



53º CONGRESSO DA
SOBER

Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

Agropecuária, Meio Ambiente
e Desenvolvimento

de 26 a 29 de julho de 2015
UFPB | João Pessoa - PB

Determinantes do processo de certificação agroalimentar: um estudo da certificação de café no cerrado mineiro

Grupo de Pesquisa 4 - Sistemas Agroalimentares e Cadeias Agroindustriais

Autor(es): Bruno Benzaquen Perosa

Filiação: Instituto de Economia - Universidade Federal de Uberlândia (UFU)

E-mail: bruno@perosa.com.br

Autor(es): Maria Sylvia Saes

Filiação: Faculdade de Economia e Administração – Universidade de São Paulo

E-mail: sylviasaes@gmail.com

Resumo

A transmissão de informações sobre os atributos de qualidade e sustentabilidade de produtos agrícolas demanda mecanismos de governança que permitam diferenciar os produtos. A segmentação e demanda por qualidade se apresenta como uma tendência relevante no mercado brasileiro de cafés após a desregulamentação em 1990. De forma a atender tais demandas, a cadeia produtiva do café vem buscando construir mecanismos que permitam a diferenciação dos produtos e a transmissão desses atributos para consumidores. De forma a compreender esse processo, o presente artigo analisou o processo de certificação ocorrido no cerrado mineiro, importante região produtora de café de qualidade e as estruturas de governança que se alinham as características dos diferentes tipos de certificação. Observa-se a adoção de uma série de selos monitorando uma gama variada de selos que consideram desde atributos ligados a qualidade do produto, até questões ligadas a justiça e a identidade regional dos produtores. Ficou evidente o importante papel desempenhado pelo sistema cooperativo em coordenar as ações visando à certificação, auxiliando produtores em questões produtivas (adaptação de práticas) até questões de cunho mais administrativo para o cumprimento dos critérios de certificação. Por fim, as cooperativas ainda realizam a tarefa de separação, armazenamento e comercialização da produção certificada.

Palavras-chave: certificação; café do Cerrado; governança; qualidade.

Abstract

Specific governance mechanisms are necessary to transmit information about quality in agrifood products. Market segmentation and consumer demand for quality are important trends in the Brazilian coffee market after state stopped regulating the sector in 1990. Looking forward to answer to these demands, the coffee sector has developed governance mechanisms to make possible the quality differentiation by using information transmission mechanisms. Aiming to understand this process, this paper has analyzed the certification process occurred in the Cerrado Mineiro, a important region producing gourmet coffee in Minas Gerais, Brazil. It can be identified the adoption of a myriad of different labels considering attributes such as



53° CONGRESSO DA
SOBER

Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

Agropecuária, Meio Ambiente
e Desenvolvimento

de 26 a 29 de julho de 2015
UFPB | João Pessoa - PB

quality, fairness and regional identity of producers. The research highlighted the important role played by the cooperative system to coordinate the certification process, supporting producers in the technical issues (adapting production practices) and administrative issues necessary to reach the certification standards. At last, cooperatives support in segregating, stocking and trading the certified production.

Key words: *certification; café do Cerrado, governance, quality.*

1. Introdução

A certificação agroalimentar vem crescendo de forma exponencial nas últimas décadas. Desde as primeiras certificações aplicadas a produtos orgânicos, diversos selos surgiram nos mais diversos segmentos alimentares. Os riscos de contaminação e outras questões ligadas à segurança dos alimentos, somadas a estratégias de marketing e diferenciação tendem a elevar o uso destes mecanismos de transmissão de informação nos segmentos agroindustriais.

A motivação inicial para criação de uma certificação está ligada a um problema de assimetria informacional, em que consumidores não dispõem de acesso a informações sobre um produto ou seu processo de produção. Assim, do ponto de vista dos consumidores, a certificação estabelece um fluxo informacional que permite diferenciar produtos que cumprem certos critérios dos demais que coexistem nos mercados.

A teoria econômica aborda esse problema por vários prismas. Diversos trabalhos de um campo chamado economia da informação (information economics) tratam desse problema analisando o problema de diferenciação de produtos de baixa e alta qualidade. Nesse sentido, o trabalho seminal de Akerloff “The Market for lemons” (1970) analisa a dificuldade de consumidores em adquirir informação sobre a qualidade de automóveis usados. Com base em um modelo de equilíbrio, Akerloff conclui que carros de baixa qualidade tendem a prevalecer em um mercado com elevada assimetria informacional (e consequentemente sem diferenciação de preços), o que levaria a um problema de seleção adversa (só sobrariam carros de baixa qualidade nesse mercado).

Autores ligados a outras vertentes da economia, como a nova economia institucional, buscaram analisar as implicações da assimetria de informação sobre os custos de transacionar produtos. Nesse sentido, os trabalhos de Barzel (1982) analisam o impacto do custo de mensurar atributos dos produtos sobre a decisão de formas de governança utilizadas. Assim, no caso de produtos de custo de mensuração elevado, buscam-se estruturas mais integradas (como os contratos de longo prazo ou até a integração vertical) em detrimento do mercado spot que prevalece em produtos mais commoditizados. Barzel (1982) ressalta a importância de mecanismos de transmissão de informação como forma de elevar a eficiência das transações e assim reduzir seus custos.

O mercado de café tem se destacado como um dos mais prolíficos para utilização de certificações. Pelo lado da demanda, a existência de diversos mercados de nicho favorece o



53º CONGRESSO DA
SOBER

Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

**Agropecuária, Meio Ambiente
e Desenvolvimento**

de 26 a 29 de julho de 2015
UFPB | João Pessoa - PB

surgimento de certificações que buscam diferenciar os grãos por região, clima, técnica de produção e até mesmo por marcas. Pelo lado da oferta, observa-se um setor com nível elevado de coordenação por meio de entidades cooperativas que favorece a difusão de tecnologia e a comercialização desse produto. Conjuntamente, esses fatores explicam o grande número de selos que vem sendo adotados pelos cafeicultores brasileiros, e em especial por aqueles localizados em algumas regiões tradicionais como o cerrado mineiro ou o sul de minas.

O grande número de certificações existentes para café permite que se faça uma análise detalhada dos elementos afetando a adoção de diferentes tipos de certificações e da forma como estas competem e se complementam. Apesar da questão da certificação agroalimentar já contar com vasta literatura no país, encontram-se poucos trabalhos analisando os determinantes para a expansão das certificações, considerando os incentivos para produtores, consumidores e pelas próprias empresas certificadoras que atuam nesses mercados. Este se constitui no objetivo principal desta pesquisa.

Dessa forma, o presente artigo buscará analisar as principais certificações adotadas por cafeicultores, com especial atenção para região do cerrado mineiro. A existência de um forte sistema associativista nessa região também será analisado, buscando destacar o papel desses mecanismos de coordenação sobre a adoção de certificações.

O artigo está dividido em 5 seções. Na primeira seção foram apresentados aportes teóricos relevantes para a análise do processo de certificação agroalimentar. Na segunda seção discorreu-se sobre a formação do Sistema Agroindustrial do Café e do papel das associações privadas após a desregulamentação setorial.

2. DETERMINANTES ECONOMICOS DA CERTIFICAÇÃO AGROALIMENTAR

Como mencionado no início do artigo, o processo de certificação se constitui de um instrumento de transmissão de informação. Dessa forma, serão apresentados aportes teóricos que abordam a questão da assimetria de informação e seus impactos sobre as formas de coordenação que vem se estabelecendo no setor cafeeiro brasileiro após 1990. Busca-se, assim, identificar o papel das certificações como instituições relevantes para construção de mercados de nicho, bem como entender como ocorre o processo de certificação.

2.1 Assimetria de informação e atributos de crença

A forma como os agentes obtêm e processam as informações tem impacto direto sobre a eficiência e os excedentes auferidos pelas partes envolvidas em uma transação econômica. A complexidade dessa variável foi ignorada pelos primeiros modelos neoclássicos baseados na perspectiva Walrasiana, em que a plena simetria de informação, juntamente com a homogeneidade dos produtos, constituem pressupostos básicos para as condições do equilíbrio dos mercados. Posteriormente, ramificações do arcabouço neoclássico passaram a dedicar atenção às limitações que tais pressupostos trazem à análise das transações. Diversos estudos ligados a uma corrente da microeconomia denominada “economia da informação” (*information economics*), como Akerlof (1970) e Spence (1973), exploraram como esta falha de mercado poderia levar a equilíbrios sub-ótimos.



53º CONGRESSO DA
SOBER

Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

Agropecuária, Meio Ambiente
e Desenvolvimento

de 26 a 29 de julho de 2015
UFPB | João Pessoa - PB

Outros estudos exploraram de forma mais detalhada como os agentes econômicos se deparam com custos para obter informações sobre os atributos dos produtos transacionados, os chamados custos de verificação de atributos. Nelson (1970) dividiu os bens em duas categorias de acordo com a capacidade dos consumidores em observar seus atributos: bens de procura (*search goods*) e bens de experiência (*experience goods*). No caso dos bens de procura seria possível verificar a qualidade no momento da compra, sem a necessidade consumir o bem. Assim, o consumidor somente incorreria em um custo pré-compra de obtenção de informação sobre os tipos de bens disponíveis e a comparação destes atributos.

Já na segunda categoria, dos bens de experiência, a verificação destes atributos a um custo reduzido só seria possível após o consumo (pós-compra). Para tal, seria necessário adquirir o bem de forma a testar sua qualidade. Caso contrário, os consumidores deveriam arcar com um custo elevado para obter informações sobre estes bens. Segundo Nelson (1970), os consumidores só estariam dispostos a verificar os atributos até o ponto em que o custo marginal deste processo se igualasse a receita marginal da verificação. No caso de grande variabilidade de qualidade, essa receita tenderia a se elevar e justificar maiores gastos com mecanismos de verificação. Em seu artigo clássico O mercado dos limões, Akerlof (1970) explora os desdobramentos de uma situação como esta, em que a impossibilidade de auferir os atributos de qualidade leva os consumidores a crer que todos os produtos disponíveis no mercado são de baixa qualidade. Isso ocorreria porque, como os preços de mercado consideram a alta incidência de produtos de baixa qualidade e não há forma de distinguir a qualidade dos produtos, não haveria incentivos para que vendedores disponibilizassem seus produtos de alta qualidade. Esta situação levaria a um problema de seleção adversa em que somente alguns vendedores conseguiriam diferenciar seus produtos de alta qualidade e manter-se no mercado vendendo a um preço superior. Essa diferenciação seria possível pela construção de mecanismos de reputação ou de transmissão de informações entre os consumidores.

Posteriormente, Darby e Karni (1973) introduziram uma terceira classificação de bem, os chamados bens de crença (*credence good*), em que mesmo após o consumo, informações sobre certas qualidades dos produtos só seriam acessíveis a um custo adicional elevado, tais como produtos com atributos sociais. Assim, diferentemente do que ocorre com os bens de experiência, o custo de informação pós-compra dos bens de crença também seria elevado, podendo ser proibitivo (FOSS, 1996). Darby e Karni (1973) apresentam algumas situações em que as “qualidades de crença” surgiriam. Estas poderiam advir do uso de um bem em combinação com outros cujas propriedades fossem incertas, gerando um produto com atributos não mensuráveis; ou, em processos em que a qualidade do produto ou serviço estivesse, de alguma forma, correlacionado com o passado, sendo difícil distinguir a qualidade em momento específico do tempo. O exemplo mencionado seria o de serviços de reparos mecânicos de carros, em que o consumidor não teria como saber a qualidade do serviço prestado mesmo após receber seu automóvel. Ainda que determinado problema fosse resolvido, não seria possível mensurar totalmente a qualidade do serviço, já que este poderia ter realizado uma solução parcial ou temporária. Neste caso, o consumidor somente iria saber da qualidade do serviço após certo tempo ou ao ir a outro mecânico (cuja palavra também seria duvidosa).



53º CONGRESSO DA
SOBER

Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

Agropecuária, Meio Ambiente
e Desenvolvimento

de 26 a 29 de julho de 2015
UFPB | João Pessoa - PB

Bens de crença e experiência utilizados com baixa frequência tendem a apresentar grande assimetria de informação entre ofertantes e demandantes, o que dificulta a construção de mecanismos de reputação que permitam aos consumidores distinguir a qualidade dos produtos ofertados. Dessa forma, eleva-se a possibilidade de seleção adversa, acarretando alocações ineficientes e a perda de oportunidades econômicas (AKERLOF, 1970). Consequentemente, o consumidor se tornaria cético em relação a este tipo de atributo de crença e o mercado deixaria de diferenciá-lo em termos de preço. Essa situação também pode ser observada em bens de experiência, que também apresentam informação assimétrica ex-ante com relação a características relevantes do produto. Entretanto, este problema é ainda mais grave no caso de bens de crença, uma vez que os consumidores seriam incapazes de mensurar atributos do produto mesmo após o consumo, o que inviabilizaria o uso de mecanismos de reputação ou comunicação a outros consumidores sobre o cumprimento ou não das características anunciadas pelo vendedor.

Mais recentemente, o conceito de bem de crença passou a ser utilizado para classificar diversos bens cujos atributos não seriam facilmente mensuráveis após seu consumo. Na agricultura encontram-se vários exemplos, notadamente aqueles em que características dos processos produtivos implicam atributos de qualidade não verificáveis nem mesmo após o consumo. Um exemplo disso seriam os produtos orgânicos e aqueles produzidos segundo padrões religiosos, como o Kosher, que visa atender aos preceitos da religião judaica. A maior parte dos atributos ambientais também poderia ser considerada nesta categoria, já que a sustentabilidade dos métodos de produção utilizados é de difícil acesso aos consumidores.

Apesar de semelhantes, existem distinções entre os exemplos de bens de crença mencionados no parágrafo anterior e casos explorados na literatura de economia da informação, que geralmente consideram vendedores e prestadores de serviço, e não produtores. Esta diferença é relevante devido a capacidade que os ofertantes têm de afetar a qualidade dos produtos oferecidos, o que tem significativo impacto sobre os incentivos para atitudes oportunistas. Considerando o mercado de automóveis usados, Akerlof (1970) assume que a qualidade dos produtos não pode ser afetada pelos vendedores e, assim, o oportunismo teria um papel pouco relevante. Nesse caso, a seleção adversa seria a principal responsável pela alocação sub-ótima dos recursos.

Já no caso de alimentos orgânicos ou bens com características ambientais, os produtores tomam suas decisões sobre os métodos a serem utilizados considerando a capacidade de diferenciação dos consumidores. Neste sentido, McCluskey (2000), analisou o exemplo dos produtos orgânicos aplicando um referencial da teoria dos jogos, de forma a verificar como produtores e consumidores tendem a se comportar em diferentes níveis de assimetria de informação (bens de procura, de experiência e de crença). No caso dos bens de procura, as informações estariam disponíveis e a solução seria trivial, só havendo a compra se o atributo estiver presente no momento da transação. Para o caso de bens de experiência e de crença, no qual a informação não está disponível a custos reduzidos no momento da compra, o autor propõe uma análise das estratégias dos agentes por meio de dois tipos de jogos: jogo de único período e jogo repetido com horizonte finito. Nas duas situações, o jogo é composto por dois estágios, sendo que no primeiro estágio, o produtor decide se anunciará o atributo em questão e, no segundo, o consumidor decide se compra.



53º CONGRESSO DA
SOBER

Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

Agropecuária, Meio Ambiente
e Desenvolvimento

de 26 a 29 de julho de 2015
UFPB | João Pessoa - PB

Para o caso dos bens de experiência em um jogo de um único período, não sendo possível construir reputação, obtém-se o resultado mais óbvio, não existindo incentivos para um equilíbrio cooperativo. Em outras palavras, o vendedor anunciará um atributo inexistente e o consumidor não irá acreditar. No segundo tipo de jogo, mesmo podendo ocorrer a construção da reputação, por conhecer o período final, o produtor teria incentivos para trapacear em todos os períodos e, conseqüentemente, também não se observaria um equilíbrio cooperativo. Ainda assim, McCluskey considera a possibilidade de cooperação no caso de haver períodos suficientes de forma que os ganhos das sucessivas transações superem o ganho de um único desvio. Nesse caso, o fato do consumidor obter a informação sobre os atributos logo após a transação é fundamental, permitindo-lhe interromper a transação no período seguinte.

No caso dos bens de crença, a impossibilidade do consumidor conhecer os atributos mesmo após a efetivação da transação inviabiliza o equilíbrio mencionado. Ressalta-se que, sem monitoramento, inexistente prêmio por atributos de crença e, assim, o produtor deverá escolher o método de produção mais barato, negligenciando os atributos relevantes para o consumidor.

Tal resultado demonstra que a sinalização via certificação privada ou pública permite que se crie incentivos para a produção de bens com atributos de crença. Isso ocorreria diretamente pela divulgação de informações relevantes para os consumidores e também por uma espécie de sinalização que a certificação criaria. Como os custos indiretos de certificação (adaptação das práticas produtivas) são diferenciados entre produtores que já seguem as práticas mais valorizadas pelos consumidores, obtém-se um equilíbrio que permite ao consumidor distinguir entre os produtores (equilíbrio separador). Tal relação se assemelha ao modelo de diferenciação de trabalhadores analisado por Spence (1973), em que os trabalhadores sinalizam sua maior habilidade, obtendo mais educação. Da mesma forma, o equilíbrio separador só seria possível caso os consumidores pudessem distinguir os vendedores e, neste caso, a decisão de buscar uma certificação seria uma importante sinalização para os consumidores.

Posteriormente, autores mais ligados à economia institucional exploraram outras implicações das falhas de mercado identificadas por Akerlof (1970). Williamson (1996) aponta que falhas de mercado advindas de problema de seleção adversa impedem o estabelecimento de um mercado para produtos de “alta” qualidade devido aos elevados custos de transação que poderiam advir desta situação.

A análise apresentada evidencia que o principal problema por trás dos chamados bens de crença está na capacidade do consumidor diferenciar os bens que contêm ou não os atributos de crença em questão. A definição dos direitos de propriedade a serem transacionados depende do conhecimento dos atributos relevantes dos bens a serem transacionados. Neste sentido, a indisponibilidade destas informações inviabiliza as transações e, em última instância, não permite que um mercado para tais produtos se estabeleça.

Assim, a construção dos mercados de nicho se mostra dependente de mecanismos que permitam a correta especificação de atributos e a difusão desta informação aos agentes



econômicos.

2.2 Direitos de propriedade, custos de mensuração e padrões de qualidade

De forma simplificada, uma transação econômica pode ser considerada como uma troca de direitos, aqui considerados como a “habilidade (em termos de expectativas) de se beneficiar (ou excluir o benefício de outros) de um bem ou serviço” (BARZEL, 2001). A capacidade dos agentes transacionando em obter informações em relação aos atributos de determinado bem ou serviço mostra-se diretamente dependente da forma como tais direitos estão definidos.

Assim, a determinação e garantia dos direitos de propriedade têm papel central na discussão dos mecanismos utilizados para governar transações econômicas. Estes são considerados tanto de uma perspectiva macro-regulatória (sistema jurídico deve garantir tais direitos), como pela ótica micro-privada, em que os contratos e outras estruturas de governança privadas deveriam tanto garantir a correta especificação destes direitos, como também criar mecanismos que permitissem a transmissão destas informações para partes transacionando.

Um importante ramo da Nova Economia Institucional, denominado Economia dos Custos de Mensuração (ECM), dedicou-se a analisar a relação dos custos de mensuração de atributos com as estruturas de governança adotadas pelos agentes para regular as transações. Os trabalhos de Barzel (1982; 1997; 2001) indicam que transações envolvendo bens cuja qualidade fosse de difícil mensuração, elevando assim os custos de transação, tenderiam a usar estruturas de governança mais complexas e integradas e, portanto, mais custosas.

Apesar de não se referir especificamente aos chamados bens de crença, Barzel (1982) apresenta um modelo amplo que permite analisar diversos casos, inclusive de bens de crença e de experiência. Este autor analisou os custos incorridos para obtenção de informações sobre os atributos dos bens transacionados. Ao considerar os custos de verificação de atributos de qualidade, Barzel defende que erros de mensuração seriam inevitáveis e sua extinção seria inviável devido aos altos custos incorridos. O modelo apresentado indica que os compradores estarão mais dispostos a gastar com a verificação dos atributos caso haja maior variabilidade da qualidade dos produtos oferecidos. Esta relação se justifica pela maior probabilidade de se comprar um produto abaixo do nível de qualidade acordado. Assim, os compradores despenderiam recursos em mecanismos de mensuração de forma proporcional ao risco de receber um produto de baixa qualidade.

Outra solução para reduzir este risco estaria no estabelecimento de contratos de longo prazo. Em situações de frequência elevada, tais contratos permitiriam que se gerassem os incentivos necessários para que os vendedores não oferecessem produto de baixa qualidade. A construção da reputação também permitiria a diluição dos custos de mensuração ao longo do tempo. O uso de “termos de garantia” também é apontado por Barzel (1982) como uma estratégia de vendedores que visa desencorajar os consumidores a verificar a qualidade dos produtos, sem elevar a qualidade dos produtos de forma muito custosa.

Nestes termos, o estabelecimento de padrões e mecanismos de monitoramento (como as certificações) poderia ser visto como uma tentativa de melhor especificar os direitos de



53º CONGRESSO DA
SOBER

Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

Agropecuária, Meio Ambiente
e Desenvolvimento

de 26 a 29 de julho de 2015
UFPB | João Pessoa - PB

propriedade por meio da mensuração mais precisa dos atributos de um bem a ser transacionado. Barzel (2001) defende que o uso de padrões seria fundamental para a eficiência das transações, sendo que “...padrões seriam necessários para a comunicação, facilitando as trocas e reduzindo custos de informação.” A redução nos custos de mensuração de atributos seria obtida pela maior especificação das características transacionadas.

Também se ressalta a importância do uso de padrões como forma de reduzir os custos de mensurar atributos de bens, tal como se observa em mercados de commodities. Contudo, nem sempre é possível mensurar tais atributos, o que levaria à utilização de mecanismos mais complexos que permitissem a transmissão de informações não observáveis. Assim, as estruturas que governariam tais transações necessitariam de mecanismos adicionais para transmissão de informação.

A diferenciação dos produtos demanda estruturas de governança que permitam o controle de qualidade e a difusão de informação ao longo dos diferentes elos de uma cadeia produtiva. A seguir serão discutidas formas de governança e sua função a depender das estratégias das firmas no mercado do café.

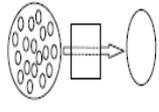
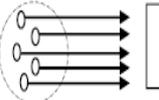
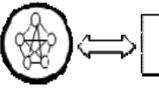
2.3 Estruturas de Governança e Estratégias: Certificação e Marca

Considerando as dificuldades em mensurar a qualidade dos atributos dos bens, as estruturas de governança vão se definir em função das estratégias adotadas. A ligação das soluções estratégicas com as estruturas de governança pode ser esquematicamente pensada utilizando-se o conceito de interdependência, originalmente desenvolvido por Thompson (1967), autor clássico da Teoria das Organizações. A tabela 1 apresenta de forma resumida o conceito que será discutido a seguir.

Thompson identifica três formas de interdependência, conforme se observa na Tabela 1: a) interdependência conjunta (*pooled*), em que cada indivíduo no grupo tem uma contribuição bem definida para uma dada tarefa; b) interdependência sequencial, em que as tarefas são estruturadas sequencialmente, ou seja, uma atividade da firma ou de um agente precede de outra gerando co-especialização. A co-especializada significa que o recurso gera valor em combinação com outro recurso. Um exemplo é a estratégia de diferenciação do produto rural aliado à marca da empresa processadora; c) interdependência recíproca, quando envolve relações entre as partes e o insumo de um agente depende do insumo do outro e vice-versa. A relação entre produtores rurais de orgânicos ou de origem e firma processadora é um exemplo para esse caso. Essa interdependência afeta a relação subsequente, uma vez que ela se alia à interdependência sequencial com os segmentos à jusante e a montante da cadeia. Por se tratar de uma relação que produz sinergias, a interdependência recíproca possibilita a co-especialização.



Tabela 1. Relação da governança da produção de café com seus segmentos de acordo com o perfil dos recursos

Perfil do recurso	Formas de interdependência	Estrutura de Governança dominante	Tipo de Garantia (Barzel) para os consumidores	Características da relação	Exemplos
Aquisição de cafés (bens de experiência)	Interdependência conjunta (pooled) 	Contratos de curto prazo entre produtores e firmas a jusante e a montante.	Não tem	Cada produtor dentro de um grupo tem uma contribuição autônoma e bem definida para uma dada tarefa. As relações entre os agentes são esparsas e os laços sociais entre si são fracos.	Café convencional.
Aquisição de produtos de qualidade específico e/ou em local específico. (bens de experiência e crença)	Interdependência sequencial 	Diferentes formas de contratos de longo prazo (relacionais ou formais) de fornecimentos entre produtores e firmas visando garantir a marca e/ou a oferta de produto.	Marca da empresa / Certificação por terceiros dado a produtor individual.	Estratégia está diretamente relacionada ao investimento específico da firma à jusante, cabendo a ela determinação das condições da organização da produção visando proteção da marca ou/e garantia de suprimento.	<u>Marca</u> : da empresa – reputação da marca é o atributo importante. Certificação: dada a cada produtor – tipos de certificação: orgânico, qualidade.
Aquisição de produtos de qualidade específica que pressupõe ações coletivas entre os produtores. (bens de experiência e crença)	Interdependência recíproca aliada à sequencial 	Contratos relacionais (confiança) horizontais entre produtores e contratos de longo prazo (relacionais ou formais) com firmas mediadas por 3ª parte (certificação).	Certificação coletiva	Cada produtor é mutuamente dependente das escolhas e das ações realizadas pelos outros. Os direitos de decisão estão distribuídos entre os produtores rurais, o que implica um processo complexo de solução. Na relação entre produtor e firma a certificação garante a característica da oferta.	Relação entre produtores orgânicos, origem, fair trade.

Fonte: Baseado e adaptado de Thompson (1967) e de Lazzarini, Chaddad e Cook (2001).

A partir desse quadro teórico, pode-se entender a lógica da formatação dos arranjos de governança nas cadeias produtivas de café. Dentre as diferentes estruturas de governança apresentadas na tabela 1, as duas últimas estão mais relacionadas ao processo de certificação do café que se analisa neste trabalho. A necessidade de uma matéria-prima diferenciada e o mecanismo de governança construído para garantir que tais atributos de qualidade estejam presentes é parte crucial da estratégia das empresas distribuidoras de café, como Starbucks ou Illy. A própria construção da marca dessas empresas depende do bom funcionamento desse sistema

Como se apresentará a seguir, diferentes formas de certificação vêm sendo utilizadas com objetivo de garantir qualidade no suprimento deste produto. Como será observado, destaca-se o papel das cooperativas na organização dos produtores para atender os nichos específicos de mercado, que estão relacionados a interdependência recíproca.

3. O MERCADO DO CAFÉ NO BRASIL: DA REGULAÇÃO PÚBLICA ÀS NOVAS FORMAS DE GOVERNANÇA DA CADEIA PRODUTIVA

De forma geral, o mercado do café se destaca de outras culturas agrícolas pela grande segmentação e diferenciação por qualidade. Em um caminho diverso daquele observado nos



53º CONGRESSO DA
SOBER

Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

Agropecuária, Meio Ambiente
e Desenvolvimento

de 26 a 29 de julho de 2015
UFPB | João Pessoa - PB

principais mercados de commodities agrícolas, como soja e milho, observam-se inúmeros mercados de nicho. Nesse sentido, fica evidente a tendência à diferenciação de produtos, na busca de prêmios por qualidade (SAES, 1995).

Ao se considerar a organização da cadeia produtiva do café no Brasil, é necessário entender o processo histórico em que uma abrupta desregulamentação em 1990 alterou de forma profunda o relacionamento entre os atores atuando neste segmento (FARINA, AZEVEDO e SAES, 1997). No momento da desregulamentação setorial, com o fim do Instituto Brasileiro do Café (IBC), observa-se uma mudança na estrutura do mercado nacional de café, demandando estratégias de diferenciação. Dessa forma, a busca por grãos de qualidade superior ganha espaço no setor.

A desregulamentação ainda teve grande impacto sobre a forma de organização da cadeia produtiva. Tal como ocorreu em outros sistemas agroindustriais, observa-se o surgimento de grande número de associações de interesse privado (AIPs), que passam a realizar funções antes controladas pelo Estado (BARRA, SILVA e MACHADO, 2007). Nesse sentido, as organizações cooperativas desempenham um importante papel de coordenação e difusão de tecnologias para seus associados (SAES, 1995).

A mudança no ambiente organizacional que ocorre a partir de 1990 se soma outra importante mudança no ambiente institucional: a abertura econômica. O processo de liberalização comercial insere outro importante elemento no ambiente de atuação das cadeias agroindustriais brasileiras: a concorrência externa. Essa abertura se mostrou vantajosa para setores que contavam com vantagens competitivas e se firmaram como grandes exportadores, como as cadeias da soja, de carnes e de suco de laranja. Por outro lado, a abertura afetou de forma distinta cadeias menos competitivas que viram o mercado doméstico, antes cativo, ser disputado por produtos importados. Nesse sentido, cadeias como o café e o trigo se destacam entre as que sofreram esse choque de concorrência e, conseqüentemente, uma maior demanda por qualidade.

É interessante frisar que o sistema regido pelo Estado para controlar o funcionamento das cadeias agroindustriais era marcado por uma priorização por elevação da produtividade em detrimento da qualidade do produto. Assim, produtores não tinham qualquer incentivo financeiro para produzir café de melhor qualidade. Nem mesmo o Estado tinha condições de segregar esses grãos e buscar mercados de nicho. Dessa forma, todos os grãos eram misturados e “nivelados por baixo”.

Essa postura ajuda a explicar a perda de mercado do café brasileiro no exterior e a crescente participação de países como a Colômbia e a Costa Rica. A busca por qualidade nesses países permitiu que dominassem mercados de nicho nas nações desenvolvidas, como Europa e EUA.

E foi justamente com esses concorrentes que os produtores de café brasileiro passaram a disputar o mercado doméstico, agora contando com cafés de qualidade superior. Essa mudança de cenário, somada a já mencionada mudança na coordenação acarretada pela saída do Estado na regulação, abriu espaço para iniciativas de coordenação privada. Por coordenação privada se entendem diferentes ações desenvolvidas por cooperativas e outras associações de interesse (AIPs) para o funcionamento das cadeias produtivas.



53º CONGRESSO DA
SOBER

Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

Agropecuária, Meio Ambiente
e Desenvolvimento

de 26 a 29 de julho de 2015
UFPB | João Pessoa - PB

É neste ambiente com pouca intervenção estatal que as AIPs ganham espaço e passam a fornecer uma série de recursos aos produtores rurais. Dentre estes podem se mencionar recursos técnicos/tecnológicos (assistência técnica), jurídicos (representação e disputas comerciais), financeiros (financiamento da produção ou facilitação no relacionamento com bancos) e políticos (representação junto as novas agencias que passaram a afetar o funcionamento do setor) (Perosa, 2007).

Observa-se que em cadeias produtivas atuando em mercados menos commoditizados, como o café, a questão da qualidade do produto assumiu um papel central na atuação do sistema associativo. A busca por mercados para produtos diferenciados, bem como o cumprimento dos requisitos por estes colocados, geralmente em forma de sistemas de certificação, demanda grande esforço de produtores e cooperativas. Assim, observa-se que a presença de cooperativas e de sistemas de coordenação privados representam um requisito importante para que determinadas regiões se firmem como produtores de café de qualidade.

4. A CERTIFICAÇÃO DO CAFÉ NO CERRADO MINEIRO

Minas Gerais ocupa papel de destaque na produção cafeeira nacional. Regiões tradicionais como o sul de Minas e, mais recentemente, o Cerrado Mineiro se destacam entre os principais polos de produção de cafés de qualidade no Brasil. Conjuntamente, a presença de importantes cooperativas nessas regiões, fortalece a produção de cafés de qualidade atrelados a programas de certificação (ORTEGA e JESUS, 2012).

A região do cerrado mineiro representa um importante centro para produção cafeeira. Nessa região se destaca o elevado grau de organização dos produtores, por meio de associações e cooperativas. Nesse sentido, destaca-se a EXPOCACCER, uma das principais cooperativas para exportação de café, e o Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado Mineiro (CACCER), entidade de representação que reúne nove cooperativas e sete associações de produtores (Figura 1).

Figura 1. Associados CACCER



Fonte: CACCER



53º CONGRESSO DA
SOBER

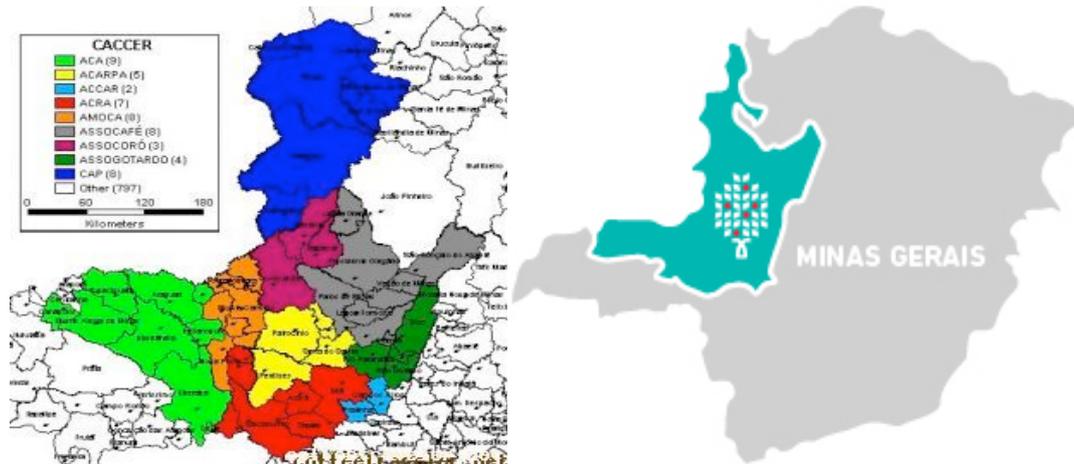
Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

Agropecuária, Meio Ambiente
e Desenvolvimento

de 26 a 29 de julho de 2015
UFPB | João Pessoa - PB

Segundo dados do CACCER, a região conta com mais de 4.500 produtores associados distribuídos em 55 municípios nas regiões do Triângulo Mineiro, Alto Paranaíba e Noroeste de Minas, numa região denominada Planalto Central do Brasil (Figura 2).

Figura 2. Municípios e as Associações que Compõem o CACCER



Fonte: CACCER

Esse ambiente organizacional com elevada coordenação setorial se mostra muito propício para difusão de certificações. Essas entidades têm papel fundamental para que associados busquem certificações e possam acessar mercados de nicho. Dessa forma, toda adaptação tecnológica bem como o próprio cumprimento dos requisitos das certificações passam pelas cooperativas. Nesse sentido, a EXPOCACCER, principal cooperativa localizada em Patrocínio-MG, atua na recepção, segregação e armazenamento dos grãos. A cooperativa conta com

Contudo, vale lembrar que Ortega e Jesus (2012) realizaram extensiva pesquisa de campo na região do cerrado mineiro, demonstrando que uma parcela reduzida dos produtores da região possui alguma certificação (15,81%). Contudo, 65% revelaram que pretendiam obter alguma certificação nos anos seguintes. Dentre os que se declaram certificados, 65% justificou que a agregação de valor a produção foi a principal motivação. Da mesma forma, entre os que não certificaram, a principal justificativa esteve relacionada à agregação de valor, que para 49,78% dos produtores não era significativa a ponto de justificar os custos da certificação.

Em 2014, o CACCER obteve junto ao INPI (Instituto Nacional da Propriedade Intelectual) o direito de certificar produtores com um selo de denominação de origem (DO), sendo o segundo produto alimentar a obter essa certificação no Brasil (o primeiro foi o vinho do Vale dos Vinhedos, no Rio Grande do Sul, em 2012). A DO permite atestar o vínculo do café produzido com o ambiente produzido, considerando questões edafoclimáticas, técnicas de produção e até questões culturais.



53º CONGRESSO DA
SOBER

Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

Agropecuária, Meio Ambiente
e Desenvolvimento

de 26 a 29 de julho de 2015
UFPB | João Pessoa - PB

A certificação “Café do Cerrado” complementa certificações privadas, também disponibilizadas para os produtores da região. Dentre estas certificações, pode-se mencionar a *Rainforest* e *UTZ*, (certificações de boas práticas agrícolas), *Fairtrade* e *4C's* (certificação de “justiça” e boas práticas sociais) e *Starbucks* e *Nespresso* (certificações de qualidade de marcas distribuidoras de café). Assim, podem ser consideradas quatro categorias básicas de certificação: origem geográfica; qualidade; boas práticas e sustentabilidade ambiental; justiça e boas práticas sociais.

Figura 3. Diferentes selos adotados por produtores da CACCER



Fonte: elaboração própria

A forma como essas diferentes categorias de certificação competem e se complementam se apresenta como um processo complexo de transmissão de informação para os consumidores. Ao considerar o *mix* de certificações que irá adquirir, produtores consideram os custos de obtenção da certificação e os prêmios sobre preços que poderão ser adquiridos. Produtores que já cumprem certos critérios terão um custo menor para obter certas certificações, o que favorece que um produtor que já obteve uma certificação, busque outras. Contudo, é preciso considerar se os mercados consumidores atribuem valor a essas certificações. De certa forma, faria pouco sentido obter uma mesma certificação que ateste algum critério semelhante a outra já adquirida. Contudo, se esta permitir acesso a um mercado diferente, com pagamento de prêmio superior, o produtor poderá ter incentivo a busca-la.

Essa interação entre certificações pode, se ocorrer de forma desordenada, criar um ruído elevado e reduzir a capacidade das certificações em transmitir informações aos mercados consumidores. Da mesma forma, o desenvolvimento de certificações ligadas a grandes distribuidores pode acarretar em uma maior assimetria de poder entre produtores e estas empresas, o que também pode não ser favorável para o desenvolvimento desta cadeia.

Como fica evidente pela discussão acima, o processo de certificação inclui um grande número de elementos afetando seu funcionamento, o que demanda uma sistematização dessas



53º CONGRESSO DA
SOBER

Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

Agropecuária, Meio Ambiente
e Desenvolvimento

de 26 a 29 de julho de 2015
UFPB | João Pessoa - PB

variáveis de forma a clarificar as implicações e tendências esperadas nessa situação. A seguir serão apresentados conceitos teóricos relevantes para esta análise, no que tange aos efeitos da assimetria de informações sobre a eficiência das transações econômicas, a dinâmica de expansão de redes econômicas formadas em torno das certificações e o papel de entidades representativas na coordenação desse processo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo apresentou um levantamento inicial dos principais elementos afetando o processo de certificação alimentar, com especial ênfase no mercado de café. Além de considerar aportes teóricos relevantes para o entendimento da certificação, buscou-se mostrar como o processo de certificação de café ocorreu na região do cerrado mineiro.

Nesse sentido, o importante papel desempenhado pelo sistema associativista, especialmente pela CACCER, se mostraram fundamentais para o entendimento do processo de certificação ocorrido na região do TMAP. Seguindo uma tendência comum ocorrida após a desregulamentação dos principais complexos agroindustriais na década de 1990, o sistema associativo passou a exercer um importante papel na produção e comercialização de produtores cooperados. Em cadeias com produtos diferenciados, na qual se inclui o café, essa atuação foi ainda mais marcante e vem permitindo a reinserção de produtos agrícolas brasileiros no mercado doméstico e externo.

O complexo sistema de certificações que vem se estabelecendo no mercado do café torna a atuação de associações ainda mais relevante. Produtores individuais enfrentam grande dificuldade em atender aos critérios estabelecidos pelas certificações, bem como de arcar com os custos de obtenção e manutenção desses selos. Assim, observam-se uma série de custos e dificuldades técnicas para obtenção das certificações, sobressaindo o papel das cooperativas nesse processo – e as relações de interdependência recíproca entre os participantes.

A região considerada neste estudo se destaca pela presença de um forte sistema de associações coordenadas pela CACCER. A cooperativa ligada a este órgão, a EXPOCACCER, realiza a maior parte do processo burocrático para obtenção da certificação bem como a separação e outros passos necessários para a exportação do café certificado.

Nas próximas fases dessa pesquisa, serão coletados dados primários junto a produtores, certificadoras e produtores do TMAP, visando analisar os principais condicionantes desse processo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AKERLOF, G. The Market for “Lemons”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488-500, 1970.
- BARRA, G.; SILVA, V. DA; MACHADO, R. O papel das associações de interesse privado no mercado cafeeiro brasileiro. *REGE Revista de Gestão*, v. 14, n. 2, p. 17-31, 2007.



53º CONGRESSO DA
SOBER

Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

Agropecuária, Meio Ambiente
e Desenvolvimento

de 26 a 29 de julho de 2015
UFPB | João Pessoa - PB

- BARZEL, Y. A Measurement Cost Based Theory of the Firm, mimeo, 68p. 2001.
- BARZEL, Y. Economic Analysis of Property Rights. 2nd ed. Cambridge University Press, 1997.
- BARZEL, Y. Measurement Cost and the Organization of Markets. *Journal of Law and Economics*, v. 25, n. 1, p. 27-48, 1982.
- BELIK, W. Agroindústria processadora e política econômica. 1992. 219 p. Tese (Doutorado) - Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1992.
- DARBY, M. R.; KARNI, E. Free Competition and the Optimal Amount of Fraud. *The Journal of Law and Economics*, v. 16, n. 1, p. 67, 1973.
- ECONOMIDES, N. The Economics of networks. *International Journal of Industrial Organization*, 14(September 1994), 673-699, 1996.
- FARINA, E. M. M. Q.; AZEVEDO, P. F.; SAES, M. S. M. Competitividade: mercado, estado e organizações. São Paulo: Singular, 1997. 286 p.
- GOYAL, S. Connections: an introduction to the economics of networks. Princeton University Press, 2007.
- GRANOVETTER, M. Economic Action and Social Structure: The problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, v. 91, n. No. 3, p. 481-510, 1985.
- LAZZARINI, S. G.; CHADDAD, F. R., COOK, M. L. Integrating supply chain and network analysis: the study of netchains. *Journal of Chain and Network Science*, v. 1, n. 1, p. 13-22, 2001.
- MCCLUSKEY, J. J. A Game Theoretic Approach to Organic Foods : An Analysis of Asymmetric Information and Policy. *Agricultural and Resources Economics Review*, 1(April), 1-9, 2000.
- NELSON, P. Information and Consumer Behavior. *Journal of Political Economy* 311-329, 1970.
- ORTEGA, A. C.; JESUS, C. M. Café e Território. A cafeicultura no Cerrado Mineiro. 1. ed. Campinas: Editora Alínea, 2012. v. 1. 246p.
- ORTEGA, A. C.; JESUS, C. M. Território Café do Cerrado: transformações na estrutura produtiva e seus impactos sobre o pessoal ocupado. *Revista de Economia e Sociologia Rural (RESR)*, Brasília, 2011.
- PEROSA, B.; PAULILLO, L. F. O. E. Abertura e desregulamentação na cadeia do trigo brasileira. *Agricultura em São Paulo*, v. 54, n. 1, p. 42-64, 2007.
- SAES, M. S. M. A racionalidade econômica da regulamentação no mercado brasileiro de café. 1. ed. São Paulo: Annablume, 1997. v. 1. 221p.
- SAES, M. S. M. A desregulamentação do mercado cafeeiro e as perspectivas para o mercado nacional. *Revista de Economia e Sociologia Rural (Impresso)*, Brasília, v. 33, n.3, p. 7-34, 1995
- SPENCE, M. Job market signalling. *The Quarterly Journal of Economics* 87 (3), 355-374, 1973.
- THOMPSON, J. D. Organizations in Action. London, Editora Mac Graw Hill, 1967.
- WILLIAMSON, O. E. The Mechanisms of Governance. NY: Oxford Univ. Press, 1996.