

VANTAGENS COMPETITIVAS PROPORCIONADAS PELO CONSÓRCIO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DO CAFÉ (CBP&D/CAFÉ)

Thaisy Sluszz*
Eugenio Avila Pedrozo**

RESUMO

Este artigo objetivou explorar as vantagens competitivas do agronegócio café, observadas após a criação do Consórcio Brasileiro de Pesquisa & Desenvolvimento do Café (CBP&D/Café). O método consistiu numa abordagem qualitativa e exploratória, a qual fundamentou as bases lógicas de investigação a partir de uma revisão bibliográfica, entrevistas e coleta de dados a respeito do setor cafeeiro, com análise do conteúdo das respostas obtidas. Vários foram os reflexos sentidos na cafeicultura brasileira com as ações do CBP&D/Café, dentre as quais se pode destacar: o expressivo aumento de consumo no Brasil, elevando o país à posição de segundo maior consumidor da bebida; o café brasileiro ainda é considerado o de maior qualidade no mercado externo, o que faz do país o maior produtor e exportador do produto in natura; investimentos em P&D de variedades mais produtivas, técnicas agrônomicas mais adaptadas às condições edafoclimáticas específicas de cada região produtora do país, novos produtos diferenciados, o que gera maior qualidade do produto final “pronto para beber”; além de investimentos em marketing interno e internacional buscando maior valorização da marca Cafés do Brasil e do país frente ao mercado mundial. Nota-se, portanto, um progressivo aumento na competitividade do setor em virtude da integração com diversas redes e projetos implantados bem-sucedidos, baseados na demanda e nos estudos do agronegócio do café mundial.

Palavras-chave: redes flexíveis, café, consórcio.

1 INTRODUÇÃO

O agronegócio no Brasil, em 2004, gerou produção de R\$ 534 bilhões, que corresponde a 33% do PIB brasileiro; proporcionou 37% dos empregos no país e respondeu por 42% das exportações brasileiras e pela totalidade do *superavit* comercial. Assim, o

* Mestranda do Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Cepan/UFRGS. E-mail: thaisy@terra.com.br

** Professor Adjunto da Escola de Administração e do Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail: eapedrozo@adm.ufrgs.br

Teor. e Evid. Econ.	Passo Fundo	v. 14	n. 27	p. 35-59	novembro 2006
---------------------	-------------	-------	-------	----------	---------------

agronegócio brasileiro vem mostrando a sua importância para o país, proporcionando cada vez mais empregos, renda, divisas e desenvolvimento. Em 2003, o Brasil já era o maior exportador mundial de café, fumo, suco de laranja, açúcar, álcool, carne bovina, couro curtido e calçados. Além de ser o primeiro ou segundo maior vendedor, detinha 38% do mercado de soja-grão; 44% do de café solúvel e, em agosto de 2004, ultrapassou os Estados Unidos, como o maior exportador mundial de carne de frango (BRASIL, 2005).

A realidade mundial do agronegócio tem sofrido constantes mudanças nas últimas décadas, dentre as quais se citam as inovações ligadas à tecnologia, que acabam por revolucionar os mercados, processos produtivos, comunicações, logística, dentre outros. Isso decorre das mudanças nas formas de gestão e, principalmente, nas formas de relacionamento entre os agentes que compõem as cadeias produtivas.

O agronegócio brasileiro é considerado um dos maiores setores da economia do país e depara-se, freqüentemente, com inúmeras oportunidades e desafios de natureza estratégica. Os atores envolvidos nas diferentes cadeias produtivas estão buscando incessantemente alternativas viáveis para enfrentar a realidade competitiva existente e para tornar o agronegócio o setor realmente vital da economia do país (BINOTTO e PEDROZO, 2000).

A competitividade do agronegócio está baseada na engenhosidade do agente econômico brasileiro, pois não conta com subsídios, apoio à exportação e outros instrumentos disponíveis aos principais concorrentes do país. Uma teia burocrática asfíxiante, carga tributária perversa, logística desmantelada, moeda instável perante o dólar e outras dificuldades exigem que os setores agroindustriais se organizem em sistemas produtivos formais de maneira que seus agentes – aqueles que têm diretamente a ganhar ou a perder com a performance dos respectivos produtos – possam se auxiliar mutuamente, otimizar os poucos recursos, pensar juntos e agir na mesma direção (NEVES, LOPES, 2005).

Segundo Lovatelli (2004), mesmo com as dificuldades de competição, a produção brasileira vem batendo sucessivos recordes graças ao incremento das produtividades médias obtidas, pois as áreas plantadas evoluíram proporcionalmente menos. Isso se deve aos investimentos em pesquisas e tecnologias, que tornaram a soja, o café, as carnes e outros produtos brasileiros os mais competitivos do mundo, compensando os subsídios concedidos nos países concorrentes.

Como resposta às novas tendências do agronegócio, os agentes do setor da cafeicultura (incluindo nessa perspectiva os produtores, empresas processadoras, cooperativas etc.) precisaram investir pesadamente em P&D de novas variedades com maior produtividade, técnicas agrônômicas mais adequadas a uma produção sustentável e novos produtos com maior qualidade e valor adicionado. Porém, as possibilidades desses agentes eram limitadas em face dos enormes custos exigidos pela pesquisa agrícola e industrial, pois, sendo o café uma cultura perene, as pesquisas são de longo prazo e captam grandes valores financeiros (ZYLBERSZTAJN, NEVES, 1997).

Com o desafio eminente de manter e aumentar a competitividade do café brasileiro, várias associações, cooperativas, entidades e outras instituições foram formadas a fim de melhorar e padronizar a qualidade do café produzido nas várias regiões do país, auxiliar na obtenção de crédito, na formação e consolidação da marca *Cafés do Brasil*, na comercialização e nas exportações. Entre essas formas de organização destaca-se a formação do Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café (CBP&D/Café), que tem como objetivos gerais o desenvolvimento de estudos e pesquisas capazes de dar sustentação tecnológica e econômica ao agronegócio café, através da integração das instituições de pesquisa entre si e todos os demais componentes do setor cafeeiro, no sentido de expandir e consolidar a capacidade de identificação de problemas, geração e difusão de tecnologias e informações necessárias ao pleno desenvolvimento do café brasileiro.

Assim, este artigo objetiva descrever e analisar as vantagens competitivas que o Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café trouxe para o agronegócio desta cultura no país.

2 METODOLOGIA

O método desta pesquisa, segundo Diehl e Tatim (2004), consiste numa abordagem qualitativa e exploratória, a qual fundamenta as bases lógicas de investigação numa revisão bibliográfica, em entrevistas com representantes das associações, empresas, instituições de pesquisa e do consórcio e coleta de dados a respeito do agronegócio do café, com vistas a torná-lo mais explícito, proporcionando maior familiaridade com o problema. Com base na fundamentação teórica, procurou-se descrever o agronegócio café em todos os seus aspectos e analisar as vantagens competitivas que o Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café proporcionou à cafeicultura brasileira.

A coleta de dados primários foi operacionalizada por meio de entrevistas eletrônicas aos representantes das instituições relevantes do agronegócio café: Embrapa Café, Associação Brasileira das Indústrias de Café (Abic), Conselho Deliberativo da Política Cafeeira (CDPC), Departamento do Café do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), professores-pesquisadores da Universidade Federal de Viçosa e da Universidade Estadual de Londrina e agrônomos da Emater/PR e Emater/MG. Após a coleta foi realizada uma análise interpretativa do conteúdo das respostas obtidas, o que, conforme Triviños (1987), possibilita comparar tais dados coletados com dados secundários.

Em relação aos dados secundários, foram buscados na literatura específica que trata do tema e contribuíram para a sustentação do referencial teórico que colaborou para o alcance da proposta de pesquisa.

A justificativa para a seleção de tal setor se dá pela representatividade deste no agronegócio brasileiro e um caso de sucesso numa forma de organização da cadeia produtiva: as redes flexíveis.

3 CONSÓRCIO COMO ESTRATÉGIA PARA AUMENTO DA COMPETITIVIDADE DA CAFEICULTURA

O sucesso ou o fracasso de qualquer empresa depende da vantagem competitiva que essa empresa possa ter em relação aos competidores. Essa vantagem poderá surgir da condição que cada uma possui em agregar valor a seus clientes, podendo ser pela oferta de um produto/serviço a um custo mais baixo que o da concorrência ou pelo fornecimento de benefícios únicos ao comprador, que compensem o preço cobrado (PORTER, 1992).

A cadeia produtiva de um produto pode ser utilizada como um fator que favoreça a criação de uma vantagem competitiva. Esta cadeia é composta por vários elos, iniciando pelos fornecedores, passando pela produção até chegar ao consumidor final. Cada um dos elos possui suas inter-relações, que, por sua vez, podem constituir-se em fatores que agreguem valor ao cliente (PORTER, 1999).

No Brasil, há a necessidade de se desenvolver em cada elo da cadeia do café a consciência de que todos são parte de um conjunto único, pois, se um dos elos se quebrar, toda a cadeia será prejudicada. É necessário, portanto, um entendimento franco no mercado, que respeite e reconheça a importância do papel de cada um, desde o produtor, passando pelos fornecedores de insumos, máquinas, implementos, serviços e assistência técnica, até o segmento industrial, detentor de alta capacidade de investimento, tecnologia de processamento e meio de gestão dos canais de distribuição. Essa conscientização levará a um aumento da competitividade de toda a cadeia (NEVES, LOPES, 2005).

A cafeicultura brasileira, desde seu início como atividade agroexportadora, sofria com produtos não padronizados, de baixa qualidade, mão-de-obra desqualificada, mercado exportador exigente e, sendo um produto *commodity*, aliado a esses fatores, tornou-se a cadeia extremamente competitiva. A mudança nos hábitos dos consumidores aumentou ainda mais a pressão existente por baixos custos e produto de qualidade superior. E foi pela formação de redes flexíveis (consórcios) que a cafeicultura brasileira se desenvolveu e hoje tem grande importância para o país (LAPA, 1998).

A participação do consórcio (quando este é orientado para um setor ou segmento específico) não deve resumir-se às empresas concorrentes e complementares de um setor do território, mas, possivelmente, deve incluir fornecedores de matérias-primas, de equipamentos e de tecnologia, empresas de serviços e suporte especializadas e, ocasionalmente, alguns clientes locais (CASAROTTO FILHO, 2002).

Segundo Casarotto Filho e Pires (1998), a pequena empresa, a não ser que tenha um bom nicho de mercado local, dificilmente obterá alcance globalizado se continuar atuando de forma individual. Então, com raríssimas exceções, as empresas, sejam elas de qualquer dimensão ou setor, encontram-se competindo num mercado internacionalizado. E quando se passa a falar em negócios, não mais em empresas isoladas, uma forma de diminuir os riscos e ganhar sinergia é a formação de alianças entre empresas, especialmente as pequenas.

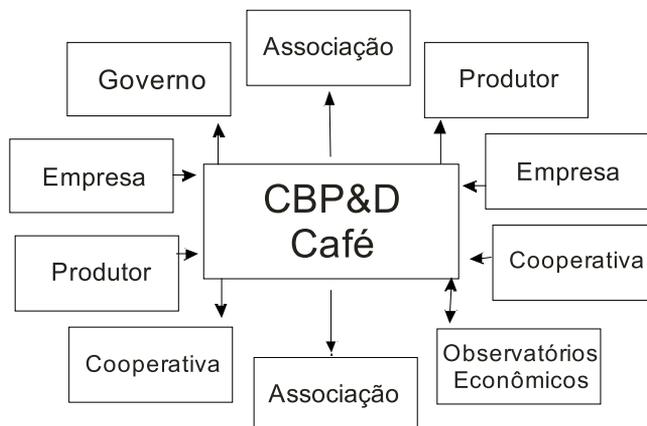
Pequenas empresas normalmente são mais flexíveis e ágeis que as grandes empresas nas funções produtivas. Se essas pequenas empresas puderem agregar vantagens de grandes empresas, em funções como logística, marca ou tecnologia, terão grandes chances de competição. O grande problema da pequena empresa é a falta de competência para dominar todas as etapas da cadeia de valor, além da própria capacitação de gestão de todas as etapas. Diz-se que empresas de um mesmo segmento e, especialmente, de uma mesma região não são concorrentes, mas irmãs e que irmãos devem colaborar entre si. A justificativa real, porém, é a própria base das redes: juntar esforços em funções que necessitam de uma escala maior e maior capacidade inovativa para sua viabilidade competitiva. Além do mais, cooperação entre pequenas empresas é algo tão irreversível como a globalização, ou melhor, talvez seja a maneira como as pequenas empresas podem assegurar sua sobrevivência e a sociedade garantir seu desenvolvimento equilibrado (CASAROTTO FILHO, PIRES, 1998).

Assim, as cooperativas, as associações, as redes e demais formas de organização desempenham um papel fundamental na atividade cafeeira. Comercializar, armazenar, pesquisar e desenvolver produtos são algumas das funções dessas formas de organização.

As cooperativas são o braço direito dos cafeicultores e a representatividade conquistada comprova essa realidade. Localizadas nos municípios produtores, ajudam a levar o grão colhido até o consumidor, esteja dentro ou fora do país. Um produto de melhor qualidade é a meta insistentemente perseguida, pois isso significa melhores preços e maior participação em mercados externos (BELING, 2005).

Já o consórcio, como é visto até agora, é, na realidade, uma microrrede, que, segundo Casarotto Filho (2002), é uma associação de empresas visando garantir competitividade do conjunto. Mas o simples consórcio entre as empresas não garante, por si, a competitividade. De outro modo, a integração e a inter-relação cooperativa entre os componentes evidenciam o sucesso de um consórcio. Na Figura 1 é mostrado o sistema econômico da cafeicultura com vários componentes, em que os consórcios representam apenas um tipo de mecanismo de integração. A figura apresenta ainda outros mecanismos, como observatórios econômicos, associações empresariais e cooperativas. O centro catalisador de tecnologias, neste caso, o consórcio, é a integração entre redes de empresas, universidades, centros de pesquisa, poder público, produtores, entre outros. Os consórcios de primeiro grau (entre empresas) terão, evidentemente,

maiores chances de sucesso se estiverem integrados a esses mecanismos associativos de graus mais elevados (cooperativas, associações etc.). Esse fato ocorreu com o CBP&D/Café, que, integrado com cooperativas, associações de produtores e poder público, trouxe grandes benefícios à cafeicultura brasileira.



Fonte: Adaptado de Casarotto Filho (2002).

Figura 1: Modelo de integração entre os agentes da cafeicultura brasileira, com base no Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café.

Fundamentalmente, as principais características de um consórcio devem ser versatilidade e capacidade de adaptação às novas condições ambientais nacionais e dos mercados internacionais de referência, utilizando uma estrutura operacional mínima (CASAROTTO FILHO, 2002).

O consórcio é um desses mecanismos que têm sido utilizados com grande eficácia e eficiência na promoção da capacitação e no suporte às empresas, nas mais diversas variáveis estratégicas e gerenciais, para a conquista de vantagens competitivas duradouras, tais como inovação tecnológica (de produto e processo), modernização gerencial, institucionalização de relações, de colaboração e co-produção, busca e análise informativa, internacionalização etc. O consórcio é um tipo de organização, uma rede flexível de empresas que tem sido o sustentáculo de economias altamente desenvolvidas, como a da região da Emília Romagna, na Itália. As empresas unem-se a um consórcio com objetivos amplos ou mais restritos. Num consórcio de formação de produto, por exemplo, várias empresas podem produzir partes de um equipamento, que é comercializado, divulgado e assistido tecnicamente por um consórcio, o qual simula a administração de uma grande empresa, mas tem muito mais flexibilidade de atendimento a pedidos diferenciados, significando agregação de valor (CASAROTTO FILHO, PIRES, 1998).

Nas etapas desenvolvidas pelo consórcio duas funções são vitais: desenvolvimento de novos produtos e aquisições de matérias-primas. A primeira é vital especialmente porque aumenta o valor do produto; a segunda, porque diminui o preço final do produto contribuindo para aumentar o quociente valor/preço. Para desenvolver novos produtos é necessário alto grau de monitoramento do segmento, acompanhamento de tendências mundiais e monitoramento de tecnologia. Assim, o consórcio deve distribuir regularmente informações genéricas às empresas, que permitam respostas rápidas por parte dessas e a concentração de esforços em projetos, em relação às oportunidades identificadas, individual ou coletivamente. Oportunidades individuais de empresas constituem projetos específicos a serem desenvolvidos pelo consórcio (CASAROTTO FILHO, 2002).

4 O CONSÓRCIO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DO CAFÉ - CBP&D/CAFÉ

Durante a história da atividade cafeeira no Brasil, uma das maiores preocupações sempre esteve ligada à permanente vontade de extrair dos grãos os melhores aromas e sabores. Estabelecendo-se em diferentes realidades e em diversos estados, o estilo brasileiro de fazer café foi tomando cada vez mais forma, até constituir uma das melhores bebidas do mundo.

A permanente inovação tecnológica é a trajetória necessária para a manutenção da competitividade das empresas, as quais necessitam de antenas que acompanhem o desenvolvimento tecnológico e de mercado de seu setor de atuação, por meio de constantes contatos com centros de produção de informações mundiais. Tais conhecimentos são importantes no processo de aumento e manutenção de mercados e de crescimento do setor. O papel da pesquisa foi decisivo nesse processo, com algumas ações fundamentais no setor cafeeiro do Brasil. Um desses momentos basilares deu-se em 1997, com a criação do Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café.

O Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café é uma congregação de instituições de pesquisa e desenvolvimento que têm por objetivo dar sustentação tecnológica ao agronegócio café no Brasil. Foi criado em março de 1997 por dez instituições brasileiras de P&D (EBDA, Embrapa, Incaper, Epamig, IAC, Iapar, Pesagro-Rio, MA/Sarc, Ufla e UFV), tendo a Embrapa como instituição coordenadora.

O preceito orientador da criação do consórcio, segundo seu representante, é o do somatório de recursos humanos, laboratoriais, físicos e financeiros das instituições, com vista à concepção e execução de atividades de P&D em todas as áreas da cadeia produtiva do café e na abrangência dos principais estados produtores.

A finalidade do consórcio é desenvolver estudos, pesquisas e atividades de desenvolvimento capazes de dar sustentação tecnológica e econômica ao agronegócio café, por meio da integração das instituições de P&D e todos os demais componentes

do setor cafeeiro, no sentido de expandir e consolidar a capacidade de identificação de problemas e geração de alternativas tecnológicas. Os objetivos específicos são desenvolver a pesquisa científica e tecnológica e estudos socioeconômicos e mercadológicos, em atendimento às demandas prioritárias do setor; constituir banco de dados da documentação cafeeira e da biblioteca de referência da cultura do café; acompanhar e analisar a lavoura cafeeira e o negócio café; fornecer subsídios à política cafeeira brasileira; difundir tecnologia e informações; fornecer serviços e produtos tecnológicos; treinar e capacitar recursos humanos e treinar e capacitar usuários e clientes, segundo pesquisador da Embrapa Café.

Participam atualmente do consórcio, quarenta instituições, como conveniadas, para a execução do Programa Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento do Café, contando com 1.300 pesquisadores e extensionistas, atuando em todos os segmentos da cadeia do café, distribuídos em 11 estados da União (Acre, Amapá, Bahia, Pará, Rondônia, Goiás, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro, São Paulo e Paraná) e Distrito Federal. A relação completa das instituições envolvidas com o consórcio encontra-se no Quadro 1.

Quadro 1: Instituições conveniadas ao Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café.

Sigla	Nome da instituição participante do consórcio
Cati	Coordenadoria de Assistência Técnica Integrada
EBDA	Empresa Baiana de Desenvolvimento Agrícola S.A.
Emater-MG	Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais
Emater-PR	Empresa Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural
Emater-RJ	Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado
Embrapa - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária	Embrapa Café
	Embrapa Recursos Genéticos e Biotecnologia
	Embrapa Cerrados
	Embrapa Agrobiologia
	Embrapa Agroindústria de Alimentos
	Embrapa Solos
	Embrapa Amazônia Oriental
	Embrapa Rondônia
	Embrapa Acre
	Embrapa Amapá
Epamig	Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais
FGV	Fundação Getúlio Vargas
Funape	Fundação de Apoio à Pesquisa
Funarbe	Fundação Arthur Bernardes
Fundag	Fundação de Apoio à Pesquisa Agrícola

Fundecit	Fundação de Auxílio à Investigação e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico Sustentado
Fundepag	Fundação de Desenvolvimento da Pesquisa Agropecuária
IAC	Instituto Agrônômico de Campinas
IAL	Instituto Adolfo Lutz
Iapar	Instituto Agrônômico do Paraná
IB	Instituto Biológico - São Paulo
IEA	Instituto de Economia Agrícola
Incapar	Instituto Capixaba de Pesquisa, Assistência Técnica e Extensão Rural
ITAL	Instituto de Tecnologia de Alimentos
MA/DFA-MG	Delegacia Federal da Agricultura de Minas Gerais
MA/SARC	Secretaria de Apoio Rural e Cooperativismo do MA
Ocepar	Sindicato e Organização das Cooperativas do Estado do Paraná
Pesagro-Rio	Empresa de Pesquisa Agropecuária do Estado do Rio de Janeiro
UEL	Universidade Estadual de Londrina
UEM	Universidade Estadual de Maringá
UENF	Universidade Estadual Norte Fluminense
Uesb	Universidade Estadual do Sudeste da Bahia
UFG	Universidade Federal de Goiás
Ufla	Universidade Federal de Lavras
UFPR	Universidade Federal do Paraná
UFU	Universidade Federal de Uberlândia
UFV	Universidade Federal de Viçosa
Unesp	Universidade Estadual Paulista
Unicamp	Universidade de Campinas
Uniuibe	Universidade de Uberaba

Fonte: Embrapa Café (2005).

As instituições conveniadas ao consórcio, segundo seu representante, apresentam seus projetos, que são avaliados com outros trabalhos do país e encaminhados ao Conselho Diretor de Pesquisa do Programa Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento do Café, do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Este órgão também faz avaliações, mas é o Conselho Deliberativo da Política do Café quem aprova e homologa. Dessa forma, buscam sempre o sistema de rede integrada para evitar duplicidade nas ações de pesquisa, de recursos humanos, de matérias e de finanças.

As instituições participantes do consórcio congregam ainda 144 empresas e cooperativas de exportação, 350 mil cafeicultores, 11 indústrias de café solúvel e 1.700 indústrias de torrefação e de moagem. Todos os segmentos envolvidos têm a responsabilidade de orientar-se pelas necessidades dos clientes, ampliando sempre a base de evolução do agronegócio do café.

O consórcio, segundo a Embrapa Café, ordena suas ações nas seguintes linhas

de pesquisa e de desenvolvimento: agroclimatologia e fisiologia do cafeeiro; genética e melhoramento do cafeeiro; biotecnologia aplicada à cadeia agroindustrial do café; solos e nutrição do cafeeiro; pragas do cafeeiro; doenças e nematóides do cafeeiro; manejo da lavoura cafeeira; cafeicultura irrigada; socioeconomia, mercados e qualidade total na cadeia agroindustrial do café; colheita, pós-colheita e qualidade do café; industrialização e qualidade do café e transferência e difusão de tecnologia.

Ainda apresenta alguns focos temáticos:

- Geração de Conhecimento Estratégico:
 - Ampliação da base de conhecimento.
- Geração de Tecnologias e Informações:
 - Alternativas para a cafeicultura familiar;
 - Preservação ambiental e desenvolvimento econômico e social;
 - Otimização dos sistemas de cultivo;
 - Sistemas orgânicos;
 - Cafeicultura irrigada;
 - Riscos físicos, químicos e biológicos da cafeicultura;
 - Melhoria dos processos de colheita;
 - Agregação de qualidade ao produto;
 - Usos alternativos para resíduos e subprodutos do café;
 - Aperfeiçoamento dos processos industriais;
 - Novos produtos a base de café;
 - Café e saúde;
 - Informação para formulação de estratégias e políticas.
- Comunicação Técnico-Científica:
 - Difusão e transferência de conhecimento, tecnologias e informações;
 - Organização do conhecimento e da documentação cafeeira.

Com esse perfil, o consórcio otimizou os fatores determinantes para o bom andamento dos processos desenvolvidos pelas instituições e minimizou os custos, já que o café é uma planta perene e a pesquisa, de longo prazo.

5 O AGRONEGÓCIO CAFÉ

O café sempre teve grande importância para a economia brasileira, contribuindo de maneira decisiva para a industrialização do país, em razão do capital reunido com as exportações do produto. No início do século XIX ainda predominava a atividade agro-exportadora, sendo o café, o açúcar, a borracha, o cacau e o fumo os principais geradores de divisas para o país. A formação de um capital inicial, a partir do comércio exportador e da lavoura cafeeira, permitiu o surgimento das primeiras indústrias, fortalecidas, a seguir, com a Política de Valorização do Café (ZYLBERSZTAJN, NEVES, 1997).

Nesse sentido, a cadeia do café é uma importante fonte de renda para a economia

brasileira, pela sua participação na receita cambial, pela transferência de renda aos outros setores da economia, pela contribuição à formação de capital no setor agrícola do país, além da expressiva capacidade de absorção de mão-de-obra (SILVA, 1995). Muito mais que atividade agrícola, segundo Beling (2005), os cafezais deram suporte para que o Brasil pudesse iniciar e consolidar o processo de industrialização.

Saborear um café é, definitivamente, um dos mais consagrados hábitos diários do brasileiro. Nessa tradição, entretanto, os brasileiros são acompanhados muito de perto pela população de quase todos os países do mundo, que incorporaram essa bebida ao seu dia-a-dia. Se no ambiente de consumo há um consenso entre as diversas nações, na produção a história é bem diferente. O Brasil é simplesmente soberano na colheita do grão, respondendo por cerca de 30% da produção global; igualmente, é o maior exportador, com diferenciais inesquecíveis de competitividade. É praticamente impossível falar de café e não citar o Brasil, seja em variedade de tipos de café ofertados, seja em estrutura de produção e de indústria, em modernização tecnológica, em investimentos na pesquisa ou em logística. Ao mesmo tempo, graças a sua invejável organização, a cadeia produtiva cafeeira no país demonstra plenas condições, com rapidez e eficiência, de expandir ou ajustar suas safras conforme as possibilidades ou as necessidades ditadas pela demanda (BELING, 2005).

Por seus múltiplos aspectos, a cafeicultura brasileira é um mundo à parte, inclusive dentro do agronegócio nacional; um mundo em que o sucesso, a competência, a eficiência, a qualidade e a competitividade são sinônimos do trabalho desenvolvido em todas as fases do processo (EMBRAPA CAFÉ, 2005).

5.1 Produção brasileira

O Brasil é o maior produtor mundial, tendo sido responsável, na safra de 2004/05, por 34,3% do total global. O café é cultivado em 13 estados brasileiros, mas 95% da produção concentra-se em apenas seis: Minas Gerais, Espírito Santo, São Paulo, Bahia, Paraná e Rondônia (EMBRAPA CAFÉ, 2005). Números da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) indicam que o país colheu 38,6 milhões de sacas (de 60 kg) no período. No mundo, foram produzidas 112,6 milhões de sacas, conforme dados da Organização Internacional do Café (OIC).

De acordo com a Tabela 1, divulgada em abril de 2005 pela Abic, a média de rendimento na safra 2005/06 deverá ficar em 14,7 sacas por hectare, contra 17,75 sacas na colheita anterior. O pesquisador da Embrapa Café destaca que, na década de 1990, o Brasil produzia cerca de 23 milhões de sacas, com produtividade de 10 sacas/ha. Hoje, ostenta a média de 15 sacas/ha, com produção, também média, de aproximadamente 33 milhões de sacas.

Tabela 1: Produção de café arábica e robusta e a produtividade total de café beneficiado nos principais estados produtores do Brasil nas safras de 2004/05, 2003/04 e 2002/03.

Safr 2004/2005				
UF/ Região	Produção (mil sacas de 60 kg beneficiadas)			Produtividade (sacas/ha)
	Arábica	Robusta	Total	
Minas Gerais	18.747	30	18.777	18,75
Espírito Santo	2.295	4.500	6.795	13,38
São Paulo	5.870	-	5.870	28,68
Paraná	2.526	-	2.526	21,57
Bahia	1.877	402	2.279	23,57
Rondônia	-	1.760	1.760	9,36
Mato Grosso	30	280	310	8,98
Pará	-	220	220	11,71
Rio de Janeiro	250	10	260	18,71
Outros	120	355	475	15,94
BRASIL	31.715	7.557	39.272	17,75
Safr 2003/2004				
UF/ Região	Produção (mil sacas de 60 kg beneficiadas)			Produtividade (sacas/ha)
	Arábica	Robusta	Total	
Minas Gerais	12.020	30	12.050	12,33
Espírito Santo	1.600	5.010	6.610	12,69
São Paulo	2.810	-	2.810	13,38
Paraná	1.970	-	1.970	15,99
Bahia	1.410	370	1.780	18,7
Rondônia	-	2.500	2.500	13,3
Mato Grosso	30	400	430	11,91
Pará	-	220	220	12,22
Rio de Janeiro	120	10	130	11,82
Outros	120	200	320	14,51
BRASIL	20.080	8.740	28.820	13,09
Safr 2002/2003				
UF/ Região	Produção (mil sacas de 60 kg beneficiadas)			Produtividade (sacas/ha)
	Arábica	Robusta	Total	
Minas Gerais	25.100	40	25.140	23,5
Espírito Santo	2.500	6.825	9.325	17,63
São Paulo	5.800	-	5.800	25,78
Paraná	2.340	-	2.340	18,28
Bahia	1.750	550	2.300	22,33
Rondônia	-	2.100	2.100	12,73
Mato Grosso	60	430	490	13,28
Pará	-	310	310	15,9
Rio de Janeiro	240	15	255	20,43
Outros	160	260	420	19,19
BRASIL	37.950	10.530	48.480	20,98

Fonte: Abic (2005).

Na safra 2004/05, segundo dados da Conab, a área ocupada com café somou 2,416 milhões de hectares, com 5,89 bilhões de pés, envolvendo trezentos mil cafeicultores, empregando direta e indiretamente oito milhões de pessoas. Para a safra 2005/06, a Conab estima produção de 32,4 milhões de sacas, o que representa redução de 16,1% em relação à anterior. O café arábica, com 23,2 milhões de sacas (72% de participação), deve ter queda de 25,2%; ao contrário, o café robusta, chamado de *conillon* no Brasil, projeta aumento de 21,7% na colheita, o que representará 9,2 milhões de sacas (CONAB, 2005). O país não tem incrementado seus plantios, mas investido em tecnologia, que representa em ganhos de produtividade, o que mostra a importância da atuação do CBP&D/Café, segundo o pesquisador da Embrapa Café.

A explicação para o menor desempenho do café arábica está no tradicional ciclo bianual da cultura, o que leva que cafeeiros com grande produtividade numa safra apresentem comprometimento na seguinte. Outros fatores a serem considerados são o clima adverso e a redução no uso de adubos e de defensivos, reflexo dos baixos preços do produto em 2004. Para o café robusta o clima foi favorável. Além disso, os plantadores do Espírito Santo, maior produtor deste tipo no Brasil, melhoraram os tratamentos culturais, o que envolveu adubações, podas, desbrotas e controles fitossanitários pesquisados e adaptados para o estado pelo CBP&D/Café. Esse capricho na condução da cultura deverá resultar em incremento de 21,3% na produção no Espírito Santo, segundo dados da Embrapa Café (2005).

5.2 Produção mundial

O Brasil tem a liderança absoluta da produção de café mundial, como pode ser analisado na Tabela 2, com média de 30% do total. Na safra 2004/05, segundo dados da Organização Internacional do Café (OIC), das 112,673 milhões de sacas colhidas, 34,32% saíram de lavouras brasileiras. O segundo colocado no *ranking*, o Vietnã, não passou de 12,43% da produção global.

Tabela 2 : Principais países produtores de café mundiais, em mil sacas, no período de 2000 a abril de 2005.

País	2005 *	2004	2003	2002	2001	2000
Brasil	8,829	26,404	25,690	28,138	23,465	18,089
Vietnã	5,172	14,862	11,642	11,770	13,946	11,618
Colômbia	4,077	10,194	10,240	10,270	9,944	9,175
Mundo	30,325	89,707	85,760	87,528	90,072	88,768

* 2005 até abril.

Fonte: Cecafé e OIC (2005).

Ainda analisando a Tabela 2, verifica-se que a Colômbia (com 9,32% da produção na safra 2004/05), que na década de 1990 já produziu 18 milhões de sacas, está agora com a colheita estabilizada em, aproximadamente, 10 milhões de sacas. O Vietnã (com 12,43% de participação no período de 2004/05) ainda não ultrapassou de forma consistente o patamar de 15 milhões de sacas. A posição de liderança do Brasil na produção de café tem pouca chance de ser ameaçada a curto prazo, exceto se houver uma valorização ainda maior do real ou com a permanência de câmbio desfavorável.

As dimensões geográficas continentais e o clima tropical favorável ao cultivo do grão facilitaram a adaptação da planta em solo brasileiro, tanto que se produz com semelhante qualidade de Rondônia ao Paraná. De acordo com o pesquisador da Embrapa Café, o Brasil é o único país que tem condições de produzir todos os tipos de café que o mercado mundial exige, já que as diferentes condições climáticas nas distintas áreas produtoras são importantes para a definição da qualidade do produto final, uma vez que condicionam o processo de colheita.

Nesse cenário, o café robusta terá papel crítico na liderança futura do país, pois, enquanto o Brasil possui no arábica poucos concorrentes para seu café natural, o robusta atua em mercados novos, via solúvel e, dependendo dos preços relativos, substitui o arábica natural também em mercados tradicionais. Há tendência de o Brasil concorrer grandemente com o Vietnã na conquista de mercados emergentes, como a China e o Leste europeu, por meio do café solúvel, que é produzido com *conillon*.

5.3 Consumo

Nunca se consumiu tanto café no Brasil quanto nos dois últimos anos. Só em 2004, os brasileiros beberam quase três litros a mais do que no ano anterior, o que gerou aumento substancial na receita, da ordem de 22%, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria de Café. O consumo no mercado doméstico ampliou-se em 9% (atingindo 14,9 milhões de sacas) e deverá crescer mais 5% ou 6% em 2005, podendo chegar às 16 milhões de sacas. Diante desses números, o setor já arrisca um palpito de que o consumo baterá nos vinte milhões de sacas em 2010 (BELING, 2005).

A ampliação do mercado interno é atribuída à gradativa melhoria nos níveis de qualidade do produto vendido ao consumidor final. Depois de 15 anos de existência do Selo de Pureza, a Abic lançou em 2003 seu Selo de Qualidade, que em apenas um ano já conseguiu fazer com que 23 indústrias tivessem 74 marcas certificadas. A meta era terminar 2005 com cem empresas certificadas e trezentas marcas com o selo (ABIC, 2005).

Com o aumento da demanda observado em 2004 de 1,5%, o consumo *per capita* no Brasil ultrapassou a marca de 4 kg/habitante/ano, pela primeira vez nos últimos vinte anos, chegando a 4,1 kg. Esse número é expressivo quando se leva em conta o número de habitantes, mas fica bem abaixo do consumo *per capita* dos maiores tomadores de café, como a Finlândia, Suécia, Noruega e Dinamarca, como podemos observar na Tabela 3.

Tabela 3: Consumo *per capita* anual, em kg/habitante, nos diversos países comparados com o Brasil.

Países	Consumo <i>per capita</i> (kg/habitante/ano)
Finlândia	12,40
Suécia	11,40
Noruega	11,30
Dinamarca	10,50
Alemanha	7,60
França	5,70
Itália	4,80
Espanha	4,30
Brasil	4,10
EUA	4,01
Reino Unido	2,50

Fonte: Café do Paraná (2005).

Com todo esse ambiente favorável, a Abic projeta para 2005 um consumo de 15,8 milhões de sacas, número conservador quando comparado com o obtido em 2004. Neste ano, o valor da produção da indústria foi estimado em R\$ 4,2 bilhões; para 2005, a previsão é de que chegue a R\$ 4,88 bilhões, considerando-se um acréscimo de 5,7% e de 10% no valor unitário em virtude da valorização de grãos verde.

O aumento do consumo de café expresso, com o surgimento de várias cafeterias nos grandes centros, a economia mais aquecida e as campanhas de *marketing* feitas pela indústria focando a qualidade são os principais fatores do incremento do consumo local, superior à média mundial, de 1,4% ao ano.

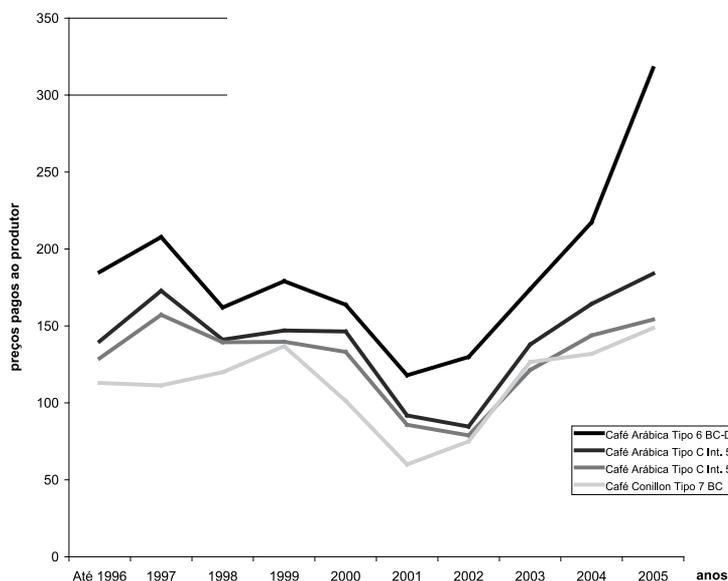
O CBP&D/Café auxiliou indiretamente no aumento do consumo, já que, melhorando a qualidade, conseqüentemente, atraiu novos consumidores e fidelizou os tradicionais, levando a que a demanda por café fosse expressivamente alterada.

5.4 Precificação

Dentre todas as dificuldades a que se expõem as lavouras brasileiras, a característica de o café ser uma planta com ciclo bianual, ou seja, a alternância em dois anos seguidos de uma grande produção e uma pequena, acarreta que o preço da saca de café não seja estável, ao contrário, oscila entre altos e baixos, deixando um clima de incerteza aos produtores e empresas.

Entretanto, com a criação do Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café e com o melhoramento genético, as cultivares estão mais produtivas em qualquer ano do ciclo da cultura. Assim, os preços pagos aos produtores, como podemos ver na Figura 1, aumentou a partir de 1997, ano da criação do consórcio. Esse aumento

no preço das sacas capitalizou os produtores, que puderam reinvestir em mais e novas tecnologias, beneficiando com isso toda a cadeia produtiva.



Fonte: Boletim do Café, Centro do Comércio do Café do Rio de Janeiro, 2005.

Figura 1: Preços pagos aos produtores por saca de 60 kg do café arábica de três tipos e do *conillon* tipo 7.

5.5 Exportação

A receita das exportações brasileiras de café verde e solúvel deverá chegar a US\$ 2,5 bilhões no ano safra 2004/05 (de julho a junho), maior valor nos últimos oito anos. A estimativa é do Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (Cecafé), que projeta a comercialização de 27,5 milhões de sacas no mercado internacional, diante das 24,9 milhões de sacas correspondentes à safra 2003/04.

Pode-se ver na Tabela 4 que o Brasil, historicamente, sempre exportou grandes volumes de café total (cru, solúvel e torrado). Contudo, a partir da abertura comercial de 1990, o volume foi gradativamente aumentando, até colocar o país como principal país exportador e responsável por mais de um terço da produção mundial – três vezes mais que a Colômbia, o segundo maior exportador. A média de produção anual de café no Brasil é de 36 milhões de sacas (média de acordo com a Tabela 1). Com base neste cálculo, 22 milhões de sacas são destinadas às exportações e o restante vai para o consumo interno.

Tabela 4: Exportação brasileira de café (volume em sacas de 60 kg). O total refere-se ao café cru, solúvel e torrado, no período de 1961 a junho de 2005.

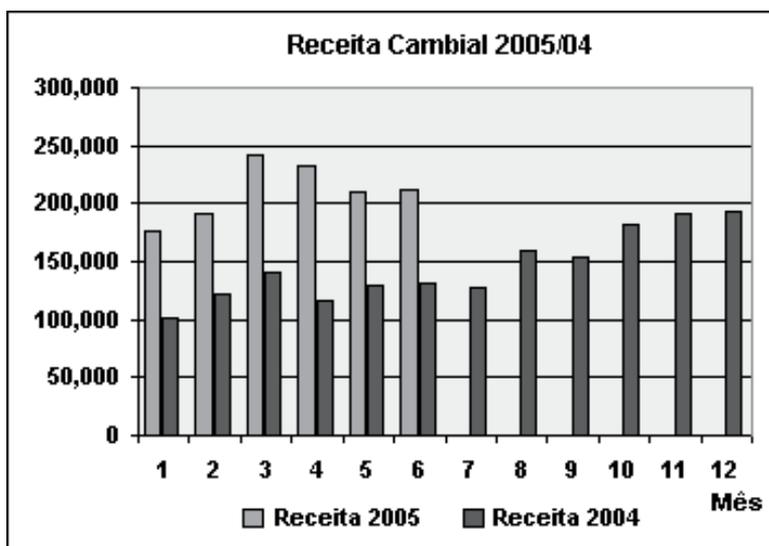
Ano	Total	Ano	Total	Ano	Total	Ano	Total
1961	16.917.000	1972	19.215.000	1983	17.820.334	1994	17.271.798
1962	16.377.000	1973	19.817.000	1984	19.597.421	1995	14.553.847
1963	19.514.000	1974	13.279.000	1985	19.143.241	1996	15.446.892
1964	14.948.000	1975	14.604.000	1986	9.914.430	1997	16.771.856
1965	13.497.000	1976	15.611.151	1987	18.465.887	1998	18.225.355
1966	17.031.000	1977	10.082.907	1988	17.081.583	1999	23.021.544
1967	17.331.000	1978	12.550.973	1989	18.288.616	2000	18.089.127
1968	19.035.000	1979	12.010.287	1990	17.004.200	2001	23.464.740
1969	19.613.000	1980	15.209.488	1991	21.133.000	2002	28.138.290
1970	17.085.000	1981	15.911.704	1992	18.807.300	2003	25.705.785
1971	18.399.000	1982	17.063.095	1993	17.848.407	2004	23.510.386
* Até junho/2005						2005 *	11.535.939

Fonte: CECAFÉ (2005) e ABIC (2005).

Ainda na Tabela 4 pode-se observar que o CBP&D/Café trouxe incremento nas exportações, pois se estabilizaram na média de 22.879.318,14 em volume de sacas de 60 kg a partir de 1998, quando foi iniciado o seu trabalho junto ao comércio internacional de café.

A Figura 2 mostra um incremento de 50% da receita cambial em relação ao registrado na safra anterior, em virtude da recuperação dos preços do produto no mercado internacional. Essa retomada, de acordo com a Cecafé, acabou compensando a queda do dólar; desse modo, o fluxo de café no mercado continua normal. Segundo a entidade, só no período de janeiro a maio de 2005 o Brasil exportou 11,05 milhões de sacas de café, volume 13,7% maior do que o apurado em igual período de 2004. A receita foi de US\$ 1,18 bilhão, com alta de 65,5%. A boa demanda e os preços elevados estão motivando os cafeicultores a vender.

Nesse cenário, o café verde predomina como o carro-chefe das exportações brasileiras, com 89% de participação nas vendas para o exterior. O café solúvel responde por 10% e o torrado e o moído têm 1%, mas a indústria nacional já trabalha com a perspectiva de ampliar esta fatia de mercado, já que o CBP&D/Café está auxiliando no desenvolvimento de novas tecnologias de torrefação e moagem, para reduzir custos e adequar-se aos padrões de qualidade internacional (BELING, 2005).



Fonte: Cecafé (2005).

Figura 2: Resultado financeiro de 2005 comparado à safra de 2004 de café em grãos.

O comércio mundial de café torrado e moído hoje é de aproximadamente de cem milhões de sacas por ano. Os exportadores, curiosamente, não são países que produzem café. Entre eles estão Alemanha, Bélgica e Itália, que compram o produto verde e o industrializam, abastecendo boa parte do mercado mundial (CAFÉ DO PARANÁ, 2005).

6 VANTAGENS COMPETITIVAS BRASILEIRAS

As estratégias para a cafeicultura nacional são definidas no âmbito do Conselho Deliberativo da Política Cafeeira. Em 2003, segundo representante do CDPC, foram estabelecidas quatro diretrizes básicas que deverão ser perseguidas, tanto pelo governo quanto pela iniciativa privada. O objetivo é propiciar a geração de renda e o desenvolvimento harmônico em todos os elos da cadeia do agronegócio café. O CDPC opina no que diz respeito à ampliação do volume de recursos para o setor, no desenvolvimento da pesquisa, na programação e no *marketing* do café e no aperfeiçoamento no sistema de informação.

Todos os anos, o Brasil colhe a maior safra de café do mundo. Todavia, a expansão da cafeicultura brasileira não se restringe apenas à exploração dessa vantagem comparativa. A ela são agregados outros fatores, como a ação, de forma integrada, dos setores governamentais e dos diversos segmentos da cadeia produtiva, aliada a um esforço harmônico de geração e de transferência da tecnologia.

No caso brasileiro, a colheita pode ser feita no chão ou no pano, ou seja, derrichando os frutos da planta de uma única vez, colhendo-os em diferentes fases de maturação, segundo professor na Universidade Estadual de Londrina. Se existe a vantagem da secagem no terreiro, existe a desvantagem deste tipo de colheita, que dificulta a homogeneização de partidas para atender às especificidades de processamento. No caso colombiano, com uma precipitação concentrada na colheita, o método não pode ser aplicado, ou seja, ou se colhe fruto por fruto maduro do pé ou se perde a produção caso o fruto caia no chão. O processamento que se segue à colheita na Colômbia e países da América Central é conhecido como “via úmida”, na qual se despolpa e degoma o fruto maduro após a colheita. Tais produtos ganham em homogeneidade, mas perdem nos atributos de qualidade relacionados aos açúcares da polpa.

O representante da Abic destaca outra vantagem do Brasil em relação aos seus concorrentes, que é o custo, já que o país possui um dos menores do mundo, tanto na variedade arábica como na robusta. Porém, a situação em 2005 está mudando em razão do câmbio, pois muitos plantaram com o dólar à taxa de R\$ 3,00 e, agora, têm de vender a um valor muito mais baixo, justificando a competitividade e sendo até um incentivo para o aumento da produção internacional.

7 VANTAGENS COMPETITIVAS PROPORCIONADAS PELO CBP&D/CAFÉ

O aumento da eficiência e a melhora da qualidade tornaram os cafés brasileiros altamente competitivos e, ao mesmo tempo, mudaram a imagem do país, que passou de produtor de quantidade para produtor de quantidade e qualidade.

Desde a escolha das variedades a plantar até o processamento e embarque, passando por técnicas de cultivo e colheita, a eficiência de produção e a qualidade do produto ganharam relevância antes desconhecida, em razão, principalmente, das ações do CBP&D/Café.

O consórcio é responsável pela execução do maior programa mundial de pesquisa e desenvolvimento do café, que compreende centenas de ações de pesquisa e de transferência de tecnologia. Além de maior produtor e exportador, o Brasil domina o conhecimento da planta, cujo genoma foi identificado por cientistas nacionais recentemente.

Cientistas brasileiros concluíram o primeiro seqüenciamento do genoma do cafeeiro e construíram o maior banco de dados do mundo para o grão. Foram identificados mais de trinta mil genes responsáveis pelos diversos mecanismos de crescimento e desenvolvimento da planta (folhas, raízes, frutos, flores e ramos). O Projeto Genoma do Café teve início em 2002 e o anúncio oficial da identificação foi feito em 2004 pelo Ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Roberto Rodrigues, durante as comemorações do aniversário da Embrapa, em Brasília. Na oportunidade

também foi assinado um contrato de cooperação entre Embrapa, Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) e Instituto Uniemp (Fórum Permanente das Relações Universidade/Empresa). A intenção é que o banco de dados composto de duzentos mil seqüências de DNA do café possa ser acessado gratuitamente por seis instituições públicas de ensino e de pesquisa ligadas à Fapesp e por 17 órgãos e instituições que integram o CBP&D/Café.

O governo federal investiu R\$ 6 milhões no projeto, que gerou economia de um bilhão, a partir dos ganhos de produtividade e com redução nos gastos com produtos fitossanitários, segundo pesquisador da Embrapa Café. Com o seqüenciamento, o Brasil saiu na frente no desenvolvimento de novas variedades e na corrida das patentes internacionais. Com isso, abriu-se um horizonte extraordinário para a competitividade da cafeicultura nacional, reduzindo-se os custos de produção e aumentando a qualidade do produto brasileiro. A produtividade e o aspecto do nosso café serão potencializados pelo melhoramento genético das plantas.

As informações geradas pelo Projeto Genoma do Café beneficiaram toda a cadeia produtiva, inclusive os pequenos produtores, incentivando a produção de orgânicos e a proteção do meio ambiente e do trabalhador rural pelo uso de tecnologias sustentáveis. Os consumidores também serão favorecidos com a produção de grãos de melhor qualidade organoléptica (aroma e sabor) e com características nutracêuticas adequadas aos melhores padrões da bebida (teores de cafeína, vitaminas, sais minerais, cerotonina e ácidos clorogênicos).

Uma das razões para o aumento no consumo de café no Brasil pode ser atribuída à ação do Programa de Qualidade da Abic em parceria com o CBP&D/Café. O lançamento do programa foi precedido por um grande número de ações e de eventos de sensibilização do setor, do varejo e dos consumidores, com a conseqüente melhora da qualidade de diversas marcas de café. Ao mesmo tempo, a ampla divulgação, por meio de eventos e de matérias na imprensa, levou a população a redescobrir o café como bebida e como hábito. Essas ações vieram acompanhadas da ampliação da oferta de cafés especiais e de alta qualidade, com um número significativo de novos produtos sendo lançados no mercado a cada mês em diversas regiões. Um outro ponto importante foi a repercussão entre os consumidores do programa “Café & Saúde”, mostrando os benefícios do café para o bem-estar das pessoas. Foram produzidas diversas matérias em rádio, jornais, TVs e revistas especializadas. Dentro dessa proposta de exposição, também foi implementado um projeto dirigido à classe médica, com envio por mala direta de quarenta mil folhetos nos quais se apresentavam resultados de pesquisa sobre o efeito positivo do café para a saúde.

O *marketing* tem sido um aliado no segmento cafeeiro. O Programa Integrado de Marketing do Conselho Deliberativo da Política de Café lançou uma campanha de estímulo ao consumo, denominada de “Café: o ritmo do Brasil”. A iniciativa conta com a participação de todos os setores que compõem o agronegócio café e de membros do

Mapa, coordenados pela Secretaria de Produção e Comercialização (SPC).

Considerando o Projeto Genoma, podemos ver que com as pesquisas o consórcio aumentou a produção por parte de todos os produtores. A irrigação, a nutrição mais equilibrada e o adensamento, em resumo, as tecnologias, podem afetar a dinâmica futura do mercado, abreviando os períodos de preços altos ao viabilizar o início da produção de novos plantios mais cedo, a exemplo do que hoje ocorre nas regiões irrigadas do Cerrado, Bahia e Minas Gerais. Apesar de a irrigação estar crescendo, encontra-se concentrada em áreas onde a seca é mais evidente. Mesmo nessas áreas a irrigação necessita ser incrementada, pois permitiu um aumento significativo de produtividade, que chega a praticamente o dobro da apresentada pela lavoura de sequeiro, de acordo com pesquisador da Universidade Federal de Viçosa.

As mesmas tecnologias que tornam o Brasil mais competitivo e possibilitam a recuperação mais rápida após as geadas podem afetar negativamente a sustentabilidade do negócio ao facilitar o aumento rápido da produção em resposta a aumentos de preço.

O raciocínio suscita considerações mais gerais acerca da sustentabilidade do café adensado em épocas de crises de preços, como a atual. À medida que os cafezais se tornam mais densos – o Brasil passou de uma média de 1.200 para 2.300 plantas por hectare, tanto a necessidade de água quanto as exigências nutricionais aumentam. Em períodos de crise, quando a tendência é diminuir a provisão de nutrientes e mesmo de água, em caso de irrigação, a planta sofrerá um estresse mais intenso, que pode comprometer sua capacidade produtiva futura e mesmo sua sobrevivência. Em resumo, um cafezal tradicional de baixa densidade tem mais chance de sobreviver a uma crise que comprometa a aplicação de fertilizantes e água que um cafezal mais adensado.

Apesar de ser o maior produtor mundial de café e o segundo maior mercado consumidor, atingindo a marca de 13 milhões de sacas neste ano, o Brasil ainda está longe de alcançar a Itália e Alemanha, maiores exportadores do mundo, quando se trata de café industrializado. A Alemanha é também a maior compradora do café verde (em grãos) brasileiro; importa o melhor café do mundo, agrega valor ao produto torrando e moendo os grãos e vende-o para países da Europa, Ásia, África, América do Norte etc. (ABIC, 2005).

O Programa Setorial Integrado para a Exportação do Café Industrializado (PSI), um projeto do Sindicato da Indústria de Café do Estado de São Paulo (Sindicafé-SP), em convênio com a Agência de Promoção de Exportações (Apex) e com o CBP&D/Café, tem como principal objetivo ampliar o perfil exportador brasileiro com o café torrado e moído, agregando valor ao produto e alavancando as vendas para o mercado externo.

As dificuldades iniciais nos processos de internacionalização das pequenas e médias empresas são, principalmente, determinadas pela falta de conhecimentos sobre as oportunidades específicas de mercado de exportação, pela falta de colaboradores adequados e pelos altos custos de desenvolvimento de novos mercados.

O sucesso das atividades de exportação sustentáveis a longo prazo depende do desenvolvimento das relações de colaboração entre atores econômicos e institucionais com os mesmos interesses e a disponibilidade de suficiente “massa crítica” de informações, que sustente o dinâmico processo decisional, informações essas que o CBP&D/Café incorpora no setor cafeeiro brasileiro.

Com a excelente melhora na qualidade do café, auxiliada pelo CBP&D/Café, uma forma de torná-lo mais conhecido tanto no país como no exterior é a participação em concursos de qualidade, que têm tido a presença dos melhores produtos nacionais. A Associação Brasileira de Cafés Especiais (ABCS) ou Brazilian Speciality Coffee Association (BSCA) promoveu em 2005 em Tóquio, no Japão, o Segundo Concurso de Cafés Naturais do Brasil safra 2004/05, vencido por um produtor do sul de Minas Gerais. A Abic também realizou, em 2004, o Primeiro Concurso Nacional de Qualidade do Café. Os lotes vencedores foram apresentados na Primeira Edição Especial dos Melhores Cafés do Brasil. Por sua vez, a Associação Européia de Cafés Especiais (SCAE) premiou dois brasileiros em sua quarta Convenção Anual, efetuada em março de 2005 em Atenas, na Grécia.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café é um compromisso de capital importância para o setor café brasileiro, envolvendo as mais conceituadas instituições de pesquisa agropecuária do país, as diferentes instituições privadas do agronegócio café e os poderes Executivo e Legislativo federal e estaduais. É um instrumento de mudanças e modernização com a finalidade de atrair todos os agentes econômicos e sociais que tenham ligações com a cafeicultura, em seus diferentes segmentos, para a sustentabilidade e evolução do grande agronegócio café brasileiro.

O consórcio beneficiou toda a cadeia produtiva do café. O produtor que planta e colhe grãos de qualidade e cafés especiais vai ganhar com o aumento da procura pelos torrefadores por esta matéria-prima para atender ao mercado externo. Ganha também o comércio, pois, com a elevação de produção de cafés de maior qualidade, que certamente também serão ofertados no mercado interno, o consumo interno crescerá e novas cafeterias aparecerão, gerando mais renda e mais empregos.

Assim, podemos verificar que a cafeicultura brasileira é hoje altamente competitiva e que as vulnerabilidades podem ser contornadas com pesquisa, tecnologia, planejamento de médio e longo prazo, monitoramento dos concorrentes, *marketing* e, principalmente, cooperação e integração entre os diversos segmentos da cadeia produtiva. É preciso, contudo, concentrar esforços para garantir a sustentabilidade do cafeicultor, possibilitando crescimento e desenvolvimento constantes. Finalmente, não se pode permitir a acomodação e correr o risco de perder a competitividade tão duramente conquistada, com inevitáveis retrocessos para todos os que participam do

agronegócio.

Segundo o tema que se propôs, percebeu-se que a cafeicultura enfrenta desafios competitivos interessantes e dinâmicos. Assim, torna-se relevante pensar estrategicamente e realizar pesquisa e desenvolvimento de produtos e técnicas que permitam uma melhor produção e qualidade do café brasileiro.

Esse tema é relevante ao país e tem ainda muito espaço a ser pesquisado, devendo ser explorado em outros trabalhos.

9 REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CAFÉ. Exportação, Estatísticas, Café e Saúde e Programa de Qualidade. Disponível em: <<http://www.abic.com.br>>. Acesso em: 23 ago. 2005.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CAFÉS ESPECIAIS. Atividades. Disponível em: <<http://www.bsca.com.br/index.php>>. Acesso em: 20 ago. 2005.

BELING, R. R. et al. *Anuário brasileiro do café 2005*. Santa Cruz do Sul: Gazeta Santa Cruz, 2005.

BINOTTO, E.; PEDROZO, E. A. O comportamento adaptativo na cadeia produtiva do leite no RS – Estudo de caso. In: SEMINÁRIO DE ADMINISTRAÇÃO RURAL. Itajaí, SC, 2000. *Anais...*

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Estatísticas. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br>>. Acesso em: 20 ago. 2005.

CASAROTTO FILHO, N. *Projeto de negócio: estratégias e estudos de viabilidade*. São Paulo: Atlas, 2002.

CASAROTTO FILHO, N.; PIRES, L. H. *Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local: estratégias para a conquista da competitividade global com base na experiência italiana*. São Paulo: Atlas, 1998.

CAFÉ DO PARANÁ. *Café no mundo*. Disponível em: <<http://www.pr.gov.br/iapar/cafe/m&prodcons.html>>. Acesso em: 23 ago. 2005.

CENTRO DO COMÉRCIO DO CAFÉ DO RIO DE JANEIRO. Boletim do Café. Disponível em: <<http://www.cccrj.com.br/>>. Acesso em: 23 ago. 2005.

COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO – CONAB. Indicadores. Disponível em: <<http://www.conab.gov.br>>. Acesso em: 20 ago. 2005.

CONSELHO DOS EXPORTADORES DE CAFÉ DO BRASIL – CECAFÉ. Dados Estatísticos. Disponível em: <<http://www.cecafe.com.br>>. Acesso em: 23 ago. 2005.

DIEHL, A. A.; TATIM, D. C. *Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas*. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

EMBRAPA CAFÉ. Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento de Café. Disponível em: <<http://www22.sede.embrapa.br/cafe>>. Acesso em: 23 ago. 2005.

LAPA, J. R. do A. *A economia cafeeira*. São Paulo: Brasiliense, 1998.

LOVATELLI, C. F. M. Artigos. Disponível em: <<http://www.abag.com.br>>. Acesso em: 23 ago. 2005.

NEVES, M. F.; LOPES, F. F. (Org.). *Estratégias para a laranja no Brasil*. São Paulo: Atlas, 2005.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO CAFÉ. Statistics. Disponível em: <<http://www.ico.org>>. Acesso em: 23 ago. 2005.

PORTER, M. E. *Competição on competition: estratégias competitivas essenciais*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

_____. *Vantagem competitiva*. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

SILVA, S. *Expansão cafeeira e origens da indústria no Brasil*. 8. ed. São Paulo: Alfa Ômega, 1995.

ZYLBERSZTAJN, D. NEVES, M. F. Illycaffè: coordenação em busca da qualidade. In: FARINA, E. (Coord.). *Estudos de caso em agribusiness*. São Paulo: Pioneira, 1997.

SYNOPSIS

COMPETITIVE ADVANTAGES PROPORTIONATE FOR THE BRAZILIAN TRUST OF RESEARCH AND DEVELOPMENT OF THE COFFEE (BTR&D/COFFEE)

This article objectified to explore the advantages competitive of the coffee agribusiness, after observed the creation of the Brazilian Trust of Research & Development of the Coffee. The method consisted of a qualitative and exploratory boarding, which based the logical bases of inquiry from a bibliographical revision, interviews and collect of data regarding the coffee sector, with analysis of the content of the gotten answers. Several had been the consequences felt in the Brazilian coffe industry with the actions of the BTR&D/Coffee, amongst them can detach: the expressive increase of consumption in Brazil, raising the country to the position of according to consuming greater of the drink; the Brazilian coffee still is considered of bigger quality in the external market, being that it makes of the country the producing and exporting greater of the product in natura; investments in R&D of more productive varieties and adapted techniques to the climate and soil specifics conditions of each producing region of the country; new differentiated products, what it generates greater final product quality 'soon to drink'; beyond investments in internal and international marketing searching bigger valuation of the mark 'Coffees of Brazil' and the country front to the world-wide market. It is noticed, therefore, a gradual increase in the competitiveness of the sector due to integration with diverse nets and implanted successful, based projects in the demand and the studies of the world-wide coffee agribusiness.

Key-words: flexible nets; coffee; trust.

SINOPSIS

VENTAJAS COMPETITIVAS PROPORCIONADAS POR EL CONSORCIO BRASILEÑO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DEL CAFÉ (CBI&D/CAFÉ)

Este artículo tuvo como objetivo explorar las ventajas competitivas del agronegocio del café, después que se he observado la creación del Consorcio Brasileño de la Investigación y Desarrollo del Café (CBI&D/Café). El método consistió en un abordaje cualitativo y exploratorio, que basó las bases lógicas de la investigación en una revisión bibliográfica, entrevistas y recoge de datos con respecto al sector del café, con el análisis interpretativo del contenido de las respuestas conseguidas. Varias habían sido las consecuencias sentidas en el agronegocio del café brasileño con las acciones del CBI&D/Café, entre ellas pueden separar: el aumento significativo de la consumición en el Brasil, levantando el país a según posición de mayor consumidor de la bebida; el café brasileño todavía se considera de una calidad más grande en el mercado externo, siendo que hace del país el mayor productor y exportador del café en natura; inversiones en I&D de variedades más productivas y técnicas agronómicas más adaptadas a las condiciones de clima y solo específicas de cada región productora del país; nuevos productos distintos, qué genera mayor calidad del producto final "pronto para beber"; más allá de inversiones en el marketing interno e internacional que busca una valuación más grande de la marca "Cafés del Brasil" y del país frente al mercado mundial. Se nota, por lo tanto, un aumento gradual en la competitividad del sector debido a la integración con las redes diversas y los proyectos acertados e implantados, basados en la demanda y en los estudios del agronegocio del café mundial.

Palabras llave: redes flexibles; café; consorcio.

