

**Veículo:** Revista Procampo

**Data:** 26/11/2018

**Link:** <https://www.revistaprocampo.com.br/2018/11/26/encontro-de-cafeicultores-recebe-mais-de-750-pessoas-no-ifes-de-alegre/>

# Encontro de cafeicultores recebe mais de 750 pessoas no Ifes de Alegre

26 de novembro de 2018

👁 247 🗨 0



Lotação máxima no auditório do Ifes – Campus de Alegre - Foto: Caparaó Jr.

Com o objetivo de fomentar a produção de cafés especiais e alavancar as regiões produtoras, eram aguardadas cerca de 450 pessoas no auditório principal do Ifes – *campus* de Alegre, em Rive, Alegre (ES). Entretanto, 772 pessoas passaram pelo 8º Encontro de Cafeicultores. Com programação variada, o evento tinha três palestras na parte matutina do evento e mais de uma dezena de minicursos e oficinas voltadas à atividade cafeeira no período da tarde.

Logo na chegada, uma cafeteria especialmente montada para o evento, servia cafés especiais das regiões atendidas. Cafés filtrados, expressos, *drinks* com café e cappuccinos eram servidos aos participantes. Para a barista da Caparaó Jr., Sara Ferreira, muitos produtores produzem seus cafés e os vendem, mas não conseguem prova-los da melhor maneira. "É interessante que os produtores saibam o que eles estão produzindo. O produtor precisa saber o que o outro lado da xícara quer provar. O mercado de cafés especiais é dinâmico, logo, eles têm que ficar por dentro das tendências do setor e assim melhorar cada vez mais".

Quatro vezes campeão de edições do *Coffee of the Year* (2014, 2015, 2016 e 2018), em Belo Horizonte (MG), o café do Caparaó pleiteia o reconhecimento, no Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI, de sua Denominação de Origem de Cafés Especiais, através dos esforços dos parceiros cafeicultores que se encontram finalizando os documentos formais exigidos para submissão àquele órgão. Pensando nisso, palestras de extrema importância foram trazidas ao evento. A primeira, apresentada pelo Luís Fernando Macha Moreira, da PROBAT, falou sobre os desafios do mercado interno de cafés especiais. Em seguida, foi a vez dos irmãos Thiago Borba (Burgeon) e Tércio Borba (3Brothers), relatarem as experiências dos cafés da região do Caparaó em países como a Austrália, Nova Zelândia e Japão. Logo, a produtora e empresária, Cecília Nakao, apresentou a evolução da região do Caparaó em eventos de cunho nacional e internacional.

No período da tarde, os produtores puderam se capacitar em oficinas e minicursos que tinham como temas desde a implantação de lavouras, até comercialização, gestão da qualidade, colheita e pós-colheita, marketing digital. Outras capacitações também foram muito requisitadas, tais como a preparação de café para concurso, manejo do mato, e introdução à atividade de barista. Além das capacitações, aconteceu o CupTasting, que viu realizar triangulações com cafés coados e os participantes teriam que identificar a xícara que estava diferente. Ao todo, 20 pessoas participaram do CupTasting, que premiou a dupla vencedora com um curso de classificação física e sensorial de café.

Para o presidente da Caparaó Jr., Lucas Fonseca Ferreira, o encontro cumpriu com os objetivos. “Nosso evento é a oportunidade dos produtores levarem pra casa tudo aquilo que investem em nós durante todo o ano. Não esperávamos esse tanto de pessoas (772), mas ficamos muito contentes com a presença de todos.”

### **A Empresa Jr.**



*Caparaó Jr. é formada por alunos do curso superior de Tecnologia em Cafeicultura. Foto: Divulgação*

Há quase dez anos atendendo à cafeicultura regional, a empresa júnior formada por alunos do Curso Superior de Cafeicultura do Ifes – Campus de Alegre – Caparaó Júnior – tem um papel muito importante no desenvolvimento de cafés especiais, por ter conseguido integrar ações de pesquisa aplicada, capacitação de produtores, inovação, extensão rural e assistência técnica em mais de 56 comunidades rurais, atingindo a mais de 1.600 famílias em três estados (ES, MG e RJ). Além disso, tem sido contratada por diversos órgãos públicos e privados para atendimentos específicos, o que se traduz em ganho na renda familiar e oferta de melhores cafés para o mercado consumidor. (Fonte: Comunicação Caparaó Jr.)