

**JOVENS
TRANSFORMADORES
EM CAMPO**

**Da origem ao
futuro do café**



ASHOKA



Nestlé

Faz Bem

EXPEDIENTE

Textos: Claudia Andrade

Edição e revisão: Mirella Domenich

Diagramação: Camila Noronha

Fotos: Anna Fischer e registros do Evento Diálogo de Valor

Dezembro 2017

APRESENTAÇÃO



Descrição da imagem: Foto com zoom focando nas sementes de café. São vermelhas, algumas amarelas, e de forma arredondada.

Com o objetivo de discutir uma nova visão para o empreendedorismo no campo, tendo o jovem como fator-chave, a Nestlé e a Ashoka Brasil reuniram pessoas de diferentes setores para o Diálogo de Valor **“Jovens Transformadores em Campo: da origem ao futuro do café”**.

Dez convidados e convidadas reuniram-se para debater formas de tornar o campo atrativo para o jovem. O encontro foi realizado em novembro de 2017 em Araras, cidade do interior de São Paulo, onde fica a primeira fábrica da Nestlé instalada no Brasil.

Ao mesmo tempo em que a Nestlé atua para a criação de valor compartilhado na cadeia de café por meio do Nescafé Plan e seu negócio depende da manutenção da produção sustentável no campo, no qual juventude e inovação são fatores-chave, a Ashoka está empenhada em criar mais possibilidade para que os jovens reconheçam seu potencial transformador, que é imenso, mas muitas vezes sufocado pela atitude das próprias famílias, da escola, dos sistemas produtivos e da sociedade como um todo. A Ashoka acredita que no campo, a realização dos projetos dos jovens é o caminho para que eles possam permanecer ali e contribuir para um desenvolvimento sustentável, dos pontos de vista social, ambiental e econômico.

Neste e-book você irá encontrar um apanhado geral dos principais conteúdos discutidos no diálogo de valor.

Boa leitura!

Mirella Domenich
Ashoka Brasil

Bárbara Sapunar
Gerente de Criação de Valor Compartilhado
Nestlé Brasil

SOBRE A ASHOKA

A Ashoka é uma organização sem fins lucrativos que lidera um movimento global para criar um mundo no qual todas e todos se reconheçam como agentes de transformação positiva na sociedade. Criada em 1980 na Índia, está presente no Brasil desde 1986.

A Ashoka já reconheceu mais de 3.500 empreendedoras e empreendedores sociais no mundo todo, 379 deles no Brasil, e 300 Escolas Transformadoras, 18 delas brasileiras.

Para mais informações, visite:

ashoka.org/pt-br

facebook.com/ashokabrasil

SOBRE A NESTLÉ

Há mais 150 anos no mundo e 96 no Brasil, a Nestlé tem o compromisso de melhorar a qualidade de vida e contribuir para um futuro mais saudável. Com a responsabilidade de proporcionar nutrição, saúde e bem-estar, a Nestlé acredita que para alcançar um resultado de sucesso no longo prazo é também preciso gerar valor para toda a sociedade. Por essa razão, a empresa apresenta como diferencial competitivo, o apoio ao desenvolvimento de produtores rurais, a entrega de produtos saborosos e saudáveis e uma operação eficiente, respeitando a cultura, as particularidades e os marcos regulatórios dos países em que está presente.

Para mais informações, visite:

www.nestle.com.br

CONHEÇA OS PARTICIPANTES



Antonio Lovato, Ashoka (SP)

Formado em Engenharia de Gestão e em Física na mesma universidade. É empreendedor social, cineasta e produtor cultural. Na Ashoka, é coordenador de Empatia e do programa de [Escolas Transformadoras](#) no Brasil.



Giuliana Bastos, jornalista (SP)

É jornalista especialista em gastronomia e gerente de comunicação do [Grupo D.O.M.](#), do Chef Alex Atala, e do [Instituto ATÁ](#). É conselheira do projeto social Fazedores de Café, do [Sofá Café](#) e autora do livro “Dicionário Gastronômico Café com suas Receitas”, premiado como o melhor livro na categoria de drinques não-alcoólicos do Brasil e segundo melhor do mundo, na mesma categoria.



Jaison Pongiluppi Lara, Ecoativa (SP)

Permacultor, educador e articulador cultural do Coletivo Imargem e da [Casa Ecoativa](#) - Programa de Gestão Ambiental, que é um centro eco-cultural localizado no Extremo Sul de São Paulo. Organiza a programação de festivais como [Virada Sustentável](#), [Estéticas das Periferias](#) e Sarau de Cordas. Colabora com vários coletivos de agroecologia.

Lilian do Prado, Acreditar (PE)



Cofundadora da [Acreditar](#) e empreendedora social Ashoka, percebeu que muitos jovens do interior de Pernambuco tinham de migrar para São Paulo. O objetivo da Acreditar é fomentar o empreendedorismo na região. Ela desenvolve o Programa de Microcrédito Produtivo e Orientado, que orienta empreendedores, concede crédito e acompanha o desenvolvimento do negócio e também promove o Programa de Educação Empreendedora e Gestão de Negócios.

Nilson Araújo Barbosa, Incaper (ES)



Cafeicultor, administrador rural, mestre em Extensão Rural e agente de Extensão em Desenvolvimento Rural no Instituto Capixaba de Pesquisa, Assistência Técnica e Extensão Rural – o [INCAPER](#) desde 2006. É filho de cafeicultores do interior do Estado do Espírito Santo, herdando e compartilhando com seu pai a paixão pela cafeicultura. Já atuou como professor em Escola Família Agrícola e com Assistência Técnica e Extensão Rural em Associações de Produtores Rurais.

Pedro Malta, Nestlé (ES)



Gerente de Agricultura da Nestlé Brasil, Pedro é engenheiro agrícola e mestre em Economia Agrícola. Além de liderar projetos agrícolas relacionados ao café, ele também é responsável por atividades de desenvolvimento de fornecedores de matérias-primas nas cadeias do cacau, vegetais, frutas, legumes e cereais.

Sebastião Alves, Serta (PE)



Conhecido como Tião do Serta, é empreendedor social Ashoka, vice-presidente do [Serviço de Tecnologia Alternativa](#), que tem como missão formar jovens, educadores e produtores familiares para atuar na transformação das circunstâncias econômicas, sociais, ambientais, culturais e políticas, na promoção do desenvolvimento sustentável do campo.

Stenio Lister Orletti, Robusta Coffee Comércio de Café (ES)



De família produtora de café há mais de 30 anos, é sócio da Robusta Coffee Comércio de Café, empresa de beneficiamento e comércio de café na cidade de Pinheiros (ES). A Robusta Coffee traz uma nova abordagem na cultura do café conilon, visando trabalhar de forma sustentável com os produtores da região, oferecendo suporte para melhores práticas agrícolas e de colheita e serviços pós-colheita para cafés especiais, tornando-os capazes de melhorar continuamente a sua qualidade.

Thiago Trovo, Bourbon Coffees (MG)



Apaixonado por café desde sempre e há mais de 10 anos trabalhando na área, Thiago Trovo é atualmente um dos maiores especialistas na bebida do país. Comerciante de cafés da Bourbon Specialty Coffees, uma das maiores exportadoras de specialty do mundo, seu foco é aproximar importadores e torrefadoras dos produtores brasileiros. Profissionalmente, já passou por todos os setores do café. Barista, torrador, provador, proprietário de cafeteria, consultor, comprador e hoje vendedor.

Valdeci Loterio, Centro Estadual Integrado de Educação Rural (ES)



Natural de Águia Branca, professor Graduado em Geografia e Educação Ambiental e especialista em Educação em Direitos Humanos pela Universidade Federal do Espírito Santo. Já trabalhou em escolas municipais e estaduais no interior do município. Atua em projetos Técnicos Habitacionais em parceria com as Associações de pequenos Agricultores Familiares e também professor, buscando junto aos demais profissionais a formação do estudante, valorizando suas potencialidades, coletivas e comunitárias, e efetivando uma educação diferenciada que privilegia os filhos de camponeses, visando os princípios da agroecologia.

ÍNDICE



1 Contexto	8
2 Competências transformadoras	10
A essência da colaboração.....	12
Competências técnicas e oportunidades.....	12
3 A ressignificação do campo	13
Empreender para transformar.....	15
4 Inovação e Agroempreendedorismo	16
5 Perspectivas para a cadeia do café	19
O contexto familiar.....	20
A grande família.....	21
De pai para filho/a _ e vice-versa.....	22
6 Conclusão	23

I – CONTEXTO



Descrição da imagem: Foto de sementes de café pós-colheita. Suas cores são vermelhas, verdes, algumas amarelas. Estão em uma peneira de palha, no processo de colheita.

A desvalorização do meio rural por parte da juventude tem contribuído para a constante saída de jovens para as cidades em busca de novos horizontes profissionais e pessoais, conforme aponta relatório Nescafé Plan 2015. Ao mesmo tempo, a complexidade da agricultura contemporânea, as demandas por produtos alimentares e por uma cadeia de produção sustentável e responsável aumenta a relevância dos jovens como fundamentais para o processo de desenvolvimento.

A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), realizada em 2001, aponta que das motivações para a migração, as questões familiares aparecem como as mais relevantes. No período da pesquisa, 51,5% das saídas das pessoas do campo para a cidade aconteceram pela necessidade de acompanhar a família. As migrações motivadas pela busca de oportunidades de trabalho representaram 23,1% do total.

Os jovens, neste contexto, são os mais vulneráveis às migrações, tanto pela busca de continuidade da educação formal, quanto pela busca de oportunidades de trabalho, sendo esta última o motivo mais relevante para os jovens entre 20 e 29 anos (PNAD, 2001).

Estudos importantes sobre o tema (ex.: Oliveira e Jannuzzi, 2005, e Monzoni, 2016) sugerem que embora os dados demográficos apontem para o problema da empregabilidade relacionado a esse fenômeno, há outros fatores que devem ser considerados sobre as motivações à migração da juventude do campo. Os contextos precisam ser examinados e trabalhados, considerando-se, também, os aspectos motivacionais para a permanência dessa população nos territórios rurais.

Não se trata de entender-se unicamente como um trabalhador da zona rural, mas sim como um sujeito potencialmente capaz de usar os recursos disponíveis para se produzir sustentavelmente e se tornar um empreendedor que gera valor para si, para o lugar onde vive e para a sociedade.

Para isso, é necessário criar oportunidades para que o jovem no campo desenvolva habilidades transformadoras, compreenda o valor de permanecer e empreender no campo, usar os conhecimentos locais e agregar outros, e desta maneira encontrar o seu propósito.



2 – COMPETÊNCIAS TRANSFORMADORAS

Empatia, trabalho em equipe, criatividade, liderança compartilhada, protagonismo social e autonomia são algumas das competências-chave que a atualidade exige, seja ela vivida na cidade ou no campo, segundo os especialistas que participaram do Diálogo de Valor - “Jovens Transformadores em Campo: da origem ao futuro do café”.

Criar espaços e mecanismos para que os jovens desenvolvam essas competências é um dos caminhos para que o campo seja tão ou mais interessante para a juventude empreender e contribuir para o desenvolvimento sustentável do país. “*A nossa experiência enquanto escola tem demonstrado que a grande competência que o jovem deve adquirir para continuar no campo é criar desejo em si próprio para continuar no campo*”, diz Sebastião Alves, empreendedor social reconhecido pela Ashoka e coordenador do Serta. Alves diz acreditar que o jovem do campo quer ser empresário como o da cidade, mas o grande desafio é ele empreender em seu local de origem, com as condições, os recursos e as pessoas de lá.

Uma vida com propósito é uma busca constante e um fator que pode definir a permanência do jovem no campo ou não. O importante é que ele tenha autonomia para decidir, apontam os participantes do diálogo de valor. “*A gente pode falar de várias competências técnicas, conhecimentos sobre diversos temas, mas eu acho que é muito importante o jovem descobrir qual é o propósito dele. Por que ele deve ficar no campo? O que apaixona ele no campo? Ele quer ganhar dinheiro, quer manter a terra da família? Ou ele não vê outra possibilidade na vida dele?*”, afirma Giuliana Bastos, jornalista especializada em café.



“Saber o seu propósito é uma das coisas mais importantes para manter o jovem no campo”.
Giuliana Bastos, jornalista

*“A escola tem que ser DO campo,
NO campo, COM o campo.
Aí a gente faz as transformações”.*
Sebastião Alves, Serta



“Claro que há falta de conhecimento sobre qualidade, e isso é um ponto crítico quando se fala em produção de café. O próprio cafeicultor não saber a qualidade do que ele tem, por exemplo, mas há questões muito mais intrínsecas, muito mais profundas”, complementa.

Além do propósito, a questão do protagonismo e da tomada de decisão é vista como essencial para que o jovem consiga encontrar caminhos no seu contexto para empreender, ele precisa ter isso como um fundamento seu, não pode esperar que as demandas cheguem como um convite, tem que cavar esses espaços. “Se a gente pensar a sustentabilidade em um tripé social, financeiro e ambiental, esses são conteúdos que o jovem precisa converter em atividades, em ações, a partir desse protagonismo que ele traz”, afirma Antônio Lovato, coordenador de Educação da Ashoka Brasil.

Outra competência apontada pelos debatedores é a comunicação, que perpassa habilidades de empatia – se colocar no lugar do outro, e também é uma importante ferramenta para conexão. “Uma competência que eu acho essencial para o jovem nesse meio é a sensibilidade na comunicação. Principalmente porque a gente encontra no campo pessoas mais de idade e mais jovens que estão buscando a cidade. Ter a sensibilidade de saber como se comunicar com todo esse pessoal, eu entendo como uma competência”, diz Thiago Trovo, da Bourbon Coffees.

A comunicação é vista também como um recurso importante para a interação entre os jovens e a troca de conhecimentos. “Como os jovens já estão inseridos nesse mercado das redes sociais, eles precisam formar grupos de contato para interagir entre eles, para estarem cada vez mais atualizados, conhecerem um pouco melhor o mercado – que a gente sabe que é bastante competitivo – de modo que eles consigam traçar metas e elaborar bons planos para o futuro”, afirma Valdeci Loterio, do Centro Estadual Integrado de Educação Rural.

Jaison Pongiluppi Lara, da ONG Ecoativa, ressalta ainda que democratizar o acesso à informação é um elemento base para o protagonismo juvenil no campo. “Se o jovem só vislumbrar uma vida melhor ou processos mais interessantes nas cidades ou em outro território, a gente acaba realmente perdendo essa potência do protagonismo juvenil no campo”, complementa.



Descrição da imagem: Foto de sementes de café sendo colhidas. Há mãos em volta do galho segurando-as.

A essência da colaboração

“Um ponto que eu acho muito importante é entender que você não faz as coisas sozinho. Não se pode empreender e tornar tudo maior, mais produtivo, mais eficiente, se você não trabalha isso de modo colaborativo, se não pensa coletivamente” afirma Lilian do Prado. “É preciso saber que sozinho você é forte, mas junto você é mil vezes mais forte. Mas também é preciso pensar em como esse processo deve ser estimulado e criado, porque a coisa não funciona se for de cima para baixo, tem que ser de baixo para cima, criando, formando, orientando, para poder gerar empoderamento”, complementa.

Antonio Lovato ressalta a importância de se pensar no todo. “Se um está trabalhando em um foco, enquanto o outro está trabalhando em outro foco, podemos ver como é que eles cooperam juntos para pensar no todo. Então essa relação do jovem com o campo passa sem dúvida pela articulação da rede e dos atores locais”, avalia Antonio Lovato sobre o processo para estimular o jovem a empreender no campo.



Descrição da imagem: luz do sol refletindo por entre os galhos do pé de café

Competências técnicas e oportunidades

Além dessas habilidades, outras específicas para o agroempreendedorismo foram destacadas. Para Pedro Malta, gerente de Agricultura da Nestlé, a percepção sobre qualidade do café é muito importante. “Entender o que é qualidade de produto e qualidade de processo, que são tecnologias um pouco complicadas, mas facilmente traduzíveis para a realidade rural, facilita muito e é uma competência desejável para o jovem ter sucesso naquilo que ele vai empreender”, afirma Stenio Lister Orletti, da Robusta Coffee. “Enquanto o jovem não buscar essa informação – que existe – ele não vai conseguir administrar. A fazenda e o campo são tão complexo quanto qualquer empresa. Se você não procurar seus cursos, você não vai conseguir dar andamento àquilo que o seu pai vem fazendo há vários anos.” A gestão da propriedade, com foco na administração de custos, também é considerada uma competência importante, acrescenta Nilson Araújo Barbosa, da Incaper.

“É importante entender sobre educação financeira. Alguns conhecimentos são fundamentais e se o empreendedor tiver esses conhecimentos, ele vai ser bom em muitas outras áreas. Conhecimento financeiro é para a vida, é para todo mundo”, conclui Lílian do Prado, fundadora da ONG Acreditar e empreendedora social reconhecida pela Ashoka.

3 – A RESSIGNIFICAÇÃO DO CAMPO



Descrição da imagem: foto de folhas do pé de café na fase inicial de crescimento e amadurecimento. São verdes e em grande quantidade. Estão no solo.

Como já citado, a desvalorização do meio rural por parte da juventude tem contribuído para a constante saída de jovens para as cidades. Ao mesmo tempo, a complexidade da agricultura contemporânea, as demandas por produtos alimentares e por uma cadeia de produção sustentável e responsável aumenta a relevância dos jovens como fundamentais para o processo de desenvolvimento.

Ao analisar os fatores que levam o jovem a querer deixar o campo, deve-se ir além da questão da oportunidade de educação formal e de renda, e considerar também a dimensão pessoal que faz conectar o jovem ao campo. A ressignificação sobre o que é o campo e as atividades produtivas a ele ligadas é necessária. Para isso, é fundamental um processo de escuta, diálogo e compreensão sobre quem são esses jovens, quais são seus valores e vocações, para assim tornar real um cenário de percepção dessa juventude sobre as riquezas da terra e as grandes oportunidades de se empreender e gerar valor com aquilo que se produz.

Há vários estigmas e estereótipos em relação ao campo que precisam ser superados para torná-lo atrativo ao jovem. *“O jovem só precisa de oportunidades melhores para se desenvolver. Ele não precisa sair do campo e ir para a cidade para crescer. O que ele precisa de fato são oportunidades no campo que possibilitem o seu desenvolvimento, e assim tornar-se empreendedor, inovador, produtor, um ser humano que vá ajudar a construir o país do futuro”*, afirma Sebastião Alves, do Sertão.

“Quando você olha para as famílias que são produtoras de café, é comum dizer que estar no campo é sinônimo de muito trabalho, de acordar cedo, de vida muito dura. A gente fala tantas vezes sobre isso, que vai entrando na nossa cabeça. Então, eu acho muito importante ressignificar o trabalho no campo como uma força, e não fraqueza”, afirma Lilian do Prado, da Acreditar.



“Eu venho de um meio rural em que a gente cresce ouvindo que quem não estuda fica na enxada – por que eu vou querer ficar na enxada? Como é que você ressignifica isso e começa a criar um novo valor para quem está no campo, para o jovem se ver lá. Às vezes a nossa raiz está lá, mas o mundo inteiro está dizendo para gente fazer outra coisa. A sociedade está dizendo que a gente tem que ser outra coisa, a escola está dizendo que a gente tem que ser outra coisa, porque isso não vai gerar a felicidade que a gente procura. Como é que a gente vai quebrar isso?”, questiona.



“Estar no campo é sinônimo de vida muito dura. É importante ressignificar isso para tornar uma força, não uma fraqueza”.

Lilian Prado, Acreditar

Empreender para transformar



O agroempreendedorismo é apontado pelos especialistas como uma maneira de agregar valor para o campo e trazer novas oportunidades para o desenvolvimento e para o bem-estar humano das pessoas envolvidas. *“Eu ouço muito algumas famílias falando que a produção é desanimadora, devido aos empecilhos e dificuldades. A maioria desses filhos de camponeses, ao se deparar com esses desafios em relação à colheita, ao cultivo do café, não se sentir desgastados. E os pais falam para os filhos: vai para a cidade, que lá você vai ter um salário fixo, vai ser mais compensador para você, não segue o ramo do seu pai, não”,* afirma Valdeci Loterio, do Instituto Capixaba de Pesquisa, Assistência Técnica e Extensão Rural (Incaper). *“Precisamos trabalhar a cabeça das famílias, mostrar que ainda é possível produzir um produto de qualidade”,* complementa.

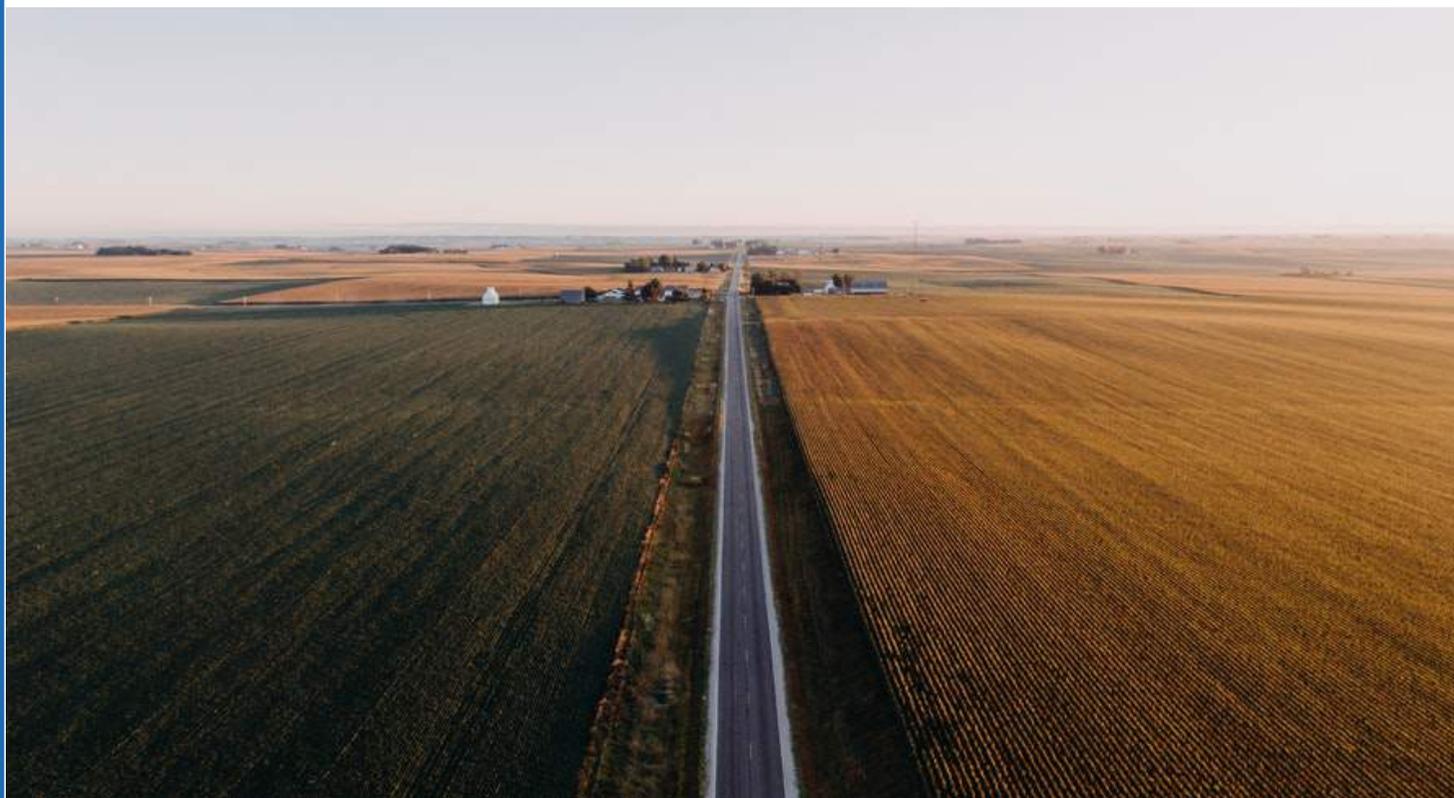
“Para mim é muito importante essa questão do empreendedorismo para transformar essa realidade do jovem no campo. Quem empreende tem um propósito e esse propósito faz com que a pessoa encare situações totalmente contrárias a qualquer sonho. Acho muito importante essa questão do ressignificado, de repensar essa realidade. Porque é difícil na cidade também. Quem aqui vive bem na cidade? A gente trabalha muito, não consegue usufruir do que a cidade tem de bom, não consegue ter contato com a natureza, então na cidade também é difícil”, afirma Giuliana Bastos.

Jaison Lara, da ONG Ecoativa, acrescenta que o ressignificado também cabe às periferias das grandes cidades. *“A gente está em uma área de produção ambiental, zona rural dentro da cidade [Grajaú-SP], os produtores orgânicos estão lá, mas a gente não acessa esse alimento. A gente não consegue aproximar uma tecnologia de agricultura orgânica que vem das bordas, que vem da periferia. Tem que ressignificar o lugar, saber qual o lugar das periferias nas cidades. Quando se pensa na periferia é sempre o lugar que falta, o lugar que não tem, mas na verdade é o lugar das conexões e responsabilidades, a periferia conversa com a cidade e com o campo. Está nas bordas, nas margens. A gente tem que aproximar o povo dessa discussão”,* conclui Lara.

4 – INOVAÇÃO E AGROEMPREENDEDORISMO

A correlação da inovação com os avanços tecnológicos é inevitável. Por outro lado, a inovação vai muito além de novas tecnologias. Muitas vezes, está em estabelecer novos laços, em reconhecer os conhecimentos locais, em agregar o novo à tradição. “A experiência da Nestlé tem mostrado que a inovação certamente mais aproveitável e de fato importante é aquela que busca aproximar o saber fazer atual a conhecimentos muito antigos, é aquela que aproxima a agricultura de hoje de práticas mais amigáveis ao meio ambiente”, afirma Pedro Malta, da Nestlé. “Isso pode estar dentro do arcabouço da agroecologia, da produção orgânica e de tantas outras linhas de trabalho. Eu vejo que a inovação que faz a diferença é a que ensina, que mostra na prática a aproximação de técnicas agrícolas mais amigáveis. E não estou falando de equipamentos e tecnologias caras, mas que possam conservar o solo, produzir água, preservar a natureza e ampliar o entendimento em torno daquilo que é o seu objetivo”, complementa.

A inovação por si só não é o suficiente, pondera Valdeci Loterio. “Eu acredito que essa inovação é transformadora quando traz resultados – mais produção e menos custo. Mas também não adianta nada só gerar inovação, pois ela precisa ser mais explicada, mais ensinada também, para que as pessoas compreendam o que ela pode fazer, o que pode trazer de benefício para a vida desses jovens ou de suas famílias.”



Créditos: Tom Zittergruen (Unsplash)

Descrição da imagem: vista aérea de um amplo terreno onde há plantação e cultivo, representando o agronegócio. No meio há uma estrada, e mais além pequenas casas.

“Uma situação importante na atividade do café é a inovação para deixar o trabalho menos penoso”, afirma Nilson Barbosa, para quem a inovação precisa estar a serviço da eficiência e da eficácia da produção. “Porém, em muitos locais, no interior dos municípios, você não tem acesso ao sinal de telefone. E a internet então seria algo esplêndido.”

Thiago Trovo, da Bourbon Coffees, também acredita que soluções simples podem trazer vários benefícios. *“Eu sinto que a maior inovação que a gente teve nos últimos anos foi na maneira de se comunicar com os produtores. Nas principais microrregiões onde a gente trabalha, o pessoal está tendo acesso ao WhatsApp, que acaba sendo uma ferramenta para dividir conhecimento. Abre a possibilidade de eu, dentro do escritório, me comunicar com aquela microrregião e saber como é que está o tempo lá, saber se choveu, e dividir o que está dando certo de um e de outro”, afirma Trovo.*



“Quando a inovação for humanizada e democrática ela vai ser bem interessante, ao pensar sobretudo no jovem. Eu acho que a inovação caminha também para uma linha de o jovem entender o território. Se ele consegue ver os recursos que ele tem localmente, essa inovação acaba por si só acontecendo. A coisa histórica de ele entender como é que nasce, de onde vem, toda essa bagagem é transformada em ferramentas interessantes para ele atuar e para fazer com que essa inovação seja realmente transformadora”.

Jaison Lara, Ecoativa

Lilian do Prado, da Acreditar, que implementa atividades de microcrédito no interior de Pernambuco, afirma que sua inovação não está diretamente relacionada ao microcrédito. *“Isso não é uma coisa nova. Mas quando a gente começou a fazer, a gente pensou que era preciso dar mais do que dinheiro, era preciso também orientar, apoiar e se sentir corresponsável. Às vezes inovar não é criar uma coisa extraordinária, mas pegar algo que você já conhece, que já existe, colocar algumas coisas para criar uma inovação que vai ser transformadora para aquela comunidade. Inovar também é conhecer os problemas, os desafios, pensar como é que você cria com quem está dentro, para que as inovações façam sentido, e façam parte daquele contexto”*, afirma.

Antonio Lovato, da Ashoka Brasil, acrescenta: *“Para pensar em uma inovação que transforma, a gente tem que pensar em uma transformação que dá sentido. Não basta ir somente para o lado da questão financeira – que é claro que transforma e dá sentido por um lado –, é preciso ver como a gente transforma as relações no campo, seja a relação com o ambiente, seja em relação entre as pessoas que estão articuladas para fazer aquilo acontecer. Para isso, a gente vai pensar em educação, em tecnologias que não são só as tecnologias de automação, mas as tecnologias educacionais e sociais, porque a gente está buscando um sentido mais amplo desse contexto.”*

“A gente tem que pensar em inovação para o nível local, para aquelas pessoas, para aquela comunidade. E pensar em ampliar aos poucos essa inovação, ir construindo essa inovação, como quem constrói uma parede, tijolo a tijolo, porque a inovação não é um bicho de sete cabeças.

Inovação não é só tecnologia”.

Sebastião Alves, Serta



5 – PERSPECTIVAS PARA A CADEIA DO CAFÉ



Descrição da imagem: foto com zoom de um saco de café contendo os grãos.

A qualidade do café vai além do produto em si. Ela tem de estar alinhada em todas as fases da cadeia de valor, no processo de produção e processamento do café, dos produtores aos consumidores. O jovem se insere nesse cenário em toda cadeia produtiva e também como consumidor. No entanto, apesar de o consumo do café ter aumentado consideravelmente nos últimos anos, a produção do mesmo tem decrescido em algumas regiões, como no Espírito Santo, por exemplo.

“Enquanto a gente não investir em novas tecnologias, em novos formatos de trabalho para que possamos produzir mais, não iremos conseguir atender essa demanda” afirma Stenio Orletti. Ele considera que o jovem hoje entra nesse mercado trazendo inovações, bebidas novas, novos formatos de se tomar café. “O jovem tem essa capacidade e essa vontade de trazer toda essa inovação. Eu acredito muito na qualidade do café, eu vejo o café também indo um pouco para o lado do que aconteceu com as cervejas artesanais. A gente vê, em muito em seminários, jovens procurando curso de barista, aprendendo sobre a qualidade do café, e eu acredito mesmo que vão começar a existir pequenas torrefações que vão trabalhar com cafês especiais e vão melhorar a qualidade do café que a gente toma no nosso dia a dia”, Stenio Orletti.

Giuliana Bastos também é otimista: *“Eu vejo perspectivas enormes para o café. Hoje a gente vê todo um universo de cafeterias que promovem um café de qualidade. Trabalhar na qualidade no campo é estimular o jovem a ficar, porque quando você tem qualidade, você consegue ter um valor agregado maior.”*

Para ela, outro fator importante é as empresas estarem apoiando os seus fornecedores. *“Tudo está caminhando para a gente ter um mercado mais estruturado e o jovem ter espaço em todos os pontos da cadeia, não só no campo, mas também no contato com o cliente, mostrando seu produto”*, afirma.

“Os resultados práticos aparecerão quando nós observarmos exemplos concretos de jovens que estão conduzindo as atividades dos seus pais, produzindo café, com perspectivas de futuro, ideias, desenvolvendo novos produtos, introduzindo novas variedades e felizes acima de tudo, felizes com o que fazem”.

Pedro Malta, Nestlé



O contexto familiar

Para Pedro Malta, pensar em inovação e perspectivas para os jovens na cadeia do café requer necessariamente abordar o contexto da família. *“A vida é um ciclo, os jovens estão vindo, e talvez um pequeno movimento de dar um pouco de espaço para discutir, dar ideias, lançar novas formas de trabalhar, já é uma motivação. O Brasil acabou sendo implementador e um ninho de novas ideias de padrões e referências de produção de café. Sejam os códigos de conduta, check lists, ou até mesmo currículos, como a plataforma global do café desenvolveu e vem implementando, todos são referências que permitem que os jovens e suas famílias analisem a situação atual e proponham novas formas de trabalhar”*, diz.

Sebastião Alves ressalta o conflito entre gerações, mas que, para ele, logo é contornado quando há a possibilidade de o jovem mostrar seu potencial. *“Eu acho que isso não é um problema a ser considerado como grave. É um problema que tem fácil solução. Nós temos muito exemplo disso no semiárido, a região mais pobre do Brasil, onde o jovem não tem valor, é desacreditado. Mas na primeira ação em que ele apresenta resultados positivos, a família imediatamente se junta a ele, e ele vira referência da família, vira orgulho da família e passa a ser tutor dos pais, passa a ser o técnico da propriedade, o administrador do empreendimento rural”*, acrescenta.

A grande família



“A família do interior é todo mundo. Minha família não é só meu pai, só meus irmãos, ela é meu pai, meus irmãos, meus tios, minhas cunhadas. Todo mundo está junto o tempo inteiro, e todo mundo se intromete um pouco no negócio. Todo mundo tem sua receita, mas nem todo mundo sabe prepará-la. Quando a gente começou a ter essas inovações no nosso mercado, na nossa cultura de café, todos os meus tios falaram: ‘não, isso está errado, desse jeito que você está fazendo está errado’, e nós, aos poucos, mostrando custos, mostrando o rendimento maior que estávamos tendo.

Hoje, a maioria – não são todos ainda – mas a grande maioria já está mudando o pensamento, já está vendo que eles podem produzir com qualidade, com um custo menor, e podem aceitar nossas ideias. Eles aprenderam muito e a gente valoriza muito toda essa experiência deles, a gente não toma decisões sem consultá-los antes, mas a gente procura inovações dentro da nossa lavoura. É um desafio. Eu acho que os pais hoje não estão preparados para absorver essas inovações que os filhos estão trazendo. Muitos acham: “não, ele está querendo me ensinar um negócio que eu faço há 40 anos, há 30 anos”.

Temos que preparar não somente os filhos, mas também os pais para absorver todas essas inovações” .

Stenio Orletti, Robusta Coffee Comércio de Café

Consumo anual per capita de café:

Brasil – 6,2 kg
Finlândia – 12 kg

(fontes: Abic – Ass. Bras. da Indústria de Café e OIC – Org. Internacional

De pai para filho/a e vice-versa

“Eu digo que eu sou abençoado, porque às vezes você tem muita resistência da família, mas desde o início meu pai diz o seguinte: eu não planto um pé de milho, de feijão, de café, sem consultar meus filhos. Meu pai teve uma cabeça muito aberta do ponto de vista de inovações. O interessante é que quando você consegue ter uma sinergia com o pai, tem muitas decisões que o meu pai diz: ‘você é que sabe’, mas tem muitas decisões que você precisa tomar que é fundamental ouvi-lo, porque a experiência que ele tem de vida nos ajuda a tomar decisões mais assertivas. Hoje eu tenho minha atividade fora, mas ainda estou muito conectado com a atividade da família. Eles fazem a parte de acompanhamento da terra, mas nos finais de semana eu acompanho. Na parte de custos, eles fazem as anotações, eu faço a transcrição para o Excel para saber onde pode cortar, melhorar. É uma questão muito pessoal também: eu tenho essa relação muito forte com a família e não quero nunca me distanciar”

Nilson Barbosa, Incaper



6 – CONCLUSÃO



Empreender e inovar no campo pode ser bem desafiador e, ao mesmo tempo, um universo cheio de oportunidades. Nesse contexto, promover estratégias que possibilitem que os jovens que vivem no meio rural tenham acesso a conhecimentos de ponta, sejam despertados – e provocados – para criar e se reinventar e sejam valorizados por isso, são aspectos fundamentais.

A roda de conversa **“Jovens Transformadores em Campo: da origem ao futuro do café”** nos trouxe diversos insumos para pensarmos em como a Nestlé e a Ashoka Brasil podem unir esforços e expertise para contribuir com o desenvolvimento sustentável.

Como resultado, iremos realizar um programa de formação de agroempreendedorismo para jovens no campo. Acreditamos que todos podem ser agentes de transformação social positiva, e apostar na juventude é uma contribuição importante para o futuro do café – e do país.



Descrição da imagem: registro do evento *Jovens Transformadores em Campo: da origem ao futuro do café*. Homens e mulheres reunidos. Ao fundo há um cartaz com todo o processo de design thinking do Diálogo de Valor.

