

## A INTELIGÊNCIA COMPETITIVA COMO RECURSO ESTRATÉGICO PARA A CAFEICULTURA MINEIRA

Eduardo Cesar Silva<sup>1</sup>, Luiz Gonzaga de Castro Junior<sup>2</sup>, Fabrício Teixeira Andrade<sup>2</sup>, Larissa Carolina da Silva Viana Gonçalves<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Lavras - UFLA/Departamento de Administração e Economia, [educesar\\_muz@hotmail.com](mailto:educesar_muz@hotmail.com);

<sup>2</sup>UFLA/Departamento de Administração e Economia; <sup>3</sup>UFLA/Departamento de Ciência dos Alimentos.

Minas Gerais se caracteriza como o maior Estado produtor de café do Brasil. O Estado é responsável por cerca de 50% da produção nacional. Em 2011, das 43,4 milhões de sacas colhidas no país, 22 milhões foram produzidas em Minas Gerais (INFORME ESTATÍSTICO DO CAFÉ, 2012). Estima-se que Minas Gerais possui em torno de 59 mil cafeicultores e o modelo predominante de gestão é a familiar (BLISKA et al., 2009). A produtividade média do Estado em 2011 foi de 24,99 sacas/ha, pouco acima da média nacional (INFORME ESTATÍSTICO DO CAFÉ, 2012).

Diante da grande importância econômica e social da cafeicultura para o Estado, é preciso que ele possua “recursos” que mantenham a competitividade da cadeia agroindustrial do café. Aqui, recursos são compreendidos como estruturas (armazéns, torrefações), instituições (EPAMIG, EMATER, UFLA, UFV), pessoas (técnicos, pesquisadores etc.) ou áreas de pesquisa (genética, fitopatologia, economia rural, inteligência competitiva) que possam ser utilizados em prol do desenvolvimento da atividade no Estado.

Dessa forma, a Inteligência Competitiva (IC) emerge como um valioso recurso para a cafeicultura mineira, já que ela consiste em transformar dados e informações dispersas em conhecimento estratégico (TYSON, 1999 apud APARECIDA DE MARCO, 2001). Como exemplo, pode ser citado monitoramento de notícias internacionais. Uma ou duas notícias isoladas pode não dizer muito a respeito de uma nova tendência, mas quando é feito um monitoramento sistemático de longo prazo, o conteúdo das notícias começa a convergir em novas tendências e em uma compreensão mais ampla das ações de países concorrentes.

De modo a prover o Estado de Minas Gerais com IC para a cafeicultura, foi criado o projeto “Bureau de Inteligência Competitiva do Café”, com financiamento da FAPEMIG e interveniência da Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior. As atividades do Bureau são realizadas dentro do Centro de Inteligência em Mercados (CIM) da Universidade Federal de Lavras.

O objetivo desse trabalho é apresentar as principais tendências identificadas pelo Bureau do Café, de modo a oferecer informações úteis aos agentes ligados ao agronegócio café atuantes em Minas Gerais. Adicionalmente, essa divulgação visa demonstrar a importância da IC para a cafeicultura do Estado, justificando a categorização como “recurso estratégico”. As tendências apresentadas foram identificadas a partir de um monitoramento sistemático das notícias disponíveis na internet, principalmente em sites internacionais. O monitoramento foi feito entre dezembro de 2011 e Julho de 2012. As tendências foram divididas conforme as quatro áreas de atuação do Bureau: Produção mundial de café, indústria do café, varejo de café (cafeterias) e bebidas substitutas.

Os resultados são apresentados na Tabela 1.

**Tabela 1:** Principais tendências mundiais para a cadeia produtiva do café e bebidas substitutas. Fonte: Elaborada pelos autores a partir de dados do Bureau de Inteligência Competitiva do Café.

Área	Principais Tendências
<b>Produção de Café</b>	Países investindo cada vez na produção de cafés especiais e certificados; projetos para criação de novas Indicações Geográficas; Investimentos de empresas do setor privado em países produtores, geralmente para apoiar os cafeicultores locais.
<b>Indústria de Café</b>	Expansão do número de fábricas de café solúvel na Ásia; ampliação do uso de robusta nos blends; indústrias investindo cada vez mais em cafés certificados; rápido crescimento do segmento de café em “dose única”.
<b>Varejo (Cafeterias)</b>	Expansão das principais redes de cafeterias do mundo para Índia e China; entrada de novas empresas no setor (ex: McDonalds com o McCafé); investimentos em marketing e novos produtos; novos formatos de lojas (ex: quiosques, drive-thrus, cafeterias móveis – vans), uso de redes sociais para divulgação dos produtos e relacionamento com os clientes.
<b>Bebidas Substitutas</b>	Modernização do consumo de chá, que agora é oferecido em ambientes sofisticados e pode ser preparado através de cápsulas, tal como nas máquinas Nespresso; crescimento do consumo de bebidas energéticas; pressão sobre a indústria de refrigerantes, já que o excesso de açúcar é uma das principais causas de obesidade nos EUA; popularização das bebidas com apelo saudável.

**Conclusões-** Os dados apresentados na Tabela 1 oferecem inúmeras oportunidades de ação para Estado de Minas Gerais. Para o Estado se destaque cada vez no cenário internacional é preciso investir não só na produção do grão, mas também na sua industrialização e no setor de cafeterias, que podem agregar grande valor ao produto.

A metodologia de monitoramento de notícias se mostrou eficaz para a identificação de tendências relevantes para o setor. A partir da coleta de notícias, a IC transforma informações em conhecimento.

Por fim, a IC pode ser realmente considerada como um recurso estratégico para a cafeicultura mineira, já que permite o acompanhamento das principais tendências internacionais. Com ações adequadas, pautadas nessas tendências, o Estado de Minas pode se antecipar às novas demandas e oportunidades globais, criando renda para todo o setor cafeeiro.