Fomento às Indicações Geográficas e Marcas Coletivas

Volume 2: O Caso da Alta Mogiana



Rubmara Ketzer Oliveira
Eduardo Eugênio Spers
(Organizadores)

EDITORA ARTEMIS
2026

Fomento às Indicações Geográficas e Marcas Coletivas

Volume 2: O Caso da Alta Mogiana



Rubmara Ketzer Oliveira
Eduardo Eugênio Spers
(Organizadores)

EDITORA ARTEMIS
2026

2026 *by Editora Artemis*
Copyright © Editora Artemis
Copyright do Texto © 2026 Os autores
Copyright da Edição © 2026 Editora Artemis

O conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons Atribuição-Não-Comercial NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0). Direitos para esta edição cedidos à Editora Artemis pelos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento, desde que sejam atribuídos créditos aos autores, e sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

A responsabilidade pelo conteúdo dos artigos e seus dados, em sua forma, correção e confiabilidade é exclusiva dos autores. A Editora Artemis, em seu compromisso de manter e aperfeiçoar a qualidade e confiabilidade dos trabalhos que publica, conduz a avaliação cega pelos pares de todos manuscritos publicados, com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

Editora Chefe	Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira
Editora Executiva	M.ª Viviane Carvalho Mocellin
Direção de Arte	M.ª Bruna Bejarano
Diagramação	Elisangela Abreu
Organizadores	Profª Drª Rubmara Ketzer Oliveira
	Prof. Dr. Eduardo Eugênio Spers
Financiamento	Este trabalho contou com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), processo nº 2023/10119-7
Imagem da Capa	Profª Drª Rubmara Ketzer Oliveira - Arquivo pessoal
Bibliotecário	Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

Conselho Editorial

Prof.ª Dr.ª Ada Esther Portero Ricol, *Universidad Tecnológica de La Habana "José Antonio Echeverría"*, Cuba
Prof. Dr. Adalberto de Paula Paranhos, Universidade Federal de Uberlândia, Brasil
Prof. Dr. Agustín Olmos Cruz, *Universidad Autónoma del Estado de México*, México
Prof.ª Dr.ª Amanda Ramalho de Freitas Brito, Universidade Federal da Paraíba, Brasil
Prof.ª Dr.ª Ana Clara Monteverde, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina
Prof.ª Dr.ª Ana Júlia Viamonte, Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal
Prof. Dr. Ángel Mujica Sánchez, *Universidad Nacional del Altiplano*, Peru
Prof.ª Dr.ª Angela Ester Mallmann Centenaro, Universidade do Estado de Mato Grosso, Brasil
Prof.ª Dr.ª Begoña Blandón González, *Universidad de Sevilla*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Carmen Pimentel, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil
Prof.ª Dr.ª Catarina Castro, Universidade Nova de Lisboa, Portugal
Prof.ª Dr.ª Cirila Cervera Delgado, *Universidad de Guanajuat*o, México
Prof.ª Dr.ª Cláudia Neves, Universidade Aberta de Portugal
Prof.ª Dr.ª Cláudia Padovesi Fonseca, Universidade de Brasília-DF, Brasil

Editora Artemis
Curitiba-PR Brasil
www.editoraartemis.com.br
e-mail:publicar@editoraartemis.com.br

Prof. Dr. Cleberton Correia Santos, Universidade Federal da Grande Dourados, Brasil
Dr. Cristo Ernesto Yáñez León – New Jersey Institute of Technology, Newark, NJ, Estados Unidos
Prof. Dr. David García-Martul, *Universidad Rey Juan Carlos de Madrid*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Deuzimar Costa Serra, Universidade Estadual do Maranhão, Brasil
Prof.ª Dr.ª Dina Maria Martins Ferreira, Universidade Estadual do Ceará, Brasil
Prof.ª Dr.ª Edith Luévano-Hipólito, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, México
Prof.ª Dr.ª Eduarda Maria Rocha Teles de Castro Coelho, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal
Prof. Dr. Eduardo Eugênio Spers, Universidade de São Paulo (USP), Brasil
Prof. Dr. Eloi Martins Senhoras, Universidade Federal de Roraima, Brasil
Prof.ª Dr.ª Elvira Laura Hernández Carballido, *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*, México
Prof.ª Dr.ª Emilas Darlene Carmen Lebus, *Universidad Nacional del Nordeste*, Argentina
Prof.ª Dr.ª Erla Mariela Morales Morgado, *Universidad de Salamanca*, Espanha
Prof. Dr. Ernesto Cristina, *Universidad de la República*, Uruguay
Prof. Dr. Ernesto Ramírez-Briones, *Universidad de Guadalajara*, México
Prof. Dr. Fernando Hitt, *Université du Québec à Montréal*, Canadá
Prof. Dr. Gabriel Díaz Cobos, *Universitat de Barcelona,* Espanha
Prof.ª Dr.ª Gabriela Gonçalves, Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal
Prof.ª Dr.ª Galina Gumovskaya – Higher School of Economics, Moscow, Russia
Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointer Malpass, Universidade Federal do Triângulo Mineiro, Brasil
Prof.ª Dr.ª Gladys Esther Leoz, *Universidad Nacional de San Luis,* Argentina
Prof.ª Dr.ª Glória Beatriz Álvarez, *Universidad de Buenos Aires,* Argentina
Prof. Dr. Gonçalo Poeta Fernandes, Instituto Politécnido da Guarda, Portugal
Prof. Dr. Gustavo Adolfo Juarez, *Universidad Nacional de Catamarca*, Argentina
Prof. Dr. Guillermo Julián González-Pérez, *Universidad de Guadalajara, México*
Prof. Dr. Håkan Karlsson, *University of Gothenburg*, Suécia
Prof.ª Dr.ª Iara Lúcia Tescarollo Dias, Universidade São Francisco, Brasil
Prof.ª Dr.ª Isabel del Rosario Chiyon Carrasco, *Universidad de Piura*, Peru
Prof.ª Dr.ª Isabel Yohena, *Universidad de Buenos Aires,* Argentina
Prof. Dr. Ivan Amaro, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil
Prof. Dr. Iván Ramon Sánchez Soto, *Universidad del Bío-Bío*, Chile
Prof.ª Dr.ª Ivânia Maria Carneiro Vieira, Universidade Federal do Amazonas, Brasil
Prof. Me. Javier Antonio Albornoz, *University of Miami and Miami Dade College*, Estados Unidos
Prof. Dr. Jesús Montero Martínez, *Universidad de Castilla - La Mancha*, Espanha
Prof. Dr. João Manuel Pereira Ramalho Serrano, Universidade de Évora, Portugal
Prof. Dr. Joaquim Júlio Almeida Júnior, UniFIMES - Centro Universitário de Mineiros, Brasil
Prof. Dr. Jorge Ernesto Bartolucci, *Universidad Nacional Autónoma de México*, México
Prof. Dr. José Cortez Godinez, Universidad Autónoma de Baja California, México
Prof. Dr. Juan Carlos Cancino Diaz, Instituto Politécnico Nacional, México
Prof. Dr. Juan Carlos Mosquera Feijoo, *Universidad Politécnica de Madrid*, Espanha
Prof. Dr. Juan Diego Parra Valencia, *Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín*, Colômbia



Editora Artemis
Curitiba-PR Brasil
www.editoraartemis.com.br
e-mail:publicar@editoraartemis.com.br

Prof. Dr. Juan Manuel Sánchez-Yáñez, *Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo,* México
Prof. Dr. Juan Porras Pulido, *Universidad Nacional Autónoma de México*, México
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil
Prof. Dr. Leinig Antonio Perazolli, Universidade Estadual Paulista (UNESP), Brasil
Prof.ª Dr.ª Lívia do Carmo, Universidade Federal de Goiás, Brasil
Prof.ª Dr.ª Luciane Spanhol Bordignon, Universidade de Passo Fundo, Brasil
Prof. Dr. Luis Fernando González Beltrán, *Universidad Nacional Autónoma de México*, México
Prof. Dr. Luis Vicente Amador Muñoz, *Universidad Pablo de Olavide*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Macarena Esteban Ibáñez, *Universidad Pablo de Olavide*, Espanha
Prof. Dr. Manuel Ramiro Rodriguez, *Universidad Santiago de Compostela*, Espanha
Prof. Dr. Manuel Simões, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, Portugal
Prof.ª Dr.ª Márcia de Souza Luz Freitas, Universidade Federal de Itajubá, Brasil
Prof. Dr. Marcos Vinicius Meiado, Universidade Federal de Sergipe, Brasil
Prof.ª Dr.ª Mar Garrido Román, *Universidad de Granada*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Margarida Márcia Fernandes Lima, Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil
Prof.ª Dr.ª María Alejandra Arecco, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina
Prof.ª Dr.ª Maria Aparecida José de Oliveira, Universidade Federal da Bahia, Brasil
Prof.ª Dr.ª Maria Carmen Pastor, *Universitat Jaume I*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Maria da Luz Vale Dias – Universidade de Coimbra, Portugal
Prof.ª Dr.ª Maria do Céu Caetano, Universidade Nova de Lisboa, Portugal
Prof.ª Dr.ª Maria do Socorro Saraiva Pinheiro, Universidade Federal do Maranhão, Brasil
Prof.ª Dr.ª MªGraça Pereira, Universidade do Minho, Portugal
Prof.ª Dr.ª Maria Gracinda Carvalho Teixeira, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil
Prof.ª Dr.ª María Guadalupe Vega-López, *Universidad de Guadalajara, México*
Prof.ª Dr.ª Maria Lúcia Pato, Instituto Politécnico de Viseu, Portugal
Prof.ª Dr.ª Maritza González Moreno, *Universidad Tecnológica de La Habana*, Cuba
Prof.ª Dr.ª Mauriceia Silva de Paula Vieira, Universidade Federal de Lavras, Brasil
Prof. Dr. Melchor Gómez Pérez, Universidad del Pais Vasco, Espanha
Prof.ª Dr.ª Ninfa María Rosas-García, Centro de Biotecnología Genómica-Instituto Politécnico Nacional, México
Prof.ª Dr.ª Odara Horta Boscolo, Universidade Federal Fluminense, Brasil
Prof. Dr. Osbaldo Turpo-Gebera, *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa*, Peru
Prof.ª Dr.ª Patrícia Vasconcelos Almeida, Universidade Federal de Lavras, Brasil
Prof.ª Dr.ª Paula Arcoverde Cavalcanti, Universidade do Estado da Bahia, Brasil
Prof. Dr. Rodrigo Marques de Almeida Guerra, Universidade Federal do Pará, Brasil
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares, Universidade Federal do Piauí, Brasil
Prof. Dr. Sergio Bitencourt Araújo Barros, Universidade Federal do Piauí, Brasil
Prof. Dr. Sérgio Luiz do Amaral Moretti, Universidade Federal de Uberlândia, Brasil
Prof.ª Dr.ª Silvia Inés del Valle Navarro, *Universidad Nacional de Catamarca*, Argentina
Prof.ª Dr.ª Solange Kazumi Sakata, Instituto de Pesquisas Energéticas e Nucleares (IPEN)- USP, Brasil
Prof.ª Dr.ª Stanislava Kashtanova, *Saint Petersburg State University,* Russia



Editora Artemis
Curitiba-PR Brasil
www.editoraartemis.com.br
e-mail:publicar@editoraartemis.com.br

Prof.ª Dr.ª Susana Álvarez Otero – Universidad de Oviedo, Espanha
Prof.ª Dr.ª Teresa Cardoso, Universidade Aberta de Portugal
Prof.ª Dr.ª Teresa Monteiro Seixas, Universidade do Porto, Portugal
Prof. Dr. Valter Machado da Fonseca, Universidade Federal de Viçosa, Brasil
Prof.ª Dr.ª Vanessa Bordin Viera, Universidade Federal de Campina Grande, Brasil
Prof.ª Dr.ª Vera Lúcia Vasilévski dos Santos Araújo, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil
Prof. Dr. Wilson Noé Garcés Aguilar, *Corporación Universitaria Autónoma del Cauca*, Colômbia
Prof. Dr. Xosé Somoza Medina, *Universidad de León*, Espanha

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

F672 Fomento às Indicações Geográficas e Marcas Coletivas [livro eletrônico] : Volume 2: O Caso da Alta Mogiana / Organizadores Rubmara Ketzer Oliveira, Eduardo Eugênio Spers. – 1. ed. – Curitiba, PR: Editora Artemis, 2026.

Formato: PDF
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia
ISBN 978-65-82858-17-8
DOI 10.37572/EdArt_060826178

1. Indicações geográficas. 2. Marcas coletivas. 3. Alta Mogiana (SP). I. Ketzer Oliveira, Rubmara. II. Spers, Eduardo Eugênio.

CDD 341.758

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422



Editora Artemis
Curitiba-PR Brasil
www.editoraartemis.com.br
e-mail:publicar@editoraartemis.com.br

PRÓLOGO

Este livro é fruto do Projeto **"Fomento das indicações geográficas para desenvolvimento sustentável no campo: Indicações geográficas, relação custo-benefício para agroalimentos e difusão da prática como forma de agregar valor aos sistemas agrícolas brasileiros"**, desenvolvido na Universidade de São Paulo, por meio da Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiroz" (ESALQ/USP), com financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), processo nº 2023/10119-7.

Os organizadores e autores registram seu reconhecimento e agradecimento à FAPESP pelo apoio institucional e financeiro, fundamental para a realização das pesquisas de campo, visitas técnicas, análises, articulações interinstitucionais e atividades de difusão científica que tornaram possível a construção desta obra. O suporte concedido reafirma a relevância das políticas públicas de fomento à pesquisa para o avanço do conhecimento aplicado ao desenvolvimento territorial sustentável.

As Indicações Geográficas consolidaram-se, nas últimas décadas, como importantes instrumentos de valorização territorial, capazes de articular origem, identidade, produção, cultura, conhecimento tradicional e desenvolvimento econômico. Em países como o Brasil, marcados por grande diversidade ambiental, produtiva e sociocultural, esses mecanismos assumem papel estratégico ao reconhecer singularidades locais, fortalecer arranjos produtivos, estimular a cooperação entre os atores e promover formas coletivas de agregação de valor.

Esta obra dá continuidade às reflexões iniciadas no primeiro volume, dedicado à Serra da Canastra e à experiência de consolidação do Queijo Canastra como produto de origem reconhecida. Se naquele contexto a análise se concentrou nas relações entre tradição, patrimônio cultural, organização produtiva e reconhecimento territorial, o presente volume volta-se à Alta Mogiana, região historicamente vinculada à cafeicultura e reconhecida pela produção de cafés especiais de elevada qualidade.

Ao longo de seus 14 capítulos, este Volume II reúne estudos que analisam a Indicação Geográfica Alta Mogiana sob diferentes perspectivas, integrando contribuições da história, geografia, agronomia, economia, administração, gestão, educação, inovação, sustentabilidade, comunicação e comportamento do consumidor. O conjunto evidencia que uma Indicação Geográfica não se limita à delimitação de um território ou à concessão de um registro formal. Sua consolidação depende da interação entre recursos naturais, conhecimentos produtivos, instituições, estratégias de governança, relações de mercado e significados construídos coletivamente.

Os capítulos iniciais recuperam a trajetória histórica da **Indicação Geográfica Alta Mogiana** a partir da visão de seus pioneiros e do engajamento dos stakeholders que participaram de sua construção. Em seguida, a obra aborda os processos de

uso e ocupação do território, as transformações econômicas e sociais da região e as possibilidades de integração entre cafeicultura, Indicação Geográfica, desenvolvimento territorial e turismo. A caracterização ambiental complementa essa leitura ao apresentar as dinâmicas de uso e cobertura da terra, as condições climáticas e edáficas e os desafios relacionados à conservação dos atributos naturais que sustentam a qualidade e a identidade dos cafés produzidos na região.

Na sequência, o livro amplia a análise para o sistema agroindustrial do café no Brasil, situando a Alta Mogiana em um contexto marcado por transformações produtivas, mudanças regulatórias, exigências socioambientais e novas tendências de consumo. A discussão sobre território, qualidade e reputação demonstra como a origem geográfica, a tradição produtiva e as condições edafoclimáticas contribuem para a diferenciação do café e para a construção de confiança junto ao mercado. A Indicação Geográfica assume, assim, o papel de sinal de procedência e autenticidade, capaz de reduzir incertezas e ampliar o valor percebido dos produtos associados ao território.

Outro eixo central da obra refere-se ao papel das instituições públicas, das entidades de fomento e dos mecanismos de gestão na estruturação e no fortalecimento da Indicação Geográfica. Os capítulos dedicados a essa temática evidenciam que a consolidação da Alta Mogiana resulta de esforços articulados envolvendo regulamentação, assistência técnica, organização dos produtores, formação da governança e preparação dos empreendimentos para o mercado. A aplicação de ferramentas de gestão estratégica permite identificar forças, fragilidades, oportunidades e ameaças, além de propor ações voltadas à ampliação da adesão à IG, à valorização da origem e ao fortalecimento da coordenação institucional.

A governança territorial também é examinada a partir dos desafios decorrentes da sobreposição entre a Indicação de Procedência Alta Mogiana e a Indicação de Procedência Sudoeste de Minas. Essa situação revela tensões entre os limites estabelecidos pelas normas, os vínculos de pertencimento e as identidades construídas historicamente pelos atores locais. Ao mesmo tempo, demonstra que áreas de interseção podem representar tanto riscos de fragmentação institucional quanto oportunidades para a cooperação, o diálogo e a construção de arranjos compartilhados de valorização territorial.

A obra avança na compreensão da Indicação Geográfica como um possível ecossistema de inovação. Nessa perspectiva, sua capacidade de gerar novos conhecimentos, arranjos produtivos e formas de organização depende da qualidade das relações entre os atores, da gestão dos conflitos, da mediação das assimetrias de poder e da construção de objetivos compartilhados. A inovação territorial não decorre automaticamente da certificação, mas da capacidade coletiva de transformar recursos, conhecimentos e vínculos institucionais em novas oportunidades de desenvolvimento.

Nesse processo, a educação profissional ocupa posição estratégica. A formação técnica vinculada às especificidades da cafeicultura regional contribui para integrar conhecimentos científicos e saberes tradicionais, qualificar a mão de obra, fortalecer a identidade produtiva e preparar profissionais para atuar em uma cadeia cada vez mais orientada pela qualidade, sustentabilidade e inovação. A aproximação entre educação, território e sistema produtivo amplia as possibilidades de inserção profissional e contribui para a continuidade dos conhecimentos e práticas associados à cafeicultura da Alta Mogiana.

Os desafios da sustentabilidade são abordados por meio da análise das relações entre Indicações Geográficas, certificações de qualidade, normas voluntárias, neutralidade de carbono e novas exigências ambientais. Os estudos demonstram que esses instrumentos possuem objetivos distintos, embora possam atuar de forma complementar na agregação de valor, na rastreabilidade e na melhoria do desempenho socioambiental da cadeia. A agricultura regenerativa é apresentada tanto como conjunto de práticas voltadas à conservação do solo, da água e da biodiversidade quanto como narrativa de diferenciação e fortalecimento da identidade territorial.

Nos capítulos finais, a obra desloca o olhar para a comunicação e para o consumidor. As narrativas presentes nas embalagens dos cafés especiais revelam como tradição familiar, território, sustentabilidade, qualidade sensorial e afetividade são mobilizados na construção de valor simbólico. O café passa a comunicar não apenas atributos físicos, mas histórias, memórias, paisagens e modos de vida associados à Alta Mogiana. Essa dimensão é complementada pela análise das emoções e motivações envolvidas no consumo, demonstrando que a experiência com o café reúne benefícios funcionais, estímulos sensoriais, lembranças e significados que influenciam a percepção e a valorização do produto.

Ao reunir contribuições de diferentes áreas do conhecimento, esta obra busca não apenas documentar a trajetória da Indicação Geográfica Alta Mogiana, mas também oferecer subsídios teóricos e práticos para pesquisadores, gestores públicos, produtores, associações, cooperativas, instituições de ensino e agentes de desenvolvimento interessados em compreender e fortalecer as Indicações Geográficas no Brasil.

Esperamos que o livro contribua para ampliar o debate acadêmico, apoiar a construção de estratégias coletivas e inspirar novas iniciativas em territórios que compartilham desafios e potencialidades semelhantes.

Rubmara Ketzer Oliveira
Eduardo Eugênio Spers

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 ..... **1**

HISTÓRIA DA IG ALTA MOGIANA NA VISÃO DE SEUS PIONEIROS: UMA ANÁLISE DO ENGAJAMENTO DOS STAKEHOLDERS

Renata A Forato
Eduardo Eugênio Spers

https://doi.org/10.37572/EdArt_0608261781

CAPÍTULO 2 ..... **9**

USO E OCUPAÇÃO DA REGIÃO ALTA MOGIANA: DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL ATUAL, INDICAÇÃO GEOGRÁFICA E TURISMO

Everlysy dos Santos Messas Valerio
Odaléia Telles Marcondes Machado Queiroz
Carlos Eduardo de Freitas Vian

https://doi.org/10.37572/EdArt_0608261782

CAPÍTULO 3 ..... **26**

CARACTERIZAÇÃO AMBIENTAL E DINÂMICAS DE USO E COBERTURA DA TERRA NA IG ALTA MOGIANA

Rubmara Ketzer Oliveira
Gustavo Verruma Bernardi
Anderson Victor dos Santos
Rosebelly Nunes Marques
Eduardo Eugênio Spers

https://doi.org/10.37572/EdArt_0608261783

CAPÍTULO 4 ..... **50**

O SISTEMA AGROINDUSTRIAL DO CAFÉ NO BRASIL: PANORAMA, TENDÊNCIAS E DESAFIOS

Sandra Mara de Alencar Schiavi
Marcelo Marques de Magalhães
Ana Elisa Bressan Smith Lourenzani

https://doi.org/10.37572/EdArt_0608261784

CAPÍTULO 5 82

TERRITÓRIO, QUALIDADE E REPUTAÇÃO: A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DA ALTA MOGIANA

Breno Rodrigues Acacio
Eduardo Eugênio Spers

https://doi.org/10.37572/EdArt_0608261785

CAPÍTULO 6 93

A CONTRIBUIÇÃO DAS INSTITUIÇÕES DE GOVERNO E DE FOMENTO PARA A ESTRUTURAÇÃO DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DO CAFÉ DA ALTA MOGIANA

Francisco José Mitidieri
Antonio Lopes Junior
Benedito Donizetti dos Santos
Carlos Reys Vukomanovi
Francisco Rodrigo Martins
Marcia Cristina de Moraes
Ricardo Moncorvo Tonet
Vivaldo Alberto Viganó
Marcel Azevedo Batista D'Alexandria
João Paulo R. Arciprete
Simone Goldman Batistic Ribeiro

https://doi.org/10.37572/EdArt_0608261786

CAPÍTULO 7 107

GESTÃO ESTRATÉGICA EM INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: O CASO DA ALTA MOGIANA

Maria Eduarda Fernandes Ignácio
Rubmara Ketzer Oliveira
Anderson Victor dos Santos
Gustavo Verruma Bernardi
Rosebelly Nunes Marques
Eduardo Eugênio Spers

https://doi.org/10.37572/EdArt_0608261787

CAPÍTULO 8.....**124**

ENTRE A SOBREPOSIÇÃO NORMATIVA E A IDENTIDADE: DESAFIOS DE GOVERNANÇA ENTRE A IP ALTA MOGIANA E A IP SUDOESTE DE MINAS

Marcel Azevedo Batista D'Alexandria
Everlysy dos Santos Messas Valerio
Débora Dias Panicachi
Eduardo Eugênio Spers
Francisco José Mitidieri

https://doi.org/10.37572/EdArt_0608261788

CAPÍTULO 9..... **146**

A IG DA ALTA MOGIANA E A GENERATIVIDADE DOS ECOSSISTEMAS DE INOVAÇÃO

Fábio Nazhar
Felipe Mendes Borini
José Afonso Mazzon
Eduardo Eugênio Spers

https://doi.org/10.37572/EdArt_0608261789

CAPÍTULO 10.....**163**

O PAPEL DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL NO FORTALECIMENTO DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA ALTA MOGIANA

Anderson Victor dos Santos
Rubmara Ketzer Oliveira
Gustavo Verruma Bernardi
Rosebelly Nunes Marques
Eduardo Eugênio Spers

https://doi.org/10.37572/EdArt_06082617810

CAPÍTULO 11.....**178**

SUSTENTABILIDADE NA CADEIA DO CAFÉ: INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS, CERTIFICAÇÕES DE QUALIDADE, NORMAS VOLUNTÁRIAS DE SUSTENTABILIDADE E NEUTRALIDADE DE CARBONO

Danielle Mendes Thame Denny
Gustavo Verruma Bernardi
Rubmara Ketzer Oliveira
Rosebelly Nunes Marques

https://doi.org/10.37572/EdArt_06082617811

CAPÍTULO 12 206

A PRÁTICA DA AGRICULTURA REGENERATIVA NO CAFÉ DA ALTA MOGIANA

Gustavo Verruma Bernardi
Rubmara Ketzer Oliveira
Rosebelly Nunes Marques
Eduardo Eugênio Spers

https://doi.org/10.37572/EdArt_06082617812

CAPÍTULO 13 218

O CAFÉ COMO NARRATIVA: STORYTELLING, TERRITORIALIDADE E IDENTIDADE NOS CAFÉS DA ALTA MOGIANA

Rubmara Ketzer Oliveira
Anderson Victor dos Santos
Gustavo Verruma Bernardi
Sabrina Godinho Rebouças
Breno Rodrigues Acacio
Rosebelly Nunes Marques
Eduardo Eugênio Spers

https://doi.org/10.37572/EdArt_06082617813

CAPÍTULO 14 238

AS EMOÇÕES E MOTIVAÇÕES NO CONSUMO DE CAFÉ

Laleska Rossi Moda
Breno Rodrigues Acacio
Eduardo Eugênio Spers

https://doi.org/10.37572/EdArt_06082617814

SOBRE OS ORGANIZADORES 247

ÍNDICE REMISSIVO 248

CAPÍTULO 1

HISTÓRIA DA IG ALTA MOGIANA NA VISÃO DE SEUS PIONEIROS: UMA ANÁLISE DO ENGAJAMENTO DOS STAKEHOLDERS

Data de submissão: 10/07/2026
Data de aceite: 24/07/2026

Renata A Forato
Escola Superior de Agricultura
"Luiz de Queiroz"
Universidade de São Paulo
https://orcid.org/0000-0003-3933-6479
http://lattes.cnpq.br/8995849554259596

Eduardo Eugênio Spers
Escola Superior de Agricultura
"Luiz de Queiroz"
Universidade de São Paulo
https://orcid.org/0000-0002-8057-3460
http://lattes.cnpq.br/7800954800978254

RESUMO: A história da IG do café da Alta Mogiana revela que o potencial de uma região pode por muito tempo passar despercebido e não usufruído devido a diversas circunstâncias conjunturais, culturais, mas que a sensibilidade em atentar e perceber a especificidade de uma localidade, região, de um território pode alterar completamente a dinâmica econômica, social e ambiental, e este é o intuito do registro e reconhecimento como uma Indicação Geográfica (IG). E este foi o trabalho dos pioneiros da Associação dos produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana (AMSC), que despertaram para o potencial de produção de um café único e buscaram o reconhecimento por esta qualidade nata, o que proporcionou novos caminhos para o desenvolvimento, que embora possa ter enfrentado resistência ou interesses diversos e conflitantes a soberania institucional do território pode ser sobreposta. E quando esta ideia é entendida e apropriada pelos seus entes, como um benefício comum a todas as partes envolvidas com atendimento aos interesses particulares, a integração, o engajamento das partes interessadas, *"os stakeholders",* se estabelece, o que revela um caminho possível para que o trabalho iniciado e desempenhado por um grupo interessado seja compartilhado pela totalidade de um território. E este é objetivo desta análise da história da IG a partir dos seus pioneiros, compreender como todo este esforço pode ser assimilado por todas as partes interessadas dentro de um território.
PALAVRAS-CHAVE: Identificação Geográfica; café especial; Alta Mogiana; engajamento; stakeholders.

HISTORY OF THE ALTA MOGIANA GI FROM THE PERSPECTIVE OF ITS PIONEERS: AN ANALYSIS OF STAKEHOLDER ENGAGEMENT

ABSTRACT: The history of the GI for Alta Mogiana coffee reveals that the potential of a region can go unnoticed and unutilized for a long time due to various conjunctural

and cultural circumstances, but that the sensitivity to pay attention to and perceive the specificity of a locality, region, of a territory can completely alter the economic, social and environmental dynamics, and this is the purpose of registration and recognition as a Geographical Indication (GI).And this was the work of the pioneers of the Association of Specialty Coffee Producers of Alta Mogiana (AMSC), who became aware of the production potential of a unique coffee and sought recognition for this innate quality, which provided new paths for development, which although it may have faced resistance or diverse and conflicting interests, the institutional sovereignty of the territory can be overridden. And when this idea is understood and appropriated by its stakeholders, as a common benefit to all parties involved in addressing particular interests, integration and stakeholder engagement are established, revealing a possible path for the work initiated and carried out by an interested group to be shared by the entire territory. This is the objective of this analysis of the history of Geographical Indications (GIs) from its pioneers: to understand how all this effort can be assimilated by all stakeholders within a territory.
KEYWORDS: Geographic Identification; special coffee; Alta Mogiana; engagement; stakeholders.

1. INTRODUÇÃO

Com intuito de entender o contexto da região da Alta Mogiana e mais precisamente da IG do café, esta pesquisa objetivou conhecer os atores envolvidos nesta cadeia produtiva, ou seja, os produtores, as instituições públicas e privadas, considerando que para o registro de um território como uma Indicação Geográfica requer um esforço empreendido por diversos atores, "*stakeholders*".

Assim a visita à referida região pela equipe do projeto PPPP de fomento às Indicações Geográficas se inicia na Associação dos Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana (AMSC), onde a equipe foi recebida pela atual gestora, pelo vice-presidente, além de um produtor que atuou como pioneiro no reconhecimento e registro da região como produtora de cafés especiais e também um associado que trabalha na comercialização do café especial.

Esta pesquisa na região visitou também à prefeitura municipal, o sindicato rural, a associação de empreendedores do agronegócio (AEAGRO), à fazenda experimental, escola agrícola, a secretaria de agricultura do estado de São Paulo, a CATI, SEBRAE, ACIF e a Cooperativa dos Cafeicultores (COCAPEC), além de produtores de café e estabelecimentos da cadeia produtiva, como cafeterias e torrefações.

Mas especificamente este capítulo que trata da trajetória histórica se concentra nos relatos dos pioneiros e da gestora da AMSC.

2. O HISTÓRICO DA IG DO CAFÉ DA ALTA MOGIANA

A partir das visitas realizadas pode-se entender o início da IG e a dinâmica da região, que teve seu registro como IG em 2013, mas tendo este movimento iniciado décadas atrás, com intuito de resgatar o potencial e especificidade local no que se refere ao cultivo do café especial. Portanto este capítulo tem como objetivo entender o contexto atual do território e fazer uma análise do engajamento dos *Stakeholders*, ao longo de sua trajetória.

A região da Alta Mogiana, localizada no noroeste paulista, faz divisa com Minas Gerais, foi assim denominada no período do ciclo do café, com a expansão da Companhia Mogiana de Estradas de Ferro, fundada em 1872. A região é reconhecida como uma Indicação Geográfica desde 2013 e compreende 23 municípios, sendo 16 do estado do estado de São Paulo e 7 no estado de Minas Gerais.

O movimento iniciado na região por alguns pioneiros no sentido de buscar o devido reconhecimento pela produção de cafés especiais, foi promovido e/ou coincide com uma mudança no contexto cafeeiro do Brasil. O país que tinha o mercado cafeeiro regulamentado pelo Instituto Brasileiro do Café (IBC) desde 1952, passou por um ajuste com a extinção do instituto em 1989 no governo Collor.

Esta história foi relatada por um pioneiro da IG da Alta Mogiana durante uma visita na sede da AMSC. Esta região privilegiada pelo seu terroir (condições edafoclimáticas e saber-fazer dos produtores), sempre produziu café de alta qualidade, mas não tinha o devido reconhecimento e valorização por uma série de fatores, culturais, econômicos, o que foi mudado a partir da década de 1990.

Relata que havia na época um anseio em resgatar o nome Alta Mogiana que era muito falado na Europa e em Santos, mas estava em desuso, tinham como objetivo resgatar o nome e promover o produtor, a propriedade e o município, ou os municípios, ou seja, toda a região, o território conhecido como Alta Mogiana.

E uma das primeiras ações foi a criação de um curso, o de terrereiro, o que despertou o interesse dos proprietários de terra, isso porque neste período o café passava por um momento difícil, estava em baixa no estado de São Paulo, e então o governador à época Orestes Quércia sugeriu unir-se aos produtores de Pedregulho, pois era necessário unir forças.

Havia neste momento no estado um programa denominado “Café de São Paulo” para incentivar a produção por meio de concursos regionais em Santos pela Associação Comercial que fazia as provas.

Destaca que neste período o mercado de café era regulado pelo IBC e havia um acordo com a Organização Internacional do Café (OIC), onde cada país tinha uma cota

de exportação, e o Brasil tinha a maior cota e produzia um café chamado “Café tipo Santos Brasil”, uma mistura de café proveniente de várias regiões, ou seja, café de alta e baixa qualidade.

Por exemplo o café do Paraná, colhido no inverno chuvoso e o café da Alta Mogiana de qualidade, eram misturados, chamado de “bica corrida”, neste período o café do Cerrado Mineiro nem existia, até que o sistema de cota acabou com o início do governo Collor e a extinção do IBC. Ressalta-se que entre 1952-1989 durante a regulamentação pelo IBC prevalecia a mistura de cafés de alta e baixa qualidade (*blend*), assim a questão da qualidade não era verificada e muito menos valorizada, não havia então preocupação e/ou investimentos em qualidade.

O foco era na produção, a preocupação era com a geada e as pesquisas do Instituto Agronômico de Campinas (IAC) eram para combater o bicho mineiro, lagarta. Mas com a desregulamentação, o fim do IBC, esta questão passa a ser considerada. Na região da Alta Mogiana já se sabia que o café era diferenciado, havia um consenso sobre a qualidade do café, confirmado numa expressão comum entre os produtores “Aqui para estragar o café tem de se fazer muito esforço”.

Assim os concursos de qualidade promovidos pelo governo do estado a partir da Secretaria de Agricultura foram um incentivo à produção, mas na região ninguém queria participar, não viam valor nisso, o que levou os pioneiros a contratarem um consultor, fazer os primeiros cursos com intuito de ressaltar a qualidade do café, porque o café da Alta Mogiana avaliado na chamada “bica corrida” era classificado como “duro para melhor” pelos comerciantes e pela cooperativa, não sendo atribuído o merecido valor, e neste caso o produtor ficava em desvantagem.

Neste contexto, quando os concursos surgiram para ativar a produção, havia um vácuo no mercado, ocasionado com o fim do IBC, mas neste período um importante empresário do setor veio ao Brasil, com intuito de mapear os melhores cafés do Brasil, Dr. Ernesto Illy, da Illy Café, que tinha como objetivo trabalhar com os melhores cafés do mundo.

Foi então contratado o Dr. Aldir do IAC, que era especialista em qualidade e um plano foi montado para identificar os melhores cafés do Brasil, a proposta era montar uma equipe de agrônomos para irem a campo pelo país, mas o Dr. Ernesto Illy não concordou por ser muito dispendioso.

Assim a solução foi criar um concurso com prêmio considerável e assim foi feito e o Dr. Illy andou pelo Brasil e mapeou regiões produtoras de café de qualidade e foi assim que se começou a se falar em cafés de origem e a destacar estas as regiões produtoras

que ganharam notoriedade nos concursos, como o Cerrado que iniciou sua produção com a migração dos produtores vindos do Paraná.

E foi neste contexto que alguns produtores se uniram para criar a Associação dos produtores de Café da Alta Mogiana com o objetivo de resgatar o nome Alta Mogiana e o devido reconhecimento do café da região pelas suas características e em 2007 foi protocolado o pedido de registro de Identificação Geográfica. Assim, alguns pioneiros tiveram um papel fundamental para a formalização junto ao INPI.

2.1. ANÁLISE DO ENGAJAMENTO DOS STAKEHOLDERS NO PROCESSO DE REGISTRO E CONTINUIDADE

A atual gestora da AMSC, destaca que quando iniciou seu trabalho na IG da Alta Mogiana encontrou uma Alta Mogiana dos pioneiros, uma do produtor, uma para quem vem de fora e uma para quem compra esse café, ou seja, há na região uma dificuldade em estabelecer agremiações e trabalho coletivo, diferente de outras regiões, devido ao seu contexto histórico, cultura, que como menciona os pioneiros são "herdeiros" na produção já estabelecida na região desde final século XIX.

Portanto a AMSC trabalha no sentido de identificar o que há de comum a todos os atores e assim criar um *storytelling* da IG, ressaltando as características do café da região como a doçura, sustentabilidade, consistência e qualidade. Não pretende ser o melhor café, mas divulgar que produz um bom café.

Para isso, a AMSC quer fortalecer as origens se unindo a outras IGs, contando a história do café e dos produtores, levando esta informação ao consumidor para despertar o interesse dele em conhecer as regiões produtoras. Especificamente na Alta Mogiana esta história precisa ser melhor contada, divulgada, como por exemplo o trabalho com a produção sustentável, regenerativa que é feito desde da década de 1980 não é reconhecido, sendo que o café do Cerrado bem mais recente é muito mais conhecido.

Este fato pode ser decorrente da coesão, do engajamento dos atores do território, diferente da Alta Mogiana como já mencionado, onde apesar do trabalho dos pioneiros na criação da AMSC, outros atores da cadeia produtiva atuam de forma individual, o que revela um desafio na região, que objetiva trabalhar o crescimento do território numa perspectiva institucional, o que não é uma unanimidade na região.

Neste sentido é ressaltado a falta de Associativismo e a oposição enfrentada pelo grupo de pioneiros para registro da IG, pois a comprovação do café de qualidade e a consciência do produtor demanda um pagamento justo, o que implica na dinâmica de comercialização local.

Mas há uma ênfase no sentido de integrar, engajar mais produtores evidenciado nos números de Associados, cerca de 200 produtores, num universo de 5000 produtores, o que pode ser explicado no fato de que a IG, não foi um anseio da região, mas de um grupo e neste ponto é que o desafio se estabelece.

Portanto a AMSC hoje com 22 anos de existência e 13 anos de IG tem dois pilares, o de qualificar o produtor na origem e conectá-lo as oportunidades por meio de cursos, workshops, treinamentos, considerando a extensão do território que integra 23 municípios o que revela o enorme potencial de desenvolvimento que demanda um trabalho estratégico para o envolvimento dos atores da cadeia.

Isso porque a adaptação do produtor para uso do selo da AMSC requer uma adaptação no processo produtivo para comprovação do café especial e a relação custo-benefício é considerada. Neste sentido o suporte da Associação e demais instituições, assim como poder público é fundamental, sendo ainda um nicho de mercado para um consumidor específico.

Mas o reconhecimento, a notoriedade do território devido suas especificidades, mesmo sendo um nicho pode alavancar a economia, até mesmo potencializar o comércio daqueles que não são associados e podem ter uma demanda aumentada pelo produto desta origem por diversos motivos, o que demonstra que o ganho pode ser compartilhado para todos os atores, *"stakeholders"* envolvidos no processo, sendo um motivo para quebrar uma possível resistência.

Uma alternativa não só para região da Alta Mogiana, mas para outras IGs seria gerar demanda pelo selo da IG, ou seja, pelo consumidor, mas necessitaria de grande investimento em Marketing, mas no caso dos cafés, essa questão pode ser trabalhada pelas torrefações e cafeterias, atores da cadeia produtiva do café e pela intensificação do turismo regional.

Há, portanto, um desafio de integração de diversos atores e a AMSC tem um papel fundamental, sendo um motor de inovação, composta por associados que são grandes produtores e desempenham papel importante no compartilhamento de tecnologias e nas boas práticas, atuando também no desenvolvimento de toda a cadeia, proporcionando a formação de degustadores que atestam a qualidade do café, impedindo que seja vendido como "bebida dura", de baixa qualidade, o que pode proporcionar a consolidação e constância da produção de cafés especiais e expansão no mercado, o que beneficia todo o território.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

É inegável o importante papel da AMSC, dos pioneiros no registro da IG da Alta Mogiana. A qualidade inata do café produzido na região foi reconhecida e adquire cada vez mais notoriedade, além de desenvolver outros elos da cadeia como torrefações, cafeterias e profissões como degustadores, baristas e o turismo rural.

A região possui um grande volume de produção, com 5000 produtores produzindo 4.000.000 de sacas, sendo que há diferença entre café verde e o torrado, tendo públicos diferentes, o que não significa que todo o território pode-se beneficiar do reconhecimento como Indicação Geográfica, como por exemplo aumento da demanda de uma forma geral.

No caso do café especial, o desafio da IG é incentivar o produtor a produzi-lo seguindo o caderno de especificações técnicas e assim atender um público diferenciado e consequentemente obter maior valor agregado, pois produzir o café beneficiá-lo e vendê-lo como café verde pode ser mais simples para o produtor.

Assim torna-se evidente a necessidade do suporte tanto na produção quanto na comercialização e um trabalho institucional contínuo promovendo o território, o que necessita da integração com outros atores da cadeia, como sindicatos, poder público, cooperativas.

A visão de um território como um bem comum necessita ser absorvida por todos os atores, *stakeholders,* para que a região se fortaleça e consiga expandir ainda mais sua notoriedade e os ganhos para todos os atores da cadeia produtiva, assim como para toda a sociedade local, mas que não deixa de ser um trabalho complexo, devido a amplitude territorial e os diferentes interesses de todos os elos da cadeia produtiva.

E é neste ponto que a academia, a teoria pode contribuir, trazendo elementos para entender, explicar a dinâmica e demonstrar meios, caminhos possíveis para dirimir conflitos de interesses e promover o desenvolvimento. Desta forma o que se observou na IG da Alta Mogiana corrobora com os estudos sobre engajamento das partes interessadas, "*stakeholders*" de Kujala *et. al.,* sendo identificado na região os componentes descritos moral, estratégico e pragmático.

O que significa que na região quando o objetivo dos pioneiros era resgatar o nome Alta Mogiana, não só de um município, mas de todo o território e de todos os atores da cadeia, revela o componente moral e todo o trabalho a partir de então revela o componente estratégico e pragmático, mas que demonstra que o trabalho necessita ser continuado de forma pragmática com intuito do envolvimento de todas as partes interessadas e o atendimento às necessidades de cada parte, conforme a afirmação de Freeman (2010).

Assim a partir desta perspectiva teórica, entende-se que o engajamento se dá com envolvimento das partes interessadas, portanto uma estratégia seria descobrir formas, meios que despertasse o interesse das diversas partes, e tendo as necessidades atendidas considerando os diferentes interesses, haveria percepção de valor e os ganhos seriam compartilhados por todos no território, sendo assim visto como um trabalho institucional com benefícios comum.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Freeman, R. E. (2010). Strategic management: A stakeholder approach. Cambridge University Press.

Kujala, J., Sachs, S., Leinonen, H., Heikkinen, A., & Laude, D. (2022). Stakeholder engagement: Past, present, and future. Business & Society, 61(5), 1136-1196.

SOBRE OS ORGANIZADORES

RUBMARA KETZER OLIVEIRA

Departamento de Economia, Administração e Sociologia – Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiroz", Universidade de São Paulo (ESALQ/USP). Av. Pádua Dias, 11 – Piracicaba, SP – Brasil.

Pós-doutoranda (Bolsa FAPESP no 2024/17498-6) na Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiroz" (ESALQ/USP). Possui graduação em Engenharia Agrícola pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e mestrado e doutorado em Ciências pela Universidade de São Paulo (ESALQ/USP). Possui MBA em Gestão Escolar e MBA em Data Science & Analytics (USP), além de especialização em Solos e Nutrição de Plantas (ESALQ/USP). Seus interesses de pesquisa e atuação profissional concentram-se nas áreas de Gestão, Educação, Inovação e Tecnologias.

Orcid: https://orcid.org/0000-0001-6963-3074

EDUARDO EUGÊNIO SPERS

Departamento de Economia, Administração e Sociologia – Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiroz", Universidade de São Paulo (ESALQ/USP). Av. Pádua Dias, 11 – Piracicaba, SP – Brasil.

Realizou pós-doutorado na Wageningen University & Research (WUR – Países Baixos) e doutorado em Administração na Universidade de São Paulo (USP – Brasil). Atualmente é pesquisador do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), professor titular e chefe do Departamento de Economia, Administração e Sociologia da ESALQ/USP.

Orcid: https://orcid.org/0000-0002-8057-3460

ÍNDICE REMISSIVO

A

Agregação de valor 15, 50, 63, 69, 75, 94, 96, 102, 104, 112, 115, 154, 155, 159, 160, 163, 166, 173, 174, 178, 186, 189, 192, 201, 209, 210, 219, 227, 230, 233, 236
Alta Mogiana 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 46, 47, 49, 76, 82, 83, 84, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 107, 108, 109, 110, 111, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 129, 130, 131, 133, 134, 135, 137, 138, 140, 141, 142, 143, 144, 146, 147, 148, 150, 152, 153, 154, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 167, 168, 170, 176, 181, 183, 184, 185, 186, 193, 195, 196, 197, 198, 199, 201, 203, 206, 207, 208, 209, 210, 213, 214, 215, 217, 218, 219, 221, 222, 227, 230, 232, 239, 241, 243, 245
Autenticidade alimentar 219, 233, 236

C

Cadeia do café 51, 58, 75, 92, 171, 178, 179, 180, 184, 185, 189, 192, 193, 199, 211
Café 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 27, 28, 29, 33, 39, 40, 42, 43, 47, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 95, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 125, 126, 127, 129, 130, 131, 132, 134, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 144, 146, 155, 156, 159, 164, 165, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 195, 198, 199, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 214, 216, 218, 219, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246
Café especial 1, 2, 3, 6, 7, 59, 69, 82, 109, 121, 164, 209, 210, 219, 224, 225, 226, 228, 230, 233, 234, 235, 236, 237, 238
Cafeicultura 9, 10, 11, 12, 13, 18, 19, 20, 21, 23, 26, 27, 28, 29, 31, 32, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 46, 47, 49, 50, 51, 59, 61, 74, 75, 77, 78, 82, 86, 88, 89, 93, 101, 103, 105, 109, 111, 113, 115, 116, 141, 156, 163, 164, 165, 166, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 180, 181, 182, 184, 190, 195, 201, 204, 208, 209, 211, 213, 217, 224, 227, 232
Cafés especiais 1, 2, 3, 6, 11, 15, 16, 17, 19, 20, 23, 25, 26, 27, 29, 35, 37, 38, 40, 46, 47, 49, 58, 59, 61, 68, 69, 72, 77, 82, 84, 90, 91, 97, 98, 101, 104, 105, 107, 108, 111, 112, 113, 115, 116, 117, 119, 120, 121, 122, 126, 129, 139, 141, 163, 165, 173, 174, 180, 181, 195, 201, 206, 207, 208,

211, 215, 218, 219, 221, 222, 224, 225, 226, 227, 228, 230, 231, 232, 233, 236, 238, 239, 243, 244, 245
Carbono orgânico 26, 27, 29, 43, 44, 45, 46, 48, 49
Comportamento do consumidor 83, 109, 238
Comunicação mercadológica 219
Conflito 132, 134, 135, 136, 141, 146, 147, 148, 149, 153, 155, 160, 161, 162
Consumo simbólico 219, 236, 237
Coordenação 22, 51, 52, 59, 61, 75, 76, 92, 96, 97, 108, 112, 113, 116, 117, 118, 120, 121, 122, 139, 141, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 158, 159, 160, 161, 178, 190, 191, 192, 195, 197, 199

D

Desenvolvimento regional 16, 17, 23, 25, 76, 81, 92, 96, 108, 110, 111
Desenvolvimento territorial 9, 11, 15, 16, 18, 21, 22, 23, 24, 50, 77, 78, 92, 94, 100, 103, 105, 106, 123, 141, 145, 160, 164, 170, 174, 176, 177, 184, 200
Diferenciação mercadológica 108, 109, 112, 120, 146, 148, 178, 189, 192, 206, 207, 212, 228

E

Economia da experiência 219, 236, 237
Ecossistema de inovação 146, 150
Educação rural 164
Emoções 238, 239, 240, 241, 242, 243, 245, 246
Empreendedorismo 94, 173, 175
Engajamento 1, 3, 5, 7, 8, 116, 120, 156, 169, 194, 220
Ensino técnico 164, 167, 168, 174, 175, 176, 177
Extensão rural 60, 77, 94, 99, 100, 101, 102, 103, 105, 106

F

Formação territorial 9, 10, 23

G

Generatividade 146, 147, 148, 149, 150, 152, 153, 154, 157, 158, 160, 161
Governança 15, 16, 18, 21, 22, 23, 24, 50, 61, 77, 78, 94, 95, 96, 98, 99, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 112, 113, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 124, 125, 126, 127, 129, 132, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 141, 142, 143, 144, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 158, 159, 160, 161, 162, 171, 178, 179, 180, 181, 184, 185, 188, 189, 191, 192, 193, 194, 199, 202, 203, 211

Governança territorial 5, 18, 95, 96, 99, 105, 106, 108, 110, 112, 113, 116, 135, 146, 148, 151, 160, 184, 192

I

Identidade 13, 15, 16, 18, 22, 23, 24, 27, 37, 47, 49, 76, 90, 100, 103, 105, 109, 110, 111, 112, 116, 118, 119, 120, 121, 122, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 138, 142, 144, 157, 159, 160, 161, 164, 166, 167, 169, 170, 177, 188, 195, 197, 207, 213, 215, 218, 220, 221, 222, 224, 226, 227, 230, 232, 237
Identificação Geográfica 1, 5
Indicação Geográfica 1, 2, 3, 5, 7, 9, 11, 15, 16, 21, 26, 27, 28, 33, 38, 40, 46, 49, 80, 82, 83, 84, 88, 89, 90, 92, 93, 94, 95, 97, 98, 101, 103, 104, 105, 106, 107, 111, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 120, 121, 122, 123, 125, 126, 127, 128, 130, 131, 134, 135, 137, 143, 144, 145, 150, 159, 160, 163, 165, 166, 170, 176, 199, 206, 207, 208, 215, 238, 244, 245
Indicações Geográficas 2, 9, 11, 15, 17, 21, 22, 23, 24, 50, 52, 58, 75, 76, 78, 80, 81, 83, 84, 87, 89, 90, 92, 93, 95, 96, 97, 99, 100, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 120, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 133, 134, 142, 144, 145, 146, 148, 149, 150, 164, 166, 167, 169, 170, 176, 178, 179, 180, 184, 187, 193, 194, 204, 214, 215, 219, 220, 231, 236, 237, 238

M

Manejo do solo 201, 207, 208, 213
Marketing territorial 122, 219, 231, 233, 236, 237
Mercado mundial de café 51
Motivação 238, 239, 242, 243, 244

N

Neutralidade de carbono 178, 179, 181, 188, 189, 192, 199

O

Origem 4, 6, 11, 15, 16, 17, 18, 19, 21, 22, 23, 24, 53, 56, 72, 73, 74, 76, 77, 78, 79, 82, 83, 84, 88, 89, 90, 92, 97, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 115, 117, 118, 120, 121, 122, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 135, 137, 138, 139, 141, 142, 146, 148, 149, 154, 155, 156, 158, 159, 160, 161, 174, 177, 178, 180, 185, 186, 187, 188, 189, 192, 195, 196, 197, 198, 199, 201, 202, 208, 221, 222, 225, 226, 227, 230, 232, 233, 236, 238, 241, 243, 244, 245

P

Planejamento estratégico 97, 108, 109, 110, 118, 120, 175

Poder 6, 7, 16, 124, 127, 146, 147, 148, 149, 151, 152, 153, 154, 155, 158, 160, 161, 162, 167, 179, 201

R

Regulamentos oficiais 94
Resiliência produtiva 27, 188

S

SAG do café 51, 52, 58, 59, 60, 61, 71, 73, 74, 75
Sensoriamento remoto 27, 29, 42
Setor cafeeiro 51, 52, 111, 113, 115, 142, 144, 169, 170, 173, 174, 178, 181, 185
SSGI 179, 184, 185, 194, 196, 199
Stakeholders 1, 2, 3, 5, 6, 7, 108, 207
Sustentabilidade 5, 9, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 26, 29, 35, 37, 38, 43, 46, 47, 49, 50, 60, 72, 73, 74, 77, 78, 83, 89, 103, 104, 107, 112, 117, 118, 121, 136, 140, 141, 143, 164, 167, 171, 174, 175, 176, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 188, 189, 191, 192, 193, 194, 195, 198, 199, 201, 202, 203, 204, 206, 207, 208, 209, 211, 213, 215, 216, 218, 219, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 235, 236

T

Território 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 21, 22, 23, 24, 29, 46, 48, 49, 76, 82, 83, 84, 90, 94, 95, 96, 97, 98, 102, 103, 105, 107, 109, 110, 111, 113, 116, 117, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 133, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 164, 166, 167, 170, 176, 177, 178, 184, 185, 187, 191, 194, 197, 200, 206, 215, 218, 219, 220, 221, 222, 224, 226, 227, 230, 232, 235, 236, 238, 241, 243, 244
Turismo rural 7, 9, 100, 103, 116, 117, 141, 199, 201

V

Variabilidade climática 27, 32

EDITORA ARTEMIS
2026