resposta onde se apontou que 27,3% estão no ramo a menos de um ano, e 27,3% estão a mais de 10 anos na atividade, 9,1% trabalham a mais de 01 ano na atividade, 18,2% trabalham de 02 a 05 anos de atividade, 18,2% trabalham a mais de 05 anos na atividade de turismo.

Como apontou a pesquisa, é grande o número de empreendedores com menos de um ano na atividade de turismo, essa resposta vem de encontro às informações fornecidas por Santos e Bertoldi (2012) que apontaram com base nas pesquisas realizadas pelo próprio Ministério do Turismo, que o crescimento das atividades ligadas ao setor de turismo apresenta-se em ampla expansão em diversas localidades do território brasileiro.

Gráfico 02 - Qual seu modelo de negócio?

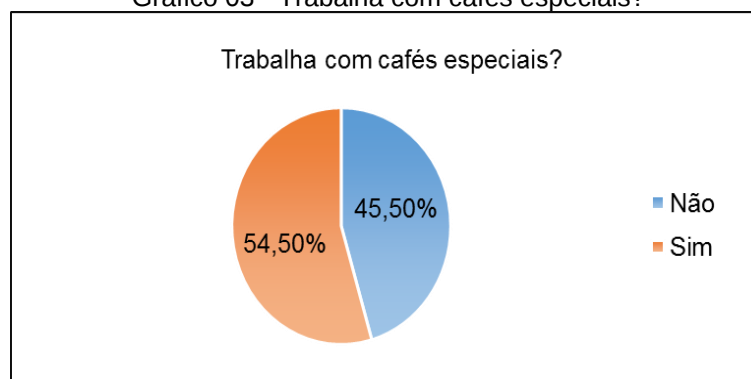


No que se refere ao modelo de negócio à maioria dos entrevistados é do setor hoteleiro, onde 54,5% pertencem a esse ramo, 36,4% são empreendedores na área de restaurantes, 9,1% são cafeteria, e nenhum empreendimento foi citado no segmento de lanchonete.

Borelli (2007) afirmou em sua dissertação de mestrado que, o setor hoteleiro constitui-se como um espaço muito importante para o planejamento e a viabilização de ações para o desenvolvimento do turismo. E complementou que, cabe aos proprietários da rede hoteleira oferecer para os turistas acomodações adequadas, e que atendam com pouca ou nenhuma diferença ao nível de conforto com que os mesmos estão acostumados em suas residências, para que possam ter uma estadia de qualidade e queiram voltar para experienciar as vivências novamente.

A respeito do número de cafeterias encontradas na pesquisa, Boaventura et al. (2018) afirmaram que, nos últimos tempos apareceu um cenário e que está sendo reforçado por meio do aumento da demanda de café especial proveniente de lojas especializadas e dos consumidores, que cada vez mais estão se tornando conhecedores e exigentes.

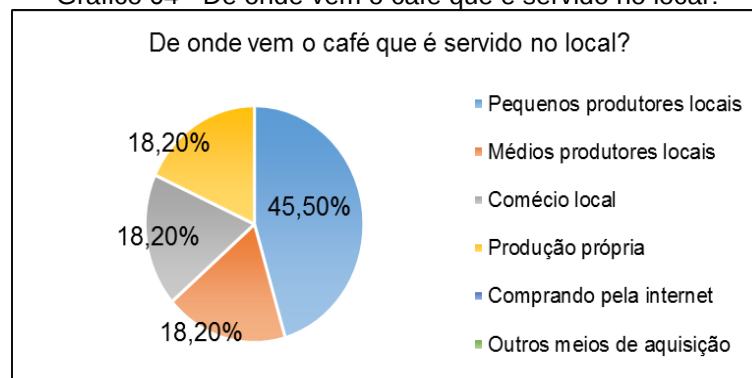
Gráfico 03 - Trabalha com cafés especiais?



Quanto aos empreendedores que trabalham com cafés especiais, 54,5% possui esse tipo de café em seu estabelecimento, e 45,5% não oferece essa opção em seu estabelecimento.

Para Santana (2018) em seu livro intitulado "Café do Brasil" independentemente se no campo ou na cidade, em uma casa humilde ou no mais caro dos restaurantes, o café encontra-se presente em quase todas as culturas do mundo. Pode-se afirmar que, o seu cultivo e a sua comercialização causam influências não apenas no balcão da pequena mercearia, mas no desenvolvimento econômico, político e social de localidades inteiras. Visto que, possui impacto na geração de emprego, renda e por que não na geração de costumes populares também.

Gráfico 04 - De onde vem o café que é servido no local?



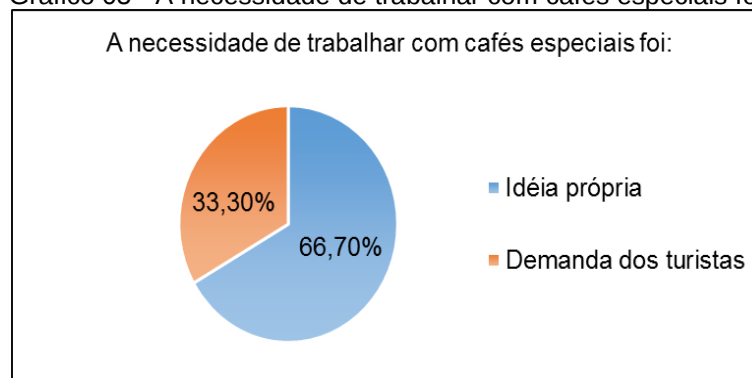
Quando perguntados de onde vem o café que é servido no local, a resposta mais citada foi que 45,5% dos cafés veem de pequenos produtores locais, 18,2% produção própria, 18,2% médios produtores locais e 18,2% comércio local.

Essa produção de cafés especiais por pequenos produtores locais pode ser explicada, por que segundo Pavão (2013) historicamente a atividade econômica do Espírito Santo girava em torno da atividade cafeeira, e tal atividade caracterizava-se por utilizar mão-de-obra familiar e ser realizada pequenas propriedades. E em muitos municípios do Espírito Santo, o café apresenta-se como a principal atividade econômica.

De acordo com Brasil (2018, p. 01), devido à diversidade de regiões que podem ser ocupadas para a produção do café, “a variedade de climas, relevos, altitudes e latitudes, o País produz tipos variados de grãos, o que possibilita atender às diferentes demandas de paladar e preços dos consumidores brasileiros e estrangeiros”.

Retomando Santana (2018), este destacou que, a produção de cafés especiais é marcada por novas e abrangentes inovações e tecnologias geradas pelas pesquisas de ponta realizadas nas duas últimas décadas, e que também contemplaram densos conhecimentos sobre as questões do clima, solo, topografia, altitude, regimes anuais e históricos de precipitação, irrigação, temperatura, formação e controle de geadas e granizos, análises de solo e foliares, rendimentos de fertilizantes e insumos, controles de doenças e pragas, técnicas de colheita. Bem como, os grandes avanços que vêm ocorrendo nos preparos pós-colheita, como a secagem e o preparo dos grãos ainda no terreiro; no benefício e no rebenefício do produto, como a seleção e a separação por peneiras; ventilação densimétrica e seleção eletrônica dos grãos e, por fim, as torras claro-achocolatadas dos cafés especiais, que preservam intactas as moléculas aromáticas e demais propriedades organolépticas dos grãos. Todos esses avanços contribuem para que cada vez mais, pequenos e médios produtores passem a investir nesse ramo de atividade.

Gráfico 05 - A necessidade de trabalhar com cafés especiais foi:

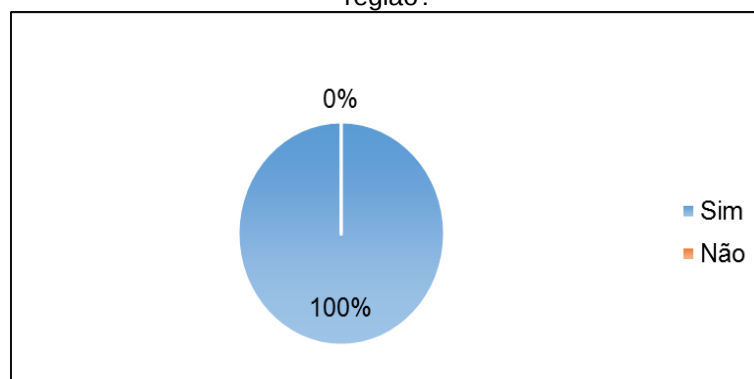


Quanto ao questionamento a respeito da necessidade de trabalhar com cafés especiais foram dadas as seguintes respostas: 66,7% dos entrevistados responderam por ideia própria e 33,3% afirmaram que foi por demanda dos turistas.

Como pontuou Andrade (2015) no século XXI, surgiram novas necessidades de consumo, características de uma sociedade que demanda também experiências e não apenas produtos e

serviços. Nessa nova tendência despontam os cafés especiais, que garantem um lugar cativo para o café na gastronomia e despertam o interesse pela origem produtora.

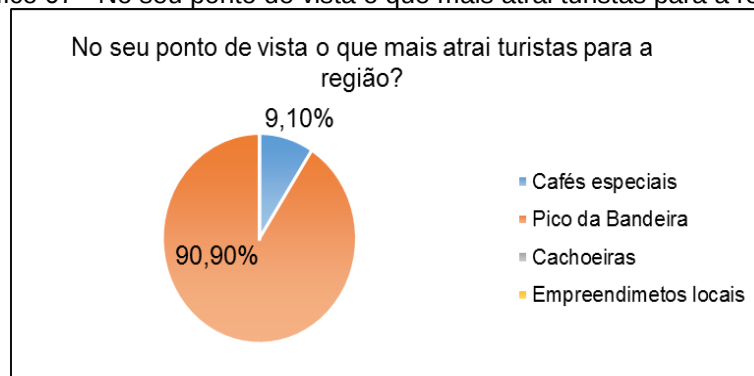
Gráfico 06 - Acredita que as premiações ajudaram a divulgar a existência de cafés especiais na região?



Ao serem perguntados se os empreendedores acreditam que as premiações que os produtores locais ganharam nos últimos anos ajudaram a divulgar a existência de cafés especiais na região, 100% dos participantes responderam que sim.

A cada ano aumentam os investimentos em certificações, que promovem uma melhoria global para os envolvidos com as atividades cafeeiras, melhores condições de vida para os trabalhadores, melhor aproveitamento das terras, além de técnicas gerenciais mais eficientes das propriedades, com uso racional de recursos. O volume expressivo de cafés produzidos anualmente e a alta qualidade e diversidade das safras brasileiras fazem do Brasil um fornecedor confiável e capaz de atender às necessidades dos compradores nacionais e internacionais mais exigentes (BRASIL, 2018).

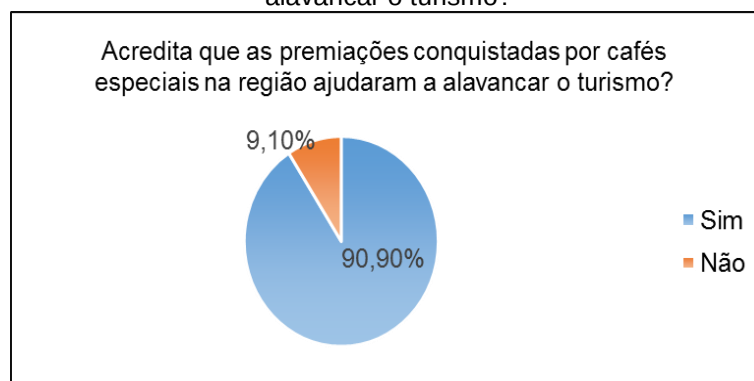
Gráfico 07 - No seu ponto de vista o que mais atrai turistas para a região?



Ao serem questionados se, no seu ponto de vista o que mais atrai turistas para a região, 90,9% responderam que o Pico da Bandeira é um atrativo de destaque para os turistas e somente 9,1% citaram os cafés especiais.

No que se refere a essa questão dos cafés especiais, Brasil (2010) destacou que cabe aos moradores locais realizar um esforço coletivo com o objetivo de diversificar e interiorizar o turismo no Brasil, aliado a isso tem-se como intuito também promover uma elevação do consumo dos produtos turísticos no mercado local, nacional e contribuir sobremaneira para inseri-los no mercado internacional, contribuindo, de maneira efetiva, para consequentemente melhorar as condições de vida no País.

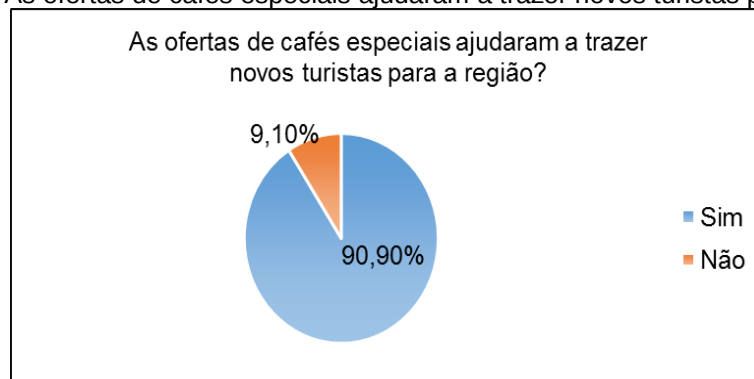
Gráfico 08 - Acredita que as premiações conquistadas por cafés especiais na região ajudaram a alavancar o turismo?



Ao serem perguntados se acreditavam que as premiações conquistadas por cafés especiais na região ajudaram a alavancar o turismo, 90,9% responderam que sim e apenas 9,1% responderam que não.

Silva et al. (2018) apontam que, o crescimento do agronegócio tem cada vez mais se tornado evidente no cenário da economia brasileira. E a qualidade do café se tornou uma referência para a região do Caparaó MG, pois através disso ganhou reconhecimento nacional após o prêmio Coffee of The Year 2015 de melhor café do Brasil, e reconhecimento internacional dos mais renomados baristas do mundo. Assim, os produtores rurais estão cada vez mais buscando métodos diversificados de cultivo para agregar maior valor ao produto.

Gráfico 09 - As ofertas de cafés especiais ajudaram a trazer novos turistas para a região?

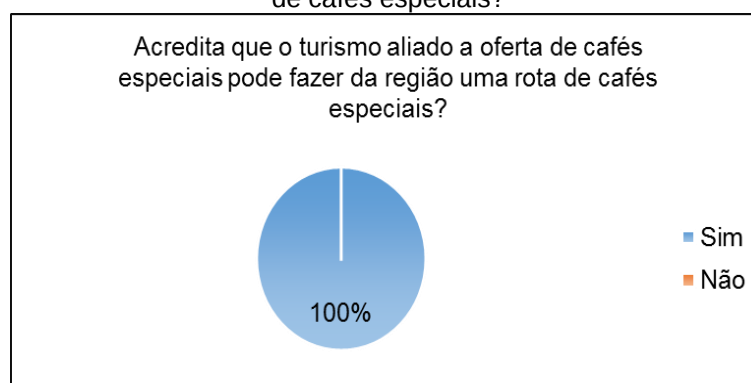


Quando perguntado aos empreendedores se as ofertas de cafés especiais ajudaram a trazer novos turistas para a região, 90,9% responderam que sim e 9,1% responderam que não.

Conforme complementou Silva et al. (2018) as mudanças estratégicas estão agregando um novo conceito para as áreas rurais geográficas do país, e investir em marketing dessas localidades é uma ferramenta importantes para estabelecer um posicionamento de destaque do mercado cafeeiro, com o objetivo de trazer novas estratégias competitivas e oportunidades de crescimento de novos investimentos empresariais na região. Cabe destacar que quando se tem um produto com elevada qualidade atrai consumidores, visitantes, turistas e também os próprios moradores da localidade.

Fidelis (2018) afirma que, o município de acesso ao Parque Nacional do Caparaó pelo lado capixaba também virou a Meca da cafeicultura especial. Antes produtor de café de baixa qualidade, de sabor e valor inferiores, Dorcas do Rio Preto se orgulha de ser berço dos melhores grãos do país. Cafeicultores da localidade de Forquilha do Rio, distrito de Pedra Menina, estão sempre entre os primeiros colocados em concursos nacionais de qualidade.

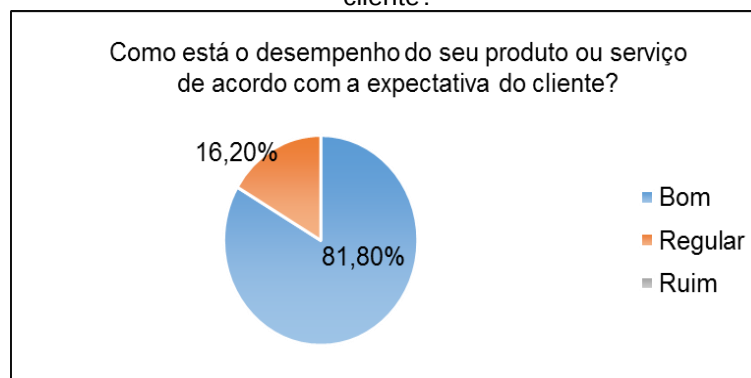
Gráfico 10 - Acredita que o turismo aliado a oferta de cafés especiais pode fazer da região uma rota de cafés especiais?



Ao serem perguntados se acreditam que o turismo aliado a oferta de cafés especiais pode fazer da região uma rota de cafés especiais, 100% dos empreendedores responderam que sim.

Santos e Bertoldi (2012) afirmaram que, o turista é a chave principal para que a atividade turística possa acontecer e alavancar. Visto que, são as motivações, necessidades e anseios dos visitantes que tornam possível o turismo acontecer e se desenvolver. Dessa maneira, entender o que leva tais indivíduos a possuírem essas vontades, que poderiam ser traduzidas como o ato de se conhecer o novo, o prazer advindo do diferente, a possibilidade de vivenciar cotidianos distintos aos seus, entre diversas outras, torna-se importante para que a gestão e a operacionalização desta atividade possam, não apenas ofertar mecanismos capazes de sanar necessidades e anseios, mas corriqueiramente superar expectativas e criar experiências memoráveis aos indivíduos que por esta são contemplados, levando-se sempre em consideração, tudo que pode ser ofertado.

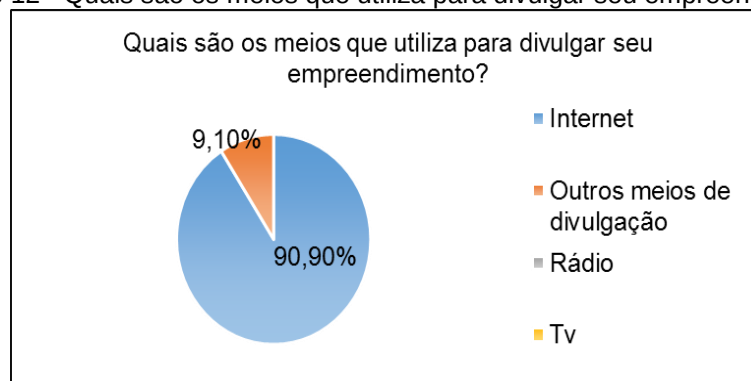
Gráfico 11 - Como está o desempenho do seu produto ou serviço de acordo com a expectativa do cliente?



Quando se perguntou aos empreendedores como está o desempenho de seu produto ou serviço de acordo com a expectativa do cliente, 81,8% responderam que o seu desempenho está bom e 16,2% responderam que seu desempenho está regular.

Silveira e Morelato (2011) afirmam que a atividade turística deve ser muito planejada. Assim, os empreendedores, devem contemplar com a maior autenticidade possível os fatores culturais, por meio do resgate das manifestações e práticas regionais (como as tradições locais, os trabalhos manuais, os “causos”, a gastronomia), e primar pela conservação do ambiente natural. E ao se aterem a todos esses fatores, torna-se fundamental para sempre atender as expectativas dos clientes.

Gráfico 12 - Quais são os meios que utiliza para divulgar seu empreendimento?



Ao serem perguntados de quais são os meios que utiliza para divulgar seu empreendimento, 90,9% responderam que fazem uso da internet e 9,1% utilizam de outros meios para divulgar o seu empreendimento. As opções de Rádio e TV não foram citadas pelos entrevistados.

Segundo Brasil (2015), a realização de divulgação por meio da internet tem se tornado uma grande aliada das atividades turísticas. Outro meio importante são as redes sociais que, especialmente pelo poder de divulgar destinos e engajar os viajantes de modo rápido. Trata-se de um meio de divulgação que tem a capacidade de propagar, e trocar várias informações de um determinado local, suas atividades e atrativos para os clientes. Cabe destacar que, o poder de divulgação pela internet tem a capacidade de romper fronteiras territoriais.

5 CONCLUSÃO

O agronegócio, mais especificamente a oferta de cafés especiais possui alta margem de crescimento, e esse crescimento pode ser constatado na região do entorno do Pico da Bandeira, no distrito de Pedra Menina, que foi a localidade de entrevista com os empreendedores. As respostas mostraram que os empreendedores acreditam que esse negócio contribuiu de maneira considerável com o desenvolvimento local.

A oferta de cafés especiais promoveu o desenvolvimento da região, além de trazer mais um atrativo para os turistas que visitam o Pico da Bandeira, como apontou 90,9% dos empreendedores entrevistados. Essa oferta também conseguiu impulsionar os produtores locais, visto que a maioria dos cafés servidos pelos empreendedores é oriunda de pequenos produtores locais.

6 REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Cláudia Margarida Brito Ribeiro de. (Org.). **Turismo, sustentabilidade e hospitalidade**. Ponta Grossa: Atena Editora, 2019.

ANDRADE, Helga Cristina Carvalho de. **Agregação de valor pelo agroturismo**: um estudo na cadeia produtiva do café em Araponga – MG. Dissertação de Mestrado (Administração). 2015. 121 f. Programa de Pós-Graduação em Administração. Universidade Federal de Lavras. Lavras, 2015.

BOAVENTURA, Patricia Silva Monteiro et al. Cocriação de valor na cadeia do café especial: o movimento da terceira onda do café. **Rev. Adm. Empres.**, São Paulo, v. 58, n. 3, p. 254-66, jun. 2018.

BORELLI, Fabricio. **O cluster turístico como alternativa de desenvolvimento regional na microrregião polo Caparaó (ES)**. Dissertação Mestrado (Planejamento Regional e Gestão de Cidades). 2007. 191 f. Programa de Pós-graduação em Planejamento Regional e Gestão de Cidades. Universidade Cândido Mendes. Campos dos Goytacazes, 2007.

BRASIL. **Café no Brasil**. Brasília, 2018. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/politica-agricola/cafe/cafeicultura-brasileira>>. Acesso em: 18 ago. 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Roteiros do Brasil**: Turismo e Sustentabilidade. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Redes sociais ajudam a divulgar destinos e atrair visitantes**. Brasília, 2015. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/5545-o-turismo-turbinado-pelas-redes-sociais.html>>. Acesso em: 18 ago. 2019.

COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO - CONAB. **Acompanhamento da safra brasileira: café**. Brasília: CONAB, 2014.

DELGADO, Guilherme Costa. **Texto para discussão no 1025** - o setor de subsistência na economia e na sociedade brasileira: gênese histórica, reprodução e configuração contemporânea. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA, 2004.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

FIDELIS, Leandro. **Dores do Rio Preto cresce com turismo e cafés especiais, mas falta emprego**. Dores do Rio Preto, 2018. Disponível em: <<https://www.aquinoicias.com/2018/03/dores-do-rio-preto-cresce-com-turismo-e-cafes-especiais-mas-falta-emprego/>>. Acesso em: 18 ago. 2019.

GAZETA ONLINE. **Verão além das praias**: Espírito Santo tem boas opções de cachoeiras. Vitória, 2018. Disponível em: <https://www.gazetaonline.com.br/eu_aqui/2018/01/verao-alem-das-praias-espirito-santo-tem-boas-opcoes-de-cachoeiras-1014114036.html>. Acesso em: 18 ago. 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA – IBGE. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. **Censo Demográfico 2010**. Brasília: Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, 2010.

PAVÃO, Andressa Rodrigues. **Estrutura socioeconômica do Estado do Espírito Santo**: uma análise partir da matriz de contabilidade social regional. Tese de Doutorado (Ciências). 2013. 133 f. Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”. Universidade de São Paulo. Piracicaba, 2013.

PODESTÁ, Rita de; SIX, Cacaio. **Parque Nacional do Caparaó**. Belo Horizonte, 2015. Disponível em: <<http://revistasagarana.com.br/parque-nacional-do-caparao/>>. Acesso em: 17 ago. 2019.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. **Turismo e espaço**: rumo a um conhecimento transdisciplinar. São Paulo: HUCITEC, 1977.

SANTANA, Adelmir (Org.). **Café do Brasil**. Brasília: Serviço Social do Comércio SESC, 2018.

SANTOS, Rodrigo Amado dos; BERTOLDI, Juliane. O desenvolvimento da atividade turística: entendimentos, questionamentos e acepções a prática deste fenômeno e suas relações com o segmento da melhor idade. **Rev. Cient. Elet. Turismo**, São Paulo, v. 9, n. 16, p. 01-17, jan. 2012.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Mercado de Cafeteria**. Brasília, 2014. Disponível em: <http://www.sebraemercados.com.br/wp-content/uploads/2015/10/2014_06_26_BO_Maio_Turismo_Cafeteria_pdf.pdf>. Acesso em: 17 ago. 2019.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **O potencial transformador do turismo**. Brasília, 2018. Disponível em: <<https://sebraeinteligenciasetorial.com.br/produtos/relatorios-de-inteligencia/o-potencial-transformador-do-turismo/5ad65a59aa99b919008c9661>>. Acesso em: 17 ago. 2019.

SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO DO ESPIRITO SANTO - SETUR-ES. **Região do Caparaó**. Vila Velha, 2019. Disponível em: <<https://setur.es.gov.br/regiao-do-caparao>>. Acesso em: 17 ago. 2019.

SILVA, Luana Vitorino da et al. **Marketing de lugares e suas perspectivas na revolução do café de qualidade**: um estudo na região de Caparaó – MG. In: IV Seminário Científica da FACIG. Manhauçu: Faculdade de Ciências Gerenciais de Manhauçu, 2018.

SILVEIRA, Aline Vargas da; MORELATO, Andressa da Silveira. O turismo sustentável como estratégia de preservação da paisagem cultural na região do Caparaó. **Labor & Engenho**, Campinas, v. 5, n. 2, p. 110-126, jan. 2011.

TELES, Susana. **Fatores determinantes na definição da estratégia de uma companhia aérea.** Dissertação de Mestrado (Gestão Estratégica e Desenvolvimento do Turismo). 2006. 162 f. Curso de Gestão Estratégica e Desenvolvimento do Turismo. Universidade da Madeira. Funchal, 2006.