

## CARACTERIZAÇÃO DOS CAFEICULTORES DO SUL DE MINAS QUANTO AO ACESSO A INFORMAÇÃO

A.S. Azevedo, Doutoranda em administração - UFLA; E.C. Silva, Pesquisador Inovacafé/UFLA; L.G. Castro Junior, Professor titular - UFLA

O atual mundo globalizado interfere na forma como as pessoas e as organizações se relacionam e fazem negócios. E na cadeia do café isso não ocorre de forma diferente. As demandas do mercado consumidor, tanto a nível nacional quanto internacional, influenciam na forma como a cadeia produtiva se posiciona com o intuito de atendê-las. Outro ponto que marca a sociedade atual é o avanço tecnológico, que também se faz presente na atividade agropecuária. A melhor forma do produtor estar atento aos novos padrões de consumo e tecnologias é por meio do acesso e compartilhamento de informações.

Nesse sentido, o objetivo desta pesquisa é caracterizar como se dá o acesso a informações por parte dos cafeicultores localizados no Sul de Minas, principal região produtora de café do país.

Trata-se de um estudo descritivo e que contou com a aplicação de 118 questionários no período entre 20/10/2017 e 08/01/2018. As entrevistas foram realizadas pessoalmente, em eventos relacionados à cafeicultura na região e por meio de formulário online. Os dados foram analisados com o auxílio do software estatístico SPSS.

Os resultados da tabela 1 mostram que 65% dos produtores que participaram da pesquisa recebem a visita de um extensionista pelo menos 3 vezes por ano. Outros 20% recebem uma ou duas visitas por ano. Embora seja uma atividade tradicional na região, produzir café de maneira eficiente demanda muitos conhecimentos especializados, que são transmitidos ao cafeicultor pelo extensionista.

Tabela 1 – Número de visitas, por ano, de técnicos extensionistas ou agrônomos na propriedade

	Frequência	Porcentagem (%)
Nenhuma vez	17	14%
1 vez	11	9%
2 vezes	13	11%
3 vezes ou mais	77	65%
Total	118	100

Conforme os dados da tabela 2, 50,8% dos produtores participam de treinamentos de uma a três vezes por ano. Outros 29,7% participam de quatro a seis por ano, e 15,3% participam de sete ou mais. Apenas 4,2% declararam não participar. Os treinamentos oferecidos pelo Senar e outras organizações são importantes na difusão de tecnologias e conhecimentos para os produtores rurais. Os resultados mostram que nesse quesito, o Sul de Minas conta com uma boa rede de difusão do conhecimento.

Tabela 2 – Número de vezes ao ano em que participa de treinamentos

	Frequência	Porcentagem (%)
Não participo	5	4,2%
1 a 3 vezes	60	50,8%
4 a 6 vezes	35	29,7%
7 vezes ou mais	18	15,3%
Total	118	100

No quesito utilização da internet como fonte de informação (tabela 3), 95,8% dos participantes responderam afirmativamente. Isso mostra que a maioria dos cafeicultores do Sul de Minas tem acesso a recursos digitais. Com uma conexão à internet, cafeicultores podem se informar sobre os preços do café, conhecer novos produtos e tecnologias e compartilhar informações em fóruns virtuais. Pesquisas futuras poderão investigar como eles utilizam tais recursos.

Tabela 3 – Cafeicultor usa a internet como fonte de informação

	Frequência	Porcentagem (%)
Sim	113	95,8%
Não	5	4,2%
Total	118	100

Os dados da tabela 4 mostram que 32% dos cafeicultores que são membros de alguma cooperativa ou associação não participam de nenhuma reunião. Esse resultado indica falta de interesse dos cafeicultores por participar efetivamente da tomada de decisões, o que compromete o caráter democrático dessas organizações.

Tabela 4 – Número de vezes que os cafeicultores associados/cooperados participam de reuniões da associação/cooperativa por ano

	Frequência	Porcentagem (%)
Nenhuma	32	32%
1 vez	27	27%
2 vezes	19	19%
3 vezes ou mais	23	23%
Total	101	100

De modo geral, os resultados obtidos por esta pesquisa mostram que os cafeicultores do Sul de Minas estão bem providos de informações. A maioria deles utiliza a internet para se informar sobre a cafeicultura e participa de pelo menos um treinamento por ano. Além disso, quase dois terços deles recebem a visita de um extensionista pelo menos três vezes por ano.

A partir desses resultados, o que se recomenda é aprimorar a qualidade do conteúdos e treinamentos oferecidos aos produtores, de modo que os resultados gerados sejam cada vez melhores.