

# COMPETITIVIDADE DA INDÚSTRIA BRASILEIRA DE CAFÉ<sup>1</sup>

Celso Luis Rodrigues Vegro<sup>2</sup>

## 1 - TENDÊNCIAS INTERNACIONAIS DA COMPETITIVIDADE

O faturamento global da cadeia produtiva vinculada à cafeicultura é de aproximadamente US\$33 bilhões ao ano. Esse valor é composto pelo custo de produção da matéria-prima acrescido do valor adicionado no primeiro processamento, transporte, segundo processamento (torrefação, moagem e solubilização do café) e distribuição (BELTRÃO, 1992).

No comércio internacional de café, o Brasil ocupa, historicamente, a posição dominante de maior produtor e exportador mundial. No período 1900-91, a tendência mais relevante é a contínua erosão da participação brasileira, responsável por quase 80% das exportações mundiais no início do século, respondendo atualmente por cerca de 25% do total (BACHA, 1992 e COFFEE, 1992).

### 1.1 - Características Estruturais do Mercado do Café

As razões do declínio brasileiro vinculam-se à estratégia adotada entre consumidores e produtores na regulamentação do mercado que persistiu durante o período de vigência do Acordo Internacional do Café (AIC). Mantendo preços artificialmente elevados, muitos outros países produtores expandiram suas áreas cultivadas, pressionando não só os preços praticados internacionalmente como, ainda, a cota brasileira (BERTONE, 1992; ZYLBERSZTAJN, 1992b; e SAES

& GIORDANO, 1992).

Outro fator determinante do declínio brasileiro no mercado foi a perda de qualidade (CAMPANHA NACIONAL PARA MELHORIA DA QUALIDADE DO CAFÉ, 1993) do produto nacional. A estratégia do antigo Instituto Brasileiro do Café (IBC) foi a de exportar grandes quantidades num mercado onde, crescentemente, o produto se diferenciava. Atualmente, os cafés especiais representam cerca de 20% do consumo observado nos Estados Unidos e estima-se que no ano 2000 metade do consumo de café nesse país será de *gourmet*. Os principais concorrentes brasileiros perceberam mais cedo essa tendência e induziram modificações significativas entre seus produtores. Os resultados dessa reorientação foram: a) o aumento da produtividade e b) melhoria da qualidade do produto que domina a preferência entre os consumidores.

Colômbia, México e Países Centro-Americanos produzem arábicas suaves. Esses cafés alcançam melhores preços no mercado internacional, porém os custos para sua produção são bastante elevados o que, em um contexto de ausência de acordos e preços deprimidos, pode significar aguda crise nessas regiões produtoras (LUXER, 1993).

A crise constitui a dinâmica atual da produção entre os produtores de arábicas suaves. Alguns países têm se empenhado em formular programas emergenciais de apoio à cafeicultura contando tanto com recursos internos como, ainda, internacionais (ESTADOS UNIDOS, 1992).

Os EUA são o principal consumidor de café. Todavia, na atual década, o crescimento do mercado

---

<sup>1</sup>Este resumo executivo foi elaborado a partir dos resultados do Estudo da Competitividade da Indústria Brasileira. Este estudo foi contratado pelo Ministério da Ciência e Tecnologia, através da FINEP, no âmbito do PADCT a um Consórcio coordenado pelas seguintes instituições: Instituto de Economia/UNICAMP, Instituto de Economia Industrial/UFRJ, Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior e Fundação Dom Cabral (contrato FINEP nº 5.4.92.0264.00). O autor agradece comentários e sugestões da comissão de Supervisão do Estudo, dos coordenadores do projeto e participantes dos *workshops* nos quais foi apresentada a Nota Técnica original. O presente trabalho, entretanto, é de responsabilidade exclusiva do autor. Este estudo foi concluído em junho de 1993. Recebido em 29/12/93. Liberado para publicação em 20/01/94.

<sup>2</sup>Engenheiro Agrônomo, MS, Pesquisador Científico do Instituto de Economia Agrícola.

interno da bebida será apenas modesto apesar de concentrarem-se nesse país os principais conglomerados que atuam no setor.

Na Europa predominam as bebidas originadas de misturas - *blends* - entre arábicas e robustas. Essa preferência baseia-se nos vínculos coloniais estabelecido entre Europa e África - onde se localizam importantes países produtores.

### 1.2 - Estratégias Empresariais de Sucesso

No mercado internacional, os grandes grupos empresariais atuantes no setor realizaram crescentes lucros após o rompimento do último AIC. Segundo estatísticas da Organização Internacional do Café (OIC), cerca de US\$10 bilhões foram transferidos dos países produtores para os países consumidores, representados pelos grandes conglomerados da indústria alimentar que atuam no comércio e transformação do café verde. Com a completa desregulamentação do mercado, aumentou o poder de manipular os preços internacionais por parte dos grandes grupos (BELTRÃO, 1992).

Outras estratégias empresariais percebidas no mercado externo refletem a crescente demanda de produtos diferenciados. As empresas têm buscado consolidar tipos de bebida que lhes são próprios a fim de cativar o consumidor pelas qualidades degustativas que seu café oferece (FARINA, 1992).

A entrada no varejo brasileiro das torrefadoras líderes abriu novas oportunidades de negócios redefinindo novos padrões de concorrência e ampliando significativamente as margens de rentabilidade. As oportunidades no campo empresarial baseiam-se nas capacidades em oferecer um produto de qualidade tanto no atacado como no varejo.

### 1.3 - Principais Fatores de Competitividade

No âmbito das firmas, a competitividade depende de novos procedimentos gerenciais e modernização dos equipamentos. Com mercado livre, os movimentos especulativos em torno dos preços têm aumentado, exigindo maior capacitação dos empresários. As pressões dirigidas à melhoria das condições de

trabalho nas torrefadoras e à preocupação com o meio ambiente (CARVALHO, 1992), obrigando as empresas a adquirir equipamentos menos poluidores além de conduzir uma modernização gerencial e de recursos humanos.

Intensificam-se, em âmbito internacional, as relações produtor-cliente visando escapar da deterioração da qualidade do produto - função da crise de preços - e estabilizar os preços da matéria-prima adquirida. Algumas alianças estão sendo pactuadas. Entre produtores, os colombianos e centro-americanos lideram os esforços de encontrar mecanismos que possibilitem a melhoria dos preços internacionais. Entre produtores e consumidores existem "macro acordos" que alcançam também a cafeicultura. O North American Free Trade Agreement (NAFTA) poderá promover uma dinamização da cafeicultura no México, porém essa é ainda uma previsão fracamente delineada.

Quanto aos fatores sistêmicos, a crise de preços tem promovido crescentes dificuldades dos países dependentes das receitas cafeeiras para manutenção da infra-estrutura nacional - estradas e serviços básicos - essenciais no apoio à cafeicultura. A política cambial, ao lado de subsídios de preços aos produtores, por sua vez, tem sido o principal mecanismo de amenizar o impacto da crise de preços entre os produtores (BERTONE, 1992).

## 2 - COMPETITIVIDADE DA INDÚSTRIA BRASILEIRA DE CAFÉ

Com o esgotamento do padrão de desenvolvimento pautado pela substituição de importações, passa-se a buscar novas políticas indutoras de expansão econômica. Dentre tais políticas, destaca-se a política comercial que permitiu uma substancial abertura do mercado interno com simplificação dos procedimentos de importação e exportação.

Apesar de se tratar de um produto tradicional na pauta de exportações brasileiras, a cadeia produtiva vinculada à cafeicultura também busca ajustar-se a esse novo contexto do mercado. Dessa forma, a idéia de competitividade torna-se chave para que os setores privados e governamentais tomem decisões capazes de revitalizar o segmento como um todo.

## 2.1 - Diagnóstico da Competitividade da Agroindústria

As condições edafoclimáticas e de condução da lavoura, associadas ao tipo de colheita e secagem dos grãos, são os principais condicionantes do padrão de bebida a ser obtido (BRANDO, 1992).

Com o decorrer da crise resultante da desregulamentação do setor, ocorreu uma seleção entre os cafeicultores brasileiros, uma vez que inexistiram políticas internas para sustentação do setor. A reestruturação permitiu que cafeiculturas empresariais com alta produtividade permanecessem no setor, eliminando primordialmente as cafeiculturas familiares de pequena escala e regiões decadentes. Esse novo perfil da produção brasileira repercutirá sobre a produtividade e qualidade do produto (FERREIRA, 1993 e CAMPANHA NACIONAL PARA MELHORIA DA QUALIDADE DO CAFÉ, 1993).

A capacidade da agroindústria em abastecer os mercados - interno e externo - com um produto de qualidade depende do estímulo em torno da revitalização da cafeicultura brasileira, buscando qualidade e produtividade (ZYLBERSZTAJN, 1992a).

Apesar de serem, em geral, tecnologicamente obsoletos, os equipamentos utilizados no primeiro e segundo processamentos possibilitam, ainda, um padrão de competitividade razoável. Inovações nos equipamentos, entretanto, podem incrementar a qualidade do produto.

Recentes esforços empresariais possibilitaram melhorias na etapa de primeiro processamento - benefício e rebenefício - do café coco. As experiências de descascamento cereja e o novo processamento implementado por grupo empresarial capixaba permitem afirmar que se está próximo de um "salto" em termos de melhoria da qualidade da bebida via padrão do processamento (BRANDO, 1992).

A capacitação gerencial, a modernização dos equipamentos e os baixos preços da matéria-prima constituem o cerne das questões enfrentadas pela indústria de segundo processamento - torrefação e moagem e solubilização de café.

As torrefadoras, voltadas essencialmente para o abastecimento do mercado interno (JUNQUEIRA & JUNQUEIRA, 1984) e bastante pulverizadas, iniciam um novo período de atuação empresarial. Após o fim da ingerência governamental sobre o setor,

que fazia dos torrefadores meros prestadores de serviços, o setor passa crescentemente a incorporar padrões competitivos comuns entre indústrias alimentares de outros ramos produtivos (ZYLBERSZTAJN, 1992a).

A entrada das cooperativas líderes em torrefação e moagem, verticalizando atividades, aumenta a competitividade no setor. A articulação direta com os produtores - diferentemente das torrefadoras que, em geral, articulam-se com os corretores e outros intermediários - permite às cooperativas oferecer produtos diferenciados com garantia da manutenção do padrão da bebida (ZYLBERSZTAJN, 1992a).

Os problemas enfrentados pelas empresas de solubilização referem-se, basicamente, às oscilações dos preços da matéria-prima no mercado internacional. A tendência baixista do café verde, mas também do torrado e moído, prejudica o desempenho comercial do café solúvel, uma vez que os consumidores passam a preferir o torrado e moído frente ao solúvel.

A principal estratégia concorrencial entre as empresas - sobretudo no ramo de torrefação e moagem - é a de diferenciar, segmentando seu mercado e procurando abastecê-lo com um produto de qualidade que lhes são peculiares. O fenômeno tem mão-dupla, pois os consumidores aos poucos também estão redescobrendo as qualidades degustativas de um café especial - o *gourmet* (ZYLBERSZTAJN, 1992a).

## 2.2 - Oportunidades e Obstáculos à Competitividade

O Brasil possui a terceira posição no *ranking* dos principais consumidores mundiais. O consumo interno permaneceu praticamente estagnado por quase vinte anos. Recentemente, tem-se assistido a uma retomada do consumo de café que tem sido possível graças a melhoria da qualidade do produto e a estratégia de *marketing* adotada pelos torrefadores (JORNAL DO CAFÉ, 1993 e VEGRO, 1993).

O hábito de consumir café passa por modificações entre os consumidores, crescendo a preferência pelos cafés finos tipo exportação. A diferenciação do produto - café torrado e moído -, acompanhando a

segmentação do mercado, é uma oportunidade que tem sido explorada pelos torrefadores líderes.

A ascensão da preferência dos consumidores pela bebida na forma de expresso também se constitui numa nova oportunidade de negócios para as torrefadoras. O padrão da bebida sob forma de expresso exige grão de comprovada qualidade para o preparo da bebida. Os consumidores, sobretudo dos grandes centros urbanos, passam a apreciar um bom café e os torrefadores diferenciam-se acompanhando esse novo hábito (SOFISTICAÇÃO, 1992). Os arábicos e robustas brasileiros são cafés tipicamente de terreiro (seco ao sol), o que melhora seu corpo e diminui sua acidez, fatores extremamente desejados pelos fornecedores para máquinas de café expresso. O robusta é apropriado para os *blends* por ser relativamente neutro em termos de sabor e aroma e por reduzir a acidez da bebida (VEGRO, 1992).

A aquisição direta de café verde - dos cafeicultores ou de suas cooperativas por parte de importantes torrefadoras - tem mudado o perfil da comercialização do produto em âmbito interno. A supressão de agentes no percurso da transformação do produto passa a ser uma exigência competitiva no setor e fator de oportunidades.

Historicamente, as oportunidades para as empresas de solubilização de café dependeram da capacidade em abrir novos mercados para o produto brasileiro (COIMBRA, 1992). Os mercados asiáticos mostram-se dinâmicos para a bebida produzida a partir do pó ou grânulos solúveis, acompanhando significativas modificações nos padrões de consumo locais. Paralelamente, as alternativas comerciais para que os países do Leste-Europeu e Rússia retomem as compras de solúvel brasileiro formam, ao lado dos mercados asiáticos, o conjunto de oportunidades para esse ramo empresarial (COIMBRA, 1992).

A transferência tecnológica representa oportunidade para as empresas vinculadas à cafeicultura. Verificam-se, atualmente, esforços internacionais para a obtenção de inovações que melhorem a qualidade dos grãos. Dependendo das capacidades empresariais em estabelecer *joint-ventures*, essas inovações poderão beneficiar a indústria doméstica. Pode-se citar como exemplo a *joint-venture* pela Silocaf do Brasil e a Silocaf S.P.A (VEGRO, 1992).

### 3 - PROPOSIÇÃO DE POLÍTICAS

As atuais desvantagens dos países produtores nos negócios envolvendo café os têm pressionado a buscar consensos e mecanismos para a melhoria dos preços, uma vez que um novo AIC junto aos países consumidores tornou-se, em meados de 1993, letra morta no mercado internacional, após o término do encontro de março na OIC.

#### 3.1 - Políticas de Reestruturação Setorial

Para o Brasil, algumas questões são cruciais na participação de qualquer novo esquema conjunto para melhoria dos preços no mercado internacional: a) como serão distribuídas as cotas de exportação? b) com serão controladas as vendas e o carregamento de estoques junto aos membros exportadores? c) como fixar os preços nas diferentes etapas da cadeia produtiva? d) como contabilizar os estoques existentes? e) como custear a política conjunta? (DAVIRON, 1992).

O Brasil é o maior produtor e, enquanto a maioria dos outros produtores desmobilizaram seus estoques, possui 17 milhões de sacas armazenadas. Os outros produtores resistem à idéia de se contabilizar esse estoque nas negociações, o que significa um enorme prejuízo para o País. Como maior produtor, certamente caberá ao Brasil os maiores custos para uma política conjunta de retenção dos estoques. Esse conjunto de fatores faz crer que dificilmente um esquema alternativo - negociado exclusivamente entre produtores - possa ser implantado.

Com as modificações ocorridas no mercado, seguiram-se enormes perdas para os cafeicultores e exportadores. As áreas consideradas decadentes na produção cafeeira demandam maior atenção por parte dos planejadores públicos, no sentido de viabilizar não apenas culturas alternativas, mas também reconversão das pequenas torrefadoras.

Nas outras regiões onde permanece ou se expande a cafeicultura sugere-se a adoção de programas de racionalização e revigoramento da lavoura, à semelhança daquele que existiu em meados da década de 70. Recursos do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ) poderiam ser utilizados para a adoção dessa política. A implementação caberia à

Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), Instituto Agrônomo de Campinas (IAC) e Coordenadoria de Assistência Técnica Integral (CATI), em São Paulo.

A Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais (EPAMIG) já iniciou esforços na direção da qualidade total para a lavoura cafeeira (CAMPANHA NACIONAL PARA MELHORIA DA QUALIDADE DO CAFÉ, 1993). As demais regiões produtoras têm tido problemas para se desenvolver neste sentido. A experiência da EPAMIG indica que melhores resultados podem ser obtidos na condução de programas deste tipo com a transferência de incumbências e recursos para os órgãos responsáveis dos estados produtores.

As lavouras devem ser planejadas dentro de novos padrões produtivos: variedades compatíveis às condições locais; lavouras adensadas, financiamentos - com taxas e prazos apropriados - para tratamentos culturais e correção do solo; colheita exclusivamente voltada para a qualidade da bebida; e comercialização no âmbito das cooperativas, dentre outras medidas (FERREIRA, 1993).

Da mesma forma, o esforço para a produção de novas tecnologias de produção - genética e cultivo - não pode ser interrompido. O Brasil historicamente tem sido líder nas pesquisas cafeeiras, construindo essa liderança através do empenho de pesquisadores do IAC e IBC. A extinção de um e a falta de recursos do outro comprometem no curto prazo a competitividade da produção de café brasileira. Os órgãos públicos precisam ser revitalizados e os recursos liberados dos fundos existentes (FUNCAFÉ, FINEP, CNPq, etc.) para continuidade dos trabalhos, bem como a instituição de novos fundos privados com esse objetivo.

O aumento da produtividade do café robusta depende fundamentalmente de uma maior participação das lavouras clonais. Nesse sentido, seria bastante oportuna uma política federal de apoio à Empresa Capixaba de Pesquisa Agropecuária (EMCAPA) no sentido de intensificar seu atual empenho em disseminar as mudas clonais, visando reestruturar o cultivo do robusta no Estado do Espírito Santo. Atualmente, circunscreve-se entre viveiristas particulares e cooperativas o esforço em substituir o parque de robusta no Estado. A mesma estratégia pode ser repassada para as regiões produtoras de robusta situadas na Bahia e

Rondônia (VEGRO, 1992).

A cafeicultura demanda também novas modalidades de crédito. A experiência capixaba em crédito baseado na equivalência produto deveria receber maior atenção dos financiadores oficiais. O BANESPA tenta introduzir esse tipo de crédito em São Paulo, mas com resultados ainda pouco animadores. Porém, para que o financiamento público alcance bons resultados é preciso vincular-se a concessão do crédito à racionalização e modernização da cafeicultura, visando a produtividade e a qualidade dos grãos.

Os estoques brasileiros alcançam cerca de 17,2 milhões de sacas, formado em sua maior parte por excedentes da colheita de 1987. Caberia uma política de rejuvenescimento através de aquisições combinadas com liberações. Na verdade, o valor do patrimônio público alcança cerca de US\$1,00 bilhão e não pode ser desconsiderado.

O Comitê Brasileiro do Café (CBC) sugeriu que o Preço de Liberação de Estoques (PLE) fosse por volta de US\$90 por saca. A Federação Brasileira dos Exportadores de Café (FEBEC) propõe o preço de US\$84 por saca e os técnicos governamentais do Departamento de Abastecimento e Preços (DAP) propuseram um preço não inferior a US\$73 por saca, uma vez que esse foi o valor usado na renegociação das dívidas dos produtores junto aos bancos estatais. Paralelamente à falta de um consenso, os estoques envelhecem e perdem valor dia a dia.

O sucesso da estratégia de verticalização das cooperativas para as atividades de torrefação e moagem depende de uma maior escala de atuação e de novos equipamentos que lhes permitam ampliar geograficamente sua base de comercialização. A constituição de uma federação das cooperativas cafeeiras seria um passo importante para que as cooperativas alcancem tais metas.

A retomada das vendas de café torrado e moído no mercado interno é outra tendência forte. O esforço das torrefadoras em oferecer produtos puros e diferenciados tem incrementado as vendas de café junto à população. A intensificação do contato com os distribuidores e o aprofundamento da tendência de segmentação poderão incrementar o desempenho do setor.

Durante a ECO-92 (UNCED), uma parceria entre Associação Brasileira das Indústrias de Torrefa-

ção e Moagem (ABIC) e o Ministério das Relações Exteriores promoveu o café brasileiro. Esse tipo de iniciativa deve ganhar maiores proporções, fazendo parte de uma política permanente de valorização das qualidades degustativas da bebida brasileira.

Com a desregulamentação da atividade em âmbito interno, perde-se uma seqüência centenária de dados vitais para a formulação de políticas. Porém, torna-se muito arriscado, do ponto de vista da implementação de políticas, utilizar-se de dados não oficiais ou, quando oficiais, elaborados apenas por um estado produtor. Assim, é urgente a recriação de um sistema público de informações de fácil acesso e que reúna os dados disponíveis sobre a cafeicultura.

### 3.2 - Políticas de Modernização Produtiva

As inovações tecnológicas adotadas pelo setor de primeiro processamento - beneficiamento e rebeneficiamento - permitirão uma melhoria da qualidade da bebida. Esse evento é animador na perspectiva de uma melhor inserção da produção brasileira nos negócios internacionais envolvendo o café (VEGRO, 1992 e BRANDO, 1992).

As torrefadoras de menor porte e de tradição familiar dos negócios demandam capacitações de diversas ordens. Programas de gerenciamento de estoques, controle de vendas, política de recursos humanos são requisitos necessários para que se adaptem aos novos padrões concorrenciais. Já as torrefadoras de maior porte e escala têm pela frente o desafio da modernização dos equipamentos, procurando eliminar aspectos ligados à emissão de poluentes atmosféricos e aperfeiçoar as técnicas de empacotamento.

O estímulo à modernização poderia também se dar sob forma de financiamento - público e privado - para a aquisição de equipamentos em projetos de modernização tecnológica ou, ainda, acompanhando processo de parcerias com torrefadoras líderes caso o entrave maior estiver na escala de produção e distribuição.

Para se trabalhar com *blends* demanda-se uma competência em termos de padrão tecnológico bastante distante do universo atual das empresas, com exceção das líderes. A automação comporá esse quadro de novas competências. Como essa tecnologia

já é disponível nos países desenvolvidos, haverá, certamente, procedimentos de *joint-ventures* e *learning by using* envolvidos (ZYLBERSZTAJN, 1992a).

As empresas de solubilização de café representam o setor mais modernizado dessa cadeia produtiva. Desde transnacionais até empresas com reconhecida capacidade competitiva internacional estão atuando no País. A perda de competitividade deve-se aos baixos preços do café verde praticado no mercado internacional. Uma política interessante seria a de apoio - diplomático e de *marketing* - para que o solúvel brasileiro componha os novos padrões de consumo dos japoneses, coreanos e chineses, atuais mercados dinâmicos para essa forma de consumo da bebida.

### 3.3 - Políticas Relacionadas aos Fatores Sistêmicos

Atualmente, o café responde por pequena parcela das receitas cambiais e tributos obtidos pelo governo. Com isso, ocorre uma perda de interesse governamental pela cafeicultura o que permite uma definição das políticas necessárias para o setor no âmbito dos agentes vinculados à atividade cafeicultora (SAES & GIORDANO, 1992). Dessa forma, deve-se fortalecer o Comitê Brasileiro do Café (CBC) como órgão intersegmentos para definir estratégias e políticas para o setor, com administração profissional e com verbas do próprio setor (ZYLBERSZTAJN, 1992a).

O apoio à transferência tecnológica deve estar entre os itens prioritários da nova articulação que o setor busca. Caberia aos agentes intensificar os contatos para a constituição de *joint-ventures* com rebeneficiadores e torrefadores de café nos países consumidores, visando trazer tecnologias modernas - sobretudo as do campo da automação - para o País. O exemplo da parceria entre BNDES e Silocaf do Brasil deve ser reproduzido para outras partes da cadeia agroindustrial (VEGRO, 1992).

A superação de parte dos entraves que os portos oferecem para as exportações brasileiras pode ser contornada através de parcerias. O comércio exportador de café, por exemplo, estabeleceu uma competição entre os diferentes pontos de embarque de café. Os exportadores cariocas têm conseguido reabilitar a ex-

portação de café graças a uma parceria com a municipalidade local. A operação de terminais privados e a exportação a granel em *containers* também é outra alternativa.

Alguns estados incluem o café nos chamados itens da cesta básica, permitindo uma redução do ICMS. Isso promove um importante barateamento do produto no estado e a dinamização de seu consumo. Os estados onde o produto permanece com tributação usual são obrigados a usar alíquotas compensatórias - no ato de transferência de café torrado e moído - visando proteção à indústria local. Necessita-se, portanto, de uma paridade do tributo entre os estados evitando-se esse tipo de distorção no mercado.

O esforço empreendido pelas lideranças da indústria de solúvel, ministérios e diplomatas no sentido de retomar as vendas para a Rússia e países vizinhos deve ser ampliado e intensificado. A retomada dos negócios na forma de *clearing* significará uma dinamização das indústrias locais que contam, atualmente, com uma capacidade ociosa relevante (COIMBRA, 1992).

Finalmente, a política mais desejada pela cadeia produtiva é o de *marketing* que melhore a imagem do café brasileiro no exterior. No passado, a camisa da seleção brasileira de futebol possuía um ramo de café. O exemplo colombiano é sugestivo: segundo a Federação Nacional de Cafeteros da Colômbia, uma pesquisa efetuada nos mercados norte-americano e canadense, em 1986, mostrava que 90% dos entrevistados conheciam a Colômbia como um país produtor de café e 52% dos consumidores consideravam-no como o País produtor do melhor café do mundo. Quando a pesquisa foi realizada pela primeira vez, em 1959, os consumidores dos Estados Unidos só citavam o Brasil como produtor de café. Por isso é vital que os componentes da cadeia café promovam fundos para o estabelecimento de uma agressiva política de *marketing* no mercado mundial, já que em âmbito governamental, dificilmente tal estratégia se consolidará.

#### LITERATURA CITADA

- BACHA, Edmar L. Política brasileira do café: uma avaliação centenária. In: \_\_\_\_\_ & GREENHILL, Robert. **150 anos de café**. Rio de Janeiro, Marcellino Martins & E. Johnston, 1992.
- BRANDO, Carlos H.J. Introducion de los cafés semi-lavados en las regiones cafetaleiras de Brasil. In: **SIMPÓSIO LATINOAMERICANO DE CAFEICULTURA 15**. Xalapa, México, 1992.
- BELTRÃO, A. **Pronunciamento do Diretor executivo da OIC durante o Congresso Brasileiro das Indústrias de Torrefação e Moagem (CONCAFÉ)**. Rio de Janeiro, CONCAFÉ, 1992. mimeo.
- BERTONE, Manuel V.F. **Anotações sobre o acordo internacional do café**. Garça, Cooperativa dos cafeicultores de Garça (GARCAFÉ), 1992.
- CAMPANHA NACIONAL PARA MELHORIA DA QUALIDADE DO CAFÉ. **Cafeicultura brasileira perfil da produção - café do Brasil: qualidade é o que importa**. São Paulo, Campanha Nacional para Melhoria da Qualidade do Café, 1993. mimeo.
- CARVALHO, Flavio C. Disponibilidade de resíduos agroindustriais e do beneficiamento de produtos agrícolas. **Informações Econômicas**, SP, **22(12)**:31-46, dez. 1992.
- COFFEE: an exporter's guide. **COMMODITY HANDBOOK**, Genebra, 1992. 362p.
- COIMBRA, Sergio. **Evolução do mercado de café solúvel - pronunciamento do presidente da ABICS durante o Congresso Brasileiro das Indústrias de Torrefação e Moagem (CONCAFÉ)**. Rio de Janeiro, CONCAFÉ, 1992. mimeo.
- CUNHA, Mauro R. Apêndice estatístico. In: BACHA, Edmar & GREENHILL, Robert. **150 anos de café**. Rio de Janeiro, Marcellino Martins & E. Johnston, 1992.
- DAVIRON, Benoit. Bresil - note 19. In: L'Avenir du café en Afrique - Conditions de competitivité des cafés africains. **SÉMINAIRE DE CHANTILLY**, França, 1992.

- ESTADOS UNIDOS. Department of Agriculture. **Situação do café mundial**. Washington, USDA, 1992. mimeo.
- FARINA, Elizabeth M.M.Q. Café: para além do OIC. **Informações FIPE**, :11-12. out./nov., 1992.
- FERREIRA, José B.S.F. As origens da crise e o futuro da cafeicultura brasileira e mundial: de onde viemos, para onde vamos? **Preços Agrícolas**, Piracicaba, 7(77):4-9, mar. 1993.
- JORNAL DO CAFÉ. Rio de Janeiro, **ABIC**, 1993. (Vários números)
- JUNQUEIRA, José R.C.M. & JUNQUEIRA, Maria E.B. Moagem e beneficiamento de café, trigo e cereais. In: CANO, Wilson. **As condições de operação da agroindústria paulista**. Campinas, UNICAMP, 1984. v.1-3, 54p.
- LERIN, François. Café: les années noires. **Corrier de la Planete**, França, 3(01):21-36, 1992.
- LUXER, Larry. Central America's Coffee Crisis. **Tea & Coffee**: trade journal, New York, ny, 165(1):10-32, Jan. 1993.
- PINHALENSE MÁQUINAS AGRÍCOLAS. **Preparo do café desde a fazenda até a torrefação ou exportação**. Espírito Santo do Pinhal, Pinhalense Máquinas Agrícolas, s.d. mimeo.
- SAES, Maria Silva M. & GIORDANO, Samuel R. O café: um agribusiness brasileiro. **Informações FIPE**, SP, :14-16, set./out., 1992.
- SANTIAGO, Maura M.D. coord. **Estatística de preços agrícolas no Estado de São Paulo**: preços pagos e índice de preços. São Paulo, IEA, 1992. tomo 3.
- SOFISTICAÇÃO multiplica os lucros dos cafés. **Pequenas Empresas, Grandes Negócios**, SP, 4(12):40-42, 1992.
- VEGRO, Celso L.R. **O café robusta capixaba frente a crise**: a crise internacional do café e a reestruturação técnico-produtiva e comercial do segmento robusta capixaba. São Paulo, CIRAD/ PROTER, 1992. 29p.
- \_\_\_\_\_. Programa de autofiscalização da ABIC: a trajetória do selo de pureza do café. **Informações Econômicas**, SP, 23(12):37-44, dez. 1993.
- ZYLBERSZTAJN, Décio et alii. **O sistema agroindustrial do café análise e estratégia**: relatório final. São Paulo, FIPE, 1992a. v.1 e 2. 350p.
- \_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_ : resumo executivo. São Paulo, FIPE, 1992b. mimeo.