

# CAFÉS ESPECIAIS DO BRASIL: OPORTUNIDADES E DESAFIOS PARA A CONQUISTA DE MERCADOS INTERNACIONAIS

Antonio Carlos MOREIRA<sup>1</sup>, E-mail: acarlosmoreira@uol.com.br

<sup>1</sup>Revista Panorama Rural.

## Resumo:

O presente trabalho objetiva investigar o potencial do café, em especial dos cafés finos para exportação, nos principais centros consumidores mundiais: Europa, Estados Unidos e países da Ásia, como China e Japão. Para tanto, resenha o panorama do comércio internacional e discute a dinâmica das exportações do Brasil, em particular do agronegócio brasileiro do café – historicamente um de seus principais produtos na pauta de exportações. Procura analisar de forma crítica a falta de políticas de exportações como resposta ao desafio do crescimento econômico do país. Sob o conceito de maior esforço pela qualidade e menor pela quantidade, este Trabalho sugere, como estratégia competitiva a ser adotada pelas empresas do sistema agroindustrial do café, explorar o potencial dos cafés finos – cafés *gourmet* e *premium*.

Palavras-chave: cafés especiais; exportação; mercado internacional

## Abstract:

This research intends to investigate the Brazilian coffee potential, mostly specialty coffees to exportation to the main consumers markets: Europe, United States of America and Asia countries, like China and Japan. Then, analyses the world panorama of commerce and discusses the Brazilian exportation, in special the agribusiness coffee sales – the historical and important product for the Brazilian sales. This research makes a critical analysis about the lack of exportation rules to grant the economy growth of Brazil. With the concept “is better more quality than more quantity”, this Research suggest, like a competitive strategy to the companies of agribusiness coffee, to explore the potential of specialty coffees – *gourmet* and *premium* coffees.

Key storage: specialty coffee; exportation; international market

## Introdução

O café tem importância na economia brasileira desde o início do processo de industrialização, no primórdio do Século XX, como analisa Bresser Pereira (1999). “Transferiu capital para a indústria, liberou mão-de-obra, proporcionou divisas, permitiu que o custo de reprodução da força de trabalho nas cidades permanecesse relativamente baixo”. Porém, Batalha (2000) observa que o país contar somente com um setor agropecuário capacitado a produzir em larga escala não é suficiente para garantir o abastecimento do mercado interno e a produção de excedentes exportáveis. “As mercadorias devem não apenas ser produzidas, mas também serem comercializadas e distribuídas dentro de padrões competitivos”.

Se a dificuldade para alcançar maior presença nos mercados internacionais é uma característica intrinsecamente ligada aos produtos agropecuários, o café não se constitui exceção. Farina e Zylberstajn (2001) notam que os compradores do grão, tanto no mercado interno quanto internacional, se mostram cada vez mais exigentes em matéria de qualidade.

Outro desafio é que, nos últimos 10 anos, o consumo mundial total de café tem crescido a taxa de apenas 1,1% ao ano. Este comportamento, segundo Farina e Zylberstajn, está relacionado à instabilidade de sua oferta no mercado mundial e, principalmente, às mudanças observadas nos hábitos de consumo. Nos EUA, o maior consumidor mundial da bebida, entre 1980 e 2000, o consumo caiu de 2,0 para 1,7 xícaras *per capita* ao dia. Apesar da estagnação do consumo global nos países desenvolvidos, observa-se uma tendência de crescimento do consumo de cafés diferenciados, determinada seja pela qualidade da bebida (cafés *gourmet* e *premium*) ou pelo processo de produção (aromatizados, cappuccino, descafeinados e espresso, entre outros).

Diante desses dois cenários – ou seja, o desafio do lento crescimento do consumo e, de outro lado, o aumento da demanda por cafés especiais, de sabores refinados – constitui-se o como objetivos propostos neste Trabalho:

- Analisar o potencial para o mercado internacional do café – como um dos importantes itens da pauta de exportações brasileira –, nos principais mercados consumidores deste produto: Europa e Estados Unidos, além dos emergentes consumidores da Ásia.
- Sugerir, como estratégia competitiva a ser adotada pelas empresas do sistema agroindustrial do café explorar o potencial dos cafés finos (cafés *gourmet* e *premium*), sob o conceito de mais esforço pela qualidade, menos pela quantidade, e este potencial seja explorado pelos produtores brasileiros tendo como base o Modelo de SWOT, proposto por Michael Porter.

## Metodologia utilizada

A primeira etapa da Metodologia foi proceder a revisão bibliográfica dos estudos mais representativos sobre o tema, tendo a preocupação de: a) verificar aqueles que apontavam um referencial teórico na abordagem da conjuntura econômica mundial e brasileira, buscando elementos para interpretar o impacto das mudanças no comércio internacional, em particular no agronegócio brasileiro; b) constituído o referencial da dinâmica das exportações, buscou-se estudos que priorizaram o

comportamento dos mercados internacionais para o produto café. Outra fonte importante na coleta de dados foram as publicações especializadas em comércio internacional e agribusiness, cujas reportagens e relatos atuais de *cases* servem como úteis referências para comparação com os aspectos conceituais e teóricos.

A análise do mercado utiliza como referencial teórico o tema da competitividade, com destaque para o modelo apresentado por Michael Porter, denominado Matriz SWOT. A competitividade revelada do Sistema Agroindustrial, SAG, do café, conduz à sugestão de elementos para uma política de promoção de exportações de cafés especiais, tendo em vista o forte potencial competitivo desse produto no mercado internacional.

## **Resultados e discussão**

O presente Trabalho confirmou o importante papel desempenhado por este segmento no agronegócio brasileiro e, portanto, no conjunto da economia nacional. Os números do mercado e da comercialização nacional e internacional – que justificam políticas específicas de exportação de cafés de qualidade – apontaram que o país pode deixar de ser apenas um grande exportador de commodities e priorizar as vendas externas de maior valor agregado, como os cafés especiais.

Ao lado da competitividade, porém, os elos das cadeias produtivas do setor enfrentam problemas estruturais que, somados aos fatores conjunturais de mercado, dificultam sua participação mais expressiva no mercado internacional com cafés de alta qualidade, os chamados especiais ou *gourmets*.

No plano das oportunidades reveladas pela Matriz Swot, observou-se que nos países desenvolvidos consolida-se uma tendência de crescimento do consumo de cafés especiais, com valores agregados que conferem o interesse de uma nova e crescente clientela: são os aromatizados, descafeinados, cappuccino e espresso, entre outros.

Quanto aos caminhos sugeridos, há dois aspectos estratégicos. Primeiramente, que haja maior coordenação das atividades internas e internacionais das empresas que compõem o SAG do café. Em segundo lugar, a busca do emprego adequado da informação (conhecimento) pode vir a ser a chave para o sucesso internacional. Ou seja, os produtos com maior valor agregado, como os cafés especiais, têm mais potencialidade de tornar o comércio internacional “*engine of growth*” para o país.

## **Referências Bibliográficas**

FARINA, E. M. M. Q.; SAES, M. S. M. *O agribusiness do café no Brasil*. São Paulo: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada/Fundação Instituto de Administração/Universidade de São Paulo, 1999.

FARINA, E. M. M. Q.; ZYLBERSZTAJN, D. (coord.). *Diagnóstico sobre o sistema agroindustrial de cafés especiais e qualidade superior do Estado de Minas Gerais*. São Paulo: IPEA/PENSA/USP, 2001.

ILLY, F.; ILLY, R. (1989). *The Book of Coffee*. Arnoldo Mondadori Editore, Milano, It.

MAUGER P. *Mercado futuro de café na Bolsa de Mercadorias de São Paulo*. Tese (Mestrado em Administração de Empresas). Rio de Janeiro: COPPEAD/Instituto de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio de Janeiro. 1983.

MARKWALD, R.; PUGA, F. *Demografia empresarial das exportações*. Brasília: Banco Nacional de Desenvolvimento Social/BNDES, 2003.

MOREIRA, A. C.. *Das fazendas para o mundo*, in Revista Panorama Rural, São Paulo: PubliE, ed. 92, set. de 2006.

MOREIRA, A. C. *Cafés Especiais: desafios e oportunidades nos mercados internacionais*, São Paulo, Instituto de Pós-Graduação da Universidade Anhembi-Morumbi; 2003.

PINHEIRO, A. C., MOREIRA, M. M. *O perfil dos exportadores brasileiros de manufaturados nos anos 90: quais as implicações de política?* Rio de Janeiro: BNDES, jul. 2000 (Texto para Discussão, 80).

PORTER, Michael. *Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência*. 5ª edição. Rio de Janeiro: Campus, 1991.

ZAPPAROLLI, D. *Cafés Especiais Conquistam o Mercado*. Gazeta Mercantil. Negócios. 4 a 10 de junho de 2001.