



A EVOLUÇÃO DO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO DO CAFÉ: O INSTITUTO BRASILEIRO DO CAFÉ (IBC) COMO DIVISOR DE ÁGUAS

Edilene Sampaio

Mestranda em Agronegócios - Propaga/FAV/UnB, edilenesampaio9@gmail.com;

José Márcio Carvalho

Professor Doutor em Administração – UnB/ FACE/ ADM, jmcarvalho1708@gmail.com;

Marlon Vinícius Brisola

Professor Doutor em Ciências Sociais - UnB, mvbrisola@gmail.com; e

Carlos Rosano Peña

Professor Doutor em Economia, UnB/FACE/ADM, gmcrosano@gmail.com.

Grupo de Pesquisa: GT3. Evolução, estrutura e dinâmica dos complexos agroindustriais

Resumo

O artigo teve como objetivo comparar as principais mudanças nos arranjos produtivos e comerciais do agronegócio brasileiro do café nos últimos 70 anos (1947 a 2017), ou seja, um recorte de antes e depois da regulamentação do Instituto Brasileiro do Café (IBC). Para isso, o artigo foi desenvolvido por meio de uma pesquisa histórico-comparativa, cujos dados foram analisados e alcançados através de pesquisas bibliográfica e documental, além de publicações acadêmicas de revistas internacionais e nacionais. Considera-se que o IBC marcou a história da cafeicultura brasileira por ter internalizado o café como um único sistema agroindustrial, enquanto que várias das vantagens competitivas do produto podem estar ligadas as suas singularidades regionais.

Palavras-chaves: evolução do agronegócio do café; Instituto Brasileiro do Café (IBC); produção; comercialização; e consumo.

THE EVOLUTION OF BRAZILIAN COFFEE AGRIBUSINESS

Abstract

The article aims to compare the main changes in the productive and commercial arrangements of Brazilian coffee agribusiness in the last 70 years (1947 to 2017), that is, a cut before and



after the regulation of the Brazilian Coffee Institute (IBC). For this, the article was developed through a historical-comparative research, whose data were reached and analyzed and through bibliographical and documentary research, as well as academic publications of international and national journals. IBC is considered to have marked the history of Brazilian coffee business because it has tried to treat coffee as a single agroindustrial system, while one of the competitive advantages of the product can its uniqueness.

Key words: *evolution of coffee agribusiness; Brazilian Coffee Institute (IBC); production; commercialization; consumption.*

1. Introdução

O Brasil caracteriza-se como um importante *player* global na produção de *commodities* agrícolas, e esta posição foi superada quando os agricultores do país aprenderam a lidar com as condições edafoclimáticas tropicais do país. O posicionamento do agronegócio brasileiro permeia uma trajetória dependente de um paradigma agroexportador na formação do país (BRISOLA, 2014).

Dentro do escopo das atividades econômicas do Brasil, o agronegócio é identificado como um dos mais influentes segmentos. Em síntese, é responsável pela estabilidade econômica e social do país e corresponde a 1/5 do PIB e metade das exportações (MAPA, 2017a). Entre os principais produtos que impulsionam esse sucesso da produção agrícola brasileira, encontra-se o café, devido ao seu valor histórico na formação econômica do país e à sua posição de maior produtor mundial deste produto (NICOLELI *et al.*, 2015).

De acordo com o Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (CECAFÉ, 2017), no ano de 2017 o Brasil exportou aproximadamente US\$ 4,2 bilhões. Entre as variedades, o café arábica correspondeu a 87,8% do volume total de exportações (21.718.328 sacas), seguido pelo solúvel com 11,3% (2.803.495 sacas) e robusta com 0,8% (208.276 sacas).

Apesar da cadeia produtiva do café estar bastante difundida no território nacional, atualmente existem seis estados que correspondem a 87,8% da produção total do Brasil, são eles: Minas Gerais produz (55,7%), que representa 79,0% da safra total da espécie arábica, na sequência o Espírito Santo produz (19,3%), que corresponde a 21,0% da safra total da variedade Conilon, em seguida São Paulo, com (9,6%), Bahia (6,3%), Rondônia (4,1%) e Paraná (2,8%) (MAPA, 2017b).

Além disso, a cadeia produtiva do café não se reduz apenas à produção, e ressalta-se que essa é composta por agentes responsáveis por todos os processos, desde o cultivo até as gôndolas dos mercados, como também está presente no âmbito das pesquisas científicas e tecnológicas (BLISKA *et al.*, 2009).

De acordo com os autores supracitados, à partir da década de 1990, o agronegócio brasileiro de café adotou oito medidas que impactaram positivamente na produtividade, competitividade e qualidade final do produto sendo elas: (1) novas técnicas de produção; (2) industrialização; (3) comercialização; (4) plantas mais produtivas, resistentes às pragas e doenças; (5) concentração dos talhões de cultivo; (6) a mecanização da colheita; (7) a utilização da irrigação; e (8) difusão das boas práticas de colheita e pós-colheita (BLISKA *et al.*, 2009).



Entretanto, antes de 1990, o cenário da cafeicultura brasileira era rudimentar, sendo muito influenciado pelo Instituto Brasileiro do Café (IBC), vigente entre 1952 e 1990, que tinha como responsabilidade formular políticas externas e internas, regular as exportações, estoques e as torrefações (SANTOS *et al.*, 2009). Porém a regulamentação equivocada do Governo Federal gerou mudanças estruturais em todos os elos da cafeicultura (SAES; SPERS, 2006).

De acordo com Brisola (2014), no Brasil, no decorrer do século XX, as transformações estruturais, políticas e institucionais aconteceram, principalmente no que corresponde às mudanças e influências do sistema de mercado global, bem como às alterações nas políticas econômicas internas, trazendo para o século XXI, uma configuração econômica, política e social, que permite e requer comparações e contrastes.

Diante disso, este artigo tem como objetivo comparar as principais mudanças nos arranjos produtivos e comerciais do agronegócio brasileiro de café nos últimos 70 anos (1947 a 2017), ou seja, um recorte do antes e depois da regulamentação do Instituto Brasileiro do Café (IBC). Para isso, faz-se necessário entender três fatores: (1) história da cafeicultura brasileira e a influência do IBC na produção e comercialização do café; (2) as recentes estratégias de diferenciação adotadas ao longo dos anos, como os cafés especiais; e (3) o surgimento de novas demandas de mercado.

Além desta introdução, o artigo está dividido em outras três seções. Na segunda, são apresentados aspectos teóricos relacionados a metodologia utilizada nesta pesquisa, bem como a descrição dos dados; na terceira, os resultados obtidos; e, na quarta, as considerações finais seguida de sugestões para futuras pesquisas.

2. Metodologia

O artigo foi desenvolvido por meio de uma pesquisa histórico-comparativa, cujos dados foram analisados a partir de levantamento obtido por meio de pesquisas bibliográficas e documentais, além de publicações acadêmicas de revistas internacionais e nacionais.

Por meio da base de dados do *Google Acadêmico/Scholar* (<https://scholar.google.com.br/>), foram selecionados os artigos que continham os descritivos: café; *coffee*; comercialização; *commercialization*; produção; *production*; Instituto Brasileiro do Café; e IBC no título e/ou nas palavras-chaves.

Foram escolhidos os arquivos que revelaram informações sobre a cafeicultura brasileira entre o período de 1947 a 2017, com abordagens nas áreas de conhecimento como sociedade e desenvolvimento; economia e sociologia rural; organizações rurais e agroindustriais; administração; geografia e agrárias; agronegócio e meio ambiente; gestão de negócios; administração e inovação; e história.

As informações pertencentes aos órgãos governamentais e não governamentais como Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (CECAFÉ), bem como os textos científicos estão disponíveis nos seus respectivos endereços eletrônicos e são de livre acesso a pesquisadores vinculados a universidades.



3. História da cafeicultura brasileira *versus* Instituto Brasileiro do Café (IBC)

O café foi inserido no Brasil em meados do século XVIII, com o objetivo de sanar a demanda interna de consumo, embora, na segunda metade do século XVIII tenha ocupado uma pequena parcela nas exportações, foi somente no século XIX que passou a ter uma importância progressista na economia, alcançando o primeiro lugar no ranking nacional das exportações em 1830 (SAES, 1995).

O IBC marcou a história da cafeicultura brasileira por ter internalizado o café como um único sistema agroindustrial, enquanto que uma das vantagens competitivas do produto é a singularidade (SAES, 1995). Embora tenha sido instituído em dezembro de 1952, pela Lei nº 1.779 do código civil com o objetivo de definir a política para o setor, coordenar e controlar estratégias, desde a produção até a comercialização interna e externa, ofertando assistência técnica e econômica (EMBRAPA CAFÉ, 2017; PLANALTO, 2017), as políticas públicas lideradas pelo IBC contribuíram para gerar estagnação da indústria e desvalorização do café brasileiro.

Após a extinção do IBC, que ocorreu em 1989, as lavouras brasileiras, bem como o comércio e a indústria do café, ficaram sem o amparo da ação governamental, o que trouxe enormes problemas ao setor, como a falta de políticas de ordenamento da oferta, descontrole da produção, falta de mecanismos de amparo à cadeia agroindustrial do café e redução da participação brasileira nas exportações mundiais (ROMANIELLO; REZENDE, 2011).

O IBC também foi responsável pelo gerenciamento do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ), criado em 1986 com recursos provenientes de cotas de contribuição sobre exportações de café, esses recursos eram destinados a pesquisas que tratavam da produção à comercialização do produto, abrangendo desde o controle de pragas e doenças, o desenvolvimento de variedades mais produtivas e demais tecnologias, bem como concedendo crédito para custeio da produção, comercialização, marketing interno e externo (CONSÓRCIO, 2004 *apud* ROMANIELLO; REZENDE, 2011), entretanto, tais recursos não foram aplicados de forma eficiente e eficaz, o que gerou implicações negativas sobre a imagem do café exportado (SCHIAVI, 2003; SILVA; CAMARGO, 2007).

Para Saes (1995, p. 149-150) a história da regulamentação do café brasileiro está dividida em três períodos, conforme Quadro 01.

Quadro 01 - Síntese da história da regulamentação do café brasileiro dividida em três períodos.

Períodos	Regulamentação brasileira do café
1930	No primeiro período “a motivação econômica para a regulamentação se assentou na ação do Estado, no sentido de solucionar as crises de superprodução que, periodicamente, acometiam a lavoura cafeeira. Considerando a importância estratégica do setor e a dependência econômica do País em relação ao café, a defesa deste produto tornou-se uma questão de sobrevivência do próprio aparelho estatal” (SAES, 1995, p. 149).
1930 a 1950	Nessa época, “observa-se uma importante mudança com respeito à atuação do Estado nos negócios cafeeiros. No lugar de intervenções esporádicas, respondendo aos momentos de crise, a regulamentação passa a atuar sistematicamente na manutenção da estabilidade de preços. O Estado, por meio do DNC, autarquia



criada para gerir os negócios cafeeiros, passou a controlar diretamente o processo de tomada de decisão, afastando o setor privado do comando das deliberações das políticas cafeeiras. A motivação econômica da intervenção, nesse período, se apoiava numa ação pragmática, uma vez que não restava outra alternativa ao País porquanto o produto ainda era fundamental para o equilíbrio de setor externo” (SAES, 1995, p. 149).

1951 a 1989

Por fim, “a regulamentação assume um caráter harmônico, que compatibilizou o interesse privado na acumulação de capital e do Estado na implementação de políticas de substituição de importações. A funcionalidade da regulamentação neste período pode ser observada pela transferência de parte dos lucros (da política de valorização) do setor privado para o governo, por meio da quota de contribuição, e pela política cambial que ao valorizar a moeda nacional proporcionava subsídios do setor exportador para a indústria, principalmente na compra de bens de capital. Foi o surgimento de uma quase-renda, fruto da regulamentação, que tornou possível a conciliação de interesses. O setor privado delegava ao Estado o seu direito de efetivar livremente os seus negócios, com a garantia de que os seus lucros seriam maiores do que o do mercado concorrencial” (SAES, 1995, p. 149-150).

Fonte: Adaptado de Saes (1995, p. 149-150).

Neste cenário histórico, observa-se que a regulamentação do mercado cafeeiro brasileiro, ao longo da década de 1990, resultou em mudanças estruturais importantes (PEREIRA; MENDONÇA; REIS, 2008). Para o produtor agrícola, um dos fatores que provavelmente impediu novas estratégias de comercialização foi o desestímulo à qualidade provocado pela política de preços adotadas pelo IBC e pelas políticas macro-econômicas em vigência no país durante este período.

Segundo Saes e Spers (2006), a política de preço fixo imposto pelo Instituto descapitalizou o setor do café e impediu o reconhecimento de estratégias de fracionamento e diferenciação. Ademais, o tabelamento de preços foi um dos aspectos que conduziram a criação dos *blends* de má qualidade, que posteriormente acarretaram em expressivas devoluções no mercado internacional, na qual os produtores misturavam o grão de boa qualidade com o de pior e/ou outros grãos mais baratos, como o café verde ou até mesmo com materiais estranhos como o milho e a cevada.

Para Saes (1995, p. 151-152) a regulamentação gerou várias consequências em cada elo do agronegócio brasileiro do café, conforme o Quadro 02.

Quadro 02 - Consequência da regulamentação nos segmentos do sistema cafeeiro brasileiro.

Segmento do sistema cafeeiro	Consequências
Produção rural	“Na década de 60 e 70, a população cafeeira foi reduzida e apresentou um sensível aumento de produtividade, que se deve, em grande parte, a uma série de programas implementados pelo GERCA, que visavam orientar tecnicamente o plantio, direcionando-o para áreas mais adequadas” (SAES, 1995, p. 151);



Indústria

“A indústria de torrefação e moagem entrou nos objetivos da política cafeeira indiretamente, pois o desejo de aumentar o consumo de café, na década de 60, implicou a institucionalização do subsídio às firmas torrefadoras. Após este período, as firmas torrefadoras continuaram objeto de políticas, porém estas regulamentações estavam mais ligadas às estratégias do governo no combate à inflação e às demandas do próprio setor em manter posições competitivas vantajosas. Como resultado, pode-se dizer que o desempenho destas firmas no mercado foi comprometido, uma vez que as políticas desincentivavam os investimentos; a indústria do café solúvel, por sua vez, foi implantada por decreto e teve como motivação o excesso de oferta de café verde não comercializável, nos estoques do governo. Seu desenvolvimento e desempenho estiveram sempre determinados pela aquisição de matéria-prima subsidiada e da política de valorização, que tornava o solúvel brasileiro mais competitivo que o café robusta (matéria-prima do solúvel)” (SAES, 1995, p. 152);

Consumo

“No decorrer da década de 60, houve um crescimento surpreendente devido ao incentivo da política governamental (Campanha para o Aumento do Consumo Interno do Café). Já na década de 70 e, principalmente, na de 80, observa-se o decréscimo do consumo per capita de café no Brasil. A queda do consumo no mercado nacional se deve em grande parte a dois fatores: ao aumento real de preços no mercado interno (com o fim do subsídio) e às mudanças nos padrões alimentares (em parte devido ao crescimento do consumo de outras bebidas e em parte associada à deterioração da qualidade do café consumido no mercado nacional); no mercado internacional, as mesmas tendências foram observadas: queda do consumo per capita (principalmente dos EUA, o mais importante consumidor mundial), aliadas também aos aumentos dos preços no mercado internacional e a mudanças nos hábitos dos consumidores” (SAES, 1995, p. 152);

Fonte: Adaptado de Saes (1995, p. 151-152).

Com o fim do Acordo Internacional do Café (AIC) e do Instituto Brasileiro do Café (IBC), os *stakeholders* da cadeia produtiva do café ficaram expostos às inconstâncias do mercado e sujeitos às regras do sistema de economia de mercado, conforme mencionado anteriormente (NICOLELI; SANTOS, 2017). Os produtores buscaram alternativas com o objetivo de obter melhores lucros e/ou custear a produção de suas lavouras. Diante disso, muitos produtores encontraram na adequação à produção de cafés especiais, uma remuneração mais justa e significativa, longe da imposição do mercado de *commodities* (OLIVEIRA; OLIVEIRA; JESUS, 2004).

No entanto, a regulamentação gerou algumas conquistas importantes para o setor cafeeiro pois a política do IBC teve seus aspectos positivos em termos de ganhos de



produtividade e redução do custo de produção. Neste período aconteceu a redução do parque cafeeiro aliada ao aumento da produção, e ao aumento do consumo, juntamente com o resultado da medida de incentivo adotada no período em que havia excesso de oferta. Porém, esses sucessos não excluem a deterioração da imagem externa e interna do café gerada por essa mesma entidade (SAES, 1995).

De acordo com Saes (1995), o grande erro da política do Governo Federal foi não valorizar a qualidade do café e não adquirir vantagens comparativas na comercialização, como a adoção de diferentes estratégias em cada região. Por outro lado, com a desregulamentação do setor, essa não padronização da cadeia tem permitido aos interessados do setor perspectivas de novas estratégias de valorização apropriadas a cada especificidade de produção.

Portanto, o café foi e ainda é um importante produto agrícola para o Brasil, tendo contribuído para o crescente progresso financeiro, econômico e social de diversas regiões do país, devido ao fato de que sustenta muitas famílias no meio rural, além de proporcionar trabalho para a mão de obra no campo. Contudo, vencer a competitividade no comércio internacional é um grande desafio para esta cadeia e torna-se necessário buscar o caminho da qualidade e do desenvolvimento sustentável para superar as condições estabelecidas pelos importadores que estão cada vez mais exigentes (ZAMBOLIM; ZAMBOLIM, 2006).

Por fim, o ambiente institucional no qual a cafeicultura brasileira está firmada garante o fornecimento da bebida para diversos mercados (nacionais e internacionais), haja vista que a globalização transformou a economia e foi um dos fatores influenciadores do novo padrão de consumo, contando ainda com as *commodities*, que contribuem para o equilíbrio do comércio (NICOLELI *et al.*, 2015), porém a produção da rubiácea de alta qualidade com atributos tangíveis e intangíveis são reflexos da evolução do agronegócio brasileiro de café.

Neste contexto, a próxima seção deste capítulo tem por finalidade retratar a evolução do agronegócio brasileiro de café, apontando e relacionando as principais mudanças nos arranjos da produção e comercialização antes e após o fim da coordenação do IBC.

3.1. Evolução do agronegócio brasileiro do café

No Brasil, desde o princípio o café de melhor qualidade era misturado com o de pior para aumentar a quantidade embarcada, pois o único objetivo era maximizar o volume de café exportado em um único padrão comercial (SOUZA; SAES; OTANI, 2000), no entanto, este cenário começou a sofrer alterações no final da década de 1990, com o surgimento da tendência de valorização da qualidade (OLIVEIRA; OLIVEIRA; JESUS, 2004).

A tendência de valorização da qualidade, é reflexo, da crescente parcela dos consumidores que demonstram preocupações com as condições com que ocorre o cultivo do grão, processamento e beneficiamento, além dos aspectos que variam entre o impacto social e ambiental, até fatores intrínsecos que tornam a bebida única e de alta qualidade (NICOLELI *et al.*, 2015).

Segundo Saes, Spers (2006), a adoção da rastreabilidade na cadeia de cafés é uma reação às preocupações dos consumidores, principalmente dos países desenvolvidos, que são mais rigorosos quanto à segurança dos alimentos. Os autores relatam um movimento crescente dos consumidores adeptos a examinar a procedência dos alimentos e das práticas utilizadas no plantio. Desse modo, observa-se uma oportunidade para os produtores adotarem estratégias de



diferenciação com a identificação da origem e do modo de produção, como por exemplo, a certificação, que através do selo fornecido por uma entidade idônea garante que os atributos desejados pelo consumidor constem daquele determinado produto.

No Quadro 03 são brevemente descritos os quatro principais tipos de cafés especiais: café *fair trade*, café *gourmet*, café orgânico e café de origem. Vale ressaltar que o conceito de *specialty coffees* tem uma conotação mais ampla, pois pode também se referir a atributos que não dependem exclusivamente da matéria-prima. Incluem-se nessa categoria os aromatizados, *capuccino* e descafeinados, entre outros, que não serão apresentados neste artigo (SOUZA; SAES; OTANI, 2000).

Quadro 03 - Os principais cafés especiais.

Tipos de café especial	Descrição
Café <i>fair trade</i>	A comercialização do <i>fair trade</i> tem como base os princípios de comércio justo ou solidário. O movimento preocupa-se com a situação social e econômica dos produtores de países em desenvolvimento.
Café <i>gourmet</i>	Usado no mercado e pelos apreciadores de cafés especiais. Ele é diretamente relacionado com características intrínsecas do grão verde, ou seja, como o aroma, sabor, corpo, acidez e sabor residual, que são considerados o café preparado tipo 3 para melhor, de aspecto uniforme muito bom, com bebida mole/estritamente mole.
Café orgânico	Produzido de acordo com as normas da agricultura orgânica, que tem como objetivo o fortalecimento dos processos biológicos, por meio de diversificação de culturas, fertilização com adubos orgânicos e controle biológico de pragas, sendo um dos mais importantes produtos orgânicos exportados pelos países em desenvolvimento.
Café de origem	É um café diferenciado pela região produtora, solo, clima e temperatura que dão as peculiaridades distintas a este café especial, que pode ser identificado de duas formas, a primeira está ligada ao modo informal através da divulgação da região, fazenda ou histórico produtivo acompanhado da qualidade do café. Já a segunda forma é por meio de certificados de instituições credenciadas que demarcam as regiões geográficas e produtoras de café.

Fonte: Adaptado de Pedini (2011); Souza, Saes e Otani (2000); Leão, Paula (2010).

Observa-se no Quadro 03 que os cafés *fair trade* e orgânico são produtos que detêm diferenciação intangíveis, isto é, não são percebidas suas especificidades somente na prova da xícara, devido ao fato de que os critérios que os tornam especiais estão relacionados a questões sociais, ambientais e sustentáveis, em contrapartida, o café *gourmet* e origem são caracterizados como fornecedores de bens tangíveis, pois são perceptíveis seus atributos de qualidade através



de análises sensoriais, estes tipos de cafés estão muitas vezes associados as regiões de produção e a propriedades específicas da espécie cultivada.

Ao longo da história, o Brasil passou por mudanças e evoluções, principalmente no agronegócio de café. Surgiram novos hábitos, conceitos, modas e tecnologias, além do aumento do consumo mundial, que passou a adquirir o café especial e a experimentar métodos de preparo da bebida que vão além do tradicional expresso (SILVA; GUIMARÃES, 2012).

A cadeia de suprimentos dos cafés especiais tem crescido rapidamente e vem aumentando sua importância relativa no mercado mundial de cafés, devido à movimentação de bilhões de dólares no comércio global integrado com o varejo, especificamente no segmento industrial de alimentos e bebidas, onde ocorrem os principais arranjos que atendem a demandas sensoriais do consumidor (CARVALHO; PAIVA; VIEIRA, 2016).

Atualmente, essa busca pelo café com atributos únicos é em grande parte possível graças ao investimento em pesquisas e a oferta crédito ocorridos há mais de setenta anos. Essas evoluções também são denominadas pelos autores como “ondas”, que por sua vez, tem como objetivo descrever a evolução do consumo do café e suas transformações na produção e comercialização, visto que estes movimentos ou “ondas” se sobrepõem ou “transbordam” influenciando a próxima e não excluindo a anterior, coexistem (SKEIE, 2002 *apud* GUIMARÃES; JÚNIOR; ANDRADE, 2016), conforme observa-se no Quadro 04.



Quadro 04 - As ondas do café brasileiro sob a perspectiva de produção, comercialização e demanda.

Ondas do café	Produção	Comercialização	Consumo
1ª Onda: aumento exponencial do consumo mundial de café após a Segunda Guerras Mundial.	Revolução no processamento.	Revolução na comercialização mundial do produto, sendo o café comercializado em prateleiras de supermercados considerado de qualidade inferior.	Valorização dos produtos por seus valores funcionais (energia).
2ª Onda: observa-se uma melhoria na qualidade do café como reação à baixa qualidade dos produtos ofertados no período anterior.	Introdução do conceito de cafés especiais e da origem de produção.	Popularização do consumo de café expresso e do consumo da bebida em cafeterias, sendo assim foram criadas diversas redes de cafeterias especializadas como <i>Starbucks</i> , <i>Peet's</i> e <i>Coffe & Tea</i> .	Observa-se uma demanda que excede atributos funcionais, adotando atributos sensoriais e experiências.
3ª Onda: movimento no mercado de cafés especiais, onde pequenas redes e cafeterias independentes que preferem manter a qualidade a vender seus produtos em grandes quantidades.	Enfatiza-se a qualidade e opõem-se a utilização dos <i>blends</i> .	Os cafés passam a ser diferenciados por inúmeros atributos e comercializados de forma mais direta entre os elos da cadeia, isto é, uma relação direta entre o dono da cafeteria e o produtor (<i>Direct Trade</i>).	Mudança de percepção do produto, agora considerado artesanal e tão, ou mais, complexo que o vinho. Um café nunca tem o mesmo sabor de outro. Os cafés adquiridos compõem os chamados “micro lotes”.

Fonte: Adaptado de Guimarães; Júnior e Andrade (2016); Silva e Guimarães (2012); Saes (2006); e Saes, Escudeiro e Silva (2006).



O agronegócio do café evolui e isso é evidente na terceira onda, quando se observa a movimentação de novos arranjos na produção e comercialização. Antes, os negócios de cafés especiais eram inexistentes e nos últimos anos tem conquistado um espaço importante no mercado mundial do grão (SILVA; GUIMARÃES, 2012).

Ainda a respeito da terceira onda, as cafeterias têm adotado um papel de educadores em todas as operações em prol do consumo de cafés especiais. De acordo com os estudos de Guimarães, Júnior e Andrade (2016), “todas as cafeterias estudadas, o café é preparado na frente do cliente e há um trabalho voltado para a “educação” do consumidor, mas ele é realizado de formas variadas”.

4. Considerações Finais

O café brasileiro sempre ocupou uma posição de destaque, tendo em vista que o Brasil é o maior produtor e exportador mundial dessa *commodity*. A cultura do país evoluiu sob influência de um conjunto de fatores complexos, como a mitigação da bialidade da cultura, as cotações internacionais do produto, a concorrência de outros países produtores, o investimento em pesquisa e desenvolvimento científico e tecnológico. Também tiveram um papel importante os incentivos governamentais, bem como a disponibilidade de solos e de condições climáticas adequadas. Este dinamismo permitiu a geração de inovações voltadas para atender exigências do mercado interno e externo.

Neste sentido, o Brasil é considerado um *player* importante no mercado global do café, que marcou a história e representou o principal pilar da economia nacional até a primeira metade do século XX, porém, com o fim do Instituto Brasileiro do Café (IBC) e investimentos em diversificação e industrialização, a dependência do país em relação à cafeicultura foi drasticamente reduzida, o que contribuiu com a estabilidade econômica do Estado.

Considerando a importância do café para a economia brasileira, o Governo Federal sempre promoveu intervenções domésticas, objetivando primordialmente incentivar o segmento rural, garantindo-lhe preços remuneratórios, bem como minimizar o impacto das diferenças regionais de caráter social, econômico, cultural e edafoclimáticas dos principais estados produtores.

Em razão do histórico do café enquanto agronegócio, no qual o mercado interno ficou conhecido por absorver os cafés que não alcançavam padrões de qualidade para exportação, considera-se que ofertar qualidade ao consumidor brasileiro é um exercício árduo, além do fato de que o consumo de café *commodity* é uma tradição e que, ao falar-se de cafés especiais, mesmo com o contínuo crescimento, o consumo ainda é uma novidade para grande parte dos brasileiros.

Vários autores observam que um novo tipo de cliente tem sido uma importante referência para a atuação dos agentes da cafeicultura: são os consumidores dispostos a pagar um valor diferenciado pelo produto especial, um preço que é, muitas vezes, bem acima do mercado tradicional. Estes mesmos autores mencionam que esta valorização faz parte de um simbolismo e uma imagem estimada do produto. Dentre outros motivos, este é um dos motivos pelos quais o mercado de café diferencia-se para atender a gostos e preferências dos consumidores cada vez mais exigentes, dos diversos países importadores e do próprio mercado brasileiro.



No entanto, a concentração do mercado comprador, o esgotamento da política de incentivo e abastecimento do consumo interno, e as crises de crédito internacionais colocam em risco tal estratégia de diferenciação, todavia, os bons ventos externos têm sido muito bem explorados pelo setor produtivo agroexportador, o que incentiva a elevação dos preços internacionais das *commodities* agrícolas e a ampliação da produção agropecuária conserva o equilíbrio na balança comercial.

A certificação, contudo, pode contribuir para o bom posicionamento do Brasil diante dessas demandas específicas por determinados atributos. Silva e Guimarães (2012) consideram que diferenciar e valorizar as diferentes regiões produtoras do Brasil pode ser o primeiro passo para que a cafeicultura nacional esteja bem posicionada quando essa nova perspectiva ganhar força e se tornar mais relevante para o mercado – esta é uma posição que parece direcionar os mercados ao encontro de nichos e novas demandas. Por esta razão se tornam fundamentais os investimentos em novos insumos, equipamentos e processos produtivos que possam trazer maior qualidade para o café produzido, mesmo que possuam custos iniciais mais elevados. Isto conduz a uma aceleração na realização de pesquisas que possam ajudar a viabilizar estratégias de diferenciação para o café.

O café, ao longo da história mostrou-se como uma importante cultura agrícola e mesmo que tenha perdido sua importância relativa no cenário do agronegócio brasileiro, começa a emitir sinais de renovação com a criação de novas perspectivas promissoras quanto a produção, comercialização e consumo, desta vez ligadas a qualidade e não a quantidade. Por mais que as políticas governamentais tenham tido implicações negativas para a cadeia produtiva, estagnando a indústria e desvalorizando a qualidade do grão, estas políticas também alcançaram objetivos benéficos importantes para cafeicultura a longo prazo.

É importante ressaltar que a evolução do agronegócio do café, gerou novos arranjos na produção e comercialização do café, bem como fomentou o segmento de cafés especiais e aumento do consumo. Porém essas novas tendências dos mercados não excluem as “ondas” anteriores do café, como a produção, comercialização e consumo expressivo do café *commodity*. Neste mesmo contexto, o recorte do antes e depois da regulamentação do IBC, permitiu entender como a participação do Estado e demais agentes da cadeia influenciam no futuro do setor. Por fim, considera-se que há muito a ser explorado neste artigo comparativo no âmbito das políticas públicas, porém em relação aos resultados obtidos, os mesmos limitam-se à amostra da pesquisa, sendo uma alternativa um estudo mais aprofundado das temáticas abordadas.

Agradecimento

Este trabalho recebeu apoio da CAPES.



5. Referências

BLISKA, F. D. M. *et al.* Custos de produção de café nas principais regiões produtoras do Brasil. **Embrapa Café-Artigo em periódico indexado (ALICE)**, 2009.

BRISOLA, M. V. Brasil e Argentina: variedade de capitalismo e um século de convergência em torno da agroexportação. **Revista de Historia Iberoamericana**, v. 7, n. 1, 2014.

CARVALHO, J. M.; PAIVA, E. L.; VIEIRA, L. M. *Quality attributes of a high specification product: Evidences from the speciality coffee business.* **British Food Journal**, v. 118, n. 1, p. 132-149, 2016.

CECAFÉ. **Relatório mensal de exportações: outubro de 2017.** Disponível em:
<<http://www.cecafe.com.br/publicacoes/relatorio-de-exportacoes/>>. Acesso em: 03 dez. 2017.

EMBRAPA CAFÉ. **História.** Disponível: <<https://www.embrapa.br/cafe/historia>>. Acesso em: 26 nov. 2017.

GUIMARÃES, E. R.; JÚNIOR, L. G. C.; ANDRADE, H. C. C. A terceira onda do café em Minas Gerais. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 18, n. 3, 2016.

LEÃO, E. A.; PAULA, N. M. **A produção de cafés especiais no Brasil e a emergência de novos padrões de competitividade.** XII Encontro Regional de Economia – ANPEC Sul, 2010.

MAPA. **Agronegócio do Brasil - Empreende, Preserva e Transforma.** Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=5SNJOduxMjo>>. Acesso em: 19 nov. 2017a.

MAPA. **Projeções do Agronegócio - Brasil 2016/17 a 2026/27: Projeções de Longo Prazo.** Brasília: MAPA, 2017b.

NICOLELI, M. *et al.* Aspectos estruturais da cadeia produtiva dos cafés especiais sob a ótica dos custos de transação. **Custos e agronegócio on line**, v. 11, n. 4, 2015.

NICOLELI, M.; SANTOS, A. C. Os efeitos dos sistemas de autorregulação para a coordenação da cadeia produtiva do café/effect of auto-regulation system for the coordination of the coffee production chain. **Revista em Agronegócio e Meio Ambiente**, v. 10, n. 1, p. 25, 2017.

OLIVEIRA, J. L. R. de; OLIVEIRA, S. L. de; JESUS, J. C. S. de. Análise de fatores mercadológicos para a formação de preço do café especial. **Trabalho Científico Agronegócio – VII SEMEAD – FEA/USP**, 2004.



PEDINI, S. **Fair trade:** Alternativa ao mercado convencional de café e processos de empoderamento de cafeicultores familiares. Dissertação (Doutorado) - Universidade de Federal de Lavras - UFLA, 2011.

PEREIRA, V. F.; MENDONÇA, T. G.; REIS, B. S. Análise comparativa da viabilidade econômica dos sistemas de produção convencional e integrado de café. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 10, n. 3, 2008.

PLANALTO. Presidência da República - Casa Civil - Subchefia para Assuntos Jurídicos: **Lei Nº 1.779, de 22 de dezembro de 1952**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L1779.htm>. Acesso em: 26 nov. 2017.

ROMANIELLO, M. M.; REZENDE, T. M. Dinâmica da cadeia produtiva do café: um estudo sobre a gestão interinstitucional do consórcio brasileiro de pesquisa e desenvolvimento do café. **Interface**, v. 8, n. 1, 2011.

SAES, A. M. Do vinho ao café: aspectos sobre a política de diferenciação. **Informações Econômicas, São Paulo**, v. 36, n. 2, p. 7-19, 2006.

SAES, M. S. M. **A racionalidade econômica da regulamentação no mercado brasileiro de café**. Annablume, 1995. Tese (Doutorado em Economia) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo. São Paulo, p. 164. 1995.

SAES, M. S. M.; ESCUDEIRO, F. H.; SILVA, C. L. Estratégia de diferenciação no mercado brasileiro de café. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 8, n. 21, 2006.

SAES, M. S. M.; SPERS, E. E. Percepção do consumidor sobre os atributos de diferenciação no segmento rural: café no mercado interno. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 8, n. 3, 2006.

SANTOS, V. E. *et al.* Análise do setor de produção e processamento de café em Minas Gerais: uma abordagem matriz insumo-produto. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 47, n. 2, p. 363-388, 2009.

SILVA, E. C.; GUIMARÃES, E. R. **A “terceira onda” do consumo de café**. In: Relatório Bureau de Inteligência Competitiva do Café, 2012. Disponível em: <<http://www.icafebr.com.br/publicacao2/26287A%20Terceira%20Onda%20do%20Consumo%20de%20Cafe.pdf>>. Acesso em: 29 nov. 2017.

SILVA, R. M. H.; CAMARGO, J. M. Café e açúcar orgânicos certificados: problemas na produção agrícola e no processamento constatados por respostas a questionários. **Revista Cadernos de Economia**, v. 11, n. 20, p. 129-145, 2007.



SOUZA, M.C.M.; SAES, M.S.M.; OTANI, M.N. **Pequenos Produtores e o Segmento de Cafés Especiais no Brasil: uma abordagem preliminar.** Anais do X Simpósio IFSA - International Farming System Research Association, Santiago, 2000.

ZAMBOLIM, L.; ZAMBOLIM, E. M. Subsídios para produção integrada de café. IN: **Certificação de café.** Viçosa: UFV, DFP, p. 25-97, 2006.