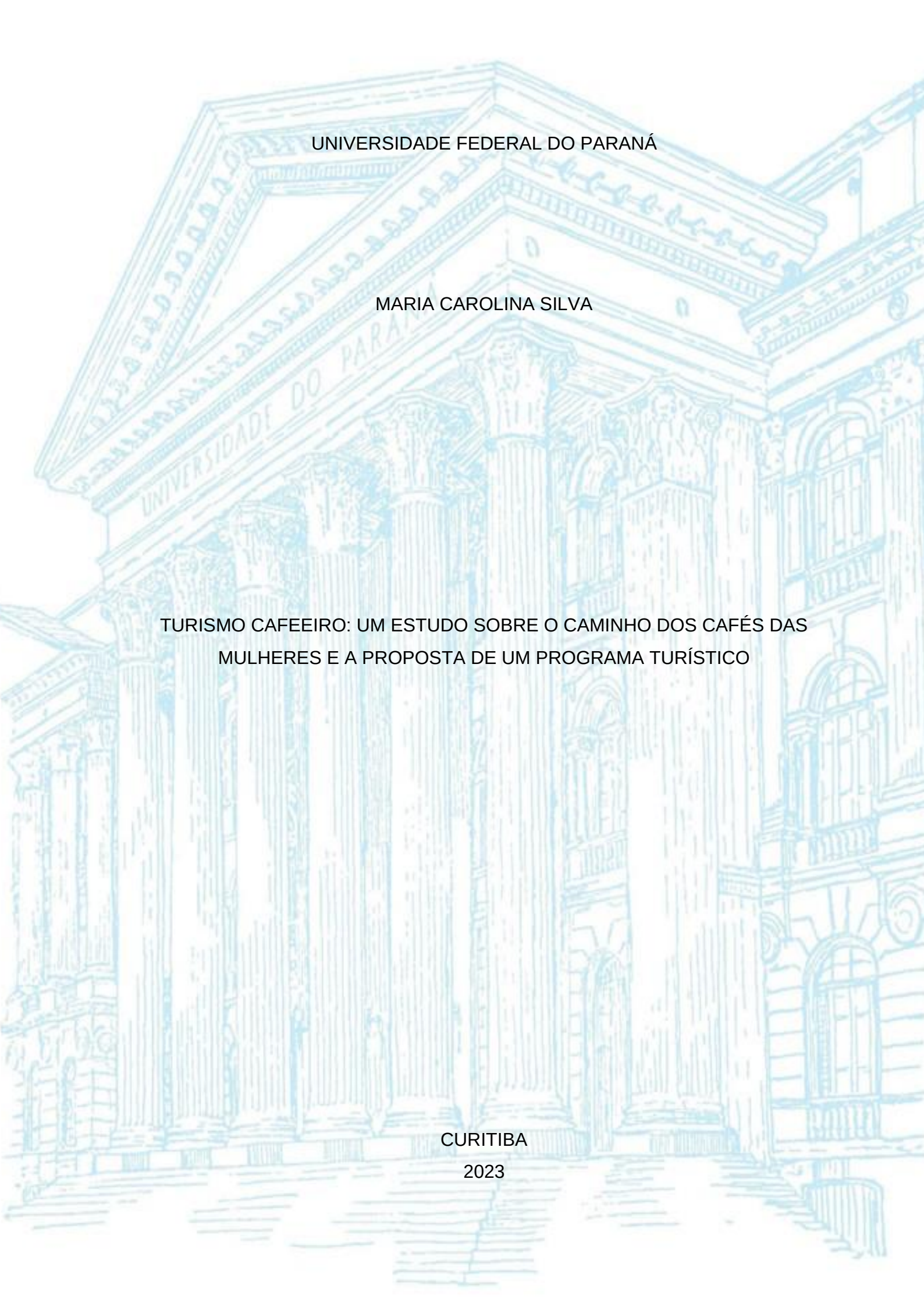




UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

MARIA CAROLINA SILVA

TURISMO CAFEIEIRO: UM ESTUDO SOBRE O CAMINHO DOS CAFÉS DAS
MULHERES E A PROPOSTA DE UM PROGRAMA TURÍSTICO

CURITIBA

2023

MARIA CAROLINA SILVA

TURISMO CAFEIEIRO: UM ESTUDO SOBRE O CAMINHO DOS CAFÉS DAS
MULHERES E A PROPOSTA DE UM PROGRAMA TURÍSTICO

Projeto em Planejamento e Gestão do Turismo
apresentado como requisito parcial para a obtenção
do título de Bacharel em Turismo, do Curso de
Turismo, do Setor de Ciências Humanas da
Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof. Dra. Clarice Bastarz

CURITIBA

2023

TERMO DE APROVAÇÃO

MARIA CAROLINA SILVA

TURISMO CAFEEIRO: UM ESTUDO SOBRE O CAMINHO DOS CAFÉS DAS MULHERES E A PROPOSTA DE UM PROGRAMA TURÍSTICO

Projeto de Planejamento e Gestão em Turismo apresentado ao curso de Graduação em Turismo, Setor de Ciências Humanas, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Prof.^a Dr.^a Clarice Bastarz (Orientadora)

Departamento de Turismo, Universidade Federal do Paraná (UFPR)

Prof. Dr. Vander Valduga

Departamento de Turismo, Universidade Federal do Paraná (UFPR)

M.Sc. Terezinha Busanello Freire

Instituto de Desenvolvimento Rural do Paraná (IDR- Paraná)

Curitiba, 28 de novembro de 2023.

Mantenha essa página em branco para inclusão do termo/folha de aprovação assinado e digitalizado.

Esse projeto foi desenvolvido em homenagem ao meu avô Antônio Teodoro (*in memoriam*) que foi cafeicultor durante toda a sua vida, e me ensinou a importância da agricultura familiar.

AGRADECIMENTO

Desde quando me mudei para Curitiba tive a oportunidade de conhecer inúmeras pessoas e infelizmente nos últimos anos perdi familiares que foram importantes na minha criação, agradeço a todas as amigas que se mantiveram comigo, me apoiando e me levantando nesse meio tempo de altos e baixos, vocês se tornaram a minha família.

Agradeço as professoras do Departamento de Turismo da Universidade Federal do Paraná, que me acolheram de forma tão afetuosa quando decidi voltar a Universidade e terminar a minha graduação. Faço um agradecimento em especial a Prof.^a Dr.^a Clarice Bastraz pela sua paciência e apoio enquanto eu desenvolvia a minha pesquisa.

Agradeço também as participantes da Associação das Mulheres do Café do Norte Pioneiro do Paraná, que foram solícitas em auxiliar na minha pesquisa no decorrer desse ano.

Gostaria de deixar um agradecimento em particular as mulheres que fazem parte da minha vida e que eu conheci a partir do Turismo, do Café e das Baterias Universitárias, aprendi muito e tenho muito a aprender com cada uma de vocês, obrigada por me ouvirem falar sobre café todos os dias e por me apoiarem quando eu achei que não conseguiria.

Por fim, agradeço a mim por ter tido forças para terminar a graduação e me tornar a profissional que sou na atualidade, aos meus Orixás por me guiarem e ao meu gato que é o meu maior apoio emocional.

“You’ll always find your way back home.”
Hannah Montana

RESUMO

O surgimento do turismo cafeeiro ocorreu principalmente nas regiões produtoras de café ao redor do mundo. Com o aumento da popularidade do café como bebida e a crescente demanda por conhecer a origem dos alimentos, as fazendas de café passaram a receber visitantes interessados em conhecer o processo de cultivo, colheita e produção do café. Proporcionando assim uma forma única de vivenciar a cultura, valorizar o trabalho dos agricultores e compreender todo o processo que envolve a produção dessa popular bebida. Além disso, contribui para a economia das regiões produtoras, gerando oportunidades de emprego e promovendo o desenvolvimento sustentável do setor cafeeiro. O presente Projeto de Planejamento e Gestão em Turismo (PPGT), possui como objetivo geral compreender o conhecimento de clientes e proprietários de torrefações de cafés especiais de Curitiba sobre o Projeto Mulheres do Café e o Roteiro Caminho dos Cafés das Mulheres e se estes teriam interesse em realizar uma viagem para visitar as fazendas de café e suas proprietárias. Para alcançar o objetivo geral, o presente projeto tem como objetivos específicos: a) verificar o conhecimento dos proprietários e o a presença do Café das Mulheres nas cafeterias de cafés especiais de Curitiba, b) identificar o interesse dos baristas e clientes das cafeterias de cafés especiais em realizar um programa de viagem para o Caminho dos Cafés das Mulheres, c) propor o projeto de um programa turístico para o Caminho do Café das Mulheres. Sendo realizada uma pesquisa bibliográfica e documental, optando por uma pesquisa de abordagem qualitativa, dividida em duas etapas: descritiva, que auxilia na produção do referencial teórico e exploratória por meio de entrevistas com as participantes do projeto e os interessados em comprar o programa turístico proposto. Os resultados das pesquisas indicam que os participantes possuem grande interesse em comprar uma viagem de curto prazo no segmento do turismo cafeeiro, onde visam conhecer os atrativos naturais que a região possui, além da vivência nas fazendas. O Roteiro Caminho dos Cafés das Mulheres possui a possibilidade de ganhar visibilidade no mercado de consumidores da capital paranaense e possui potencial em se tornar referência no mercado turístico do estado.

Palavras-chave:

História do Café. Cafés Especiais. Turismo Cafeeiro. Mulheres do Café. Pacotes Turístico Temáticos.

ABSTRACT

The emergence of coffee tourism occurred mainly in coffee-producing regions around the world. With the increase in the popularity of coffee as a beverage and the growing demand for knowing the origin of food, coffee farms began to receive visitors interested in learning about the process of growing, harvesting, and producing coffee. Thus providing a unique way to experience the culture, value the work of farmers, and understand the entire process that involves the production of this popular drink. In addition, it contributes to the economy of the producing regions, generating employment opportunities and promoting the sustainable development of the coffee sector. The present Tourism Planning and Management Project (PPGT), general objective is to understand the knowledge of customers and owners of specialty coffee roasters in Curitiba about the Women of Coffee Project and the Women's Coffee Path Route and if they would be interested in taking a trip to visit the coffee farms and their owners. To achieve the general objective, this project has the following specific objectives: a) to verify the knowledge of the owners and the presence of Women's Coffee in the specialty coffee shops of Curitiba, b) to identify the interest of the baristas and customers of the specialty coffee shops in carrying out a travel program for the Women's Coffee Path, c) to propose the project of a tourist program for the Women's Coffee Path. Bibliographic and documentary research was carried out, opting for qualitative research, divided into two stages: descriptive, which helps in the production of the theoretical framework, and exploratory through interviews with the project participants and those interested in buying the proposed tourist program. The results of the surveys indicate that the participants are very interested in buying a short-term trip in the coffee tourism segment, where they want to get to know the natural attractions that the region has, in addition to living on the farms. The Women's Cafes Path Route has the possibility of gaining visibility in the consumer market of the capital of Paraná and has the potential to become a reference in the state's tourist market

Keywords:

History of Coffee. Specialty Coffees. Coffee Tourism. Women of Coffee. Thematic Tour Packages.

LISTA DE ABREVIATURAS OU SIGLAS

AMUCAFÉ	Associação das Mulheres do Café do Norte Pioneiro do Paraná
ABIC	Associação Brasileira da Indústria do Café
ABRASEL	Associação Brasileira de Bares e Restaurantes
CONAB	Companhia Nacional de Abastecimento
CQI	Instituto de Qualidade do Café
DERAL	Departamento de Economia Rural
IAPAR	Instituto Agrônômico do Paraná
IDR- Paraná	Instituto de Desenvolvimento Rural do Paraná – IAPAR-EMATER
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
SCA	<i>Specialty Coffee Association</i>
SCAA	<i>Specialty Coffee Association of America</i>
SCAE	<i>Specialty Coffee Association of Europe</i>

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Pirâmide de Classificação dos Cafés
Figura 2	Roda de Sabores
Figura 3	Mapa Informativo
Figura 4	Vista da plantação do Sítio Rancho Fundo
Figura 5	Terreiro suspenso de café
Figura 6	Plantação do Grupo Lavrinha
Figura 7	Terreiro de secagem de café
Figura 8	Plantação do Sítio Santo Antônio
Figura 9	Terreiro suspenso de café
Figura 10	Vista aérea do Hotel Fazenda Carro de Boi
Figura 11	Laboratório de Classificação e Degustação de Cafés
Figura 12	Salto do Cavalcanti
Figura 13	Panfleto de divulgação da viagem
Figura 14	Voucher para o programa turístico

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Torrefações de Cafés identificadas em Curitiba
Quadro 2	Proprietários e Representantes de torrefações entrevistados
Quadro 3	Presença do Café do Norte Pioneiro e do Café das Mulheres nas torrefações de Curitiba
Quadro 4	Programa da Viagem da Klaus Café
Quadro 5	Perfil dos baristas
Quadro 6	Baristas e Café das Mulheres
Quadro 7	Disponibilidade e investimento de viagem dos baristas
Quadro 8	Perfil dos clientes entrevistados
Quadro 9	Faixa salarial dos clientes entrevistados
Quadro 10	Frequência em cafeterias e consumo de cafés especiais
Quadro 11	Conhecimento sobre o Café das Mulheres
Quadro 12	Disponibilidade e investimento de viagem para os clientes
Quadro 13	Variedades e tipos de cafés produzidos pelas Mulheres do Café

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	5
2. MARCO TEÓRICO	9
2.1. BREVE HISTÓRIA DO CAFÉ	9
2.1.1. Resumo histórico do café no Paraná.....	12
2.1.2. Apanhado histórico das Cafeterias.....	13
2.2. ONDAS DE CONSUMO DO CAFÉ	17
2.2.1 O que são Cafés Especiais	18
2.3. TURISMO CAFEIEIRO.....	24
2.3.1 Pacotes turísticos no turismo cafeeiro	28
2.4. PROJETO MULHERES DO CAFÉ E ROTEIRO CAMINHO DOS CAFÉS DAS MULHERES	31
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	35
3.1. CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA.....	35
4. ANÁLISE DOS RESULTADOS	39
4.1. CONHECIMENTO DOS PROPRIETÁRIOS E A PRESENÇA DO CAFÉ DAS MULHERES NAS CAFETERIAS DE CAFÉS ESPECIAIS EM CURITIBA.....	39
4.2. INTRESSE DOS BARISTAS E CLIENTES DAS CAFETERIAS DE CAFÉS ESPECIAIS EM REALIZAR UM PROGRAMA DE VIAGEM PARA O CAMINHO DOS CAFÉS DAS MULHERES	48
4.2.1. Análise dos baristas	48
4.2.2. Análise dos clientes	51
5. OFERTA TURÍSTICA DO ROTEIRO CAMINHO DOS CAFÉS DAS MULHERES	55
5.1 PROJETO MULHERES DO CAFÉ E O CAFÉ DAS MULHERES.....	55
5.2 ROTEIRO CAMINHO DOS CAFÉS DAS MULHERES	56

6. PROPOSTA DE UM PROGRAMA TURÍSTICO PARA O CAMINHO DOS CAFÉS DAS MULHERES.....	64
6.1. PROPOSTA DE DIVULGAÇÃO	68
6.2. PRECIFICAÇÃO DO PROGAMA TURÍSTICO PARA O CAMINHO DOS CAFÉS DAS MULHERES	71
6.2.1. Cronograma	72
6.2.2. Descrição de custos fixos e variáveis	73
CONSIDERAÇÕES FINAIS	75
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	78
ANEXOS	83
APÊNDICES	84

1. INTRODUÇÃO

Dentre os inúmeros segmentos de turismo, baseados nas características da oferta e da demanda turísticas, o turismo cafeeiro relaciona-se com o turismo cultural e pode ser considerado um subsegmento do turismo gastronômico e do turismo rural, (Tavares e Machado, 2022).

As definições literárias de turismo cultural ganharam destaque na década de 1980, e dentro da literatura esse segmento turístico possui dois principais conjuntos, o turismo cultural baseado na demanda turística, que abrange as motivações e perspectivas das experiências vividas pelos seus visitantes, e o turismo cultural baseado nos aspectos da oferta turística, focado no consumo das atrações que o local oferta e são classificadas como culturais (Kohler, 2007). Richards (1997) cita que “Turismo cultural é toda movimentação de pessoas em torno de atrações culturais específicas, tais como sítios históricos e manifestações artísticas e culturais, fora de seu lugar próprio de residência”. As definições baseadas na demanda possuem como pontos positivos, as formas que os turistas encaram e interpretam as situações vividas e locais visitados, em contrapartida, a visão da oferta fundamenta-se na utilização de equipamentos e atrações que entram na classificação de culturais, como, centros históricos, feiras e eventos gastronômicos, além de museus, entre outros objetos classificados como aptos ao consumo turístico.

Schuller (2003) afirma que, a gastronomia ganha destaque na ramificação do turismo cultural, devido a busca de prazer e pertencimento do turista aquele local visitado. A busca pela origem da alimentação gera a compreensão da importância da cultura gastronômica naquela região. A alimentação está presente no cotidiano humano ora na preparação de algum alimento, no pedido de um prato ou apenas na ida ao mercado, atualmente a procura por cursos gastronômicos vem crescendo.

A relação efetiva entre o turismo e a gastronomia existe desde o início desses setores, inúmeras pessoas viajam para conhecer os atrativos de um local, sendo histórico, cultural e até mesmo por eventos e negócios, entre esses desejos que as pessoas possuem, o de conhecer a culinária local é iminente, fazendo com que o visitante consiga viver essa experiência “a gastronomia é um elemento importante no contexto do Turismo Cultural” (Gimenes, p. 426, 2014).

De acordo com Ceretta (2012), a importância que a gastronomia regional tem no mercado é significativa na procura por destinos turísticos, a gastronomia traz características como costumes e manifestações que personalizam as cozinhas das diferentes regiões turísticas do país, o turismo gastronômico pode ser caracterizado por regionalidades, costumes e práticas, em atividades imersivas os visitantes podem vivenciar a cultura do local visitado a partir do consumo de um prato.

Nesse sentido o turismo cafeeiro, não é apenas uma segmentação do setor agrícola, essa atividade se desenvolveu ao redor da bebida e gerou circuitos e rotas do café (Presse, 2017). Silva e Salazar (2022) afirmam que, o turismo cafeeiro se caracteriza em dois meios, no turismo ecológico, por fornecer ao visitante experiências imersivas à natureza, quanto no turismo educacional, gerando conhecimento histórico, cultural e da produção *in loco*. Segundo Mogrovejo *et al*, (2019), o turismo cafeeiro proporciona uma experiência inigualável aos seus turistas, pois transmite características gastronômicas e culturais do local visitado.

O turismo de café traz benefícios às regiões agrárias pelo fato de proporcionar ao visitante e aos moradores locais a divulgação de características importantes do país, como o cultivo de café, a história do café em determinada região, além da cultura do local, (Silva e Salazar, 2022). Da plantação à xícara, o turismo cafeeiro se caracteriza como uma oportunidade para experimentar diferentes formas de cultivo, processamento e preparo do café, enquanto o visitante mergulha em uma história fascinante, permitindo apreciar a variedade de aromas e sabores do café em diferentes países e culturas, descobrindo o que torna essa bebida tão amada em todo o mundo, com vistas deslumbrantes de montanhas e paisagens verdes, o turismo cafeeiro no Brasil é uma maneira especial de experimentar a natureza e a diversidade cultural de cada lugar visitado.

Uma das experiências em turismo cafeeiro no Brasil, surgiu a partir do Projeto Mulheres do Café, coordenado por Cintia Mara Lopes de Souza¹, criado em meados de 2013, em parceria com o Instituto de Desenvolvimento Rural do Paraná (IDR-Paraná) com o intuito de valorização das mulheres que já trabalhavam em fazendas de cafés no Norte Pioneiro do Paraná.

¹ Extensionista do IDR-Paraná desde 2008; Economista doméstica; Especialista em Políticas Públicas.

O Caminho dos Cafés das Mulheres fica localizado no Norte Pioneiro do Paraná, constituído por 250 cafeicultoras que se encontram distribuídas entre 11 municípios da região. Lançado em maio de 2021, a partir da parceria da Associação das Mulheres do Café do Norte Pioneiro do Paraná (AMUCAFÉ) com o Instituto de Desenvolvimento Rural do Paraná (IDR-Paraná), o roteiro dispõe de seis propriedades rurais localizadas em Tomazina e Pinhalão, nele também é ofertada a experiência de um café rural com as participantes do projeto e o Laboratório de Classificação e Degustação do café, onde o turista possui a oportunidade de vivenciar atividades imersivas dentro das fazendas, além de conhecer o laboratório de estudos e fazer as degustações dos grãos das safras.

O presente estudo tem como tema, propor a criação de um programa de viagem para o Caminho dos Cafés das Mulheres localizado no Norte Pioneiro paranaense, buscando responder ao seguinte problema de pesquisa: **Os clientes e as cafeterias de cafés especiais conhecem o Projeto Mulheres do Café, o Roteiro Caminho dos Cafés das Mulheres e teriam interesse em realizar uma viagem para visitar as fazendas de cafés e suas proprietárias?**

A partir do problema de pesquisa, a hipótese fundamental é de que as cafeterias e seus clientes não possuem conhecimento sobre o Projeto Mulheres do Café e nem sobre o Roteiro Caminhos dos Cafés das Mulheres, porém acredita-se que há potencial para a comercialização de um *tour* para o público consumidor de cafés especiais de Curitiba.

O Objetivo Geral é compreender o conhecimento de clientes e proprietários de torrefações de cafés especiais de Curitiba sobre o Projeto Mulheres do Café e o Roteiro Caminhos dos Cafés das Mulheres e se estes teriam interesse em realizar uma viagem para visitar as fazendas de café e suas proprietárias.

Para alcançar o objetivo geral, o presente projeto tem como objetivos específicos:

1. Verificar o conhecimento dos proprietários e o a presença do Café das Mulheres nas cafeterias de cafés especiais de Curitiba
2. Identificar o interesse dos baristas e clientes das cafeterias de cafés especiais em realizar um programa de viagem para o Caminho do Café das Mulheres

3. Propor o projeto de um programa turístico para o Caminho do Café das Mulheres

A fim de compreender os objetivos propostos neste estudo, optou-se por uma pesquisa bibliográfica, estruturando o referencial teórico em Introdução, seguido de Marco Teórico, que se encontra dividido em: História do Café no mundo e Turismo Cafeeiro, também sendo feito o levantamento do histórico de cafeterias e levando em conta a construção de percursos cafeeiros. O café é um produto de grande importância econômica e cultural, e sua história está intrinsecamente ligada à história de muitos países.

Nos Procedimentos Metodológicos serão abordados, a trajetória do estudo que fará uso de pesquisa bibliográfica e documental, pesquisas de campo, contatos com donos de empreendimentos e entrevistas com informantes-chaves, além de formulários online, e como sucedeu a análise dos dados a fim de alcançar os objetivos do trabalho. Por fim a Análise dos resultados, a proposta do projeto turístico e como será executado, as Considerações Finais e Referências Bibliográficas.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. BREVE HISTÓRIA DO CAFÉ

O café foi descoberto na África Central cerca de 500 DC., tendo sua origem na Etiópia, e sua popularidade se espalhou por toda a região do Oriente Médio. No entanto, foi apenas no século XV que as plantas de café foram levadas para a Arábia, onde iniciou-se o cultivo em grande escala. Existe uma famosa lenda que se propagou por séculos do Pastor Kaldi, que após perceber que seus animais ficavam agitados por consumirem determinadas folhas e frutas, decidiu testá-las, em seguida confirmou que tais frutos tinham efeitos positivos relacionados a energia física e a notícia se espalhou pelos vilarejos (Martins, 2008).

Inicialmente a produção e consumo do café era localizada no Oriente Médio, a partir do século XVII no período das navegações, o café começa a ser exportado para a Europa. O café tornou-se uma das principais commodities do comércio, com o aumento da demanda, o cultivo se expandiu para o continente americano, em especial para a América Latina, onde o clima e o solo são favoráveis ao cultivo da planta (Martins, 2008).

No Brasil, o café foi introduzido em 1727, mas foi a partir do século XIX que a produção se tornou uma das principais atividades econômicas do país. A expansão da produção de café no Brasil foi impulsionada pelas políticas do governo imperial, que incentivavam o cultivo da planta e a imigração de europeus para trabalhar nas lavouras. A fruta chega ao Brasil, pela região do Pará sendo contrabandeada da Guiana Francesa em forma de buquê, um presente do Sargento Francisco de Mello Palheta, oficial do Maranhão para a Madame d'Órvillers (Martins, 2008). Em 1770 a produção do café é levada do Norte do país para o Rio de Janeiro onde se adapta melhor por questões de solo e temperatura, já em 1800 os estados de Minas Gerais e São Paulo diminuem os focos em mineração e aumentam das plantações de café, utilizando de mão de obra escrava. Pouco mais de 100 anos após sua chegada, em 1830 o Brasil se torna o maior produtor e exportador de cafés mundial. (ABIC, 2023)

Entre 1830 e as décadas seguintes, o ramo cafeeiro brasileiro passou por grandes transformações e mudanças econômicas, políticas e sociais. Em 1858 é

inaugurado o Café Tortoni, considerado o mais antigo dos “*Cafés Notables*” de Buenos Aires e que funciona até a atualidade.

No início do período, o Brasil ainda era uma economia colonial, e o café começava a ganhar destaque como um importante produto de exportação. Com o aumento da demanda internacional pelo café, o Brasil se tornou o maior produtor e exportador do produto, impulsionando seu desenvolvimento econômico. Durante esse período também ocorreram importantes mudanças sociais e trabalhistas. O trabalho escravo, que era amplamente utilizado nas plantações de café, foi gradualmente abolido após a Lei Áurea em 1888, dando lugar a um sistema de trabalho assalariado. Além disso, a crescente urbanização e industrialização do país contribuíram para transformações na sociedade brasileira como um todo, (ABIC, 2021).

Como afirma Franco (2000), o ramo cafeeiro também enfrentou crises, entre as décadas de 1920 a 1930 quando ocorreu a queda da bolsa de valores nos Estados Unidos em 1929. A crise de 1929 teve impacto significativo no mercado de café do Brasil, o país dependia fortemente da exportação do café e, com a crise econômica mundial, a demanda internacional pelo produto caiu drasticamente. Como resultado, o preço do café brasileiro caiu e muitos produtores brasileiros foram afetados financeiramente, alguns desses produtores tentaram manter suas produções, reduzindo o preço de venda, o que levou a uma queda ainda maior nos preços do café, além disso, muitos produtores tiveram dificuldades em obter crédito para continuar suas atividades, o que resultou em uma diminuição da produção. A crise também gerou impacto negativo nos trabalhadores rurais, que perderam seus empregos em muitas fazendas de café. Como resultado, inúmeras pessoas migraram para as cidades em busca de trabalho.

A queda dos preços no mercado internacional, que afetou a economia nacional e levou a mudanças nas políticas governamentais em relação à produção e exportação de café. O então presidente do Brasil Getúlio Vargas, decidiu que milhares de sacas de café deveriam ser queimadas, fazendo assim, com que os preços fossem elevados no mercado, tentando de uma forma brusca a busca pela valorização da mercadoria. No longo prazo, a crise de 1929 levou à diversificação da economia brasileira, com um movimento em direção a outras culturas agrícolas e ao desenvolvimento de outras indústrias (Franco, 2000).

De acordo com o Arquivo Nacional (DIBRARQ, 2023) em 1954, o ramo cafeeiro brasileiro estava consolidado como um setor importante da economia nacional, impulsionando o desenvolvimento econômico e a modernização do país. Em 1954 também é criado o Instituto Brasileiro de Café (IBC) que tinha por atribuições executar a política cafeeira nacional, prestar assistência a cafeicultura sendo técnica e econômica, e controlar a comercialização do café, utilizando suas regulamentações de preço que faziam com que os cafés tivessem um fluxo no mercado.

Na década de 1970, iniciou-se a nova fase de incentivos do governo para as fazendas e novas plantações de cafezais, houve a realização do Programa de Renovação e Revigoração dos Cafezais, projeto qual possibilitava a renovação do produto nacional, além da execução e utilização de tecnologias modernas para a época, (Nagay, 1999).

Em 1973 houve a criação da Associação Brasileira da Indústria do Café – ABIC, com o intuito de lidar com os interesses do setor cafeeiro, além de abrir mercados, incentivar a inovação e as conquistas no segmento. Em 1989 é criado o selo de pureza pela ABIC, procurando a melhoria da imagem que o produto nacional já possuía no mercado interno e no externo (ABIC, 2023).

Em 1990 houve a extinção do IBC, acarretando a liberação de mercado externo, na década de 1990 também se dá início a produção de cafés especiais no Brasil, melhorando assim a remuneração dos produtores com cafés de qualidade, (DIBRARQ, 2023).

No ano de 2005 com o objetivo de valorizar e homenagear os produtores rurais, a ABIC cria o Dia Nacional do Café, dia 24 de maio. No mês de maio se inicia a época das colheitas de cafés no país, sendo considerada uma das datas mais importantes do meio cafeeiro no Brasil, de acordo com a ABIC e a Embrapa, cada pessoa no país consumiu cerca de 4,81kg de café torrado no ano de 2020, (EMBRAPA, 2021).

Com o passar dos anos, o café se tornou uma bebida popular em todo o mundo, consumido diariamente por milhões de pessoas. Além disso, a produção de café gera emprego e renda para milhares de famílias ao redor do globo, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico de diversos países.

2.1.1. Resumo histórico do café no Paraná

A história da cafeicultura no Paraná teve início no final do século XIX, com a chegada de imigrantes que começaram a investir na cultura do café. Inicialmente, a produção era voltada para o consumo doméstico e abastecimento local, com o passar do tempo, a cafeicultura se expandiu e se tornou uma das principais atividades econômicas do estado.

Nas décadas de 1920 e 1930, o Paraná alcançou uma significativa expansão na produção de café, tornando-se um dos principais estados produtores do Brasil. A cafeicultura se consolidou principalmente nas regiões Norte e Noroeste do estado, onde as condições de clima e solo eram favoráveis ao cultivo. Com o investimento em tecnologia e práticas sustentáveis, o Paraná se destacou por produzir cafés de alta qualidade, sendo reconhecido no mercado nacional e internacional.

Ao longo dos anos, a cafeicultura paranaense passou por diferentes desafios, como crises de preços, dificuldades climáticas e alternância de safras. No entanto, a atividade se manteve como um importante pilar da economia do estado, contribuindo para o desenvolvimento social e econômico de diversas regiões. Atualmente, o Paraná destaca-se na produção de cafés especiais, com grande valor agregado, e tem investido em práticas sustentáveis e inovação para garantir a competitividade no mercado global. A história da cafeicultura no Paraná é marcada pela perseverança dos produtores e pela busca constante pela qualidade e sustentabilidade.

Com o intuito de prestação de serviços a pesquisa e a experiência agrícola, além de executar técnica e extensão rural, o Instituto de Desenvolvimento Rural do Paraná – Iapar-Emater foi criado de acordo com a Lei 20.121/19, a partir da junção do Instituto de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater), da Companhia de Desenvolvimento Agropecuário do Paraná (Codapar) e do Centro Paranaense de Referência de Agroecologia (CPRA) pelo Instituto Agrônomo do Paraná (Iapar), gerando assim o fomento no ramo rural e buscando a expansão na produção de alimentos de alto valor, (IDR- Paraná, 2023)

O Instituto Agrônomo do Paraná – IAPAR reforça que o café foi o grande produto de mercado do Paraná, principalmente na década de 1960, segundo o IAPAR o estado produziu em uma safra mais de 21 milhões de sacas de café de 60kg, com produtividade de aproximadamente 13 sacas por hectare, na década de 1960 o estado

concentrava cerca de 50% da produção nacional, ao todo, eram 1,8 milhão de hectares de café, com uma média de 20 milhões de sacas colhidas. A grande produção era devido a estreita ligação com os paulistas e mineiros que passaram a ocupar esta área, com o objetivo de formar fazendas para o cultivo do café, que se espalhou por causa da ferrovia até o Noroeste paranaense, (Tavares *et all*, 2020).

A história da cafeicultura no Norte Pioneiro paranaense remonta ao período do final do século XIX e início do século XX, quando ocorreu a ocupação efetiva da região por imigrantes atraídos pela promessa de terras férteis e clima propício, passaram a investir na cultura do café, que se expandiu rapidamente na região devido às condições naturais favoráveis. Com a chegada da ferrovia, que facilitou o escoamento da produção para outros estados e portos, a cafeicultura se consolidou como a principal atividade econômica da região. O café paranaense, conhecido por sua qualidade, passou a ganhar destaque nos mercados nacional e internacional, contribuindo significativamente para a prosperidade e o desenvolvimento do Norte Pioneiro.

No entanto, a cafeicultura no Norte Pioneiro também enfrentou desafios ao longo de sua história, como as oscilações de preços, as crises do mercado internacional, pragas e doenças que afetaram as lavouras. Além disso, a região passou por crises socioeconômicas decorrentes da dependência excessiva da monocultura do café. Com o passar dos anos, a diversificação da economia regional e a busca por práticas mais sustentáveis têm sido temas importantes para a cafeicultura no Norte Pioneiro. Atualmente, a história da cafeicultura no Norte Pioneiro Paranaense é marcada pela busca contínua por inovação, diversificação e sustentabilidade, visando garantir a competitividade e o desenvolvimento econômico da região.

A região cafeeira do estado foi drasticamente reduzida a partir da década de 1970 em decorrência de fatores climáticos que afetaram expressivamente a produção, o que motivou a erradicação de áreas do café, substituídas pelo cultivo de soja e trigo, nas décadas seguintes. O Paraná deixou essa produção agrícola ser perdida por muitos anos, após a geada negra de 1970, época em que os produtores foram afetados por uma geada que queimou e dizimou todas as plantações na região, o estado do Paraná perdeu produtores, fazendas e investidores, os cafés ficaram na

história, enquanto outros estados como São Paulo, Minas Gerais e Espírito Santo continuaram tendo incentivos e infraestrutura, (Moreira e Carvalho, 2021).

A partir dos anos 1990 e com o início das produções de cafés especiais em grandes regiões como Minas Gerais e São Paulo, o Paraná volta a investir em suas plantações, a partir da escolha da terra e plantio, porém, o solo da região do Norte paranaense é considerado pobre², a partir do estudo de solo e clima as fazendas que se desenvolvem no meio cafeeiro buscam profissionalizar na área dos cafés especiais, entretanto, o Paraná possui um solo defasado comparado aos outros grandes estados (EMBRAPA, 2011).

Na atualidade algumas fazendas cafeeiras paranaenses produzem cafés especiais, mas a região sofre com a influência do *terroir*, que é o conjunto de fatores que envolvem, topografia o estudo que descreve o lugar ou região, geologia que estuda a composição do globo terrestre, a drenagem da terra que auxilia na remoção e distribuição da água no solo, o clima e altitude das macros e microrregiões que ocorrem os plantios, a intervenção humana com o auxílio de máquinas no trato do plantio e prevenção de pragas na lavoura, e claro, a cultura, história e tradição do café, (Silva, 2012)

A história do café no Paraná está intimamente ligada ao desenvolvimento econômico da região e à identidade cultural dos seus habitantes. A produção de café contribuiu para o crescimento da agricultura no estado, atraindo novos investimentos e tecnologias. Além disso, a cultura do café tornou-se parte integrante do patrimônio cultural do Paraná, influenciando a gastronomia, a música e a literatura local. (Gorreta *et al*, 2001).

O Departamento de Economia Rural (DERAL, 2020), notificou que após tomar conhecimento da pandemia de Covid-19, “o mercado interno em nível de produtor passou a sofrer grande volatilidade influenciado pelas incertezas globais e a consequente valorização do dólar frente ao real.” Conforme dados do DERAL (2020), no período de 2020 o Paraná também enfrentou temperaturas acima da média, falta

² Pobre: solos que possuem pouca drenagem, falta de nutrientes e matérias orgânicas. (EMBRAPA, 2011)

de chuva, e o clima seco acabou avançando no período das colheitas, ainda assim, as regiões do Norte e do Norte Pioneiro foram encontrados os maiores cultivos.

Conforme informa a Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB, 2023), em seu levantamento de 2023, na atualidade o Paraná possui apenas o cultivo de grão da variação Arábica, grão exclusivo no plantio de cafés especiais, “com previsão de crescimento de 45,5% na produtividade, justificado pelo retorno de rendimentos a níveis de normalidade, haja vista às frustrações advindas das condições climáticas na última safra”, com uma estimativa de 686,7 mil sacas de café colhidas entre os meses de abril a junho. A história do café no Paraná está diretamente ligada ao surgimento e crescimento dos cafés especiais, que se destacam pelas características únicas e pelo valor agregado que trazem não só para a região, mas também para todo o país.

O Paraná é considerado o terceiro maior estado produtor de café do Brasil, atrás apenas de Minas Gerais e Espírito Santo, a sua produção no estado tem se consolidado como uma importante atividade econômica e na atualidade a cafeicultura paranaense é conhecida pela produção de cafés especiais, com alta qualidade e sabores distintos e pela utilização de práticas sustentáveis na produção de café, como o cultivo orgânico e o uso de tecnologias de conservação do solo.

2.1.2. Apanhado histórico das cafeterias

Segundo França e Barbosa (2010, p. 6), “Cafeteria é uma definição mais recente para nomear as antigas casas de café, ou simplesmente cafés, como eram chamados os primeiros estabelecimentos dedicados ao serviço da bebida”. No século XV ocorreu o surgimento das primeiras casas de café em Meca na Arabia Saudita, por volta de 1475, Kiva Han é considerado o primeiro do mundo.

O consumo do café chega apenas no século XVI a Europa, como declara Vilhoni *et al*, (2009, p. 2):

“apesar de todo o sucesso que o café fazia entre os muçulmanos e da excelente qualidade que lhe era atribuída, sua aceitação nos centros civilizados europeus do século XVI não foi muito fácil. Por ter origem em um país islâmico, a Abissínia, a exótica frutinha vinda do Oriente foi identificada como um alimento herege e, por ser provido de “qualidades estimulantes pecaminosas”, seu consumo foi muito condenado por membros da Igreja Católica e da Igreja Protestante europeia.”

Em meados do século XVII é aberto o *Caffè Procope* na França sendo a primeira cafeteria literária do país. O *Caffè Florian* foi fundado no século XVIII e é considerado a primeira cafeteria italiana na cidade de Veneza, enquanto apenas no século XIX o *Caffè Pedrocchi* é fundado em Padova, ambos marcos históricos na Itália que funcionam até os dias atuais (Martins, 2008). De acordo com França e Barbosa (2010, p. 8), “no Brasil, as primeiras casas de café começaram a funcionar no Rio de Janeiro e em São Paulo, na segunda metade do século XIX e acredita-se que o início possa ter sido simultâneo nas duas cidades”.

No século XX é criada a profissão de barista, trabalho de extrema importância nos meios das cafeterias, sendo um dos pré-requisitos para se manter o funcionamento do local, (Nogueira Jr, 2007). Escolas de barismo são encontradas com facilidade na atualidade, oportunidades de aprendizado são ofertadas de forma on-line e presencial, o mercado acadêmico possui grande demanda por todo mundo, (SCA, 2023).

As cafeterias no Paraná têm uma história que remonta ao final do século XIX e início do século XX, em meados do século XX, é criada uma das primeiras cafeterias na capital paranaense, sendo o Café Zurich que possui mais de 40 anos de história e é uma das primeiras casas de cafés especiais do Brasil, (ABRASEL, 2020).

Com o tempo, as cafeterias se tornaram um ponto de encontro para os intelectuais e artistas da cidade, que encontravam ali um espaço para discutir ideias e expor suas obras. Hoje, as cafeterias continuam a ser uma parte importante da cultura curitibana, com novos estabelecimentos surgindo a cada ano para atender à crescente demanda por cafés de alta qualidade e ambientes acolhedores.

De acordo com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes - ABRASEL (2020) a cidade de Curitiba possui fama no meio gastronômico, considerada a capital nacional dos cafés especiais, “Difícilmente alguém vai precisar caminhar mais de uma quadra pelos principais bairros de Curitiba para encontrar uma cafeteria para tomar um café especial”.

Um exemplo reconhecido internacionalmente no ramo de cafeterias e torrefações, é o café e escola de barismo Lucca Cafés Especiais, criado em Curitiba no ano de 2002 por Georgia Franco de Souza, barista e treinadora de campeões brasileiros e mundiais nos campeonatos de barismo. O Lucca é considerado o maior

garimpo de cafés do Brasil, onde os frequentadores encontram uma vasta carta de grãos especiais, sendo considerada a primeira cafeteria em Curitiba a se especializar em torrefações e comercialização de cafés selecionados, a empresa trabalha com suas próprias torrefações, ato que faz com que o café regional seja consumido e divulgado no mercado interno e externo, enquanto a escola de barismo é certificada pela SCA uma das poucas no país, (BOM GOURMET, 2022).

Conforme Vilhoni *et al* (2009) declara que, para a década de 2010 e seguintes, o Brasil iria possuir mais de 1.500 cafeterias distribuídas pelo país, enquanto a cidade Curitiba dispunha de aproximadamente 800 empreendimentos com foco em cafés especiais, o brasileiro busca consumir a sua bebida em locais agradáveis, seja acompanhado de uma leitura ou para encontrar com seus amigos, as cafeterias se tornaram um hábito nacional, e as mesmas buscam novas oportunidades de se renovarem no mercado do lazer.

A capital paranaense também possui um forte meio de cafeterias, o conceito *to go*³, popular no exterior onde oferece ao cliente a possibilidade de utilizar o autoatendimento, muito aplicado em outros países, também contribuiu para o crescimento do consumo de cafés, por unir agilidade e praticidade de compra. Contribuindo assim para o crescimento do consumo de cafés especiais na cidade de Curitiba, essa expansão ocorreu significativamente na pandemia de Covid-19, época em que se fazia necessária a funcionalidade, e o mercado de cafeterias desse segmento se propagaram pela capital paranaense. Um grande exemplo desta modalidade é a rede de franquias curitibana *The Coffee*, que ganhou fama mundial pelo seu conceito minimalista e prático, na atualidade Curitiba possui mais de 30 franquias da marca. O mercado de cafeterias, em específico na cidade de Curitiba busca trabalhar com cafés especiais, premiados e com certificações, isso faz com que as cafeterias possuam status, que o seu fluxo de clientes seja maior, e que os mesmos saiam satisfeitos com os produtos que estão consumindo, (ABRASEL, 2023).

Desde 2018, participantes curitibanos veem se destacando em Campeonatos Brasileiros de Barismo, em categorias como *Brewers* (café filtrado), *Coffee in Good Spirits* (drinques alcoólicos com café) e *Latte Art* (desenhos com leite). Além da cidade

³ Ato de comprar para consumir em outro ambiente.

ser sede de um evento global que une baristas de todo o mundo expressando sua arte no café, o nomeado *Thursday Night Throwdown* (TNT) é um campeonato de *Latte Art* que ocorre toda última quinta-feira do mês nas cafeterias locais onde a cidade sedia desde 2019, (BOM GOURMET, 2022).

De acordo com o Instituto Municipal de Turismo (IMT, 2020), Curitiba recebeu nos anos de 2018 e 2020 o maior festival de cafés do Brasil, o *Coffee Week Brasil*. O evento possui o intuito de proporcionar experiências únicas através do café para os seus participantes, no roteiro são disponibilizados diversos endereços no decorrer da cidade que ofertam combos com preços mais acessíveis. No ano de 2023 o festival ocorreu no mês de outubro, disponibilizando workshops, palestras, competições e 30 cafeterias participantes.

Como informa a empresa curitibana Moka Clube (2023), a marca nasceu na capital paranaense sendo “um manifesto pelo café brasileiro para brasileiros, com o propósito de distribuir o aclamado melhor café do mundo em território nacional.” A marca foi criada em 2012 na capital paranaense, e é conhecida nacionalmente por ser o primeiro clube de assinaturas criado no país. O Moka Club atua na venda do Café das Mulheres desde os anos 2015 e 2016, Thais uma das funcionárias da empresa informou que um dos donos viaja anualmente para o Norte Pioneiro paranaense para fazer as provas dos cafés de todas as safras que o projeto oferta, fazendo assim com que o Clube de assinaturas consiga possuir sempre disponível em seu catálogo.

2.2. ONDAS DE CONSUMO DO CAFÉ

A história do café no Brasil está diretamente ligada às ondas do café, que são períodos de grande importância na produção e comércio desse produto ao longo da história mundial. Para descrever a evolução de consumo no mercado do café, o barista Trish Skeie criou o termo “Ondas de Consumo”, para um guia da Specialty Coffee Association of America em meados de 2002, (Guimaraes *et al*, 2016).

A primeira onda do café se dá a partir da Revolução Industrial, o café é produzido em larga escala, que é o resultado do aumento exponencial do consumo associado aos processos de produção e comercialização, sendo um produto de baixa qualidade, moído, solúvel, com opções que não ressaltavam as características do produto e forçavam os preços a se manterem baixos, de embalagens com o

fechamento a vácuo ou em latas de metal, possuindo uma torra muito escura e com gosto de queimado. Os métodos de produção, conservação e consumação da bebida eram irrelevantes, o consumidor buscava apenas ingerir uma bebida forte pelos benefícios da cafeína que gerava mais disposição e energia para o dia a dia, (Boaventura *et all*, 2018).

A segunda onda do café aparece na década de 1960 com o icônico café *espresso*⁴, as cafeterias de modelo italiano começam a se espalhar no mercado e se tornam um lugar para socialização entorno do café, surgindo a introdução de cafés de alta qualidade, como cafés especiais e cafés de origem e produção controlada, diferenciações de cafés gourmet e cafés tradicionais, e o início da cultura do café sendo afluída. A segunda onda surge a partir da reação dos consumidores a qualidade do café comercializado, as grandes marcas de cafeterias atendem o pedido do mercado e começa a ser feita essa transição, estabelecendo a melhoria dos cafés e o aumento da procura. (Martins, 2008).

A rede de lojas Starbucks tornou-se exemplo de mercado no Estados Unidos nesta época, oferecendo serviços e produtos de qualidade em ambientes agradáveis e padronizados (Schultz, 2019). Já em casa os consumidores buscavam beber cafés em cápsulas, onde encontravam um aumento significativo de qualidade no produto consumido.

Com o início da valorização dos cafés especiais se estabelece a terceira onda do café em meados da década de 1990 e início dos anos 2000, onde os consumidores aprendem sobre a diferenciação de produtos e experiências de consumo, os métodos mais sofisticados começam a serem comercializados, a importância do *terroir* vai além das cafeterias e chega aos consumidores, ocorre a preocupação com a rastreabilidade e sustentabilidade do produto, a torra artesanal se torna uma especialização de suma importância para chegar ao resultado final. Na terceira onda que segue sendo executada na atualidade, do plantio até a xícara o café é considerado tão artesanal e complexo quanto os vinhos. Essa fruta se tornou diferenciada em vários atributos de modo que, a análise sensorial se torna protagonista nas degustações de bebidas à base de café, (Boaventura *et all*, 2018).

⁴ Espresso, palavra de origem italiana que define o ato de extrair uma bebida por pressão

2.2.1. O que são Cafés Especiais

A Associação Americana de Café Especial (*Specialty Coffee Association of America*, SCAA) é uma organização sem fins lucrativos, fundada em 1982, composta por membros que representam milhares de profissionais do café, de produtores a baristas em todo o mundo, (SCA, 2023).

Em 2017 a SCAA se uniu com a Associação Europeia de Cafés Especiais (*Specialty Coffee Association of Europe*, SCAE) formando a atual SCA (*Specialty Coffee Association*). Sendo ela especializada em cafés especiais, a Associação que determina as classificações, concursos, provas de cafés, e todos os padrões a serem cobrados, seja nas fazendas, cafeterias e escolas de barismo. O café especial é um produto de alto nível de qualidade, resultado de um rigoroso controle de produção, são cafés com notas sensoriais diferenciadas, em ambientes de produção propícios, produzidos a partir dos melhores frutos e com ausência de defeitos, além do fato de ser proibido o trabalho escravo e as fazendas terem certificações de sustentabilidade, (SCA, 2023).

Enquanto a ABIC atua nas classificações de cafés tradicionais, cafés superiores e cafés gourmet no Brasil.

“O Programa de Qualidade do Café, criado em 2004, certifica a qualidade do produto por meio de uma metodologia de análise sensorial, e classifica e diferencia os cafés em 4 categorias: Gourmet, Superior, Tradicional e Extraforte. Além de certificar o produto, a empresa é auditada quanto às boas práticas de fabricação de todo o processo de industrialização, para garantir consistência.” (ABIC, 2023)

De acordo com a ABIC, a diferenciação e classificação dos grãos dentro das plantações, podem ser encontrados os cafés tradicionais, cafés superiores, cafés gourmet e os cafés especiais. Alguns pontos a serem levantados em suas diferenciações são:

Figura 1: Pirâmide de Classificação dos Cafés



Fonte: Elaboração própria (2023)

- **Café Tradicional**

O café tradicional, também classificado como café extraforte ou café commodity, mais comum encontrado em mercados, possui o preço mais acessível e isso ocorre devido ao fato dele não passar por uma seleção rigorosa para ser comercializado, por isso, a maior parte dos que chegam à mesa dos brasileiros nessa modalidade apresenta defeitos e impurezas. A ABIC, aprova que nessa categoria de cafés seja aceita até 1% de impurezas no seu produto, podendo possuir, folhas, grãos mofados e defeituosos, cascas, galhos, até mesmo, impurezas que não são relacionadas ao café. Outro ponto importante é que os grãos tradicionais tendem a passar por uma torra escura chegando a ser queimado, e sendo moído de forma fina a fim de esconder todos os defeitos e desconsiderar as notas sensoriais do café. Essa categoria recebe classificação entre 40 pontos a 59 pontos (ABIC, 2023).

- **Café Superior**

O café superior como informa a ABIC, está localizado na parte intermediária de qualidade, ele segue sendo um café de torra escura, mas o amargor não chega a ser tão notado quanto o do café tradicional, o aroma e sabor seguem sendo equilibrados. Essa categoria recebe a classificação entre 60 pontos a 72 pontos (ABIC, 2023).

- Café Gourmet

O café gourmet já é uma elevação na qualidade em comparação com o tradicional, contudo, ele ainda não é o com maior excelência comercializado. São considerados como café gourmet aqueles que atinjam notas de 69 pontos a 79 pontos, a Associação ainda permite que alguns defeitos passem e possam ser comercializados para os clientes, segundo avaliação da ABIC, (2023) são seguidos sete critérios para chegar a essa classificação:

- Tipo do grão: pode variar entre Arábica e Conilon
- Torra média
- Moagem
- Bebida
- Sabor
- Corpo
- Aroma

- Café Especial

Diferente do café gourmet, o plantio de café especial deve ser exclusivo de grãos do tipo 100% Arábica. Para receber a definição de café especial, a safra precisa passar por uma avaliação da SCA que possui uma metodologia específica de análise.

O grão passa por uma avaliação de pelo menos 10 aspectos diferentes e ao final, para ser considerado um café especial ele deve alcançar, no mínimo, 80 pontos em um total de 100 pontos. Assim, ele passa por critérios precisos de qualidade, que permitem aproveitar o grão em todas as suas características essenciais como acidez, doçura, corpo, entre outros (SCA, 2023).

O café especial segue rigorosamente os critérios da Metodologia de Avaliação da SCA, que é utilizada no mundo todo. Explorando a Metodologia de Avaliação da SCA, as provas acontecem todos os inícios de safras, assim o café se faz atualizado no mercado ano após ano, podendo crescer na classificação, assim como pode passar de café especial para café gourmet (SCA, 2023).

A primeira rodada de avaliação começa excluindo cafés que possuem defeitos. Os grãos, para serem considerados especiais precisam ser perfeitos, tanto em cor, formato e estarem inteiros, na amostra de café, com ele ainda verde (depois da secagem, beneficiamento, descascamento e limpeza), antes da torra, é avaliada para certificar que não existem grãos defeituosos.

Já em um segundo momento, começam as avaliações de sabor dos cafés, onde o grão já foi torrado à uma temperatura ideal para cada perfil. São avaliados 10 fatores no total, seguindo a linha de avaliação própria da SCA, cada fator recebe uma nota que vai de 0 a 10 pontos. A somatória dessa avaliação precisa atingir, no mínimo, 80 pontos para que o café possa ser considerado especial.

A prova é feita por avaliadores certificados como *Sensory Skills Professional* pelo Instituto de Qualidade do Café – CQI que é um dos braços da SCA, a avaliação é feita a partir do *cupping*, que nada mais é do que a experimentação do café, onde eles provam o mesmo café várias vezes, com temperaturas diferentes. No *cupping* os avaliadores utilizam o método de bochecho com a bebida e logo em seguida descartam, sendo assim a bebida não é ingerida. (SCA, 2023).

A SCA segue sua própria linha de avaliação e classifica dos cafés a partir dos seguintes fatores: (Ver Anexo 1). (SCA, 2023).

- **Aroma/ fragrância:** Aqui é avaliado o “cheiro” do café. A primeira avaliação é da fragrância, com o grão ainda seco e depois o aroma, com o café já molhado. Nessa etapa já pode ser notado o perfil do café especial, como as notas sensoriais.
- **Uniformidade:** São provadas cinco xícaras do mesmo café e todas precisam ter o mesmo sabor, aroma, notas, fragrâncias, entre outros elementos. Todas precisam ter todas as características iguais, senão a nota é descontada.
- **Acidez:** Todo café possui um pouco de acidez, então esse fator precisa estar coerente com outros fatores da avaliação. Lembrando que todos os critérios de avaliação precisam “conversar” entre si para tornar o grão especial.
- **Doçura:** O café tem açúcares naturais na composição do fruto. Nessa parte da avaliação, a doçura precisa estar presente, sem estar mascarada por outros fatores.

- **Corpo:** A bebida precisa ser suave ao paladar e é aqui que os especialistas comprovam se o corpo do café está agradável na boca.
- **Sabor:** Aqui é avaliada a sensação que o gosto do café causa quando é ingerido, o primeiro contato com a bebida na boca.
- **Balanço:** Nenhum fator pode anular o outro. O avaliador garante aqui que aroma, sabor, acidez e doçura estão em equilíbrio.
- **Finalização:** Retrogosto, qual o sabor fica na sua boca depois de engolir? Aqui é onde isso é avaliado, se o gosto residual do café é agradável ou não.
- **Harmonia:** Todos os fatores precisam estar em harmonia para que um café seja perfeito e se classifique como especial.
- **Impressão geral do conjunto:** Avaliação do “todo”, o especialista é capacitado para atestar se todos os fatores da avaliação dizem se aquele café é especial ou não.

A Roda de Sabores da *Specialty Coffee Association* (SCA) é uma ferramenta de análise sensorial utilizada para descrever e categorizar os diferentes sabores encontrados no café. Ela foi desenvolvida pela SCA como uma forma padronizada de comunicação entre os profissionais e apreciadores de café. A roda consiste em uma série de categorias de sabores agrupadas em diferentes níveis. Cada nível representa uma descrição mais específica dos sabores. Por exemplo, no nível mais amplo, pode-se encontrar categorias como "Doce", "Ácido" e "Amargo". À medida que se avança nos níveis, essas categorias são desdobradas em sabores mais detalhados, como "Frutas cítricas", "Frutas vermelhas" ou "Chocolate amargo", por exemplo. A Roda de Sabores da SCA é frequentemente utilizada em avaliações sensoriais de café, onde os degustadores descrevem os sabores que percebem na bebida. Ela ajuda a estabelecer uma linguagem comum para descrever as características do café e facilitar a identificação e comunicação dos sabores presentes, (SCA, 2023).

Figura 2: Roda de Sabores



Fonte: *Specialty Coffee Association (2023)*

Os cafés especiais estão diretamente ligados ao turismo cafeeiro, pois os turistas que visitam as fazendas produtoras de café têm a oportunidade de conhecer de perto todo o processo de produção e, muitas vezes, degustar os cafés especiais produzidos na região. Além disso, o turismo cafeeiro gera oportunidades para os produtores divulgarem e comercializarem seus cafés especiais para um público maior, aumentando a valorização e reconhecimento do produto de qualidade. Dessa forma, o turismo cafeeiro e os cafés especiais estão interligados promovendo não só o turismo, mas também o desenvolvimento econômico das regiões produtoras de café.

2.3. TURISMO CAFEIEIRO

Segundo Tavares (2021), o turismo associado à produção de cafés tem se tornado cada vez mais popular no Brasil, atraindo turistas interessados em conhecer a cultura cafeeira e desfrutar de experiências únicas em fazendas históricas. Além disso, o setor tem se mostrado uma importante fonte de renda para as regiões produtoras dessa fruta, contribuindo assim para o desenvolvimento local. No entanto, é importante que o turismo cafeeiro seja desenvolvido de forma sustentável e responsável, levando em consideração a preservação do meio ambiente e a valorização da cultura local. Conforme afirma Andrade (2015), o turismo rural em regiões cafeeiras pode ser uma oportunidade de atribuição de sentidos e agregação de valor para o setor. A valorização das tradições locais, a produção artesanal e a oferta de experiências autênticas podem ser diferenciais importantes para atrair visitantes. Além disso, a conexão com a natureza e a vivência do cotidiano rural podem proporcionar momentos de relaxamento e contato com a simplicidade da vida no campo.

Silva e Salazar (2022), comunicam que o Brasil é considerado o maior exportador de cafés no mercado cafeeiro, sendo o maior produtor de café do tipo Arábica e o segundo maior consumidor da bebida no mundo. Por possuir diversidade climática favorável e o fato de estar localizado no “cinturão do café” (região que abrange o Tropicó de Câncer, passando pela Linha do Equador e chegando ao Tropicó de Capricórnio). Beber café é tradição geracional, fazendo parte do estilo de vida antigo e moderno, um costume imerso na sociedade.

Não é apenas no segmento agrícola em que o café se destaca, conforme Setiyorini (2019) declara, o turismo cafeeiro se desenvolve nas principais regiões produtoras de cafés que o Brasil possui e é resultado de um crescimento do mercado. O turismo de café pode abranger do meio ecológico ao educativo, essa categoria de turismo pode fornecer experiências na natureza, na produção e na cultura. O Brasil por possuir sua biodiversidade vasta e dispor de áreas cafeeiras diversas movimenta o setor turístico. Grandes estados como, Minas Gerais, São Paulo, Espírito Santo e Paraná acolhem os seus visitantes com a experiência imersiva que é o turismo cafeeiro. Segundo Novo (2020, p. 8), “o conceito de experiência é definido por uma gama de emoções e aprendizagens, vivências que aconteceram no passado e são utilizadas na atualidade com a participação de consumidores e moradores locais”.

Os consumidores de café da atualidade em sua maioria, buscam roteiros e informações que tempos atrás não eram fornecidas aos seus consumidores, como, de onde aquele café vem, quais são as procedências, as notas sensoriais que aquele grão pode oferecer, entre outras. O turista cafeeiro também definido como *coffee lover* ou apaixonado por café, procura viver e conhecer tudo que ocorre em torno daquela fruta que se tornou bebida e chegou no seu copo, e esses tipos de roteiros já são ofertados em grandes polos cafeeiros distribuídos pelo país (Silva e Salazar, 2022).

Na atualidade como define Tavares e Losso (2022, p. 137), “O comportamento do consumidor envolve ideias, decisões e atividades que visam a satisfazer as necessidades, desejos e expectativas em diferentes ocasiões.”. Os consumidores de cafeterias exploram o mercado com o intuito de terem uma experiencia inesquecível, de provarem os melhores cafés nos melhores ambientes que o mercado pode ofertar, diferente do início do consumo, onde o café era apenas uma bebida enérgica consumida no decorrer do dia.

A cafeicultura brasileira é de longa data reconhecida internacionalmente por sua alta produtividade, o interesse pela origem dos produtos agroalimentares aproxima os consumidores do meio rural. As visitas às regiões produtoras de café podem ser realizadas por diferentes públicos, expressar diferentes motivações e resultar em experiências únicas para cada indivíduo (Tavares e Losso, 2022).

O Ministério do Turismo (MTur, 2020) considera como turismo rural:

“experiências diversas, como caminhadas, cavalgadas, colheitas de produtos agrícolas, participação no preparo de produtos, experiências gastronômicas características de cada região, banhos de cachoeira e de rio, hospedagens acolhedoras e características, vivências com agricultores familiares, quilombolas, pescadores, dentre outras atividades que têm atraído turistas para esses espaços rurais” (MTur, 2020, p 52).

As viagens de turismo rural envolvem a vivência em propriedades rurais, em geral acompanhando sua rotina de trabalho. As atividades turísticas são desenvolvidas em meio rural, como subproduto de atividades produtivas originárias, na agricultura ou outras formas de produção rural, (MTur, 2020).

Segundo Bliska *et all*, (2022), o turismo rural no Brasil é um ramo consideravelmente familiar, que visa a complementação da renda, gerando assim

benefícios sociais a atividade agrícola, mas também gera desenvolvimento econômico de forma sustentável na região que a atividade ocorre.

O Brasil oferta rotas gastronômicas por toda sua extensão, mas quando o assunto é café, Minas Gerais é destino obrigatório. Na Rota do Café de Minas Gerais, o turista pode visitar as fazendas produtoras, participar de atividades e experiências sensoriais de café, entender o processo de produção da colheita à moagem, podendo vivenciar a experiência rural. Segundo Bliska *et al*, (2022, p. 6), “As regiões Sul e Sudoeste de Minas Gerais reúnem cafeicultura tradicional, vigoroso turismo urbano.” Para fazer turismo de café em Minas Gerais é importante reservar as visitas e passeios com antecedência. Cada região conta com agências receptivas e operadores de turismo que possuem *tours* e parcerias com as fazendas. A melhor época para viajar pela rota do café mineiro é entre maio e agosto por serem as épocas de safras em Minas Gerais, são meses com pouca chuva, condição indicada para fazer turismo cafeeiro (EMATER-MG, 2023).

No estado de São Paulo, a produção do grão foi um dos principais fatores que ajudaram o estado a se desenvolver no período imperial, devido ao estado das terras e condições climáticas propícias, a fruta deixou heranças no interior do estado, como fazendas de café que ensinam histórias e oferecem diversas opções de turismo cultural e rural. Há 20 anos o estado de São Paulo possui sua Rota do Café, constituída inicialmente por cinco propriedades, e na atualidade o turismo rural se fortaleceu na região da Serra Negra e do Circuito das Águas Paulista devido as plantações de café, (Bliska *et al*, 2022).

O estado de São Paulo possui museus importantes na história do café, de acordo com o Arquivo Público e Histórico de Ribeirão Preto, o Museu Histórico e de Ordem Geral "Plínio Travassos dos Santos" também conhecido como Museu do Café de Ribeirão Preto - SP, possui vasto acervo histórico desde o século XX, entretanto encontrasse fechado na atualidade por questões de reformas. Já Museu do Café, localizado no centro histórico de Santos - SP, é um dos lugares mais importantes que ajudam a resgatar e preservar a importante trajetória do café no Brasil, o mesmo foi tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN em 2009, tornando-se um ponto turístico da cidade, (Tineo e Tomazzoni, 2017).

Na região do Espírito Santo, o turista pode encontrar fazendas que emanam cultura e história do grão, a Rota dos Vales e do Café é um exemplo que engloba as cidades Cachoeiro de Itapemirim, Muqui, Marataízes, Vargem Alta e Mimoso do Sul, desenvolvidas no cultivo do café, essa rota relata a época colonial e as antigas tradições dos imigrantes portugueses, italianos e libaneses. A Rota dos Vales e do Café como informa a Secretaria de Estado de Turismo (SETUR, 2023), do estado do Espírito Santo, possui passeios aos finais de semana, com programação de três dias, ofertando passeios turísticos em sítios históricos, fazendas cafeeiras e alimentação durante o percurso (Boff, 2005).

De acordo com o Governo do estado do Espírito Santo, nos últimos 10 anos, as rotas de turismo cafeeiro da região da Serra do Caparaó Capixaba têm ganhado destaque com a disponibilidade de visitação à produção de cafés especiais da região. O percurso vai do Parque Nacional do Caparaó até o Circuito Turístico Serras, Águas e Cafezais, proporcionando aos visitantes uma experiência inovadora a partir do consumo de cafés especiais.

Os cafés são uma importante atração turística em diversas regiões do mundo, oferecendo aos visitantes a oportunidade de experimentar diferentes tipos de grãos e aprender sobre a história e o processo de produção. No Caparaó, o turismo cafeeiro tem potencial para se tornar uma atividade importante, mas é preciso investir em infraestrutura e em estratégias de marketing para atrair os turistas. Além disso, é importante considerar a sustentabilidade e a valorização da cultura local ao desenvolver o turismo cafeeiro na região. (Tavares, 2023)

Como afirmam Oliveira *et al*, (2020), o turismo cafeeiro remete a importância histórica que o ramo do café exerceu na cultura da região do Norte do Paraná, onde está localizada a Rota do Café, que oferta ao turista em suas visitas a oportunidade de voltar ao passado e vivenciar hábitos e costumes das famílias que viveram nos cafezais, visitar fazendas, conhecer cafeterias e degustar da gastronomia especializada em café, em visitas mais longas, é possível conhecer todo o processo da plantação, desde o plantio, a colheita, o processamento e a chegada à xícara.

O turismo rural é uma atividade turística que ocorre em áreas rurais, como fazendas, sítios, chácaras e pequenas cidades do interior. Essa forma de turismo é marcada pela valorização da cultura local, da natureza e da tranquilidade do ambiente

rural. Os visitantes podem se hospedar em pousadas, casas de campo, chalés, acampamentos e desfrutar de atividades ao ar livre, como trilhas, passeios a cavalo, pesca, entre outras. Além disso, é uma oportunidade para conhecer a produção agrícola local, a culinária típica e a vida cotidiana na zona rural.

2.3.1 Pacotes turísticos no turismo cafeeiro

Segundo Bahl (2004), pacotes turísticos são programas de viagens que reúnem diversos serviços, como hospedagem, transporte e atividades turísticas, com preço fixo e pré-determinado. Eles são oferecidos por agências de viagem e permitem aos viajantes planejar e organizar sua viagem de forma mais prática e econômica, enquanto, os pacotes turísticos no turismo cafeeiro são projetados para atender às necessidades e preferências de um seguimento de visitantes. A segmentação de mercado é importante no turismo cafeeiro, pois permite que os pacotes turísticos sejam direcionados para diferentes grupos de visitantes. Diferentes grupos possuem preferências distintas, apreciadores de café e interessados na história do café. A segmentação de mercado permite que os pacotes turísticos sejam adaptados às preferências de cada grupo.

De acordo com Rinaldo *et al*, (2007), existem diversos tipos de pacotes turísticos para atender às diferentes necessidades e interesses dos viajantes, como pacotes nacionais e internacionais, pacotes temáticos, pacotes para lua de mel, entre outros. Além disso, os pacotes turísticos podem ser personalizados de acordo com as preferências dos viajantes, incluindo serviços adicionais ou alterações nos serviços já oferecidos. Essa é uma ótima opção para quem busca uma viagem sob medida, sem precisar se preocupar com a organização de todos os detalhes. Os pacotes turísticos com o tema café estão se tornando cada vez mais populares, com eles as empresas oferecem uma oportunidade de explorar o mundo do café, desde a plantação até o processo de produção e preparo. Além disso, muitos pacotes turísticos que têm como tema o café, também incluem atividades relacionadas ao café, como aulas de barismo para aprender a preparar diferentes tipos de bebidas com café, passeios por cidades históricas e degustações de sobremesas e pratos que contêm café em sua composição. Esses pacotes são ideais para amantes de café que querem aprender mais sobre a bebida e experimentá-la em seu ambiente natural, quem visita também

possui a oportunidade de explorar a cultura e a história das regiões cafeeiras, que muitas vezes estão localizadas em áreas rurais e remotas. Esses pacotes podem variar desde excursões de um dia até passeios mais longos que incluem várias plantações de café.

Os pacotes turísticos oferecidos no turismo cafeeiro são variados e oferecem diferentes experiências aos visitantes. Alguns pacotes incluem visitas a fazendas de café, onde os visitantes podem aprender sobre o cultivo e o processamento do café. Outros pacotes oferecem degustações de café, onde os visitantes podem experimentar diferentes tipos do grão e aprender sobre as técnicas de preparação. Além disso, há pacotes que envolvem trilhas e workshops sobre os cafés. Os pacotes turísticos no segmento de turismo cafeeiro oferecem aos visitantes um leque de opções, cada um com uma experiência única e autêntica. Desde visitas guiadas a fazendas de café até aulas de culinária utilizando essa fruta na fabricação de doces e sobremesas, esses pacotes oferecem uma oportunidade para os turistas se envolverem com a cultura cafeeira local, (Silva, 2022). Os pacotes turísticos gastronômicos são excelentes oportunidades para os entusiastas da culinária e da cultura alimentar. Com o objetivo de oferecer aos turistas uma experiência culinária autêntica, esses programas de viagens são projetados para fornecer experiências gastronômicas distintas em destinos locais, como cidades históricas ou regiões tradicionais de produção alimentar, (Schuller, 2003).

Como descreve Bliska (2022), as visitas guiadas as fazendas de café são uma das principais atrações do turismo cafeeiro. Essas visitas proporcionam aos visitantes uma experiência imersiva no processo de produção de café, desde o cultivo até a colheita e os processamentos dos grãos. Os turistas também têm a oportunidade de aprender sobre a história do café e a cultura cafeeira local visitado.

As degustações de café são outra atividade popular oferecida nos pacotes turísticos. Os turistas têm a oportunidade de experimentar diferentes tipos de café, aprender sobre sua produção e sentir as diferenças entre os grãos dessa fruta enquanto prova. Alguns pacotes turísticos também incluem workshops de preparação de café, onde os visitantes podem aprender a fazer suas próprias bebidas em diferentes métodos, (Tavares, 2022).

Segundo Tavares (2023), os workshops são outra atividade oferecida nos

pacotes turísticos do turismo cafeeiro. Esses workshops oferecem aos visitantes a oportunidade de aprender sobre diferentes aspectos da cultura cafeeira, desde a história do café até técnicas de torrefação e preparação do café. Os workshops também podem incluir degustações e atividades práticas, como a utilização do café em diversos meios.

As trilhas pelos campos de café são outra atividade popular no turismo cafeeiro. Essas trilhas oferecem aos visitantes a oportunidade de caminhar entre as plantações, aprender sobre as técnicas de cultivo e colheita, e apreciar a beleza natural da região cafeeira. Algumas trilhas também incluem visitas a pontos turísticos locais, como cachoeiras e mirantes, (Tavares, 2022).

Os pacotes turísticos no turismo cafeeiro são projetados para atender às necessidades e preferências de diferentes tipos de visitantes. Os produtos são geralmente criados para atender a diferentes públicos, incluindo famílias, casais ou grupos de amigos, com diferentes opções de atividades, duração e orçamento, alguns pacotes são adequados para apreciadores de café, enquanto outros são ideais para famílias com crianças. Alguns produtos possuem alterações de valores significativas, levando em consideração a duração da visita e das atividades incluídas, atendendo assim todos os tipos de públicos, os pacotes turísticos no turismo cafeeiro também podem ser personalizados para atender às necessidades e preferências individuais dos visitantes. Isso pode incluir a criação de itinerários personalizados que levem em consideração as preferências gastronômicas e interesses culturais dos turistas (Tavares, 2022). Segundo Silva (2022), os pacotes de turismo cafeeiro também podem incluir experiências gastronômicas, onde os turistas podem experimentar pratos locais que incorporam café em sua preparação. Isso pode incluir sobremesas, pratos principais e bebidas que têm café como ingrediente principal, degustações, cursos de culinária e jantares em restaurantes autênticos com pratos típicos da região. Os viajantes também têm a oportunidade de interagir com os produtores locais e aprender sobre a história e os processos de produção dos alimentos.

De acordo com Silva (2022), os pacotes turísticos no turismo cafeeiro também oferecem uma oportunidade para as comunidades locais se envolverem com o turismo e gerar assim renda adicional. As fazendas de café e outras empresas locais, envolvidas nessa ramificação de turismo podem contratar guias de turismo locais e oferecer produtos artesanais e souvenirs aos seus visitantes. O turismo cafeeiro pode

trazer diversas contribuições para o desenvolvimento local, podendo gerar empregos e renda para as comunidades, além de ajudar a preservar o patrimônio cultural e histórico da região, promovendo assim a cultura do café e a valorização dos produtores. O turismo de café enfrenta diversos desafios, como a sazonalidade, um problema comum neste meio, pois a produção de café é sazonal e os visitantes tendem a visitar as fazendas de café durante a colheita, no restante do ano, chamado de entre safras, o ciclo de visitas não chega a ser significativo, fazendo assim que os produtores tenham como foco principal o cultivo.

Segundo Tavares (2022), os pacotes turísticos no turismo cafeeiro também podem ter um impacto positivo na preservação do patrimônio cultural e ambiental da região. Os turistas podem aprender sobre as práticas de cultivo sustentável e a importância da preservação da biodiversidade na região cafeeira. O turismo cafeeiro também pode ajudar a promover a cultura do café e valorizar o trabalho dos produtores.

2.4 PROJETO MULHERES DO CAFÉ E ROTEIRO CAMINHO DOS CAFÉS DAS MULHERES

O projeto Mulheres do Café é criado em meados de 2013, com o intuito de valorização das mulheres que já trabalhavam nas lavouras da região do Norte Pioneiro paranaense. Segundo Cintia Mara Lopes de Souza, extensionista do IDR- Paraná e coordenadora do projeto Mulheres do Café, a porcentagem de mulheres que participavam dos projetos de capacitação do IDR- Paraná era inferior a quantidade de mulheres que atuavam nas plantações.

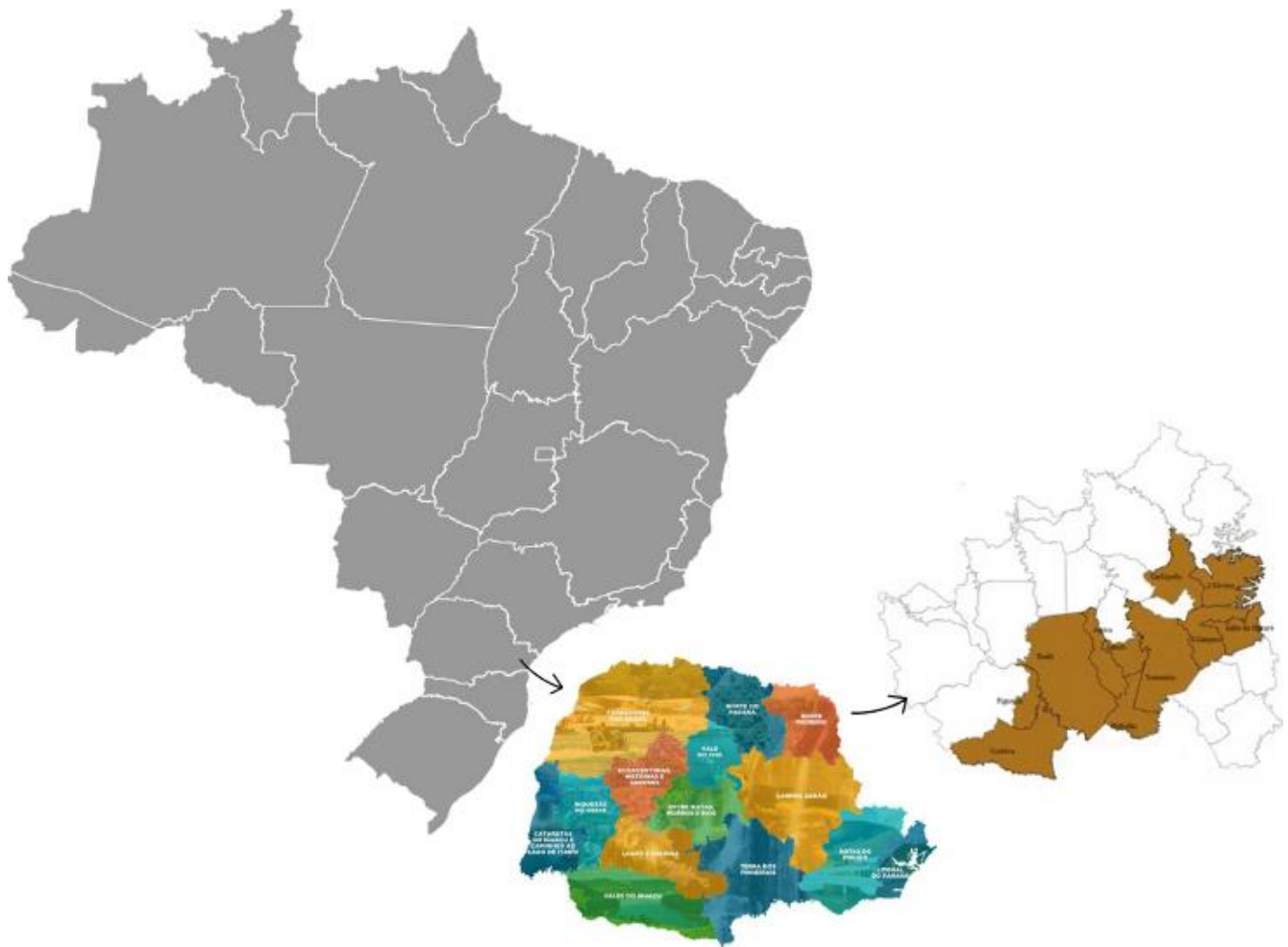
Após o IDR- Paraná realizar levantamentos entre os trabalhadores das plantações em 2013 e perceber que a grande maioria eram mulheres, foram organizados cursos voltados para as formações sazonais, para instruir as produtoras de como é feito o plantio, colheita, seca, e todos os ciclos importantes na produção do café, além de informações técnicas. Os grupos de mulheres foram estruturados na região do Norte Pioneiro, sendo dividido por 11 municípios que abraçaram o projeto, a região possui cerca de 840,14 hectares dedicados ao plantio de café. Na atualidade além do Norte Pioneiro o projeto Mulheres do Café também abrange quatro municípios da região do Vale do Ivaí e na região do Norte Central, (AMUCAFÉ, 2023).

Em 2015 ocorreu o Concurso Café de Qualidade Paraná, no qual a primeira ganhadora foi uma das produtoras que atuam na região de Matão em Tomazina, no ano de 2016 uma das produtoras do projeto Mulheres do Café da região de Matão também foi ganhadora do concurso, e no ano de 2017 três produtoras participantes do projeto formaram o podium no Concurso Café Qualidade Paraná, (AMUCAFÉ, 2023).

Como uma evolução do projeto, a Associação das Mulheres do Café do Norte Pioneiro do Paraná (AMUCAFÉ) foi criada em 2019, e sua sede está localizada em Pinhalão desde então. A AMUCAFÉ organiza a produção e estreita os relacionamentos entre as produtoras e os compradores, não tendo a função jurídica de comercialização, e sim de marketing e organização, toda produção de cafés de qualidade é vendida pelas próprias produtoras. A Associação também é vinculada à Aliança Internacional das Mulheres do Café (IWCA), instituição internacional de valorização ao trabalho feminino nessa cadeia, (AMUCAFÉ, 2023).

O mapa abaixo informa onde estão localizados o Norte Pioneiro paranaense, e as cidades da região onde o Caminho dos Cafés das Mulheres se encontra no estado.

Figura 3: Figura Informativa



Fonte: Governo do Paraná; AMUCAFÉ; Elaboração própria (2023).

Conforme informa o SEBRAE (2023), a região do Norte Pioneiro paranaense é constituída por 45 cidades, possuindo Certificado de Indicação de Procedência, a região é constituída por 90% de campo cafeeiro, com produtores na escala de pequeno porte e que atuam com agricultura familiar.

O projeto Mulheres do Café é constituído por 250 cafeicultoras separadas em 12 grupos e distribuídas pelos municípios do Norte Pioneiro, sendo eles, Curiúva, Figueira, Ibaiti, Japira, Jaboti, Pinhalão, Tomazina, Siqueira Campos, Salto do Itararé, Joaquim Távora e Carlópolis. Enquanto a Roteiro turístico Caminho dos Cafés das Mulheres, encontra-se em seis fazendas distribuídas em duas dessas cidades, em Pinhalão ficam o Sítio Rancho Fundo, o Sítio Raízes, o Sítio Nossa Senhora Aparecida

juntamente com a Agroindústria Ouro do Norte, em Pinhalão também fica localizado o Laboratório de Classificação dos cafés plantados na região, e que oferta ao visitante a Oficina de Degustação dos cafés especiais, já no município de Tomazina ficam, o Sítio São Luiz, Sítio Santo Antônio, Sítio Bela Manhã, onde o visitante também encontra o café rural com as Mulheres do Café, ofertado pelas participantes da AMUCAFÉ, (AMUCAFÉ, 2023).

Durante o roteiro o turista poderá conhecer a colheita manual ou mecânica do café e beneficiamento dos grãos. Em cada propriedade a visita se encerra com um café com produtos locais, inclusive os cafés com marcas especialmente criadas pelas mulheres do Norte Pioneiro. Os organizadores do circuito também pretendem incentivar o consumo de cafés de qualidade pelos moradores da região, (AMUCAFÉ, 2023).

O Circuito de Turismo Rural Caminho dos Cafés das Mulheres é parte do trabalho que vem sendo desenvolvido com as produtoras de café da região do Norte Pioneiro desde 2013. No ano de 2022, a Assembleia Legislativa do Paraná aprovou a Lei de nº 21204-18 de 18 de agosto de 2022, que Institui o “Caminho dos Cafés das Mulheres” como rota de turismo rural oficial no estado paranaense, com o intuito de valorizar as trabalhadoras da região.

Como relata uma das colaboradoras da Associação, na atualidade a procura pelo café é maior do que as produtoras podem atender, muitas produtoras já estabeleceram relacionamentos comerciais sólidos, e junto com torrefações que todos os anos procuram seus cafés, já na área de exportação apenas o grupo de mulheres que atuam no município de Tomazina que exportam seus produtos, os outros municípios do projeto buscam comercializar nacionalmente, fazendo parcerias com torrefações do estado, assim como, comercializam na marca coletiva, formas para fazer com que a marca ganhe visibilidade e reconhecimento.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1. CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

A pesquisa qualitativa em turismo é um método de coleta de dados que busca compreender a experiência e percepção dos indivíduos sobre um determinado destino turístico ou atividade turística, no presente trabalho o turismo cafeeiro. A abordagem qualitativa foi adotada nesta pesquisa para explorar o turismo cafeeiro, essa modalidade turismo que tem como foco principal a cultura do café. Utilizando técnicas como entrevistas, observação participante e análise de documentos para extrair informações mais subjetivas e interpretativas. O estudo fará uso de pesquisa bibliográfica e documental, pesquisa de campo, formulário online, (Gil, 2010).

Para alcançar o objetivo que é “Compreender o conhecimento de clientes e proprietários de torrefações de cafés especiais de Curitiba sobre o Projeto Mulheres do Café e o Roteiro Caminho dos Cafés das Mulheres e se estes teriam interesse em realizar uma viagem para visitar as fazendas de café e suas proprietárias”. Será feita assim a utilização da pesquisa de abordagem qualitativa, indicada para compreender problemas, estruturas e sistemas sociais, correspondendo à profundidade das relações e processos que não podem ser quantificados. A fim de alcançar os objetivos específicos deste estudo, a pesquisa qualitativa foi dividida em duas etapas: descritiva e exploratória.

Segundo Aguiar *et al*, (2018) a abordagem qualitativa permite que o pesquisador se aproxime dos participantes da pesquisa e compreenda suas percepções, significados e experiências em relação ao objeto de estudo. A pesquisa qualitativa se caracteriza pelo uso de técnicas de coleta de dados, como entrevistas, observações e análise interpretativa. A coleta de dados na pesquisa em questão será realizada por meio de entrevistas estruturadas e semiestruturadas, observações e análise de documentos, e deve ser planejada de forma cuidadosa e sistemática. A análise de dados qualitativos envolve a identificação de padrões, temas e categorias a partir dos dados coletados.

Segundo Dencker (1998) e Andrade (2010), a utilização da análise descritiva possui a finalidade de retratar as características a serem observadas na pesquisa. A análise descritiva tem como finalidade descrever as características de fenômenos e relações em grupo, ao serem observados e interpretados pelo pesquisador sem que

haja interferência, enquanto a abordagem exploratória, por sua vez, proporciona maior familiaridade com o problema caracterizando-se por possuir um planejamento flexível, envolvendo, em geral levantamento bibliográfico, entrevista com pessoas participantes do projeto e análise de exemplos similares, por meio da pesquisa bibliográfica em dados secundários.

A primeira etapa de pesquisa foi realizada de forma bibliográfica, estabelecendo assim o contato entre o pesquisador com os assuntos a serem levantados por meio de materiais já elaborados como livros e artigos científicos (Dencker, 1998).

A pesquisa bibliográfica foi desenvolvida a partir dos seguintes descritores: “História do Café”, “Ondas do Café”, “Cafés Especiais”, “Turismo Cafeeiro”, “Projeto Mulheres do Café”, “Pacotes Turístico Temáticos”. Enquanto na abordagem exploratória se dará a partir de entrevistas com os representantes de cafeterias que são torrefações com Curitiba, além de entrevistas com baristas que atuam no mercado, serão levantadas também informações a partir de entrevistas com as participantes do projeto Mulheres do Café e os clientes que frequentam as cafeterias em Curitiba.

Para alcança o Objetivo Geral que é “Compreender o conhecimento de clientes e proprietários de torrefações de cafés especiais de Curitiba sobre o Projeto Mulheres do Café e o Roteiro Caminho dos Cafés das Mulheres e se estes teriam interesse em realizar uma viagem para visitar as fazendas de café e suas proprietárias”, se faz necessário cumprir as seguintes etapas de pesquisa, descritas abaixo.

Para alcançar o objetivo geral, o presente projeto tem como objetivos específicos:

- Verificar o conhecimento dos proprietários e a presença do Café das Mulheres nas cafeterias de cafés especiais de Curitiba
(Apêndice 1 – Roteiro de entrevistas)

É importante ressaltar que essa etapa requer uma abordagem detalhada e abrangente, a fim de garantir que todas as torrefações relevantes sejam identificadas e incluídas no estudo. Isso proporcionará uma amostra representativa do conhecimento e interesse dos clientes e proprietários dessas cafeterias em relação ao projeto

Café das Mulheres e ao roteiro propostos.

Uma vez identificadas as cafeterias que são torrefações de cafés especiais em Curitiba, a próxima etapa será verificar o conhecimento dos proprietários desses meios sobre o Projeto Mulheres do Café e a presença do Café das Mulheres em seus estabelecimentos.

Isso envolverá a realização de entrevistas e formulários on-line, junto aos proprietários das cafeterias. O objetivo é entender se eles estão cientes do Projeto Mulheres do Café, que busca promover e valorizar o trabalho das mulheres na produção de café no Norte Pioneiro paranaense, e se já têm alguma participação ou conhecimento sobre o Roteiro Caminho do Café das Mulheres.

Durante essa etapa, será importante explorar a percepção e o nível de engajamento dos proprietários em relação ao tema, bem como identificar se eles já têm parcerias ou trabalham diretamente com fazendas de café lideradas por essas mulheres.

Essa pesquisa fornecerá *insights* valiosos sobre o conhecimento e a presença do Café das Mulheres nas cafeterias em Curitiba. Com base nos resultados obtidos, será possível analisar se os proprietários têm interesse em realizar um programa turístico para visitar as fazendas de café e conhecer as participantes do projeto, como proposto no objetivo geral.

Essa etapa também contribuirá para identificar possíveis lacunas de informação ou oportunidades de conscientização e divulgação do Projeto Mulheres do Café e do Roteiro Caminho do Café das Mulheres entre os proprietários das cafeterias de cafés especiais em Curitiba.

- Identificar o interesse dos baristas e clientes das cafeterias de cafés especiais em realizar uma viagem para o Caminho dos Cafés das Mulheres
(Apêndice 1 – Roteiro de entrevistas)

Para isso, será necessário realizar pesquisas diretas com os clientes, por meio de formulários on-line, e/ou outras abordagens de coleta de dados. O objetivo é avaliar se os frequentadores das cafeterias estão familiarizados com o Projeto Mulheres do Café, se conhecem o Roteiro Caminho do Café das Mulheres e se demonstram interesse em participar de uma viagem para visitar as fazendas de café e suas proprietárias.

Durante essa etapa, é importante explorar a percepção dos clientes em relação

à temática do projeto, o valor que atribuem à participação em experiências turísticas relacionadas ao café e às mulheres produtoras, bem como suas motivações para realizar uma viagem turística temática.

Essa pesquisa permitirá compreender o interesse dos baristas e clientes das cafeterias de cafés especiais em relação a viagem proposta, identificando possíveis demandas, preferências e limitações que possam influenciar sua decisão de participação. Além disso, ajudará a determinar a viabilidade comercial e a elaboração de estratégias de marketing direcionadas aos potenciais consumidores desse tipo de experiência.

Os resultados obtidos nessa etapa serão fundamentais para avaliar a receptividade do público-alvo, entender suas necessidades e expectativas, e subsidiar a tomada de decisões relacionadas ao desenvolvimento e oferta do produto turístico para a o Caminho dos Cafés das Mulheres.

A Associação das Mulheres do Café do Norte Pioneiro do Paraná usa por meio das redes sociais para a divulgação de seus produtos. Cada fazenda participante do projeto utiliza sua rede social para a divulgação dos produtos, passeios e a rotina na lavoura, além das premiações e eventos que participam.

Por fim, a partir dos resultados levantados nas etapas de pesquisa anteriormente apresentadas, tais como: o perfil do público consumidor de cafés especiais e a oferta do Cafés das Mulheres em Curitiba, será proposto o projeto de um programa turístico para o Caminho dos Cafés das Mulheres.

No projeto do roteiro constará, datas de saída e retorno previstas de viagem, a durabilidade do itinerário, os atrativos a serem visitados, além de acomodações, transporte e hospedagem inclusas no programa proposto.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1. CONHECIMENTO DOS PROPRIETÁRIOS E A PRESENÇA DO CAFÉ DAS MULHERES NAS CAFETERIAS DE CAFÉS ESPECIAIS EM CURITIBA

Para selecionar as torrefações de Curitiba, foram realizadas pesquisas na Plataforma Google, com o descritor “torrefações em Curitiba”. Esta busca gerou 20 resultados, de acordo com o Quadro 1, são elas:

Quadro 1 – Torrefações de Cafés identificadas em Curitiba

	Torrefações de Curitiba	Número de cafeterias próprias	Cafeterias para as quais fornecem⁵
1	4BEANS Coffee Co.	1	Não informado
2	Café Cultura	6	-
3	Cafeinando Cafés Especiais	1	Não informado
4	Café do Mercado	1	-
5	Distinto Cafés Especiais	1	Não informado
6	Dona Bis Torrefação	1	-
7	Fazenda Rancho Flora Cafés	2	-
8	Jardins Café	1	Não informado
9	Kaffe-Kantate Torrefação Artesanal de Cafés Especiais	1	Mais de 10
10	Klaus Café	1	Mais de 15
11	Le Mont Coffee Roasters	1	Não informado
12	Lucca Cafés Especiais	1	Mais de 80

⁵ As torrefações não possuem números exatos de cafeterias que atuam com seus produtos, devido à falta de contratações formais.

13	Manana Café	1	8
14	Manifesto Café	1	Mais de 40
15	Moka Clube	3	Mais de 75
16	Poran Cafés Especiais	1	Não informado
17	Royalty Quality Coffee	1	Mais de 50
18	Supernova Coffee Roasters	1	Não informado
19	The Coffee	30	-
20	The Good Coffee Roasters	1	Não informado

Fonte: Elaboração própria (2023)

Após ser feito este levantamento de dados sobre as torrefações de Curitiba a partir dos sites e redes sociais das marcas, foi realizada uma entrevista com proprietários e representantes de torrefações. O período de comunicação com as torrefações ocorreu entre junho de 2023 e setembro de 2023, o contato foi feito via *Whatsapp*, disponibilizado em sua grande maioria como contato nos sites das empresas e contato via rede social que posteriormente também acabou sendo direcionado para o *Whatsapp*. Após conversas e apresentação da pesquisa, foi encaminhado um formulário on-line (Vide Apêndice 1) para os representantes fornecerem as informações necessárias para a pesquisa.

Das 20 torrefações identificadas, se conseguiu contato com 17 proprietários ou representantes das torrefações. Por meio de pesquisa e entrevistas on-line com os representantes de torrefações foi constatado que 17 empresas trabalham com cafés de diversas fazendas do Norte e Norte Pioneiro paranaense, além de outros estados do país, todas possuem cafés rotativos em suas cartas de grãos. Conforme o Quadro 2, os proprietários entrevistados foram:

Quadro 2 – Proprietários e Representantes de torrefações entrevistados

	Torrefações de Curitiba	Proprietário/Representante entrevistado
--	--------------------------------	--

1	4BEANS Coffee Co.	Otávio Linhares
2	Café Cultura	Não houve retorno
3	Cafeinando Cafés Especiais	Cláudia
4	Café do Mercado	Mauricio Pupi
5	Distinto Cafés Especiais	Não houve retorno
6	Dona Bis Torrefação	Paulo Bis
7	Fazenda Rancho Flora Cafés	Flora Leite
8	Jardins Café	Deisy Ros
9	Kaffe-Kantate Torrefação Artesanal de Cafés Especiais	Carlos Eduardo
10	Klaus Café	Mari Bado
11	Le Mont Coffee Roasters	Thiago Macedo
12	Lucca Cafés Especiais	Marcelo Franco
13	Manana Café	Dora Suh
14	Manifesto Café	Bruno Henrique
15	Moka Clube	Hugo Rocco
16	Poran Cafés Especiais	Paulo
17	Royalty Quality Coffee	José Luiz
18	Supernova Coffee Roasters	Não houve retorno
19	The Coffee	Carlos Eduardo
20	The Good Coffee Roasters	Chen Chen Yuan

Fonte: Elaboração própria (2023)

Notou-se que as empresas não possuem uma informação precisa de quantas cafeterias trabalham com seus cafés. De acordo com os entrevistados, o ramo de cafeterias próprias e franquias de Curitiba é abrangente. As marcas optam por terem cafés rotativos em suas cartas de grãos, então, algumas empresas utilizam as torrefações por tempos curtos, podendo assim trabalhar com mais de uma torrefação no decorrer de um ano. As empresas podem também optar por torrefações de outros estados e regiões. No Quadro 3, é apresentada uma síntese sobre a presença dos cafés do Norte Pioneiro e do Café das Mulheres nas torrefações.

Quadro 3 – Presença do Café do Norte Pioneiro e do Café das Mulheres nas torrefações de Curitiba

Torrefações	Tempo de atuação	Cafés do Norte e Norte Pioneiro	Cafés das Mulheres
4BEANS Coffee Co.	8 anos		Já trabalhou, mas optou por não continuar com o café na carta de grãos.
Cafeinando Cafés Especiais	2 anos		Não trabalhou, mas tem interesse.
Café do Mercado	16 anos	Trabalha com café de Londrina, Norte do Paraná	
Dona Bis Torrefação	5 anos	Já trabalhou com cafés do Norte Pioneiro, mas não do projeto	
Fazenda Rancho Flora Cafés	7 anos	Trabalha com cafés da própria fazenda. Lupionópolis - Norte do Paraná	
Jardins Café	5 anos	Já trabalhou com cafés do Norte Pioneiro, mas não do projeto	
Kaffe-Kantate Torrefação Artesanal de Cafés Especiais	18 anos		Não trabalhou, mas tem interesse. Não trabalha com cafés do Paraná no momento

Klaus Café	3 anos	Trabalha com cafés da própria fazenda do Norte Pioneiro	
Le Mont Coffee Roasters	17 anos		Não trabalhou, mas já teve contato com a proposta.
Lucca Cafés Especiais	21 anos	Na atualidade trabalha com cafés de Cornélio Procopio - Norte Pioneiro.	Já trabalhou com cafés do projeto.
Manana Café	2 anos	Já trabalhou com cafés do Norte Pioneiro.	Não trabalha com cafés do projeto.
Manifesto Café	5 anos		Já trabalhou com o café, hoje em dia não faz parte da carta de grãos da empresa
Moka Clube	11 anos		Trabalha com o café fixo na carta de grãos.
Poran Cafés Especiais	7 anos	Não trabalha com cafés do Paraná no momento	
Royalty Quality Coffee	7 anos	Não trabalha com cafés do Norte Pioneiro no momento.	
The Coffee	5 anos	Não trabalha com	

		cafés do Norte Pi- oneiro no mo- mento.	
The Good Coffee Roasters	3 anos	Não trabalha com cafés do Norte Pi- oneiro no mo- mento.	

Fonte: Elaboração própria (2023)

Com relação ao tempo em que as torrefações atuam no mercado curitibano, de acordo com um dos sócios do Lucca Cafés Especiais, Marcelo Franco, o mercado de torrefação especializada em cafés especiais na capital paranaense foi criado em meados dos anos 2002. O Lucca Cafés, que fica localizado no Batel e possui torrefação no município de Pinhais, Região Metropolitana de Curitiba, foi pioneiro na especialização em torras de cafés especiais, desde então cafeterias que veem se consolidando no mercado investem na área de torrefações e especializações nesse ramo de cafés. O Lucca além de possuir seu clube de assinaturas e atuar como cafeteria e torrefação, também atua fornecendo cafés para as cafeterias de todo o estado do Paraná e de Santa Catarina.

Carlos Eduardo Mestre Torrador, da Kaffe-Kantate, localizada no bairro Alto da XV, nos comunica que atua na área há 18 anos e que a sua torrefação é especializada em cafés do estado de Minas Gerais. Carlos não possui contato com a grande maioria das fazendas de cafés do Paraná e nunca atuou com o Café das Mulheres em sua torrefação, mas que se caso ocorresse uma proposta do projeto ele estaria aberto a negociação.

A cafeteria 4BEANS Coffee Co., que também atua como torrefação em Curitiba, foi criada pelo ator e escritor Otávio Linhares, em 2015, e atua com cafés de grandes regiões em sua carta de grãos. Otávio opera sua torrefação e a marca vem se consolidado no mercado como uma das melhores na capital paranaense (BOM GOURMET, 2022).

De acordo com os entrevistados, o ramo de torrefações em Curitiba vem se consolidando assim como o de cafeterias. Empresas como o Manana Café, Klaus

Café e Cafeinando Cafés Especiais atuam no mercado há menos de cinco anos, entretanto, estão ganhando destaque no mercado por possuírem cuidado e qualidade nos produtos que entregam.

Torrefações novas no mercado como Klaus Café atuam com a carta de grãos que a própria fazenda produz, de acordo com sua representante Mari Bado. Conforme a entrevistada, a empresa organizou uma viagem para sua própria produção há três anos. E no ano de 2023 tentou executar a mesma viagem, convidando os donos de cafeterias em Curitiba para sua fazenda no Norte Pioneiro e para a fazenda de uma das produtoras que faz parte da AMUCAFÉ. Infelizmente a viagem acabou sendo cancelada duas vezes por falta de público. O programa da viagem realizada em 2020 é apresentado no Quadro 4.

Quadro 4 – Programa da Viagem da Klaus Café

Viagem bate e volta em fim de semana

Saída do Klaus Café 4h30

Chegada ao Sítio Klaus

Visita as plantações da fazenda

Atividade de colheita para os participantes

Conversa com os produtores

Passeio no Salto do Cavalcante

Retorno a Curitiba no final da tarde

Inclusos: transporte, seguro, alimentação

Fonte: Elaboração própria (2023).

Cafeterias que são franquias e possuem torrefações próprias como a empresa curitibana The Coffee já trabalharam com cafés da região do Norte Pioneiro. Entretanto não eram cafés que faziam parte do projeto Mulheres do Café. A opção por não comercializar o Café das Mulheres, foi feita a partir de parâmetros de classificação de cafés especiais, com base no sabor, na qualidade e no preço.

- **Sabor** - sendo a sensação que a bebida pronta causa quando é ingerido, a empresa The Coffe utiliza um *blend* de cafés, que nada mais é que a mistura de dois grãos, e ambos os grãos devem possuir sincronia em seu sabor perante o paladar de quem compra.
- **Qualidade** - a diferença na qualidade dos grãos de cafés especiais está relacionada à origem, cultivo, processamento e torra dos grãos, cada um desses fatores pode influenciar o sabor, aroma e complexidade do café final.
- **Preço** - quando atuava com cafés da cidade de Cornélio Procópio, a The Coffee optava pelos grãos da região por possuírem um preço mais acessível que o Café das Mulheres, mas atualmente não atua com cafés do Paraná por esses e outros fatores.

Com relação à venda de pacotes de cafés do Norte Pioneiro e Café das Mulheres nas torrefações do mercado Curitibano.

Empresas como Café do Mercado que atua há 16 anos e Fazenda Rancho Flora Cafés há sete anos, trabalham com cafés da região Norte do estado do Paraná, enquanto empresas como Dona Bis Torrefação, Jardins Café ambas há cinco anos no mercado, já trabalharam com os cafés do Norte Pioneiro paranaense, mas não do projeto Mulheres do Café.

Quanto ao Café das Mulheres, a empresa Moka Club trabalha com o Café das Mulheres fixo em sua carta de grãos há cerca de quatro anos. Enquanto, empresas como Lucca Cafés Especiais, 4BEANS Coffee, Manifesto Café e Royalty Quality Coffee já trabalharam com cafés do projeto, mas optaram por não continuar com o mesmo, levando em consideração os parâmetros de avaliação de cafés especiais como. Os avaliadores certificados como *Sensory Skilss Professional* (SCA), são especialista que representam as torrefações em Curitiba e viajam as fazendas fazendo os testes nas safras antes de cada compra. Levando em consideração a impressão geral do conjunto, ato que avalia o grão do café como “todo”, os mesmos avaliam as características dos grãos, o sensorial que a fruta tem a oferecer e o tipo de café que a torrefação decide colocar na sua carta de grão naquele momento.

Marcelo Franco, representante do Lucca Cafés também informa que deixou de trabalhar com o Café das Mulheres pelo fato de que a marca estava cobrando um

valor elevado, comparado a cafés especiais que possuem classificação maior e mais prêmios nacionais, como cafés da Serra do Caparaó no Espírito Santo.

Em suma a maior parte das torrefações que foram contactadas possuem conhecimento sobre o Projeto Mulheres do Café e do Café das Mulheres, mas, em sua grande maioria, não tiveram contado direto com as produtoras ou propostas para venda dos grãos em Curitiba. Isto indica que o Café das Mulheres pode não possuir uma estratégia de comercialização de seus produtos nas torrefações de Curitiba. Situação que poderia ser mudada a partir da melhoria da divulgação do projeto na capital paranaense.

Com relação ao interesse por viagens, todas as empresas respondentes informaram que possuem o hábito de visitar as fazendas para fazer a avaliação dos produtos antes das compras das novas sacas e que teriam interesse de viajar em forma de lazer para plantações de cafés.

No decorrer do ano, enquanto as colheitas das safras ocorrem os representantes das torrefações viajam em média de três a seis vezes ao ano, dependendo da quantidade de plantações que pretendem ter na carta de grãos das empresas. As safras são compradas direto com os produtores, também podendo ser compradas em leilões, como por exemplo, um café que possui diversos prêmios ele é leiloado e o maior lance leva a melhor safra, não possuindo um tipo de grão preferido, porque elevemos de colheitas e secagens alteram o sabor dos cafés no resultado.

Algumas empresas possuem contratos vitalícios com fazendas enquanto outras possuem contratos apenas pela safra daquele ano, e no próximo não possui a obrigatoriedade de compra.

4.2. INTRESSE DOS BARISTAS E CLIENTES DAS CAFETERIAS DE CAFÉS ESPECIAIS EM REALIZAR UM PROGRAMA DE VIAGEM PARA O CAMINHO DOS CAFÉS DAS MULHERES

Os dados acerca do interesse dos baristas e dos clientes das cafeterias de cafés especiais foram coletados através de formulário on-line da Plataforma *Google Forms*, entre os dias 30 de agosto de 2023 e 25 de setembro de 2023. Foram entrevistados 30 baristas e 39 clientes.

4.2.1. Análise dos baristas

De acordo com os resultados da pesquisa, apresentados no Quadro 5, em sua grande maioria o perfil de baristas que estão atuando nas cafeterias é constituído por 63,3% mulheres, 26,7% homens, os outros 10% estão classificados como gênero fluído/não binário. A faixa etária é de 36,7% entre 18 e 25 anos, 56,7% de 26 a 35 anos e 6,6% de 36 a 46 anos ou mais. Em que 73,3% residem em Curitiba e 26,7% na Região Metropolitana.

Quadro 5 – Perfil dos baristas

Respondentes	30 Baristas		
		%	Número Absoluto
Faixa Etária	18 a 25 anos	36,7	11
	26 a 35 anos	56,7	17
	36 a 45 anos	3,3	1
	46 anos ou mais	3,3	1
Gênero	Feminino	63,3	18
	Masculino	26,7	9
	Não binário	3,3	1
	Gênero fluído	3,3	1
	Preferiu não informar	3,3	1
Local de residência	Curitiba	73,2	23
	Região Metropolitana	26,7	7

Tempo de atuação	Até 1 ano	43,3	13
	Até 5 anos	26,7	8
	Mais de 5 anos	23,3	7
	Mais de 10 anos	6,7	2

Quanto à atuação no mercado, por volta de 26,7% atuam no mercado há menos cinco anos.

Referente ao Projeto Mulheres do Café e Café das Mulheres, conforme o Quadro 6, cerca de 50% não conhece, 30% conhecem o projeto e 20% talvez tenha ouvido falar da proposta.

Quadro 6 – Baristas e Café das Mulheres

		%	Número Absoluto
Conhece o Projeto Mulheres do Café	Sim	30	9
	Não	50	15
	Talvez	20	6
Já consumiu o Café das Mulheres	Sim	30	12
	Não	70	18
	Talvez	-	-

Sobre o consumo do Café das Mulheres, 70% não consumiu enquanto apenas 30% já chegou a provar o produto. Isto indica que o Café das Mulheres ainda é desconhecido pelos baristas.

Quanto ao interesse por viajar para fazendas de café, o Quadro 7 revela que cerca de 93,3% estão dispostos a fazer uma viagem de um dia para uma fazenda de cafés e 6,7% que já conhecem fazendas de cafés e fariam a viagem novamente com a durabilidade de dois dias e uma noite. Os dados demonstram que todos os respondentes estão dispostos a viajar para conhecer e/ou visitar fazendas de café, demonstrando um potencial para um programa turístico.

Quanto ao preço, 90% dos baristas entrevistados estariam dispostos a pagar até 700,00 na viagem, enquanto 10% pagariam até 1.400,00.

Quadro 7 - Disponibilidade e investimento de viagem dos baristas

		%	Número Absoluto
Disponibilidade de viagem	1 dia	93,3	28
	2 dias e 1 noite	6,7	2
	3 dias e 2 noites	-	-
Quanto estaria disposto a pagar	até 700,00	90	27
	de 701,00 a 1.400	10	3
	de 1,401 a 2,100	-	-
	de 2,101 a 2,800	-	-
Quais atividades estariam dispostas a fazer	Visitação ao plantio	84	32
	Participação na colheita	69,8	28
	Vivência 24hrs	37,4	16
	Visitação aos atrativos naturais da região	78	31
	Debates sobre tipos de cafés	43,6	18
	Degustações de cafés	82	31
	Cursos sobre cafés	69,7	30
	Hospedagem em hotel fazenda	60	23
	Hospedagem na fazenda visitada	60	23

Das atividades que os baristas estariam dispostos a fazer, cerca de 84% possuem interesse em visitar as plantações em uma fazenda, seguido de 82% fariam a degustação de cafés que a própria fazenda cultiva, 78% fariam a visitação aos atrativos naturais da região, 69,8 participaria na colheita e 69,7 faria cursos sobre cafés. Cerca de 60% dos respondentes estariam dispostos a se hospedar em um hotel fazenda e a mesma porcentagem se hospedaria na própria fazenda visitada, 43,8% dos baristas participaria de debates sobre cafés durante a viagem e 37,4 aceitaria a vivência 24hr.

4.2.2. Análise dos clientes

O contato com os clientes de cafeterias em Curitiba foi feito a partir de formulário online, onde foram apresentadas aos respondentes opções de experiências/atividades turísticas que estariam dispostas a realizar para verificar seu interesse em conhecer fazendas de cafés.

Dos 39 respondentes, 71,8% são mulheres e 25,6% homens. A faixa etária é de 48,7% entre 18 e 25 anos, 43,6% de 26 a 35 anos e 7,7% de 36 a 45 anos. Em que 82,1% residem em Curitiba e 17,9% na Região Metropolitana.

Quadro 8 – Perfil dos clientes entrevistados

Respondentes		39 Clientes	
		%	Número Absoluto
Faixa Etária	18 a 25 anos	48,7	19
	26 a 35 anos	43,6	17
	36 a 45 anos	7,7	3
	46 anos ou mais	-	-
Gênero	Feminino	71,8	27
	Masculino	25,6	11
	Não binário	2,6	1
	Gênero fluido	-	-
	Preferiu não informar	-	-
Local de residência	Curitiba	82,1	32
	Região Metropolitana	17,9	7

Com relação à frequência de consumo em cafeterias e cafés especiais, aproximadamente 82,1% dos respondentes possuem o costume de frequentar cafeterias em Curitiba, enquanto apenas 66,7% possuem o hábito de consumir cafés especiais em casa.

Quadro 9 – Faixa salarial dos clientes entrevistados

		%	Número Absoluto
Faixa salarial	De 0 a 2 salários	39	16
	De 2 a 5 salários	51,2	21
	De 5 a 8 salários	9,8	4
	De 8 a 11 salários	-	-
	Mais de 11 salários	-	-

De acordo com as informações apresentadas no Quadro 8, em 51,2% dos entrevistados recebe entre 2 e 5 salários mínimos, enquanto 39% recebe de 0 a 2 salários mínimos e 9,8% recebem de 5 a 8 salários mínimos.

Quadro 10 – Frequência em cafeterias e consumo de cafés especiais

		%	Número Absoluto
Frequenta cafeterias em Curitiba?	Sim	82,1	32
	Não	17,9	7
Já consumiu cafés especiais em casa?	Sim	66,7	26
	Não	33,3	13

Quanto ao conhecimento sobre o Projeto Mulheres do Café 66,7% não conhece, 25,6% afirmam que conhece e 7,7% talvez já tenha ouvido falar, e sobre o consumo do Café das Mulheres 76,9% afirmam não terem consumido, 15,4%, já consumiu, e 7,7% talvez já tenha consumido. Isto significa que o café das Mulheres também é desconhecido entre os clientes.

Quadro 11 – Conhecimento sobre o Café das Mulheres

		%	Número Absoluto
Conhece o Projeto Mulheres do Café do PR?	Sim	25,6	10
	Não	66,7	26
	Talvez	7,7	3
Já consumiu o Café das Mulheres do Norte Pioneiro paranaense?	Sim	15,4	6
	Não	76,9	30
	Talvez	7,7	3

Sobre a disposição para fazer uma viagem a fazendas de cafés 87,2% faria a viagem enquanto 12,8% não faria. Dos que estariam dispostos a viajar, 64,7% optam por uma viagem intermediária de duas noites e um dia, enquanto 17,6% fariam apenas um dia de viagem e 17,6% três dias e duas noites de viagens, optando pelas seguintes atividades. Esses dados indicam que o tempo de viagem preferido entre os clientes é mais longo do que o preferido entre os baristas, que foi de apenas uma noite. Isto indica que o público formado por consumidores de cafeterias e cafés especiais apresenta mais potencial para o turismo.

Entretanto, assim como os baristas, os clientes em sua grande maioria optam pela viagem com o custo mais acessível, 54,8% no valor até 700,00, 31,27% pagaria entre 701,00 e 1.400,00, cerca de 13,9% pagariam entre 1.401,00 e 2.100,00.

Quadro 12 - Disponibilidade e investimento de viagem para os clientes

		%	Número Absoluto
Estaria disposto a fazer uma viagem a uma fazenda de café?	Sim	87,2	34
	Não	12,8	5
Se sim, quanto tempo ficaria em viagem	1 dia	17,6	6
	2 dias e 1 noite	64,7	27
	3 dias e 2 noites	17,6	6
Quais atividades estariam dispostas a fazer	Visitação ao plantio	84,6	33
	Participação na colheita	69,2	27
	Vivência 24hrs	35,9	14
	Visitação aos atrativos naturais da região	79,5	31
	Debates sobre tipos de cafés	41	16
	Degustações de cafés	84,6	33
	Cursos sobre cafés	66,7	26
	Hospedagem em hotel fazenda	61,5	24

	Hospedagem na fazenda visitada	61,5	24
	Outros	5,1	2
Quanto estaria disposto a pagar por pessoa	até 700,00	54,8	23
	de 701,00 a 1.400	31,27	12
	de 1,401 a 2,100	13,9	4
	de 2,101 a 2,800	-	-

Das atividades que os clientes de cafeterias estariam dispostos a fazer, cerca de 84,6% possuem interesse em visitar as plantações em uma fazenda, seguido de fazer a degustação de cafés que a própria fazenda cultiva, a mesma porcentagem dos clientes participaria de debates sobre cafés durante a viagem. Por volta de 79,5% fariam a visita aos atrativos naturais da região, 69,2% participariam na colheita e 66,7% fariam cursos sobre cafés. Cerca de 61,5% dos respondentes estariam dispostos a se hospedar em um hotel fazenda e a mesma porcentagem se hospedaria na própria fazenda visitada, e 35,9% aceitariam a vivência 24 horas.

5. OFERTA TURÍSTICA DO ROTEIRO CAMINHO DOS CAFÉS DAS MULHERES

5.1. PROJETO MULHERES DO CAFÉ E O CAFÉ DAS MULHERES

Conforme apresentado na página 31, o projeto Mulheres do Café foi criado em 2013, com o objetivo de valorizar o trabalho das mulheres nas lavouras de café. Neste projeto foi criada a marca “Café da Mulheres” e o Roteiro “Caminho dos Cafés das Mulheres”.

De acordo com Cintia Mara Lopes de Souza, coordenadora da AMUCAFÉ e Extensionista do IDR- Paraná, o projeto Mulheres do Café é constituído por 11 municípios da região do Norte Pioneiro paranaense, sendo constituído por 12 grupos de aproximadamente 250 cafeicultores familiares. A AMUCAFÉ possui a marca coletiva registrada como “Café das Mulheres”, onde são desenvolvidos cafés de diversas variedades como:

Quadro 13 – Variedades e tipos de cafés produzidos pelas Mulheres do Café

Variedades	Tipo
Sarchimor	100% Arábica
Arara	100% Arábica.
IPR-107	100% Arábica.
IPR-100	100% Arábica.
Catuaí Vermelho	100% Arábica.
Catuaí Amarelo	100% Arábica.
Eparrei	100% Arábica.
Obatã	100% Arábica.
Topazio	100% Arábica.
Mundo Novo	100% Arábica.
IPR-98	100% Arábica.
Iapar-59	100% Arábica.
IPR-106	100% Arábica.
Bourbon	100% Arábica.
Icatu	100% Arábica.
IAC-125	100% Arábica.

Embora exista esta marca coletiva, Tomazina criou sua própria marca coletiva registrada: “Café das Mulheres de Matão” originada do grupo das Mulheres de Matão. Além disso, 11 fazendas que produzem para o “Café das Mulheres” também possuem suas marcas individuais.

Rafaela Mazzottini, proprietária de uma das fazendas de café do projeto, do município de Pinhalão, afirma que além da produção para o “Café das Mulheres”, ela separa todos os anos, entre as safras, micro lotes que homenageiam produtoras da região, contando a história e a atuação delas nas fazendas para os seus compradores.

5.2 ROTEIRO CAMINHO DOS CAFÉS DAS MULHERES

De acordo com entrevistas on-line, pesquisas documentais e levantamentos de dados via redes sociais, conseguiu-se contato com Cintia Mara Lopes de Souza, coordenadora da AMUCAFÉ, a qual informa que, o Roteiro Caminhos dos Cafés das Mulheres é um produto turístico que visa proporcionar uma experiência única e enriquecedora aos participantes, permitindo que eles conheçam de perto o universo do café especial produzido por mulheres em fazendas da região do Norte Pioneiro paranaense.

Enquanto Nira Souza, coordenadora do grupo de mulheres da região de Matão, no município de Tomazina, descreve o roteiro como uma oferta aos turistas com a oportunidade de explorar as lavouras de café lideradas por mulheres no interior do Paraná e seus arredores, mergulhando na cultura, nas tradições e nas técnicas de produção dessas fazendas. Os participantes têm a chance de vivenciar todo o processo de cultivo, colheita, processamento e preparo do café, desde a plantação até a xícara.

Durante o roteiro, os turistas serão recebidos pelas proprietárias das fazendas, que compartilham suas histórias, conhecimentos e paixão pelo café especial. De acordo com a entrevistada, os participantes têm a oportunidade de interagir diretamente com as mulheres produtoras, aprender sobre suas práticas sustentáveis, descobrir os segredos por trás de uma xícara perfeita e apreciar a qualidade excepcional dos cafés produzidos. Além das visitas às fazendas de café, o roteiro também pode incluir atividades complementares, como degustações de diferentes tipos de café,

workshops de preparo de café, harmonização com alimentos, trilhas pela natureza local, entre outras experiências relacionadas ao mundo do café (AMUCAFÉ, 2023).

Segundo as entrevistadas, a proposta turística do Caminho dos Cafés das Mulheres busca proporcionar uma imersão autêntica no universo do café especial produzido por mulheres, destacando a importância do papel feminino nessa indústria e promovendo a valorização do trabalho e do conhecimento dessas produtoras. É uma oportunidade para os participantes conhecerem histórias inspiradoras, saborear cafés de alta qualidade e contribuir para o fortalecimento da cadeia produtiva do café especial liderada por mulheres.

O roteiro ofertado não é fixo, ou seja, não possui uma rota preestabelecida. Os turistas podem adaptá-lo de acordo com suas preferências e necessidades, sendo autoguiado, podendo variar em duração, itinerário e atividades específicas oferecidas. O objetivo é proporcionar uma experiência memorável e enriquecedora, promovendo o turismo sustentável, cultural e inclusivo na região do café no Norte Pioneiro.

A extensionista rural Luciana S. de Moraes informa que as fazendas de café do Norte Pioneiro são rotativas dentro do circuito, possuindo propriedades ativas no caminho dos cafés das mulheres, dentre essas, as seguintes fazem parte do projeto:

5.2.1 Sítio Rancho Fundo

Localizado no município de Pinhalão, o sítio faz parte do Grupo Lavrinha e a sua proprietária é a Simone Maia. No sítio é ofertado uma visita de aproximadamente duas horas, com o visitante podendo aprender como se auxilia nas colheitas manuais e nas secagens de café que ocorrem no terreiro de concreto e suspenso, na visita também é ofertado café da manhã ou café da tarde, possuindo belíssimas paisagens. Dias e horários de atendimento são disponibilizados sob agendamento com a AMUCAFÉ.

Figura 4: Vista da plantação do Sítio Rancho Fundo



Fonte: AMUCAFÉ (2023)

5.2.2 Sítio Raízes

Localizado no município de Pinhalão, o sítio faz parte do Grupo Lavrinha e a sua proprietária é a Solange Braga. Solange possui sua marca própria de café torrado e moído, em sua fazenda o visitante possui a oportunidade de aprender sobre o auxílio nas colheitas, os métodos de secagem do café, ofertando belas paisagens, na visita também é disposto de café da manhã ou café da tarde. Visita de duas horas na propriedade e instalações, aprendizagem sobre colheita manual e secagem mecanizada. Dias e horários de atendimento são disponibilizados sob agendamento com a AMUCAFÉ.

Figura 5: Terreiro suspenso de café



Fonte: AMUCAFÉ (2023)

5.2.3 Sítio Nossa Senhora Aparecida e Agroindústria Ouro do Norte

Localizado no município de Pinhalão, o sítio faz parte do Grupo Lavrinha e as suas proprietárias são Rafaela Mazzottini e Zenaide Silva. No sítio é ofertado uma visita com durabilidade de uma ou duas horas, as lavouras de cafés, podendo incluir passeios feitos a trator, visita as instalações de colheita manual e secagem, visita na agroindústria familiar e venda de produtos. Incluso café ao final do passeio. Dias e horários de atendimento ocorrem de Quarta a Sábado e são disponibilizados sob agendamento com a AMUCAFÉ.

Figura 6: Plantação do Grupo Lavrinha



Fonte: AMUCAFÉ (2023)

5.2.4 Sitio São Luiz

Localizado no município de Tomazina, o sítio faz parte do Grupo Matão e a sua proprietária é a Maristela Souza. Na visitação é ofertada duas opções ao visitante.

Opção 1: Visita de aproximadamente duas horas na propriedade, as instalações de colheita manual e secagem em terreiro de concreto e em estufa, incluso café da manhã ou café da tarde. Ocorrendo as segundas-feiras e no restante da semana sob consulta de disponibilidade.

Opção 2: Hospedagem com vivência 24 horas na propriedade, incluso pernoite, sendo cobrada uma taxa de visitação a propriedade e as instalações, toda a alimentação é inclusa e outras taxas que não são informadas com antecedência, apenas no

ato do agendamento. O atendimento ocorre a pequenos grupos, com disponibilidade de agendamento as sextas-feiras e sábados.

Maristela possui sua marca própria de café torrado, fazendo parte do projeto Mulheres do Café desde 2013, a sua marca é encontrada facilmente em Curitiba e já foi comercializada pelo Lucca Cafés Especiais e pela 4Beeans.

Figura 7: Terreiro de secagem de café



Fonte: AMUCAFÉ (2023)

5.2.5 Sítio Santo Antônio

Localizado no município de Tomazina, o sítio faz parte do Grupo Matão e possui como atrativos a visitação de duas horas na propriedade e as instalações de colheita manual, além de secagem, terreiro, secador e lavador, incluso café ao final do passeio e venda de cafés torrados e moídos. Os dias e horários de atendimentos ocorrem de segunda a sábado, sob agendamento com a AMUCAFÉ.

Figura 8: Plantação do Sítio Santo Antônio



Fonte: AMUCAFÉ (2023)

5.2.6 Sítio Bela Manhã

Localizado no município de Tomazina, localizado no bairro do Sapé, o sítio oferta visita de duas horas na propriedade e as instalações de colheita, secagem e armazenamento dos cafés, com o visitante podendo comprar produtos caseiros produzidos no local. O passeio possui café incluso ao final e um almoço opcional que é cobrado a parte.

Figura 9: Terreiro suspenso de café



Fonte: AMUCAFÉ (2023)

O Roteiro Caminho dos Cafés das Mulheres oferta aos seus visitantes oportunidades incríveis de se conhecer uma região tão importante que é o Norte Pioneiro do Paraná, que já foi grande influência cafeeira e caminha para voltar a possuir esse cargo no mercado. A presente proposta tem como um de seus focos auxiliar na melhoria do fluxo turístico da região paranaense, fazendo com que os consumidores de cafés especiais de Curitiba façam essa viagem, conheçam o projeto e as plantações.

6. PROPOSTA DE UM PROGRAMA TURÍSTICO PARA O CAMINHO DOS CAFÉS DAS MULHERES

O projeto possui como foco a criação de um programa de viagens para o Caminho dos Cafés das Mulheres, com traslado, hospedagens, passeios e alimentação inclusa. Possuindo como público-alvo os frequentadores de cafeterias em Curitiba, podendo atingir também os donos de cafeterias e torrefações, assim como, entusiastas do café, e/ou interessados em conhecer fazendas de cafés, sendo aberto ao público em geral.

O programa será realizado a partir das visitas às fazendas de café do Norte Pioneiro do Paraná, no período de colheita de café, que pode ocorrer de maio a agosto, tendo como prioridade os meses de maio e junho que são quando as colheitas começam. Há várias razões pelas quais viajar para uma fazenda de café pode ser uma experiência única e especial, assim como, conhecer o processo de produção, apreciar a beleza natural, conhecer a cultura local, degustar cafés especiais e apoiar o comércio justo e sustentável.

Todo o programa será realizado a partir da contratação de empresas terceirizadas, como a transportadora que fará o traslado, será necessário a contratação de um seguro-viagem e a hospedagem será em hotel fazenda que fica em ótima localização para a chegada às fazendas de cafés.

Baseado na pesquisa de demanda potencial e na oferta turística do Caminho dos Cafés das Mulheres, propõe-se o seguinte programa:

Dia 1 – Saída de Curitiba com destino a Tomazina – Hotel Carro de Boi

Os participantes que residem em Curitiba e Região Metropolitana se dirigirão ao ponto de encontro onde uma van os esperará para fazer o traslado: Curitiba/Norte Pioneiro paranaense.

A início da viagem ocorrerá na noite de sexta-feira saindo de Curitiba com o destino ao Hotel Fazenda Carro de Boi, localizado em Tomazina.

Figura 10: Vista aérea do Hotel Fazenda Carro de Boi



Fonte: Instagram (2023)

Hotel Fazenda e Reserva Ecológica, localizado no município de Tomazina, o Hotel Fazenda Carro de Boi fornece ao seu visitante passeios a cavalo, refeições orgânicas, trilhas e caminhadas a céu aberto, áreas para lazer e tratamentos de spa. Especializado também na produção e realização de casamentos, possuindo lindos espaços para eventos.

Após a chegada e a realização do check-in, os participantes serão direcionados aos seus quartos, para poderem aguardarem seus pertences e descansarem até o café da manhã.

Dia 2 – Café da manhã com prosa, visita às fazendas e Laboratório de Classificação de Cafés

O café da manhã será feito a partir da parceria das integrantes do Projeto Mu-

lheres do Cafés, com o Hotel Fazenda, onde as proprietárias das fazendas compartilharão suas histórias e experiências, sendo servido um dos cafés do Projeto.

Após o café da manhã ocorrerá a saída para a visitar as fazendas de café da Região de Matão em Tomazina, onde os participantes terão a oportunidade de conhecer o processo de produção, desde o cultivo até o processamento dos grãos. Os participantes poderão participar de atividades práticas, como a colheita dos grãos.

Em seguida, os visitantes serão direcionados ao hotel onde poderão usufruir da culinária local em um almoço especialmente preparado.

Após almoço o grupo será direcionado para a cidade de Pinhalão, onde se encontra o Laboratório de Classificação de cafés da região, onde terão a oportunidade de participar de workshop sobre cafés e degustação de cafés especiais que fazem parte do Projeto Mulheres do Café. Logo após, os participantes terão um tempo livre para compras dos produtos produzidos na região, tendo um café da tarde e em seguida retornando ao Hotel Fazenda.

Figura 11: Laboratório de Classificação e Degustação de cafés



Fonte: AMUCAFÉ (2023)

A noite será livre, após o jantar no Hotel Fazenda, que está incluso.

Dia 3 – Cachoeira e retorno à Curitiba

No domingo após o café da manhã, o grupo sairá para visitar os atrativos naturais da região de Tomazina, incluindo Salto do Cavalcanti.

Figura 12: Salto do Cavalcanti



Fonte: Instagram

Salto do Cavalcanti é um ponto turístico natural localizado entre os municípios de Tomazina e Arapoti, na região do Norte Pioneiro do estado do Paraná, a queda-d'água é constituída por aproximadamente 14 metros de altura e possui cerca de 150 metros de extensão, formando assim um lindo cânion.

Os visitantes poderão tomar um café da tarde com pratos típicos regionais preparados com ingredientes locais, em restaurante que apoia o projeto Mulheres do Café.

Após o café da tarde será feito o checkout e ocorrerá o regresso para a cidade de Curitiba, chegando à capital ao anoitecer.

Observações:

O pacote inclui hospedagem em Hotel Fazenda, com alimentação inclusa.

Todas as atividades, visitas e refeições mencionadas no itinerário estão incluídas no pacote.

Os traslados entre as cidades, fazendas e demais atividades serão feitos em

veículos confortáveis e seguros.

Guias especializados acompanharão o grupo durante todo o roteiro, proporcionando informações e esclarecendo dúvidas.

Esse programa turístico oferece uma experiência completa e imersiva no universo dos Cafés das Mulheres. Os participantes terão a oportunidade de conhecer as fazendas, interagir com as produtoras, aprender sobre os processos de produção, degustar diferentes cafés especiais e explorar a cultura e a gastronomia local. É uma oportunidade única de vivenciar o sabor, a história e o empoderamento feminino presentes no Caminho dos Cafés das Mulheres.

6.1 PROPOSTA DE DILVULGAÇÃO

O período de divulgação ocorrerá a partir do término da colheita do ano anterior, entre os meses de agosto e setembro, tendo assim um período de aproximadamente oito meses de divulgação e captação de clientes. A divulgação será feita por meio de redes sociais, com duas postagens por semana, contabilizando entre oito e dez postagens ao mês, o que fará com que o público seja alcançado com o passar dos meses até chegar à data da viagem. Com o crescimento do projeto e a melhoria no alcance de clientes, a possibilidade da criação de um site de compras será orçada, inicialmente, os custos com a divulgação serão desenvolvidos a partir de uma consultoria com social mídia e empresas que atuam com gerenciamento de redes sociais com o intuito de desenvolvimento de um plano de postagens, além disso serão desenvolvidos designs na plataforma *Canva* de forma gratuita. A consultoria e o portfólio base sairão no valor de R\$ 2.00,00, sendo que o restante do desenvolvimento será de forma autoral.

Além das redes sociais a comunicação com os clientes ocorrerá por WhatsApp, onde será encaminhado um formulário para coletar informações para cadastros, cotações de valores e fechamentos de vendas, e possíveis listas de esperas para as próximas viagens. Caso seja necessário reuniões presenciais poderão ser marcadas para que o projeto turístico seja apresentado.

Ocorrerá também a impressão de panfletos de divulgação da viagem que serão colados próximo as cafeterias de Curitiba, aproveitando que a capital paranaense

sedia eventos de barismo mensalmente, fazendo assim com que o projeto possua a oportunidade ganhar maior visibilidade.

Figura 13: Panfleto de divulgação da viagem

CONHEÇA O CAMINHO DOS CAFÉS DAS MULHERES

vivencia 24h
caminhadas pelas
plantações
oficinas de
degustações
passeios rurais

Incluso:

Transporte



Hospedagem



Alimentação



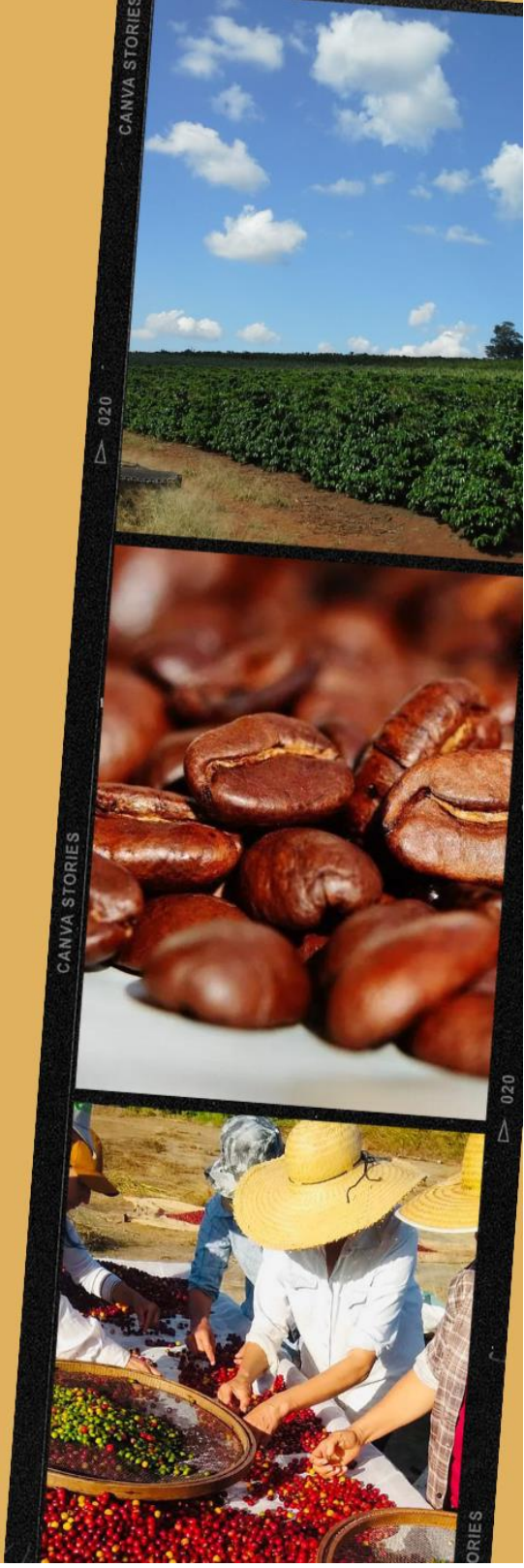


Figura 14: Voucher para o programa turístico

Dia 1

Saída a noite de Curitiba com traslado até o Hotel Fazenda Carro de Boi em Tomazina. Aproximadamente 5:00 de viagem.



Dia 2

Delicioso café da manhã feito em parceria com o Projeto Mulheres do Café.

Após o café da manhã, saída para as fazendas de café da Região de Matão em Tomazina.

Roda de conversas com as cafeicultoras.

Participação em atividades práticas na lavoura.

Retorno ao hotel com almoço especialmente preparado com a culinária local.



Na parte da tarde visita ao Laboratório de Classificação de Cafés em Pinhalão, onde terão a oportunidade de participar de workshops, degustação e debates.

Logo após, os participantes terão tempo livre para compras dos produtos produzidos na região.

Café da tarde e em seguida retornando ao Hotel Fazenda Carro de Boi.

A noite será livre com a possibilidade de jantar no Hotel

Dia 3

No domingo após o café da manhã, o grupo sairá para visitar os atrativos naturais da região de Tomazina, incluindo Salto do Cavalcanti.

Os visitantes poderão tomar um café da tarde com pratos típicos regionais preparados com ingredientes locais, em restaurante que apoia o projeto Mulheres do Café.

Após o café da tarde será feito o checkout e ocorrerá o regresso para a cidade de Curitiba, chegando à capital ao anoitecer.

Caminho dos Cafés das Mulheres

Oferecemos uma experiência completa e imersiva no universo dos Cafés das Mulheres.

Os participantes terão a oportunidade de conhecer as fazendas, interagir com as produtoras, aprender sobre os processos de produção, degustar diferentes cafés especiais e explorar a cultura e a gastronomia local.

É uma oportunidade única de vivenciar o sabor, a história e o empoderamento feminino presentes no Caminho dos Cafés das Mulheres.

CONTATOS

- WhatsApp
- Instagram
- Facebook
- Site

6.2 PRECIFICAÇÃO DO PROGRAMA TURÍSTICO PARA O CAMINHO DOS CAFÉS DAS MULHERES

A precificação da viagem ocorrerá a partir de orçamentos e agendamentos com os prestadores de serviços como, hotelaria, restaurantes, transportes e a cotação do seguro-viagem. A experiência de visita ao Laboratório de Classificação e Degustação do Café será agendada junto com a disponibilidade das fazendas, já que algumas fazendas cobram taxas e possuem dias fixos para visita enquanto outras ofertam de forma gratuita com horários livres.

O contato primordial será com as participantes da Associação das Mulheres do Café do Norte Pioneiro do Paraná (AMUCAFÉ), que fornecerão as datas de início de colheita, de quais formas as colheitas e secagens serão feitas e a partir dessas informações a viagem poderá ser estruturada sem a abertura para erros de fluxos relacionados aos atrativos e atividades a serem ofertadas durante o programa.

O pagamento da viagem poderá ocorrer de forma parcelada pelo Mercado Pago ou a vista, sendo que o fechamento do contrato com os participantes deverá ocorrer no máximo dois meses antes do acontecimento da viagem para que os fornecedores sejam remunerados e assim a execução da viagem seja feita. Caso haja um grande público interessado gerando assim uma lista de espera, a viagem poderá ser planejada para os meses seguintes, durante a época que a colheita ainda ocorre na região.

A seguir será apresentado o cronograma de projeto, onde é encontrado desde o início do planejamento até a execução da viagem.

6.2.1. Cronograma

Atividades/Mês	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO
Contratação de divulgação										
Divulgação da viagem										
Cotação com gráficas										
Produção do material impresso de divulgação										
Cotação da hospedagem										
Cotação do transporte										
Cotação do seguro-viagem										
Contato com as participantes da AMUCAFÉ										
Reservar hotel										
Fechamento com a transportadora										
Nova cotação de seguro-viagem										
Período de vendas										
Execução da viagem										

Fonte: Elaboração própria (2023)

6.2.2. Descrição de custos fixos e variáveis

O caixa inicial para o desenvolvimento do projeto será de R\$10.000,00, sendo que para a abertura do CNPJ será investido R\$ 179,90 e para o portfólio inicial das redes sociais serão pagos R\$ 2.000,00, já nos materiais de divulgação impressos em orçamentos feitos serão divididos R\$ 124,00 para as impressões em A4 do panfleto de viagem e R\$ 46,00 para as impressões em A6 dos vouchers de viagem. Cerca de 10% a 15% do caixa inicial será reservado para caso ocorra circunstâncias extraordinárias

Por ser uma viagem nacional o custo operacional acaba sendo mais acessível comparada a um roteiro internacional. Pelas cotações feitas, o custo mais elevado de serviço contratado será o transporte, que na cotação mais acessível chegou a R\$ R\$ 4.100,00, já o valor da hospedagem sairia R\$ 2.000,00 para o grupo com todas as alimentações inclusas, referente ao seguro-viagem, dentre as cotações solicitadas o seguro com melhor cobertura e melhor custo-benefício está no valor de R\$ 1.100,00 para o grupo, fazendo assim com que o valor individual de cada participante da viagem seja R\$ 720,00. Entretanto, será cobrada uma taxa 10% de serviços, para cobrir os gastos do consultor especializado que fará parte da viagem, gerando assim um total de R\$ 792,00 por participante.

O retorno do investimento financeiro será a partir dos grupos de viagens que ocorrerão, a cada grupo de dez pessoas fechado será recebida a porcentagem em cima do valor de compra, gerando R\$ 720,00 de lucro sobre grupo fechado, se em um ano ocorrerem cerca de cinco viagens o lucro será de R\$ 3.600,00. O pagamento dos participantes sobre a viagem cobre todas as despesas e a porcentagem destinada ao consultor especializado será contabilizada como lucro adicional.

O faturamento sobre um grupo executado será de R\$ 7.920,00 (valor bruto). Deste valor bruto, abatesse os custos, de forma rateada, sendo estes na casa de R\$ 7.200,00 (despesas com divulgação e os elementos que estão inclusos no programa turístico). O lucro será incluso no pacote a título de taxa de administração, no valor de 10% sobre cada pacote, ou seja, R\$ 720,00.

A execução de um projeto que ocorre de forma sazonal e que está sujeito a alterações devido a questões climáticas faz com que o projeto possua pequenos riscos de mercado, entretanto, o turismo cafeeiro tem ganhado destaque no mercado, com o decorrer dos anos e os clientes de cafeterias vem se especializando cada vez mais no setor, sendo assim o programa de viagens possui grande potencial de ganho de visibilidade no mercado e estruturação a longo prazo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto visa promover o turismo rural e gastronômico, por meio da experiência de visita às propriedades rurais das cafeicultoras, onde os turistas podem vivenciar todo o processo de produção do café, desde o cultivo até a degustação final. Além disso, o projeto busca valorizar o papel das mulheres na produção cafeeira e promover a inclusão social e econômica das cafeicultoras da região. O turismo cafeeiro, apresenta uma forte ligação com o turismo cultural, gastronômico e rural, oferecendo aos visitantes a oportunidade de vivenciar experiências imersivas relacionadas à cultura, história e produção do café, enquanto contribui para o desenvolvimento econômico e social das regiões produtoras.

A partir da compreensão do conhecimento de clientes de cafeterias e proprietários de torrefações em Curitiba sobre o Projeto Mulheres do Café e o Roteiro Caminho dos Cafés das Mulheres, notou-se que estes possuem interesses em realizar uma viagem para visitar as fazendas de cafés e conhecer suas proprietárias, além de poder consumir o Café das Mulheres que faz parte do projeto. Os consumidores de cafeterias e proprietários da cidade de Curitiba possuem interesse em viagens de curto prazo voltadas para turismo rural, o que faz com que o fluxo turístico possa ser expandido com o passar dos anos.

Viajar para uma fazenda de café oferece uma oportunidade única de se envolver com a cultura cafeeira, apreciar a beleza natural e apoiar práticas sustentáveis e de comércio justo. É uma experiência enriquecedora para os amantes de café e para os viajantes interessados em conhecer novas culturas e tradições. O turismo cafeeiro acontece de forma sazonal, ocorrendo entre os meses de maio a agosto em sua maioria, devido a esse caráter o turismo de café possui seu calendário maior para divulgação de viagens, podendo ser planejado de forma longa e já tendo a data predeterminada de quando ocorrerá, fato que auxilia nas vendas e cotações, assim como na pesquisa de público que o projeto busca atender.

O Roteiro Caminho dos Cafés das Mulheres possui potencial turístico para se estruturar no mercado, mas falta divulgação, o que pode vir da falta de investimento nesse setor. O segmento cafeeiro no Norte Pioneiro do Paraná possui potencial turístico e pode se tornar referência no estado sendo necessário o investimento em

estratégias de marketing, seja para atrair os turistas para a Roteiro como um todo ou para determinadas propriedades.

Após verificar o conhecimento dos proprietários e o a presença do Café das Mulheres nas cafeterias de Curitiba, constatou-se que algumas cafeterias já atuaram com o Café das Mulheres, mas por fatores como qualidade das safras e valores cobrados, os empreendimentos da capital paranaense optaram por não continuar com o produto Café das Mulheres, fato esse que pode ser alterado com as mudanças nas próximas safras e nas negociações de valores.

Já a identidade visual do produto “Café das Mulheres” causa confusão nos consumidores de Curitiba, pelo fato de existirem várias submarcas. O ato do consumidor ir em busca de um café que esteja rotulado com determinada marca e acabar encontrando outros títulos, gera confusão e isso poderia ser resolvido com a melhoria nas divulgações nos meios de comunicação.

Depois de identificar o interesse dos baristas em realizar uma viagem ao Caminho dos Cafés das Mulheres, observou-se que os funcionários das cafeterias possuem o interesse de fazer uma viagem de durabilidade de um dia, fato esse que poderia ocorrer em um dia de folga. Já os clientes das cafeterias de cafés especiais possuem interesse em realizar um programa de viagem para o Caminho dos Cafés das Mulheres com durabilidade de um final de semana, também sendo uma viagem de curto prazo. Ambos os públicos gostariam de conhecer os atrativos naturais da região visitada além das plantações de cafés.

A proposta de um programa turístico para o Caminho dos Cafés das Mulheres, surge a partir da oportunidade de fluxo turístico que o Roteiro possui, partindo da capital paranaense para o Norte Pioneiro, sendo que Curitiba é considerada a capital nacional do café especial e o mercado curitibano vem se consolidando e se especializando em cafés especiais nas últimas décadas.

Todas as informações relacionadas ao Roteiro Caminho dos Cafés das Mulheres foram levantadas a partir de entrevistas e conversas informais com as participantes do projeto e/ou com moradores da região, o fato dessas informações não serem de fácil acesso para pessoas que não são do meio turístico dificulta a captação de visitantes e faz com que o projeto perca o potencial de visibilidade que as redes sociais trazem na atualidade.

A geração atual busca por locais a serem visitados pelas redes sociais, sites de divulgações e conversas informais com pessoas próximas, caso as propriedades optem por investir nesses meios, esse fator auxiliará nos fluxos turísticos a serem desenvolvidos nos próximos anos. Atitudes iniciais que podem auxiliar na criação de conteúdo visual são o compartilhamento de fotos ou vídeos das plantações de café, dos processos de colheita e produção, e das paisagens das regiões cafeicultoras.

Outra forma de promover experiências personalizadas é o compartilhamento de depoimentos e conhecimentos de visitantes que tenham vivenciado o turismo cafeeiro na região do Roteiro, destacando o que mais gostaram e incentivando outros usuários a fazerem o mesmo. Investindo também em conteúdo educativo, compartilhando informações sobre os diferentes tipos de cafés, história da plantação, métodos de produção, entre outros, para educar e engajar o público sobre o turismo cafeeiro, interagindo assim com o público em potencial. Criando o planejamento de como estruturar a divulgação fará com que o fluxo turístico se expanda e que a região do Norte Pioneiro receba visitantes de outros estados, além da capital paranaense.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIC. Associação Brasileira da Indústria de Café. Disponível em: www.abic.com.br
Acesso em: 15 mar 2023

AGUIAR, F. A. R. *et al.* **Técnica de Entrevista na Pesquisa Qualitativa**. Capítulo 16. P. 269-278. Estudos qualitativos: enfoques teóricos e técnicas de coletas de informações. Edições UVA. 2018.

ANDRADE, H.C.C. **Atribuição de sentidos e agregação de valor: insumos para o turismo rural em regiões cafeeicultoras**. Revista Brasileira de Ecoturismo, v.8, n.3, p. 475-489, 2015. Disponível em: <https://periodicos.unifesp.br/index.php/ecoturismo/article/view/6441>>. Acesso em: 12 mar 2023

ANDRADE, H.C.C. MOSS, M.C.B. **A cafeicultura familiar e um possível modelo para o desenvolvimento do turismo do café em Minas Gerais**. 2012. Disponível em: <http://www.sbicafe.ufv.br/handle/123456789/13690>>. Acesso em: 20 abr 2023

BAHL, M. **Viagens e Roteiros Turísticos**. 1ª edição. 2004

BOAVENTURA, P. S. M.; ABDALLA, C. C.; ARAUJO, C. L.; ARAKELIAN, J. S. **Co criação de valor na cadeia do café especial: O movimento da Terceira Onda do café**. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0034-759020180306>. Maio-jun. 2018.

BOFF, F. Z. **Turismo Sustentável: Um Estudo do Plano de Desenvolvimento do Turismo do Estado do Espírito Santo**. UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO. Vitória – Espírito Santo. P. 63-64. 2005

BOUDOU, C. J.M. **A abordagem geográfica do turismo**. Tópicos Especiais em Geografia – Aula 6. Disponível em: <https://cesad.ufs.br>. Acesso em: 10 abr 2023

BLISKA, F. M. M.; BLISKA, JR. A.; MARCHEZINI. **Viabilidade de integração de lavouras cafeeiras e turismo rural no Brasil**. Revista Ifes Ciência, v. 8, n. 1, p. 1-12, 2022. Disponível em: <https://ojs.ifes.edu.br/index.php/ric/article/view/1638>>. Acesso em: 10 abr 2023

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO – MTur. Boletim de Inteligência de Mercado no Turismo. **Experiências do Turismo Rural**. 7ª ed., dez./2020, 52p. <http://www.institutobrasilrural.org.br/download/20210102213844.pdf> Acesso em: 28 fev 2023

BRITO, T. S. A.; SOUZA, J. **Marketing Turístico: Um estudo sobre as Práticas de Publicidade Existentes na Comercialização de Pacotes Turísticos**. Revista Turismo e Sociedade.

CERETTA, C. C. **Eventos de marca: evidências de valor turístico na gastronomia regional do Rio Grande do Sul-Brasil**. Revista Rosa dos Ventos, v. 4, n.1, 2012, p. 89-99

CONAB. Companhia Nacional de Abastecimento. **Acompanhamento da Safra Brasileira**. 2º levantamento. SAFRA 2023

Curitiba se transforma na Capital nacional dos cafés especiais. Quem Realiza. Disponível em: <https://grupomidia.com/quemrealiza/curitiba-se-transforma-na-capital-nacional-dos-cafes-especiais/>. Acesso em: 15 mai 2023

DERAL. Departamento de Economia Rural. Divisão de Conjuntura Agropecuária. **Prognóstico Cultura CAFÉ – outubro de 2020**. Governo do Estado do Paraná. Secretaria de Agricultura e Abastecimento.

EMATER. Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais - Emater. **Manual da Emater-MG orienta sobre os cuidados na pré-colheita do café**. Disponível em: <https://www.agenciaminas.mg.gov.br/noticia/manual-da-emater-mg-orienta-sobre-os-cuidados-na-pre-colheita-do-cafe> Acesso em: 16 maio 2023

EMBRAPA. Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **Os solos do Brasil**. 2011 Disponível em: <https://encurtador.com.br/ckJ09>. Acesso em: 16 mar 2023

FRANÇA, I. F.; BARBOSA, M. L. A. **Evolução das Relações de Consumo do Café e de Serviços de Cafeteria** VII Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo 20 e 21 de setembro de 2010 – Universidade Anhembí Morumbi – UAM/ São Paulo/SP

FRANCO, G. H. B. **Pequena História do câmbio no Brasil (2)**. O Estado de São Paulo. São Paulo. 2000.

GIMENES, M. H. S. G. **Uma breve reflexão sobre o lugar da gastronomia nos estudos sobre turismo realizados no Brasil**. Revista Turismo e Sociedade. Curitiba, v. 4, n. 2, p. 425-431, outubro de 2011.

Greca abre evento de fomento ao consumo de cafés e pães especiais no Mercado Municipal. Prefeitura de Curitiba. Notícias. 10 nov 2022. Disponível em: <https://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/greca-abre-evento-de-fomento-ao-consumo-de-cafes-e-paes-especiais-no-mercado-municipal/66130>. Acesso em: 10 mai 2023

GUIMARAES, E. R.; CASTRO JR, L. G.; ANDRADE, H. C. C. **A Terceira Onda do café em Minas Gerais**. Sistema de Informação Científica. Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal. 2016. Disponível em: www.redalib.org. Acesso em: 9 abr 2023

GORRETA, R.; CRUZ, R.R.; CARAMORI, P.H. **Café orgânico na região de Cornélio Procopio - PR**. II Simpósio de Pesquisa dos Cafés do Brasil. 2001

Instituto Agrônomo do Paraná desenvolve tecnologias para incrementar a cafeicultura no Estado. EMBRAPA. 26 ago 2016. Disponível em: <https://encurtador.com.br/CJPZ5>. Acesso em: 9 abr 2023

KOHLER, A. F.; DURAND, J. C. G. **Turismo cultural: conceituação, fontes de crescimento e tendências**. V. 9, N.2, P. 185-198, maio-ago. 2007.

Lei de nº 21204-18 de 18 de agosto de 2022. **“Assembleia Legislativa do Paraná aprova a Institui o “Caminho dos Cafés das Mulheres” como rota de turismo rural oficial no estado paranaense”**. Disponível em: <https://leisestaduais.com.br/pr/lei-ordinaria-n-21204-2022-parana-institui-o-caminho-dos-cafes-das-mulheres-como-rota-turistica-rural-no-estado-do-parana>. Acesso em: 9 maio 2023

LUCCA CAFÉS ESPECIAIS. **Introdução aos cafés especiais**. 2022.

MARTINS, S. L. **História do Café**. Editora Contexto. 2008. 2ª ed. São Paulo 2017

Mercado cresce na pandemia e Curitiba se consolida como a capital brasileira do café. Bem Paraná. 28 jul 2022. Disponível em: <https://www.bemparana.com.br/noticias/parana/mercado-cresce-na-pandemia-e-curitiba-se-consolida-como-a-capital-brasileira-do-cafe/>. Acesso em: 12 maio 2023

Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos. Arquivo Nacional. Diretório Brasil de Arquivos. **Instituto Brasileiro de Café.** Disponível em: dibrarq.arquivonacional.gov.br. Acesso em: 12 fev 2023

MOGROVEJO, J. M.; MARTINEZ, S. V. H.; MALDONADO, L. G. **Estrategias para impulsar el agroturismo rural en Municipio de Gramalote Norte de Santander.** Revista Gestión y Desarrollo Libre, v. 4, n. 7 (2019).

MOREIRA, J. R. S.; CARVALHO, A. I. **Modelações do Discurso, Interpretações e Memórias sobre a Geada Negra de 1975 e a Cafeicultura Paranaense.** HALAC – História Ambiental, Latinoamericana y Caribeña. Disponível em: <https://encurtador.com.br/beuAF>. V. 11, n. 3 (2021). P 288-317. ISSN 2237-2717. Acesso em: 20 maio 2023

Mulheres garantem renda e se destacam com produção de café especial no Paraná. Governo do estado do Paraná. Publicado em: 08 março 2022.

NOGUEIRA JR, S. **Café, cafés e cafeterias.** ABIC – Associação Brasileira da Indústria de Café, 9 jul. 2007. Disponível em: www.abic.com.br Acesso em: 10 fev 2023

NOVO, A. R. F. **O conceito de experiência turística no desenvolvimento turístico de Cascais.** Dissertação de mestrado. Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Estoril, Lisboa, Portugal. (2020).

NAGAY, J. H. C. **Café no Brasil: dois séculos de história.** UNICAMP. Instituto de Economia. P. 17-23. jun. 1999.

O café das mulheres do Paraná. Prefeitura de Siqueira Campos. Paraná. 30 maio 2022. Disponível em: www.siqueiracampos.pr.gov.br/noticia/print-noticia/2520/o-cafe-das-mulheres-do-parana/. Acesso em: 10 fev 2023

OLIVEIRA, A. N. **Cultura Cafeeira no Norte do Paraná e suas Marcas nas Paisagens: potencialidades para o turismo.** v.29 n.2 p.29. DOI: 10.5433/2447-1747. 2020

OLIVEIRA, A. N.; DOMINGUES, F. O.; COLASANTE, T. **REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO: A rota do café e a valorização da identidade norte-paranaense.** Revista Tocantinense de Geografia. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/geografia>. ISSN 2317-9430. Acesso em: 1 maio 2023

Organização Mundial do Turismo: **Introdução ao turismo.** São Paulo: Ed. Roca, 2001, 371p.

Organização Mundial do Turismo: **Turismo internacional: uma perspectiva global.** São Paulo: Ed. Bookman, 2003, p. 253

PECCINI, R. **A Gastronomia e o Turismo.** Revista Rosa dos Ventos p. 206-217, abril-jun., 2013.ISSN: 2178-9061.

Prefeitura da cidade de Ribeirão Preto. Secretaria da Cultural. **Complexo dos Museus Municipais. Museu Histórico.** Arquivo Público e Histórico de Ribeirão Preto.

2023. Disponível em: www.ribeiraopreto.sp.gov.br/portal/complexo-museus/museu-historico-historico. Acesso em: 6 mar 2023

PRESSE, F. **Turismo do café ganha força e se desenvolve no Brasil**. Recuperado em Tur., Visão e Ação, v24, n3, p548-566, Set./Dez. 2022 | <http://dx.doi.org/10.14210/rtva.v24n3.p548-566> 566 17 abril, 2021, de <https://g1.globo.com/turismo-e-viagem/noticia/turismo-do-cafe-ganha-forca-e-se-desenvolve-no-brasil.ghtml>. Acesso em: 12 mar 2023

RICHARDS, G. E. **Cultural tourism in Europe**. Wallingford: CAB INTERNATIONAL, 1997.

RINALDO, A. A.; KOGAN, A.; ZAINA. A.JR. **Elaboração de Roteiros e Pacotes**. Editora IESDE. 2007.

SCA. SPECIALTY COFFE ASSOCIATION. Disponível em: www.sca.coffee. Acesso em: 1 fev 2023

SCHULLER, R. G. **Gastronomia e Turismo**. Coleção ABC do Turismo. Editora Aleph, 2003.

SCHULTZ, H. **Dedique-se de coração: A história de como a Starbucks se tornou uma grande empresa de xícara em xícara**. Edição em português. 2019

SILVA, A. P.; SALAZAR, V. S. **Que tal um cafézinho? Analisando a experiência de consumo dos turistas de turismo cafeeiro em Taquaritinga do Norte**. Revista Turismo: Visão e Ação, v. 24, n. 1, p. 1-14, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tva/a/jhnp9mqqr5YJcVBwGRTSyKn/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 1 mar 2023

SILVA, S. A. **Terroir de café em lavouras no município de Araponga – MG**. Universidade de Viçosa, 2012.

SETIYORINI, H. P. D. Coffee Tourism Development Potential: Benefit and Consequences. Advances in Social Sciences, Education and Humanities Research, v. 259. In: 3rd International Seminar on Tourism (ISOT 2018).

TAVARES, BC. **Relações entre experiência e autenticidade no turismo rural cafeeiro**. T&H, 2021. Disponível em: https://www.academia.edu/download/76588820/livro_th_exp.pdf#page=17>. Acesso em: 1 jun 2023

TAVARES, B.C.; LOSSO, F.B. **Turismo de cafés no Caparaó pela perspectiva do potencial turista**. Turismo: Visão e Ação, v. 25, n. 1, p. 1-14, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tva/a/rhL49G7QVvgRGBvWz8vBFKP/>>. Acesso em: 1 jun 2023

TAVARES, B. C.; MACHADO, M. B. T. **Turismo Cafeeiro Experiências, expectativas e percepções de pessoas com deficiência visual**. Revista de Cultura e Turismo, [S.l.], v. 16, n. 1, p. 1-16, 2022. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8690106>>. Acesso em: 2 jun 2023

TAVARES, B. C.; OLIVEIRA, A. N.; MINASI, S. M.; PAGNUSSAT, E. C. **O Panorama do Turismo Associado à Produção de Cafés no Brasil**. Revista Turismo em Análise - RTA | ISSN: 1984-4867. São Paulo, v. 32, e190208, 2021. Disponível em:

<<https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/190208>>. Acesso em: 2 jun 2023

TINEO, D.; TOMAZZONI, E. L. **Turismo e Eventos: O Festival Santos Café e a Revitalização do Centro Histórico**. Rosa dos Ventos, vol. 9, n. 1 2017. Universidade Caxias do Sul. ISSN: 2178-9061. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473548636032>. Acesso em: 12 maio 2023

Turismo em fazendas de café especial no Brasil. Perfect Daily Grind. 11 nov. 2021. Disponível em: <https://encurtador.com.br/fghiu>. Acesso em: 10 maio 2023

Uma nova história para o café do Paraná a partir dos anos 90. Revista Cafeicultura. Disponível em: revistacafeicultura.com.br Acesso em: 15 maio 2023.

VILHONI, A. LIMA, G. S. TAKIGUCHI, J. M. CAMARGO, R. C. PEDRTIN, V. P. **Pequenos Negócios: Cafeterias e suas Histórias**. Etic – Encontro de Iniciação Científica – ISSN 21-76-8498 v. 5, n.5 (2009).

ANEXOS

ANEXO 1 - FORMULARIO DE AVALIAÇÃO SENSORIAL DE CAFÉ SCA



AValiação Sensorial de Café

Qualidade do Café

95 - Exceptional 75 - Muito Bom
90 - Especial 70 - Bom
80 - Especial 65 - Bom

Nome: _____

Data: _____

Amostra No	Fragrância Aromas	Uniformidade	Ausência Defeitos	Doçura	Sabor	Acidez	Corpo	Finalização	Equilíbrio	Final	Total																																																									
	Secco Quebra 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6	10 9 8 7 6 10 9 8 7 6

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – ROTEIRO DE ENTREVISTAS

Entrevista com os donos de cafeterias e torrefações

1. Nome da cafeteria:
2. Há quanto tempo a cafeteria atua no mercado?
3. A cafeteria vende os cafés do norte pioneiro? Esses cafés vocês compram de alguma cidade em específico?
4. A cafeteria vende os cafés do projeto Café das Mulheres?
5. A cafeteria já trabalhou com esse café ou já teve algum contato com a proposta?
6. Vocês viajam com alguma frequência para as fazendas de café?
7. Fariam uma viagem a uma fazenda de café por lazer?

Entrevista com os baristas

1. Idade:
2. Gênero:
3. Onde reside:
4. Há quanto tempo atua como barista?
5. Conhece o projeto Mulheres do Café?
6. Já consumiu o Café das Mulheres do Norte Pioneiro paranaense?
7. Estaria disposto a fazer uma viagem a uma fazenda de cafés?
8. Se sim, quanto tempo ficaria:
9. Quais atividade estaria disposto a fazer:
10. Quanto estaria disposto a pagar por pessoa:

Entrevista com os clientes

1. Idade:
2. Gênero:
3. Onde reside:
4. Frequenta cafeterias em Curitiba?
5. Já consumiu cafés especiais em casa?
6. Conhece o Projeto Mulheres do Café do PR?
7. Já consumiu o Café das Mulheres do Norte Pioneiro paranaense?

8. Estaria disposto a fazer uma viagem a uma fazenda de cafés?
9. Se sim, quanto tempo ficaria:
10. Quais atividade estaria disposto a fazer:
11. Quanto estaria disposto a pagar por pessoa: