

ARTHUR DE ASSIS TOMAZ

11921ECO041

IMPACTO DAS MUDANÇAS NO CONSUMO DE CAFÉ SOBRE A
GOVERNANÇA DA CADEIA PRODUTIVA: UM ESTUDO DE CASO DO
CERRADO MINEIRO.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE ECONOMIA e RELAÇÕES INTERNACIONAIS

2023

ARTHUR DE ASSIS TOMAZ

11921ECO041

IMPACTO DAS MUDANÇAS NO CONSUMO DE CAFÉ SOBRE A
GOVERNANÇA DA CADEIA PRODUTIVA: UM ESTUDO DE CASO DO
CERRADO MINEIRO.

Monografia apresentada ao Instituto de Economia e
Relações Internacionais da Universidade Federal de
Uberlândia, como requisito parcial à obtenção do título
de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Professor Dr. Bruno Benzaquen Perosa

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS

ARTHUR DE ASSIS TOMAZ

11921ECO041

IMPACTO DAS MUDANÇAS NO CONSUMO DE CAFÉ SOBRE A
GOVERNANÇA DA CADEIA PRODUTIVA: UM ESTUDO DE CASO DO
CERRADO MINEIRO.

Monografia apresentada ao Instituto de Economia e
Relações Internacionais da Universidade Federal de
Uberlândia, como requisito parcial à obtenção do título
de Bacharel em Ciências Econômicas.

BANCA EXAMINADORA:

Uberlândia, 17 de novembro de 2023

Prof. Dr. Bruno Benzaquen Perosa

Orientador

Prof. Dr. Clésio Marcelino de Jesus

Prof. Dr. Filipe Prado Macedo da Silva

AGRADECIMENTOS

Em primeiro momento, agradecer a Deus por ter me dado saúde e me capacitado para que eu pudesse ter resiliência de concluir essa etapa da minha vida.

À minha família Assis e Tomaz, em especial, aos meus pais, que não mediram esforços para me auxiliar a realizar esse sonho, além de serem fonte de inspiração e coragem para que eu continuasse até a conclusão dessa jornada. Ademais, uma menção a família Miranda por terem me apoiado nesse período final de curso.

Aos meus amigos, que por vezes foram meus conselheiros me orientando ao caminho mais adequado ao período, e por todo apoio demonstrado a todo período dedicado ao curso de Ciências Econômicas.

Ao meu orientador, professor Bruno, pela paciência por todas as reuniões pedidas e por todo conhecimento compartilhado ao longo desse período de orientação. Também, agradecer a banca examinadora, composta pelo Dr. Clésio e Dr. Filipe, pela disponibilidade.

Por último, a todos que participaram direto e indiretamente da graduação, e do desenvolvimento deste trabalho.

RESUMO

A cafeicultura é uma atividade econômica de grande relevância no desenvolvimento econômico brasileiro. Em um contexto de queda dos preços e desregulamentação do setor cafeeiro no Brasil, observaram-se mudanças no consumo dessa bebida, com novos padrões de qualidades, ditados pelas novas “ondas do Café”. Tais mudanças desencadearam o surgimento de estratégias de diferenciação na produção de cafés. Por conseguinte, essas mudanças na cadeia produtiva do café estabelece uma estrutura de governança mais eficientes para lidar com as transações do café especial. O presente estudo buscou analisar tais mudanças a partir de aportes do institucionalismo econômico. Por meio de um estudo de caso que teve como recorte territorial o Cerrado Mineiro, analisando as formas de governança utilizadas na região. O trabalho também apresentou uma discussão das mudanças no padrão de consumo do café, elencando as características da Primeira a Terceira Onda de consumo do Café, e analisa como a demanda por cafés especiais afetou as estruturas de governança da cadeia produtiva nessa região. Observou-se que a partir do associativismo, foi possível estruturar formas de governança mais integradas e sofisticada, permitindo que os produtores buscassem melhorias na qualidade do café, juntamente com a diferenciação com base em atributos ligados a alcance de novos perfis sensoriais do café.

Palavras-chaves: Cafeicultura; Estrutura de Governança; Cerrado Mineiro; Mudanças no consumo de café.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AAFNs – Alternative Agro-Food Networks

ABIC – Associação Brasileira da Indústria de Café

AIC – Acordo Internacional do Café

BSCA – Brazilian Specialty Coffe Association

CDPC – Conselho Deliberativo da Política do Café

Cecafé – Conselho dos Exportadores de Café no Brasil

CNC – Conselho Nacional do Café

DNC – Departamento Nacional do Café

DO – Denominação de Origem

ECM – Economia de Custo de Mensuração

ECT – Economia de Custo de Transação

IBC – Instituto Brasileiro do Café

INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial

NEI – Nova Economia Institucional

PQC – Programa de Qualidade do Café

RAA – Redes agroalimentares alternativas

SAG – Sistema Agroindustrial

SCA – Specialty Coffe Association

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: METODOLOGIA DA ENTREVISTA	41
--	-----------

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: SISTEMA AGROINDUSTRIAL E SUAS TRANSAÇÕES	21
FIGURA 2: REGIÃO DO CERRADO MINEIRO	40
FIGURA 3: CADEIA PRODUTIVA NO TERRITÓRIO CAFÉ DO CERRADO MINEIRO ... 44	

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. REVISÃO TEÓRICA	13
2.1. SISTEMA AGROINDUSTRIAL (SAG)	14
2.2. ECONOMIA DO CUSTO DE TRANSAÇÃO	15
2.2.1. RACIONALIDADE LIMITADA, COMPLEXIDADE E INCERTEZA	16
2.2.2. ESTRUTURAS DE GOVERNANÇA	18
2.2.3. ESPECIFICIDADE DE ATIVOS	19
2.2.4. CUSTO DE TRANSAÇÃO NO AGRONEGÓCIO	20
2.3. ECONOMIA DO CUSTO DE MENSURAÇÃO	22
2.4. ECONOMIA DA INFORMAÇÃO	23
2.5. ESPECIFICIDADE DE ATIVOS E ESTRUTURA DE GOVERNANÇA	24
3. REVISÃO APLICADA	26
3.1. CARACTERÍSTICA E CONTEXTO DAS ONDAS DO CAFÉ	26
3.1.1. PRIMEIRA ONDA DO CAFÉ	27
3.1.2. SEGUNDA ONDA DO CAFÉ	28
3.1.3. TERCEIRA DO CAFÉ	29
3.2. HISTÓRIA DA CAFEICULTURA NO BRASIL	31
3.3. PRINCIPAIS MERCADOS DE EXPORTAÇÃO DO CAFÉ BRASILEIRO	33
4. ESTRUTURAS DE COORDENAÇÃO E GOVERNANÇA NA CADEIA BRASILEIRA DO CAFÉ	34
5. ESTUDO DE CASO: ESTRUTURAS DE GOVERNANÇA DA CADEIA PRODUTIVA CAFEIEIRA DO CERRADO MINEIRO E A DEMANDA POR CAFÉS ESPECIAIS	38
5.1. CADEIA PRODUTIVA E ESTRUTURA DE GOVERNANÇA DO CAFÉ DO CERRADO MINEIRO	41
5.2. CERTIFICAÇÕES E CAFÉS ESPECIAIS: O CASO DE PRODUTORES ENTREVISTADOS DO CERRADO MINEIRO	45
5.3. PRODUÇÃO DE CAFÉ ESPECIAL: DEMANDA POR CAFÉS ESPECIAIS DO CERRADO MINEIRO	48

6. CONCLUSÃO	51
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	54

ANEXO

- 1. Perguntas utilizadas na entrevista dos produtores de café do Cerrado Mineiro 59**
- 2. Perguntas utilizadas na entrevista do representante de cooperativa do Cerrado Mineiro
..... 59**

1. INTRODUÇÃO

Ao longo dos últimos séculos, e mais rapidamente nas últimas décadas, ocorreram mudanças nos padrões de consumo, denominadas “ondas”. A Primeira Onda tem uma proposta ligada a motivações energéticas e da influência na concentração pós consumo, além de ter preços inferiores, fazendo que esse grão fosse consumido pelas massas. A Segunda Onda é marcada pelo início da diversificação do produto, inserindo produtos padronizados, com uma proposta de melhorar a qualidade do produto e da experiência de consumo. Já a Terceira e última Onda, tem uma característica de melhoria da qualidade e diferenciação do café, destacando para que o produto passe a ser complexo e sazonal, por meio do processo de “descommoditização”.

A partir das mudanças no padrão de consumo do café, observaram-se também transformações no funcionamento da cadeia produtiva, envolvendo diversas etapas, desde o cultivo até o consumo final. Por exemplo, com a Terceira Onda do Café houve mudança na preferência dos consumidores por grãos de melhor qualidade e com especificidades, como café orgânico, de origem única, com certificações de comércio justo, com produção e manejo de boas práticas agrícolas; todas essas características demandam a construção de estrutura de governança com maior controle, de forma a garantir os atributos e padrões produtivos demandados pelos consumidores.

A hipótese do trabalho é pautada pela expansão do mercado do café especial pós processo da terceira onda do café, em que os consumidores tendem a buscar café com maior diferenciação e maior qualidade atendendo a demanda por essas características. Desse modo, tais mudanças no consumo demandam estrutura de governanças diferentes.

O presente trabalho tem objetivo analisar a maneira que as mudanças no padrão de consumo de café influenciam as estruturas de governança fundamentadas ao longo da cadeia produtiva. Para isso, é feito estudo de caso no território do Cerrado Mineiro, analisando o processo de desregulamentação, as mudanças no consumo da terceira onda do café e a formação de uma estrutura de governança com foco na melhoria da qualidade do grão. Ademais, serão cumpridos alguns objetivos específicos: revisão das mudanças no padrão de

consumo de café nas últimas décadas; análise das estruturas de coordenação, observando a governança da transação e coordenação; discussão do papel das certificações nas estruturas de governança e os impactos sobre as assimetrias de informação; e, por último, analisar o papel das cooperativas e outras formas de organização setorial na cadeia de produtiva.

O trabalho é justificado pelo papel de destaque ocupado pela cultura do café tanto no Brasil, quanto no mundo. Desde o período do Império, o Brasil estabeleceu-se como um ator significativo nesse setor, tanto em termos de produção, quanto de consumo. Por meio desta pesquisa, almeja-se oferecer uma contribuição para melhor compreensão das demandas variadas que recaem sobre suas distintas características do grão. Além de elucidar de que maneira essa crescente diferenciação do produto pode influenciar nas estruturas de governança que sustenta toda cadeia produtiva do café.

Para a condução da monografia, a metodologia escolhida foi uma intensa revisão bibliográfica sobre o tema, que fundamentou a pesquisa de natureza qualitativa e exploratória. Além disso, os dados secundários foram obtidos, por meio da Federação de Cafeicultores do Cerrado, Caccer e Coccacer, houve também uma entrevista com dois cafeicultores e um representante de cooperativa, todos estabelecidos Cerrado Mineiro.

Para melhor compreender essa temática, será apresentado no segundo capítulo uma revisão teórica, ressaltando conceitos importantes, como Economia dos Custos de Transação, Economia dos Custos de Mensuração e Economia da Informação, para estabelecer uma discussão das Estruturas de Governança utilizadas no Cerrado Mineiro. No terceiro capítulo será apresentada discussão das mudanças no padrão de consumo do café, elencando as características da Primeira a Terceira Onda de consumo do Café. No quarto capítulo analisa-se o caso do Cerrado Mineiro, elucidando como a demanda por cafés especiais afetaram as estruturas de governança da cadeia produtiva nessa região; além de experiências dos produtores, ressaltadas por meio de uma entrevista, sendo compartilhadas no que tange as certificações e as estruturas de governança fundamentadas nas propriedades desses produtores.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

De forma a embasar as análises realizadas nesse trabalho, serão discutidos conceitos teóricos como Sistema Agroindustrial (SAG), Economia de Custo de Transação (ECT), Economia de Custo de Mensuração (ECM), Economia da Informação, Especificidade de Ativos e Estrutura de Governança. Outrossim, o debate da SAG parte de compreender a cadeia produtiva do café, ressaltando toda cadeia e os conjuntos de relações nelas propostas. Ademais, a ECT demonstrara todas as condições que aumenta ou diminuem os custos de transação, como a complexidade, incerteza e a racionalidade limitada dos agentes; e partir disso, comentar sobre as estruturas de governanças e como elas podem ser ajustadas para diminuir os custos de transação. Portanto, esses dois conceitos em ênfase serão os pilares para a análise da demanda e coordenação dos cafés especiais do Cerrado Mineiro.

2.1. SISTEMA AGROINDUSTRIAL (SAG)

Sistema Agroindustrial (SAG) é o conceito teórico que representa as relações ao longo das cadeias produtivas agroindustriais, e devem servir como balizador para formulações de estratégias e políticas públicas. O SAG representa conjunto de interações contratuais entre empresas e agente especializados, observando o objetivo final a disputar o consumidor de determinado produto. Esse conceito pode ser trabalhado em cadeias produtivas de alimentos, ligado a cadeia vertical de produção (ZYLBERSZTAJN; NEVES, 2000).

A partir do conceito de SAG, ressalta-se a importância do ambiente institucional, sendo o conjunto de regras que afetam os comportamentos das organizações de suporte ao funcionamento dos sistemas. Contudo, as modificações entre relações dos agentes podem sofrer maleabilidade ao longo do tempo, seja essas mudanças por questões de paradigmas tecnológicos ou intervenção externa. (ZYLBERSZTAJN; NEVES, 2000).

Desde os meados da década de 1990, a discussão sobre Redes Agroalimentares Alternativas (*Alternative Agro-Food Networks – AAFNs*) passaram a ser frequentes nos Estados Unidos e na Europa. Estudos rurais demonstram as redes agroalimentares alternativas como uma alternativa à indústria alimentar convencional, propondo algumas

novas configurações nas relações de produtores/consumidores. A partir disso, estabeleceram propostas em novidade ao debate de desenvolvimento rural da época, como traços de uma agricultura sustentável (TREGGEAR, 2011; SAGE, 2013).

As redes agroalimentares alternativas (RAA) são fundamentadas no relacionamento direto entre consumidores e produtores, como confiança, contexto regional e suas inserções, além da proximidade entre as localidades de produção e consumo. Dessa forma, o conceito sobre a RAA ressalta quatro elementos preponderantes: a) encurtamento das distâncias entre consumidores e produtores; b) tamanho e escala da produção; c) utilização de métodos sustentáveis; d) compromisso com as perspectivas sociais, econômicas e ambientais da produção e consumo sustentável de alimentos (SAGE, 2003; KIRWAN, 2004; JAROSZ, 2008).

2.2. ECONOMIA DO CUSTO DE TRANSAÇÃO

O economista Ronald Coase foi um dos precursores do estudo dos custos de transação, em seu artigo que trata da Teoria da Firma (*The nature of the firm*, 1937). O autor analisa os custos totais associados a uma transação, além de como as empresas procuram eficiência na gestão das transações para minimizá-los, determinando se elas irão produzir os próprios ativos, ou optar por comprá-los e terceirizar a atividade em questão.

A Nova Economia Institucional fundamenta-se em aspectos microeconômicos dando ênfase na teoria da firma. A ECT é a principal contribuição desta escola teórica, apontando alguns pontos fundamentais a serem ressaltados: as formas que as transações e seus custos são estabelecidos dependem dos modos distintos das organizações das atividades econômicas; as falhas de mercado são pontos a serem ressaltados em toda dinâmica às formas institucionais (WILLIAMSON, 1991).

A definição primária de custo de transação se refere ao custo da utilização do mercado. Esse custo se origina das transações que enfrentam dificuldades a partir de três pressupostos: a) oportunismo: habilidade de um dos agentes em analisar e explorar as possibilidades de lucros a partir de uma antecipação não prevista; b) racionalidade limitada:

torna-se importante ao destacar as condições de alto grau de complexidade e incerteza; c) incerteza: ocorrem quando não é possível prever alguma ação com exatidão.

Essa teoria é, ao lado da Economia Institucional, um importante aporte teórico para estudar as transações econômicas. Parte do princípio de que uma empresa não possui apenas os custos de produção, mas também custos de negociação e da fiscalização do cumprimento do que foi estabelecido no contrato. Esses custos ocorrem por intermédio das estruturas de governança, como o mercado, hierarquias e contratos. Nesse sentido, existem várias possíveis incertezas ao longo do processo de transação, sendo elas causadoras de um aumento no custo. Assim, o ambiente institucional se torna fundamental para reduzir conflitos que geram essas variações nos custos de transação, onde sociedades com instituições frágeis apresentam um maior custo de fazer negócios (VASCONCELOS, SILVA & MURAMATSU, 2019).

Oliver Williamson (1985) aprofundou o debate sobre custos de transação considerando suas implicações sobre as estruturas de governança que regem as transações econômicas. Fazendo que além do custo de recorrer ao mercado, os custos de transação englobam os custos de planejar e monitorar as estruturas empresariais de governança. Com efeito, há custos *ex-ante* de negociação e elaboração de contratos, fixação de contrapartidas e salvaguardas; e custos *ex post* de manutenção do contrato, reajuste e nova precificação dos ativos, fiscalização dos agentes, barganhas que distorcem o acordo, estruturas para solucionar imbróglis etc.

2.2.1. RACIONALIDADE LIMITADA, COMPLEXIDADE E INCERTEZA

O oportunismo, segundo Williamson (1987), contrapõe da teoria neoclássica, em que as firmas supostamente agem eficientemente e racionalmente a todo o momento, com livre informação dos preços de insumos e fornecedores. É sabido que indivíduos agem sempre para maximizar seus ganhos e preservar o auto interesse, sendo que para Williamson (1985) o oportunismo de terceiros obriga as empresas utilizarem de tecnologia e padronização de relações comerciais para reduzir a possibilidade de agentes estrategicamente atuarem em benefício próprio em detrimento da firma.

A racionalidade limitada associada a um ambiente simples não oferece riscos às transações, visto que o atributo da racionalidade do agente não é demandado. Porém, ao combinar racionalidade limitada a um ambiente com elevado grau de complexidade, a tomada de decisão dos indivíduos tende a ser mais complicadas, já que não há como analisar todas as possibilidades em cada momento (FIANI, 2002).

Outro fator que potencializa os custos de transação é a incerteza de eventos que não podem ser previstos com assertividade. Dessa maneira, a incerteza é um fenômeno aleatório ao qual caracteriza a uma possibilidade, de risco habitual, e outra situação, como dificuldade analisar o cenário por condições adversas, como uma pandemia. Nessa perspectiva, levando em consideração o risco habitual, combinada a racionalidade ilimitada estabelece uma atribuição, dificultando a observar as possibilidades combinadas os quaisquer momentos que perturbam as conclusões da transação (FIANI, 2002).

Associando os fatores, como racionalidade limitada, complexidade e incerteza, resulta assimetrias de informação. A assimetria de informação refere-se às disparidades de informações entre as partes envolvidas em uma transação, resultando em consequências distintas para os desfechos finais dessa transação. (FIANI, 2002).

Em um ambiente de transações em que há fatores, como racionalidade limitada, complexidade e incerteza, formatam situação adequada para que agentes possam ter ações oportunistas. Desse modo, o oportunismo é compreendido como a transmissão de selecionadas informações e omissão, sobre uma possível situação futura de um dos agentes. Assim, para Teoria dos Custos de Transação o oportunismo é atrelado à condução de assimetrias de informações, com finalidade de captação de lucros (FIANI, 2002).

As características comportamentais dos agentes nas transações econômicas têm como base que os seres humanos reagem a incentivos, e assim têm o seu comportamento moldado pela racionalidade limitada e pelo oportunismo. A noção de racionalidade limitada assume que os agentes econômicos, embora apresentem conduta racional, são incapazes de conhecer todas as possibilidades e eventos, bem como de calcular todas as consequências de suas ações. Já o oportunismo está vinculado às incertezas no comportamento dos agentes, sendo o conjunto de ações que utilizam de informações incompletas ou distorcidas,

dificultando a organização e monitoramento das transações, e por consequência elevam os seus custos. Logo, informações bem definidas reduzem o custo de transação (SARATO & ALMEIDA, 2015).

Quanto maiores os custos de transação, mais as empresas se esforçarão para minimizá-los de forma mais integradas e menos sujeitas a incerteza, podendo ocorrer inclusive a integração vertical. Portanto, as firmas podem optar por elas mesmas produzirem os ativos e produtos ao invés de recorrerem ao mercado. Por outro lado, quanto menor os custos de transação, mais as empresas tenderão a buscar um determinado bem no mercado.

2.2.2. ESTRUTURAS DE GOVERNANÇA

Segundo Fiani (2002), estrutura de governança compreende-se à forma de organização, sendo o conjunto de instituições e indivíduos envolvidos no acordo de transação e na garantia de sua plena execução. Posto isso, a estrutura de governança é formada pelas firmas na tentativa de reduzir os custos das transações

O próprio mercado pode estruturar a governança através das negociações dos agentes, inclusive através da governança trilateral em que um árbitro, terceiro alheio aos negociantes, é chamado a adequar as transações e resolver imbróglis comerciais ou contratuais.

Em uma transação de racionalidade limitada, complexidade, incerteza e oportunismo, tem a possibilidade de gerar algumas ressalvas na transação. Desse modo, para tentar minimizar essas ressalvas, foram desenvolvidos tipos de estruturas de governança, Governança de Mercado, Governança Trilateral e Governança Específica de Transação (FIANI, 2002).

Em transações não específicas e com uma frequência relevante, normalmente a Governança de Mercado é adotada. Assim, não há prioridade em ter uma relação constante, fazendo as partes consultar o mercado para fazer a decisão. Sendo assim, é o caso de governança mais próximo ao mercado *spot* (FIANI, 2002).

Na Governança Trilateral ocorre a partir de uma exigência de um agente terceiro *ex-ante*, na análise da realização da transação e na resolução de eventuais disputas. Sendo esse tipo de governança mais eficiente em casos de transações de característica mista ou, até mesmo, específico (FIANI, 2002).

Em uma situação em que os bens transacionados possuem uma especificidade, acarreta um aumento do risco da transação e um momento que possa gerar transtornos de uma resolução dispendiosa e incerta, sendo assim usa-se a Governança Específica de Transação. Ademais, neste caso, quanto maior a recorrência dessa transação, menor tende a ser a custos derivados da formação das regras estabelecidas; ou seja, com uma frequência considerável é eficiente tomar essa estrutura de governança para atuar nesse tipo de caso, independente dos custos gerados para fundamentar a estrutura institucional (FIANI, 2002).

2.2.3.ESPECIFICIDADE DE ATIVOS

A questão relacionada a especificidade de ativos é uma vez que o bem com tal característica tenha sido feito, os agentes envolvidos na transação (comprador e vendedor) passam a transacionar de maneira exclusiva. Exemplo, se um dado fornecedor de um insumo com a particularidades desejadas por uma empresa específica, faz que o fornecedor esteja ligado à cadeia de produção da empresa; dando o nome para essa relação de problema refém (*hold-up*). A especificidade de ativos é uma atividade para que o risco relacionado a ação oportunista seja considerável; mas, caso ocorra em um mercado de ativos homogêneo, a rivalidade entre muitos agentes aptos a participarem da transação, reduziria as possibilidades de ação oportunista (FIANI, 2002).

Nessa perspectiva, são observadas ao menos quatro categorias de especificidade de ativos, sendo elas: especificidade locacional; especificidade física; especificidade de capital humano; e especificidade de ativos dedicados. No que se refere a especificidade de localização, tem, em geral, uma tentativa de minimizar custos, porém, há também uma necessidade características de produção como é no caso do café, em que a altitude da produção influencia positivamente na qualidade do produto. Além disso, a especificidade física é atrelada a equipamentos sob demanda com esse bem estruturado de forma alternativa

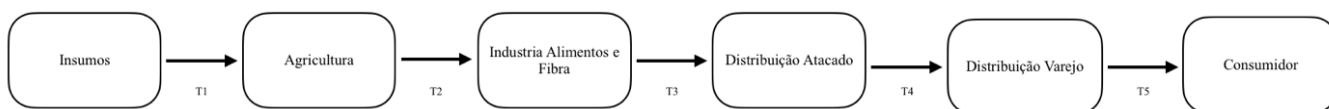
com finalidade de atender a característica estabelecida pelo agente. Sob essa ótica, a especificidade de capital humano surge em consideração dos processos de manejo dos indivíduos trabalhadores ao manejar o bem em produção. Por último, a especificidade de ativos dedicados, estabelece em situações que o agente fornecedor investe em instalações por uma expectativa de venda substancial do produto para um cliente específico (BARBOSA et al, 2011; WILLIAMSSON, 1985).

2.2.4.CUSTO DE TRANSAÇÃO NO AGRONEGÓCIO

Segundo Zylbersztajn, as transações ocorrem de maneira em que a figura a seguir ilustra:

FIGURA 1 – SISTEMA AGROINDUSTRIAL E SUAS TRANSAÇÕES

AMBIENTE INSTITUCIONAL: Cultura, Tradições, Educação, Costumes.



AMBIENTE ORGANIZACIONAL: Associações, Informação, Pesquisa, Finanças, Cooperativas, Firmas.

Fonte: Zylbersztajn, 1995

Detalhando e descrevendo os custos de transação em cadeias agroindustriais, Zylbersztajn (1995 p.158) subdivide as transações nessas cadeias em 4 etapas distintas e ambientes institucionais e organizacionais, que são divididas da seguinte forma:

T1: Indústria de insumos e produtor agrícola: A indústria de insumos é constituída por fertilizantes, agrotóxicos, sementes, máquinas e equipamentos para agricultura. Essa indústria não possui alto grau de especificidade de ativos, já que o elevado padrão tecnológico da indústria permite que exista uma maior diferenciação dos produtos, e dessa forma as transações ocorrem via mercado, sem muitos atributos institucionais. A negociação normalmente é intermediada por um vendedor

especialista de cada empresa, que tenta ofertar os produtos para os agricultores. Pode existir a possibilidade de firmação de contratos de longo prazo.

T2: Elo entre produção agrícola e agroindústria: Nesse elo existem produtos diferenciados e as commodities. Por isso, as transações poderão ser realizadas via mercado ou por estruturas de mercado mais complexas, com a presença de contratos ou de integração vertical. Para commodities “comuns” as transações podem ocorrer principalmente mercado spot, ou via mercado futuro, nesse caso as negociações estão mais ordenadas pela oferta e demanda dos produtos. Todas essas transações levam em conta as especificidades dos produtos agrícolas: a especificidade de tempo, que é o fato de que as commodities são bens altamente perecíveis, sendo assim, precisam de armazenagem especial; também pode existir a especificidade locacional. No entanto, para bens menos específicos e diferenciados, os produtos serão negociados via mercado. Porém, esse tipo de governança não é válido para produtos diferenciados e com mais especificidades. No caso desses produtos diferenciados serão formados arcabouços institucionais mais seguros que permitam maior clareza e previsão nas negociações. Portanto, serão utilizados contratos com duração de longo prazo, para que as exigências demandadas sejam cumpridas. Em última instância, as indústrias poderão realizar uma estrutura de hierarquia ou de integração vertical, controlando toda a cadeia produtiva.

T3: Elo entre Agroindústria e distribuição: Nessa cadeia existe um ativo muito importante, e de grande especificidade. Durante os últimos anos cresceu-se a importância desse ativo que é o controle da informação acerca da preferência dos consumidores, que podem impactar na produção da agroindústria. Os varejistas e as indústrias utilizam esses dados para mapear as tendências dos consumidores e essa informação é repassada ao longo de toda a cadeia produtiva, alterando as demandas e os contratos.

T4: Elo entre Distribuição e consumidor: A etapa final possui transações mais pessoais, diferente do mercado spot, já que os consumidores possuem suas próprias referências. As redes de supermercados querem satisfazer as necessidades dos

consumidores, buscando compreender a demanda, que muitas vezes é específica, e para isso firmam contratos com os fornecedores, que podem ser indústrias ou os próprios produtores rurais.

O ambiente institucional auxilia na definição do conjunto de oportunidades, além de influenciar os tipos de organizações que serão criados e sua forma de condução. Dito isso, as organizações estabelecidas em mercado qualquer e a formas de interação são estimuladas pelo ambiente institucional, ou seja, mudanças no ambiente podem gerar mudanças na forma de conduta das organizações.

No que tange ao ambiente organizacional, é formado por organizações que influenciam os componentes da cadeia, como, instituições de crédito e empresas que prestam serviços de assistência técnica, universidades, entidades não governamentais etc. Ademais, que balizam condições de dentro da cadeia produtiva.

2.3. ECONOMIA DO CUSTO DE MENSURAÇÃO

A Teoria dos Custos de Mensuração é outro campo de conhecimento dentro da NEI que aborda a origem dos custos de transação. A mensuração dos atributos em transação é um modo para analisar as formas eficientes de coordenação das transações.

Ainda que o conceito dos custos de transação tenha avançado significativamente, mensurar tal propósito ainda é um desafio. Dito isso, os custos relativos atrelados a essa teoria é pautado a partir de escolhas organizacionais ou contratuais. Seguindo as proposições da teoria, os agentes se comprometem em transações de troca, somente, em casos que o valor a receber seja maior do que o valor oferecido (WILLIAMSON, 1996; WANG, 2003; BARZEL, 1982).

Considerando esse contexto, a Economia do Custo de Mensuração, se propõe a examinar a determinação dos atributos em determinadas estruturas de governança escolhida para a transação. Dessa maneira, o principal ponto a ser ressaltado é as trocas de informações que gera o processo de transação, obtendo por vezes, um obstáculo em mensurar essas informações. Ou seja, bens com qualidade de complexa mensuração, tende a elevar os custos

de transação, fazendo que as transações tenham estruturas de governança complexas e integradas (PEROSA, 2012; BARZEL, 2001).

As transações que envolvem bens de fácil mensuração de atributos podem fundamentar estruturas de governança por meios de contratos, enquanto os bens de complexa mensuração envolvem outros tipos de estruturas de governança, como a certificação. Isto é, bens que possuem características, como sabor e “modo de manejo” demandam algumas informações de alto custo, por tal maneira, é esperado que esses bens não sejam transacionados a partir de contratos comuns. Esses bens de complexa mensuração, é ordenada por meio de longas relações contratuais, ressaltando elementos como confiança e reputação, conseguindo encolher os custos de mensuração ao longo do período (BARZEL, 2002).

2.4. ECONOMIA DA INFORMAÇÃO

Além das teorias institucionalistas apresentadas acima, outros campos do conhecimento dentro das ciências econômicas também consideram elementos relevantes para o funcionamento das transações econômicas. Neste sentido, a chamada Economia da Informação explora as implicações das assimetrias informacionais para o funcionamento dos mercados. O economista norte-americano, George Akerlof abordou em sua obra de 1970, “*The Market for Lemons: Quality Uncertainty and Market Mechanism*”, como a assimetria de informação afeta as transações econômicas. Explorando a principal questão, assimetria de informação, do estabelecimento de acordos dos agentes sem possuir clareza da qualidade dos produtos envolvidos na transação, para isso o autor usa como exemplo o mercado de carros seminovos estadunidense. Sob essa ótica, a assimetria de informação pode resultar ao risco moral, que ocorre quando o contrato modifica, alterando os comportamentos do indivíduo e as atitudes do agente que não podem ser monitoradas.

A informação assimétrica tem como pilar a discussão de duas problemáticas comportamentais, são elas: risco moral e seleção adversa. O risco moral é elencado como um evento de ocultar ações, gerando situações de ações que não é de conhecimento de uma das partes da transação. Ademais, a seleção adversa estabelece pela assimetria de informações, se desenvolvendo a partir de determinadas informações desconhecidas por uma das partes do possível contrato. Dessa forma, o agente lesado nessa transação não consegue realizar a

tomada de decisão, nem avaliar se a outra parte da transação utilizou de informações para se beneficiar da transação (ARROW, 1973).

Posto isso, é necessário dizer que para diminuir a assimetria de informação, pode existir algum tipo de apontamento, sem geração de altos custos, sendo essa solução responsável por diminuir a variação das informações sobre o bem entre os indivíduos da transação (AKERLOF, 1970).

2.5. CONCLUSÃO DO REFERÊNCIAL TEÓRICO: ESPECIFICIDADE DE ATIVOS E ESTRUTURA DE GOVERNANÇA

A diferenciação de produtos é o estabelecimento características específicas e únicas em um produto, tem como finalidade se destacar frente a concorrência e, por conseguinte, atender as demandas específicas dos consumidores, podendo agregar no valor do produto e aumentar a rentabilidade da empresa. Na perspectiva econômica e das organizações, segundo a Economia do Custo de Transação, a diferenciação dos produtos fundamenta estímulos para que estabeleça uma estrutura de governança sofisticada, visando garantir que as características demandadas pelos consumidores sejam transmitidas (SVENDSEN et al., 2011; DONNET; WHEATHERSPOON; MOSS, 2010).

Existem alguns fundamentos sobre a diferenciação dos produtos que acabam demandando estruturas de governança mais sofisticadas, como: a assimetria de informações; monitoramento e qualidade; canais de comunicação; e reputação. Posto isso, há tipos de estruturas de governança que são utilizadas em transações de produtos específicos, principalmente quando esses bens são diferenciados e precisam de um tratamento detalhado e customizado. Desse modo, pode-se destacar tais estruturas de governança usadas em transações de bens diferenciados: acordos de qualidade; certificações; avaliação de terceiros e auditoria; e contratos de longo prazo.

A estrutura mais eficiente dependerá da característica do produto, e da necessidade transacionais dos agentes, isto é, combinação de seus atributos. Sendo assim, a diferenciação de produto demanda estruturas de governança mais sofisticadas, com finalidade de garantir

que as informações sobre os atributos possam ser transmitidas aos consumidores, com propósito de diminuir o custo de transação das relações dos agentes (WILLIAMSON, 1985).

De certa forma, os custos de transação destacam às dificuldades relacionadas para a realização de uma transação econômica, como negociação de serviços, compra e venda de bens. Dessa maneira, essa dificuldade de transacionar afeta a escolha da estrutura de governança em uma cadeia produtiva, características como: hierarquia de mercado, contratos e acordos e estratégia de governança, são algumas condições que podem afetar os custos e a estrutura de governança que possa ser utilizada. Isto é, escolha sobre qual contrato ser elaborado e quais estruturas de governança é a mais eficiente, é motivado aos custos envolvidos em cada transação. Portanto, as instituições buscam equilibrar esses custos para que possa ser alcançado a eficácia em toda sua operação.

3. REVISÃO APLICADA

3.1. CARACTERÍSTICAS E CONTEXTO DAS ONDAS DO CAFÉ

A fundamentação dos atributos para a diferenciação do café estabeleceu um processo de “descomoditização”, tornando-o um produto com variadas características, variações definidas pelas demandas estabelecida pelo mercado (BORRELLA; MATAIX; CARRASCO-GALLEGO, 2015; FITTER; KAPLINSKY, 2001). Essas mudanças estabelecidas pelo mercado cafeeiro foram estimuladas pelo aumento da demanda por cafés especiais, provenientes pelo manejo específico ou pela origem do produto, formatando uma nova configuração comercial da bebida (BORRELLA; MATAIX; CARRASCO-GALLEGO, 2015).

Ademais, as reconfigurações na produção agrícola cafeeira e as relações com os consumidores foram ressaltadas por Skeie (2002). Essas fundamentais configurações foram caracterizadas em três momentos, denominados também de “ondas”. Dessa maneira, a autora observa que cada movimento há seu conceito e características próprias, ainda assim cada momento pode influenciar ou sobrepor o movimento seguinte (SKEIE, 2002).

Compreende-se que a Primeira Onda foi fundamentada em um aumento expressivo do consumo do café no período pós-guerras mundiais, podendo ser uma das revoluções nas etapas de produtos e comercialização dos bens. A segunda onda surgiu em consequência da baixa qualidade dos cafés comercializados no período anterior e é nesse momento que ocorre a introdução ao processo de especialização do café, bem como a criação do café *espresso* e da comercialização da bebida em cafeteria. Por fim, na Terceira Onda, é estabelecido um momento considerado revolucionário no mercado de cafés especiais, formatada por uma nova percepção de complexidade do produto, levando em consideração toda adição de fatores de diferenciação. É necessário ressaltar que as relações estabelecidas na cadeia produtiva do café passaram da mão dos atores tradicionais (produtores, comerciantes locais, comerciantes internacionais, torrefadores e varejistas) para a inserção de novos atores, como hotéis, restaurantes e cafeterias (ANDRADE et al., 2015; MASSIMO et al., 2012).

3.1.1. PRIMEIRA ONDA DO CAFÉ

A partir do final do século XIX e início do século XX, inicia-se a Primeira Onda do Café, que tem como principal característica o aumento significativo e expansão do consumo da bebida mundialmente. O consumo de café demonstrava uma proposta notoriamente prática, observando motivações energéticas e da influência positiva na concentração após o consumo da cafeína. Além disso, a grande produção do produto no período supracitado, proporcionava a prática de preços baixos, gerando, por conseguinte, uma disputa por preços (SKEIE, 2002, ANDRADE et al., 2015; BORRELLA; MATAIX; CARRASCO-GALLEGO, 2015).

Os supermercados foram os principais canais de comercialização do café. De maneira geral, o comércio foi dado por grandes volumes, fazendo com que esse bem fosse consumido pelas massas. Vale ressaltar que o produto era de baixa qualidade e diferenciação, destacando as limitadas variações de sabor, além do consumo ser destinado ao mercado nacional (SKEIE, 2002).

Desse modo, na Primeira Onda, a industrialização da torra e produção de café foram destaques. Outrossim, houve uma revolução de processamentos do produto neste período, como a embalagem a vácuo, sendo uma tecnologia a época que permitia que o produto ficasse fresco por mais tempo, aumentando o prazo de validade, e facilitando a distribuição em longas distâncias, o que possibilitou a transferência de toda a comercialização das torrefadoras para os supermercados. Deve-se ressaltar o processo de liofilização, fazendo-se importante contribuição para obtenção de um café solúvel e instantâneo, por meio da adição à água quente. Sendo assim, pelo rápido manejo para o preparo da bebida e a inexistência de equipamentos específicos garantiu que a bebida ganhasse uma grande relevância no consumo (SKEIE, 2002).

Os principais debates feitos a Primeira Onda propõem questionamentos quanto a dificuldade da percepção do sabor e da baixa qualidade causada pela larga produção do café solúvel, bem como o seu uso intensivo para elevar a produtividade dos trabalhadores em um

momento de expansão industrial. Dito isso, os produtos possuem características de torra média a escura, gerando um sabor amargo e uma textura “fraca” da bebida (SKEIE, 2002).

3.1.2. SEGUNDA ONDA DO CAFÉ

Entre as décadas de 1960 a início da década de 1990, estabeleceu a Segunda Onda do café, em que fundamentou a inserção de produtos artesanais, sendo uma reposta à baixa qualidade e massificação criticadas da Primeira Onda. Essas importantes mudanças no mercado foram influenciadas em primeiro momento pelas pequenas cafeterias, *Peet's Coffe & Tea* e *Starbucks*, fator o qual tornou esse período responsável pela expansão do consumo do *espresso* (SKEIE, 2002).

Neste período foi popularizado o conceito de cafés especiais, produtos com algumas diferenciações. Desse modo, o mercado da cafeicultura foi estimulado e influenciado pelo mercado de vinhos, gerando valorização do conceito de origem. Isto é, o café do Brasil é reconhecido como um produto diferente do café originado do Vietnã, ocorrendo o mesmo com outros países produtores. Além disso, foram descobertas variações no processo de torrefação acarretando a uma diferenciação sensorial distintos do padrão da onda de consumo anterior (SKEIE, 2002).

As cafeterias especializadas formataram novidades na agregação de valor ao produto, sofisticando e transformando o consumo do café, que passa a ser intitulado como serviço de diferenciação do produto. O consumo proposto por essas cafeterias foi marcado por um desenvolvimento na experiência de consumo passando por umas características, como ambiente do estabelecimento das cafeterias e valorização da configuração social do consumo. Desse modo, todo processo reconhecido do avanço da qualidade da bebida, acarretou a uma adição significativa no preço do produto (SKEIE, 2002).

A expansão e a internacionalização das operações das cafeterias admitiram uma fuga do aspecto artesanal adotado, propondo adoção de medidas de padronização que facilitaria a produção em escala. Ademais, a agregação de máquinas no preparo veloz das bebidas também auxiliou na expansão da produção em grande escala. Por conseguinte, houve uma mudança de um padrão de sabor, estabelecendo uma torra escura e diminuindo a qualidade

do produto; além de uma adição de aditivos em excesso na tentativa de camuflar o sabor da bebida (SKEIE, 2002).

Diante das mudanças no mercado do café nesse período, pode-se ressaltar o impulsionamento do café *espresso* em ambiente domiciliar, a partir da inovação do café em cápsula, formado pela Nestlé, em 1986. O desenvolvimento dessa proposta estabeleceu pela tentativa de similar o funcionamento de uma máquina de café a época, além de agregar uma maior simplicidade no preparo. Outrossim, a queda da patente da Nespresso, tornou mais acessível o consumo frequente do café em cápsula, impulsionando a expansão do consumo de café *espresso* em ambiente doméstico (ABIC, 2015).

Por tudo isso, toda a precisão de estabelecer uma grande escala de produção dentro de uma padronização trabalhando em favor de remessas de lucros, houve um desvio da principal característica ressaltada pela Segunda Onda, a qualidade da bebida. Contudo, a crítica a esta onda é decorrente da excessiva quantidade de complementos, como leite, chantili e chocolate, em uma tentativa de esconder o sabor amargo decorrente da torra dos grãos.

3.1.3. TERCEIRA ONDA DO CAFÉ

Como uma reação a massificação e a padronização, de maneira a alcançar os mesmos sabores e consistência das bebidas entre os inúmeros estabelecimentos, características ressaltadas da Segunda Onda, a Terceira Onda propõe maior qualidade e diferenciação do café. Desse modo, há uma distância de algumas práticas demonstradas no período anterior (SKEIE, 2002).

Neste período, a produção do café especial passa a ser destacado como um produto complexo e sazonal, passando por um processo de “descommoditização”, ressaltando todo um processo de agregação de valor a bebida, como seu preparo manual e artesanal, com doses sob demanda; dito isso, a bebida se fundamenta de maneira única, visto que não há adição de aditivos, como leite ou chocolate, que tendem a camuflar as notas de sabor do café (SKEIE, 2002; GUIMARÃES, 2016).

A Terceira Onda formatou o conceito de origem única, relacionado a grãos de uma safra, região ou país. Além disso, são incluídos os conceitos *single farm e single estate*, estabelecidos à aquisição dos grãos de um produtor, moinho ou cooperativa. Esses aspectos formalizam uma capacidade de rastreamento do produto, especificando as diferenciações do café daquele determinado território e não uma saca dos grãos. Outro aspecto a ser ressaltado, é o estímulo a experimentação dos agentes produtores, que propuseram um fomento por conhecimento acerca de métodos de processos dentro da cadeia produtiva (SKEIE, 2002, GUIMARÃES, 2016).

O fundamento de uma nova proposta estabelecida pelo café influenciou várias melhorias ao longo do processo de produção, como plantio, colheita, processamentos, torra ou extração. Desta maneira, estabeleceu um aspecto de experimentação e uma abordagem científica dos processos, com finalidade de descobrir novas combinações na melhoria dos grãos. Com a proposta da busca pela obtenção da melhor qualidade da bebida, os agentes do período começaram a interrogar os parâmetros já estabelecidos no mercado, em que não necessariamente seriam regras estabelecidas por embasamento científico (ANDRADE et al., 2015; BORRELLA; MATAIX; CARRASCO-GALLEGO, 2015; GUIMARÃES, 2016).

A origem, métodos de processamento ao longo da cadeia e condições climáticas observadas durante a safra foram aspectos que estabeleciam características distintivas do grão. Dentre o proposto, sob os processamentos não havia um método correto considerado pelo mercado, já que esse conhecimento sobre o produto é uma experiência nova no mercado do café. Os aprendizados adquiridos ao longo da Terceira Onda percebem um prestígio pelo barista, considerado um profissional de alta qualificação, formando um conhecimento sobre a origem, torra e sabor da bebida (GUIMARÃES, 2016).

Considerando os hábitos dos consumos do café, como obtenção de energia, bebida com torra mais escura e com grande quantidade de aditivos, faz com que a Terceira Onda certifique em expandir o contingente consumidor por meio de “educação do consumidor”. Esse investimento em instrução dos consumidores, torna possível uma transmissão efetiva das qualificações e diferenciação do café para que o consumidor valorize e pague mais por tais aspectos. Além disso, a compra e torra em escalas pequenas, possibilitou que as cafeterias

e torrefadoras se tornassem um estímulo para a expansão da Terceira Onda, por meio de constituição de empresas especializadas em processamento e preparo do grão (GUIMARÃES, 2016).

Sendo assim, as características ressaltadas são experimentação e abordagem científica nos processamentos, fazendo que os profissionais e estabelecimentos utilizassem equipamentos de um elevado grau tecnológico, propondo um controle de excelência sob os processos resultando em um café com torra clara e de diferentes perfis sensoriais.

3.2. HISTÓRIA DA CAFEICULTURA NO BRASIL

No século XVIII, as primeiras mudas de café foram adquiridas através da Guiana Francesa, com o objetivo de ampliar a receita do Império. Só então com a chegada do grão no Pará houve um crescimento da produção, que avançou até Maranhão, pouco tempo depois, para outros estados do Nordeste brasileiro. Por conseguinte, em 1731, ocorreu a primeira exportação do café para Portugal (MARTINS, 2008; ORTEGA, JESUS, 2012).

Em 1770, com a produção de café iniciando no Rio de Janeiro começaram a ser realizadas em pequenas lavouras, destinado a costume, e não a comercialização. Ademais, a produção expandiu em maiores escalas quando fazendeiros do Rio de Janeiro começaram a migrar da produção de açúcar para a produção cafeeira. Em função da crise do mercado açucareiro e dos índices baixos de produção auríferas, em Minas Gerais, e o incentivo do Império na busca de um bem exportador, gerou uma expansão da produção do café, assumindo logo a liderança da exportação brasileira (MARTINS, 1999; ORTEGA, JESUS, 2012).

Ademais, algumas características auxiliaram ao crescimento acelerado da produção cafeeira na região do Vale do Paraíba carioca, como: (a) terras abundantes com solos férteis; (b) estoque de mão de obra (mão-de-obra escravista); (c) instalações ociosas de fazendas açucareiras adaptadas à produção de café; (d) recursos financeiros previamente acumulados. Entre o período de 1830 a 1870, o Vale do Paraíba, fluminense e paulista, foram o principal palco da produção do café no Brasil. Contudo, houve a expansão da produção do café para o sul de Minas Gerais, Espírito Santo, e para o Oeste Paulista (DEAN, 1996).

Em 1820, o café tinha uma participação de 18% na pauta exportadora, e passou para 60% na década de 1880, sendo um dos grandes pilares do comércio exportador brasileiro. Nessa perspectiva, esses números fizeram que o Brasil fosse o maior exportador de café no mundo, dito isso, todo o fluxo comercial de café se deu a partir do dinamismo produtivo e comercial brasileiro (PRADO JUNIOR, 1967).

Já em 1898, ocorreu a primeira crise cafeeira. Sob essa ótica, ao relacionar o acréscimo de receita do governo a partir da produção de café, o Estado se viu em dois problemas: queda do preço do mercado interno e externo de café, e a queda de receita dos cofres públicos. Posto esse problema, a política de valorização do café foi a solução, momento em que os cafeicultores tentaram manipular o preço do café em mercados internacionais.

No momento de crise cafeeira, na primeira metade do século XX, houve diversas intervenções na economia cafeeira. Em primeiro momento, pode-se citar o Convênio de Taubaté, estabelecido com um intuito de fundamentar um preço mínimo e comprar o excedente do café. Em segundo momento, vale lembrar a intervenção que ocorreu no período da Primeira Guerra Mundial, momento em que se conseguia impedir a diminuição do preço do café (MARTINS, 2008; ORTEGA, JESUS, 2012).

A Crise de 29 fundamentou o ápice da crise cafeeira. Período em que muitos produtores de café se endividaram e diversificaram seus investimentos. Posto isso, o Governou Federal, em 1931, passou a exercer função de comprador do excedente de café produzido, além disso, instaurou algumas políticas, como: proibição do aumento da área plantada de café e concessão de crédito aos produtores. Paralelo a isso, no mesmo ano, criou-se o Conselho Nacional do Café (CNC), com intuito de ajustar a capacidade produtiva e evitar que houvesse um fluxo grande de estoque de café (ORTEGA, JESUS, 2012).

Em 1952, foi instituído na estrutura cafeeira brasileira o Instituto Brasileiro do Café (IBC), com o objetivo de organizar as políticas econômicas do café. Em um momento a frente, no início dos anos 70, estrutura-se uma cafeicultura mais produtiva, com ação de eliminar cafezais não tão produtivos. Em 1973, ocorreu uma geada que extingue parcela dos cafezais paranaense e paulista. Por conseguinte, com essa avaria da produção no Sul, houve

a migração de cafezais para o Cerrado Mineiro, diminuindo a influência do café no Paraná (NAGAY, 1999). Dessa maneira, mais a frente o presente trabalho aprofundará na história da cafeicultura no Cerrado.

Nesse período ressaltado na história da cafeicultura no Brasil, é de intensa influência da Primeira Onda do Café, momento em que não se tinha muito conhecimento sobre manejo e processamentos na cadeia produtiva do café.

3.3. PRINCIPAIS MERCADOS DE EXPORTAÇÃO DO CAFÉ BRASILEIRO

Em 1731, ocorreu a primeira exportação para Portugal; posto isso, a função do aumento da produção do café foi voltada para o mercado externo e para balancear as receitas do Império. Nesse momento, o café brasileiro possui grande relevância no mercado internacional, sendo fonte de receita do Império, e estabelecendo vários postos de trabalho na agropecuária.

No que tange cafés especiais, ainda que seja uma parcela de consumo pequena, em relação aos outros tipos de café, é notável que esse setor está em crescimento. Segundo *Perfect Daily Grind*, em uma tendência global, observa-se que o crescimento do café especial é maior na região Europeia e na região Ásia-Pacífico. Essa elevada parcela da participação do consumo europeu ocorre por crescimento de torrefadoras e de cafeterias especializada espelhadas pelo continente. Já na região Ásia-Pacífico ocorre o maior crescimento no que tange o consumo de cafés especiais, estabelecendo um crescimento de 15,3% ao ano até 2030, segundo o *Research and Markets*; o estabelecimento de uma categoria premium no café, faz que ocorra esse crescimento na região. A evolução do consumo de café especial no Brasil também é relevante, segundo a Federação dos Cafeicultores do Cerrado, registrando um aumento de 15%, em média, de crescimento anual.

Observando o desempenho na produção de café em 2022, segundo a Cecafé, o café brasileiro, café commodities e café especial, foi exportado para 122 países, obtendo uma receita cambial de U\$ 9,2 bilhões, transacionando quase 40 milhões de sacas de 60 kg de café. O principal país importador foi os Estados Unidos, com uma importação de um pouco mais de 8 milhões de sacas, representando 20% do destino do produto brasileiro. Em seguida,

a Alemanha é o segundo maior destino de café brasileiro, contabilizando 6,84 milhões de sacas; em terceiro, a Itália foi um do país que se destacou na importação de café, importando cerca de 3,35 milhões; Bélgica, foi o quarto país com maior frequência de exportação, importando 2,9 milhões de sacas. Outrossim, há de se ressaltar que em 2022, o café arábica foi o tipo de café preferido por países importadores do café brasileiro, chegando a uma remessa de um pouco menos de 35 milhões de sacas, totalizando cerca de 86% do total de café exportado.

Portanto, esses dados coletados do Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (Cecafé), observa-se que o Brasil tem uma grande importância estabelecendo o fluxo comercial de café a partir do dinamismo produtivo e comercial da cafeicultura brasileira.

4. REGULAÇÃO E GOVERNANÇA NA CADEIA BRASILEIRA DO CAFÉ

No início do século XVIII, o café foi introduzido no Brasil com o objetivo inicial de suprir as necessidades de consumo interno. Já no século seguinte, essa cultura começou a ganhar cada vez mais relevância na economia brasileira, tornando-se uma atividade fundamental para a economia paulista e brasileira. No século XX, o café se tornou um dos produtos relevantes na cadeia econômica brasileira e, por isso, começou a receber fortes intervenções do Estado. No geral, foi construído uma estrutura de exportação em termos de quantidade, enquanto concorrentes como Colômbia, eram conhecidos por sua qualidade.

Nesse sentido, a Defesa Permanente do Café representou a primeira tentativa significativa de mudança na abordagem do Estado em relação aos negócios relacionados ao café. Ela foi formulada em outubro de 1921 como uma estratégia para aproveitar a quase posição de monopólio do Brasil no mercado internacional de café, visando estabelecer preços acima da média competitiva de longo prazo (ORTEGA, JESUS, 2012).

Em 1933, foi estabelecido o Departamento Nacional do Café (DNC) no Brasil, com o objetivo de reduzir a oferta de café. Isso foi feito por meio de cotas de exportação que restringiam a disponibilidade do café, e sacrifício da produção pelo governo, que comprava dos cafeicultores a um preço abaixo do custo. No entanto, essas medidas foram desfavoráveis aos cafeicultores, especialmente aos mais produtivos (ORTEGA, JESUS, 2012).

Assim, em 1935, a Sociedade Rural Brasileira começou a exigir o fim do Departamento Nacional do Café (DNC), alegando que suas intervenções no mercado cafeeiro eram prejudiciais e que os institutos estaduais de café estavam mais aptos para lidar com a política cafeeira. Em 1945, durante o Convênio dos Estados Cafeicultores, foi oficialmente anunciada a extinção do DNC, que passou a ser substituído pela Divisão de Economia Cafeeira, sob o Ministério da Fazenda (ORTEGA, JESUS, 2012).

No entanto, todas essas regulamentações tiveram um efeito adverso. As políticas de retenção de estoques, com o objetivo de manter os níveis de preços, resultaram em uma redução drástica da participação do Brasil no mercado mundial de café. No início do século passado, o país era responsável por cerca de 80% das exportações globais de café. Na década de 1950, essa participação já havia caído para cerca de 40%, e na década de 1980, para 25%.

Nesse contexto, em 1990, com a adoção de uma política de liberalização da economia nacional, vários setores foram submetidos às leis de mercado. Com isso, através do Decreto nº 99.240 extinguiu o Instituto Brasileiro do Café (IBC), órgão do governo que regulamentava todo o Sistema Agroindustrial do Café (ORTEGA, JESUS, 2012; PEROSA, DE JESUS, ORTEGA, 2017).

A partir da adoção de um regime neoliberal do governo brasileiro, nos anos 1990, as experiências autônomas de arranjos territoriais surgem como resposta dos produtores, como uma estratégia competitiva, a um enfrentamento das condições de competitividade do mercado globalizado. Dito isso, essa estratégia foi um incentivo em consequência a desregulamentação do setor; como é o caso do Cerrado Mineiro (ORTEGA, JESUS, 2012).

A mudança organizacional e institucional rendeu grandes alterações ao setor, dentre elas: liberalização dos preços, eliminação do controle de entrada de novas firmas e controle do fluxo de produto, e desarticulação nas áreas de pesquisa pública e na provisão de informações. Assim, em pouco tempo, um setor que antes focava apenas para a exportação de café *commodity* e torra de cafés de baixa qualidade para consumo interno, começa a exportar cafés com certificado de origem e torrar cafés com *blends* (combinação de diferentes tipos de grãos), de qualidade, e estimulando o consumo interno (ORTEGA, JESUS, 2012; PEROSA, DE JESUS, ORTEGA, 2017).

Com o fim da regulamentação, o padrão de competitividade alterou-se dando origem a alguns Campos Organizacionais dentro do Sistema Agroindustrial (SAG) do café. Esse modelo é composto pelos produtores de insumos e serviços para a agricultura, os cafeicultores, a indústria de torrefação e moagem de café, a indústria de café solúvel, os exportadores, o Estado, e os *traders* que operam nos mercados futuros.

A partir disso, houve um aumento da concorrência e uma alta rotatividade na indústria do café. Isso levou a um leve aumento na concentração do setor, tanto devido à liberalização de preços e ao controle da entrada de novas empresas, quanto às mudanças tecnológicas que permitiram estratégias nacionais de competição, pelo aumento da vida útil do produto, passando de um mês para um ano. Como consequência, o mercado se segmentou, com foco nos desejos dos consumidores por qualidade e eficiência, resultando em um aumento expressivo no consumo per capita (ORTEGA, JESUS, 2012; PEROSA, DE JESUS, ORTEGA, 2017).

Outra iniciativa voltada para a segmentação foi a criação da BSCA (*Brazilian Specialty Coffee Association*), com o objetivo de valorizar o produto e oferecê-lo ao mercado gourmet. Além disso, também pelo esforço a qualidade, é importante mencionar os esforços da ABIC (Associação Brasileira da Indústria de Café). Entre esses esforços, destaca-se o pioneiro Programa do Selo de Pureza, estabelecido em 1989, e o PQC (Programa de Qualidade do Café) criado em 2004, juntamente com seu concurso de qualidade.

Em 29 de outubro de 1996, foi estabelecido o Conselho Deliberativo da Política do Café (CDPC), composto metade por membros do setor público e metade da iniciativa privada. O CDPC tornou-se responsável pelo planejamento, coordenação e supervisão das atividades e ações relacionadas à formulação, implementação, controle e avaliação das políticas públicas para o setor cafeeiro. Essa organização era responsável também aprovava medidas necessárias para alcançar os objetivos do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (ORTEGA, JESUS, 2012; PEROSA, DE JESUS, ORTEGA, 2017).

Em função disso, emergem Campos Organizacionais junto a um processo de diferenciação do café como forma de valorizar o produto, desvinculando o café da característica de um produto homogêneo, e gerando necessidade de certificação deles para

dar segurança ao consumidor. Esse processo trouxe um movimento maior de interação e interdependência entre esses agentes, além de um aumento de investimentos e competitividade.

5. ESTUDO DE CASO: ESTRUTURAS DE GOVERNANÇA DA CADEIA PRODUTIVA CAFEEIRA DO CERRADO MINEIRO

Em 1960, a cafeicultura passou por uma crise devido a uma intensa geada na região com grande plantio de café, São Paulo e Paraná. De forma a lidar com tal situação foi necessária a destruição de cerca de 2 milhões de pés de café com objetivo substituir regiões de baixa produtividade para regiões de maior produtividade. Além dos fatores climáticos, como a geada, essa política levou a uma queda no plantio de café dos estados Paraná e São Paulo, abrindo espaço para produção em novas regiões, como o Cerrado Mineiro.

A migração produtiva para o Cerrado Mineiro foi influenciada por fatores estatais e tecnológicos. No quesito tecnológico, há de se ressaltar a importância da Revolução Verde, já que houve uma adoção de práticas que auxiliariam a cultura em um ambiente não tão favorável quanto ao território de origem – Paraná e São Paulo. Já pela ótica dos incentivos estatais é necessário ressaltar programas como: Desenvolvimento do Polocentro (1970) e Sistema Nacional de Crédito Rural, sendo instrumentos catalisador para produção agrícola, que auxiliou a cafeicultura da região.

Os programas de incentivo a cafeicultura no Cerrado tinham como proposta ceder terras a um valor aquém para que famílias, detentoras de tecnologias agrícolas, pudessem implementar um processo produtivo eficiente (ALHO, MARTINS, 1995; SHIKI, 1997). Posto isso, ocorreu um movimento migratório do norte do Paraná para municípios como Patrocínio, Monte Carmelo e Araguari, para produção de café arábica.

Para melhor compreender a localização do Cerrado Mineiro, observe a figura a seguir:

FIGURA 2 – REGIÃO DO CERRADO MINEIRO



Fonte: Rio Brilhante Café

Depois da implementação e consolidação da cafeicultura na região do Cerrado Mineiro, chega-se a 55 municípios, localizado no oeste de Minas Gerais. Em que há um destaque para os principais municípios produtores de café, como: Patrocínio, Monte Carmelo, Araguari, Rio Paranaíba, Campos Altos, Perdizes e Patos de Minas.

Posto isso, o presente estudo de caso é conduzido de maneira a detalhar a estrutura de governança da produção de café do Cerrado Mineiro e comentar sobre as expectativas do aumento da demanda por cafés especiais na escala mundial. Dito isso, a coleta de dados ocorre por meio de entrevistas e dados obtidos por meio de associações cooperativas, ou seja, as informações são de natureza primárias e secundárias, respectivamente. Assim, ressalta-se os desafios e benefícios para os produtores ao associar a produção a um selo de produção de café de alta qualidade (especial).

A entrevista ressaltada na introdução, foi estabelecida por três participantes. A tabela a seguir demonstra a forma de entrevista utilizada para coleta de dados:

TABELA 1 – METODOLOGIA DA ENTREVISTA

Entrevistado	Meio de comunicação da entrevista	Principais pontos comentados
Gestor de Cooperativa	WhatsApp	(Gênero, estado civil, escolaridade, tempo de atuação na cafeicultura), demanda por certificação pelo lado dos produtores e dos consumidores, benefícios em ser um produtor certificado, ações de cooperativas ou estruturas de governança para incluir pequenos produtores e meios de comercialização do café especial.
Produtor com mais de uma certificação (entrevistado 1)	Google Meet (reunião virtual)	(Gênero, estado civil, escolaridade, tempo de atuação na cafeicultura, tamanho da propriedade), participação em associações cooperativas, motivos para optarem pela certificação, custos de adaptação como serviços de consultoria e auditoria, ganhos obtidos por certificar.
Produtor com única certificação (entrevistado 2)	Pessoalmente	(Gênero, estado civil, escolaridade, tempo de atuação na cafeicultura, tamanho da propriedade), participação em associações cooperativas, motivos para optarem pela certificação, custos de adaptação como serviços de consultoria e auditoria, ganhos obtidos por certificar.

Fonte: Elaboração própria.

5.1. ESTRUTURAS DE GOVERNANÇA NA CADEIA PRODUTIVA DO CAFÉ DO CERRADO MINEIRO

Como mencionado, o início da atividade cafeeira no Cerrado Mineiro foi pautado pela influência de políticas governamentais, auxiliando na pesquisa, no financiamento, na regulação e na geração de novas tecnologias agrícolas. Posto isso, com a desregulamentação setorial do café, ocorreram medidas como a extinção do IBC, em 1990, e retirada de acordos comerciais internacionais. Diante disso, o setor passou por uma crise de coordenação e de inserção internacional. Esse cenário em novidade à época para os produtores do Cerrado Mineiro, incentivou a emergência de modos de regulação privada nessa região (ORTEGA, JESUS, 2012).

Desse modo, estabeleceu-se uma estrutura de governança estimulada a uma reocupação na cadeia produtiva, espaço de intervenção, antes ocupada pelo Estado. Em 1992, fundou-se o Conselho das Associações de Cafeicultores do Cerrado (Caccer), com o objetivo de valorizar a cafeicultura da região, explorando características que possam ajudar na manutenção da qualidade do produto produzido. Ademais, o Caccer exerce uma função de articulação das estratégias de comercialização da produção; como o marketing estabelecido em função da construção de uma marca, Café do Cerrado, sendo também uma característica que denomina a origem do café (ORTEGA, 2005; ORTEGA, JESUS, 2012).

De tal forma, os produtores da região compuseram uma estrutura de governança, associativismo rural brasileiro, em que os agricultores se arquitetaram em função do produto, se especializando o produto e toda região em que atuam. No entanto, é necessário dizer que essa estrutura substituiu as organizações de representação de interesses rurais exercidos antes por sindicatos, para essas estruturas de cooperativismo – associativismo (ORTEGA, 2005).

Esse movimento originou em 1986 quando foi fundada a primeira associação, com a estrutura similar o Caccer; a Associação dos Cafeicultores de Araguari (ACA). Iniciando a fundamentação de outras associações em outros municípios e outros estados. Atualmente, Caccer tem objetivos de representar os cafeicultores da região nos níveis políticos,

comerciais, marketing e pesquisa. Posto isso, pela estratégia escolhida para seguir pela Federação dos Cafeicultores do Cerrado, tem sido o desenvolvimento de certificação que validam as características, como: denominação de origem, rastreabilidade, qualidade e manejos corretos de produção.

A partir da organização dos produtores no Cerrado Mineiro e fundação da Caccer, as articulações estratégicas e comerciais de produção, fizeram que por meio do marketing estimulou a criação de uma marca: Café do Cerrado. Assim, foi constituído a primeira região produtora de café demarcada no Brasil, criado pelo Governo Estadual, Minas Gerais, em abril de 1995 e, em maio de 1998, foi confirmada pelo decreto 481.05.578. Pós processo de criação de marca, o Caccer foi credenciado para indicar procedência pelo INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial); posto isso, o Caccer tornou-se a instituição responsável por atestar a qualidade da produção de seus filiados que atendam as especificações pedidas pela determinada certificação, Café do Cerrado (PEROSA, JESUS, ORTEGA, 2017).

Desde sua fundação, o Caccer assumiu a responsabilidade pela articulação das ações estratégicas de comercialização da produção, por meio de marketing que se consolidou mediante a construção de uma marca: Café do Cerrado, hoje denominada Café da Região do Cerrado Mineiro. Para tanto, além dessa estratégia comercial, que passou a ser direta, sem intermediários, há de se reconhecer o importante papel desempenhado por aquela organização no assessoramento técnico junto aos seus filiados.

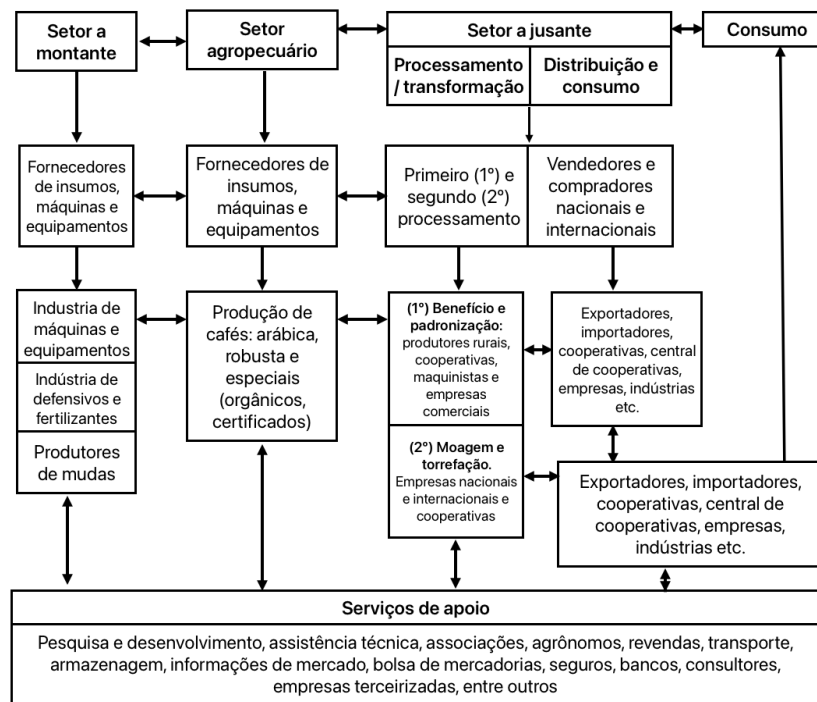
Os resultados a serem ressaltados por essa organização dos produtores de café no Cerrado Mineiro, foi a conquista da demarcação geográfica, que, por conseguinte, registrou a marca Café do Cerrado identificando a produção regional. Em 2011, houve uma mudança nominal para a melhor adequação a localização geográfica, passando a ser denominada como Café Da Região do Cerrado Mineiro; sendo a Federação dos Cafeicultores do Cerrado a gestora e mantenedora da marca, estabelecendo estratégia para criar relações com instituições nacionais e internacionais. Essas relações fundamentadas têm como objetivo propor programas de capacitação para os cafeicultores do Cerrado para atender as exigências de distintas certificações, que possam adaptar-se as produções agrícolas a tais exigências (PEROSA, JESUS, ORTEGA, 2017).

Como dito, a Federação dos Cafeicultores do Cerrado é responsável por atestar a qualidade da produção dos associados à certificação Café do Cerrado. Procurando garantir a origem, a qualidade e idoneidade do processo de produção e rastreabilidade do produto, a Cacer concebeu processo para certificar a propriedade do café, por meio do produto, armazém do café e comercialização; para conseguir exercer todo funcionamento eficiente do processo a Federação possui de sistema de georreferenciamento com dados sobre as propriedades certificadas, possibilitando a localização da propriedade, território a qual é delimitado, altitude e mapeamento completo das áreas de café. Ademais, é necessário dizer que pelo lado dos produtores, há regras rígidas de produção a serem seguidas, como: exigência de registro em carteira de funcionários, respeito a leis ambientais, manuseio correto de produtos tóxicos, uso de equipamentos de proteção individual para os trabalhadores durante ações de pulverização. Portanto, os cafeicultores do Cerrado Mineiro, utilizaram de experiências europeias no quesito certificação, uma vez que os mesmos registram e observam o café desde a plantação até o consumo, isto é, por todo processo produtivo cafeeiro (PEROSA, JESUS, ORTEGA, 2017).

No que tange processo produtivo, a SAG do café no Cerrado Mineiro possui uma cadeia complexa, levando em consideração a influência em outros setores da economia. Dessa maneira, a estrutura produtiva do café impacta setores fora da produção agrícola, de maneira que os elos produtivos se interagem entre si. Caracterizando um processo produtiva importante na região do Cerrado Mineiro.

Observando a figura a seguir, o trabalho de Jesus e Ortega (2012) desenha toda a cadeia produtiva do café na região do Cerrado Mineiro:

FIGURA 3 – CADEIA PRODUTIVA NO TERRITÓRIO CAFÉ DO CERRADO MINEIRO



Fonte: Araújo et al. (1990) e Saes e Farina (1999); com modificações de Ortega e Jesus (2012).

O setor referente a máquinas e equipamentos é de intensa atividade, envolvendo tratores e máquinas que auxiliam no preparo do solo, colheita e secagem do café, e até mesmo no beneficiamento do produto. Ademais, a produção cafeeira possui grande participação na mecanização do campo influenciando outros setores, com maior tecnificação, que se estabelecem ao longo da região verificando a produção de bens de capital para o uso na produção de café. Além da produção e comercialização de máquinas e equipamentos, a comercialização de insumos e produção de mudas é um destaque na região estudada. No caso dos insumos, há um aglomerado comercial atuando nesse setor, além de associações cooperativas locais e de outras regiões que atuam nesse ramo econômico. Ademais, essas empresas comerciantes de insumos e as cooperativas são prestadoras de serviços, como assistência técnica. A produção de mudas é uma atividade estabelecida próximo as cidades polos, objetivando a manutenção das fazendas produtoras de café (ORTEGA, JESUS, 2012).

No que tange ao setor agrícola, a produção está concentrada a variedade Arábica tradicional. A área total plantada totaliza 234.000 hectares, sendo 102.000 hectares de área de cafés certificados, segundo a Federação do Café do Cerrado. Além da produção de café Arábica, há cafés classificados como especiais, como café orgânico e os cafés certificado. Quanto aos produtores há uma diversificação, já que tem os produtores mini fundistas (produção inferior a 10 hectares) até os produtores de grande porte (propriedades superiores a 1000 hectares), totalizando cerca de 4500 produtores (FEDERAÇÃO DOS CAFEICULTORES DO CERRADO MINEIRO).

Já no elo pós ao setor agrícola, observa-se o elo do setor de processamento e transformação, e o setor do consumidor final. O primeiro, setor de processamento e transformação fundamenta-se no período em que o café necessita de processos para avançar a cadeia produtiva. Posto isso, pós processo de colheita, é necessário a realização da padronização e beneficiamento – eliminar a casca do café - do produto, e processo de moagem e de torrefação. O segundo passo consiste no processamento de estocagem, distribuição e consumo; desse modo, no que se refere a depósito do café deve-se destacar o papel das cooperativas, que são, normalmente, o *locus* de estocagem dos produtores associados a determinada sociedade; já a distribuição e consumo, conta com a atuação dos comércios atacado e varejo, cafeterias, restaurantes e hotéis (ORTEGA, JESUS, 2012).

Desse modo, a cafeicultura estende sua influência ao longo de toda cadeia produtiva, levando em consideração toda a estrutura estabelecida anterior ao plantio do café e posterior a esse processo. Além de todo o serviço de apoio, denominado por Jesus e Ortega (2012), ao longo da cadeia, sendo necessário no setor montante e a jusante da cadeia cafeeira.

5.2. CERTIFICAÇÕES E CAFÉS ESPECIAIS NO CERRADO MINEIRO

No Brasil, a política cafeeira passou por dois acontecimentos que representam o movimento da desregulamentação do mercado cafeeiro mundial. O primeiro, em 1989, foi a rejeição das cláusulas do novo Acordo Internacional do Café (AIC), por divergências de cláusulas econômicas; em segundo momento, em 1990, foi a extinção do Instituto Brasileiro do Café (IBC), na procura de estabelecer uma modificação da política em prol da liberalização econômica (SAES, 1995).

A partir desse momento da produção cafeeira brasileira, a formação de agregação de valor ao café se tornou um fator imprescindível. Para ocorrer tal formação foi empregado diversas tecnologias e meios de coordenação fomentou os cafés de qualidade especial em regiões diversas do Brasil (LEME; MACHADO, 2010). Desse modo, as certificações sustentáveis propiciaram maior espaço no mundo cafeeiro (REINECKE; MANNING; HAGEN, 2012). A formação de novas áreas do cultivo, a revolução da qualidade no mercado interno, o aumento de produtividade e investimento em produção de cafés especiais e certificados são as marcas do período pós desregulamentação.

Segundo o Gestor de Cooperativa entrevistado, os produtores que buscam certificar a propriedade são gestores com maiores níveis de organização na administração. No entanto, a procura pela certificação não tem ligação direta com os tamanhos da propriedade em si, existem propriedades pequenas, médias e grandes certificadas, como tem fazendas de mesmas dimensões não certificadas. Posto isso, a demanda por certificação pelo lado dos produtores, tem relação direta com o nível de organização da gestão da propriedade e com as novidades de mercado; há ainda os produtores que participam de cooperativas, que são auxiliados melhorar o nível de gestão para que consigam implementar as adaptações necessárias para certificar.

Dito isso, o produtor entrevistado com mais de uma certificação, teve sua primeira certificação em 2003, e buscou se certificar por querer aumentar o valor agregado do café produzido na propriedade de duzentos hectares de área plantada de café; a primeira certificação da fazenda foi a *UTZ Certified*, com um foco em segurança alimentar. Além disso, o Entrevistado 1, atentou a uma adaptação que marcou essa primeira certificação, a mudança do local de um depósito de agroquímico, que antes era próximo ao poço de água para irrigação; essa adaptação foi efetuada por conta de normas de segurança do trabalho na agricultura. O Entrevistado 2, em primeiro momento, optou por certificar por uma tendência de mercado e pelo aumento de demanda por cafés certificados; por conseguinte, após iniciar a adequação da fazenda para certificação, o produtor observou uma melhoria de gestão da propriedade, um processo de acompanhamento mais eficiente dos profissionais, práticas de manejo mais eficiente e com menores impactos ao meio ambiente.

A maior dificuldade na implementação da certificação para ambos os produtores foi a questão cultural dos funcionários e outros proprietários. Sob essa ótica, havia estereótipos de que as certificações, em geral, era um método estritamente burocrático, e as regras propostas fundamentaria um processo de dificuldade de manejo na produção cafeeira. A seguinte afirmação do Entrevistado 2, relata o processo da questão cultural tanto ressaltada pelos dois produtores entrevistados:

"A questão cultural foi a maior dificuldade no processo de implantação da certificação, esse processo de foi longo, cerca de 3 a 4 anos para o corpo de funcionários acreditarem [...] que a certificação não é um 'bicho de sete cabeças' [...] é necessário, somente, seguir algumas regras de segurança e ambiental."

Além da dificuldade de adaptação, no que tange a questão cultural, há também os custos monetários que devem ser contabilizados no processo de adaptação para se tornar um produtor certificado. Nesse caso, ambos produtores citaram custos, como: de adaptação estrutural, como a construção de refeitório, construção de um local apropriado para armazenar defensivos agrícolas; serviços de consultoria - tanto no lado agrônomo, quanto do lado ambiental, para estruturação de um plano ambiental; serviços de auditoria; e treinamentos para colaboradores. Sendo esses custos, os principais no processo de implementação da certificação.

No que tange ao ganho ao certificar, pode-se ressaltar que o Entrevistado 2, confirma que o ganho ao certificar mais impactante é o desenvolvimento de uma melhor gestão da propriedade, como conseguir controlar de maneira mais eficiente as aplicações de produtos ao longo da fazenda, além de conseguir quantificar e controlar os custos ao longo de toda cadeia produtiva do café. Além disso, os produtores entrevistados apontaram que produtores recebem prêmio na comercialização do café especial, ou seja, a certificação agrega um valor ao produto. Ademais, segundo o Gestor de Cooperativa, a certificação *Rainforest Alliance* tem um prêmio de cerca R\$ 30,00 a R\$ 50,00 por saca comercializada.

Cabe destacar o papel da certificação da Denominação de Origem e da Federação nos projetos de incentivar a expansão desse tipo de certificação. A certificação de Denominação de Origem (DO) é estabelecida a partir de uma delimitação de território por

produzir um produto que possui únicas características. A Federação do Cerrado Mineiro é o órgão responsável por analisar e certificar em DO as fazendas do Cerrado Mineiro. Dito isso, de acordo com a Federação houve um grande avanço nas emissões de selo da DO, já que em 2011 foram seladas cerca de 30.000 sacas e em 2015 atingiu o patamar de 160.000 sacas, com objetivo de atingir 700.000 sacas, 2020. Por tal fato, a Federação busca expandir a certificação DO em propriedades na região do Cerrado Mineiro. Essas certificações podem ser verificadas em vários níveis, a nível da propriedade, do produto e do armazém em que fica estocado até a comercialização. Essas certificações de propriedade, é fundamentada a partir de um Código de condutas, que obrigam que os produtores tenham boas práticas agrícolas, responsabilidade social e com o meio ambiente. (PEROSA, JESUS, ORTEGA, 2017).

As certificações podem ser caracterizadas como mecanismo de transmissão de informações, do plantio até ao consumidor, comprovando as características específicas do café demandadas pelos consumidores. Nesse ponto de vista, as certificações da produção de café têm o potencial de reduzir comportamentos oportunistas durante as transações do grão. Dessa forma, transações considerando atributos complexos podem ser realizados por mercado spot, sem a necessidade de estruturas de governança mais integradas (contratos ou integração). De tal maneira, constrói-se uma rede de informação que permite o uso de estruturas de governança menos custosas, sem correr o risco de atitudes oportunistas.

Por tudo isso, o processo de certificação de café no Cerrado Mineiro traz melhoria no manejo e na produção, com ganhos em desenvolver uma gestão eficiente, e uma condução de minimização de assimetria de informações. A experiência dos entrevistados ressalta como a certificação é um caminho de grande desenvolvimento para os produtores de café, não só em variável receita, mas também de responsabilidade ambiental e de gestão.

5.3. PRODUÇÃO E DEMANDA POR CAFÉS ESPECIAIS DO CERRADO MINEIRO

A cafeicultura na região do Cerrado Mineiro exerce influência em todos os elos produtivos da cadeia de produção, levando em consideração a cadeia que existe tanto antes do plantio do café, até o processo de comercialização. Ademais, a produção de café no Cerrado Mineiro é focada no café Arábica. E, a área total de cultivo é de cerca 234.000

hectares, dos quais 43,5% são dedicados ao cultivo de café certificado, informações de acordo com a Federação do Café do Cerrado. Há produção de café Arábica convencional, e outras variedades, como café orgânico e café certificado. No tocante dos produtores, a região possui diversos tamanhos de propriedades, desde as menores de 10 hectares a produtores com 1000 hectares, podendo chegar cerca de 4.500 produtores de café (FEDERAÇÃO DOS CAFEICULTORES DO CERRADO MINEIRO).

Segundo o Gestor de Cooperativa entrevistado, a demanda por certificação e principalmente do mercado internacional, mais precisamente do mercado europeu com uma alta demanda, por cafés *Rainforest Alliance*, cresce também a Certificação RegenAgri (Agricultura Regenerativa). É necessário citar, brevemente, que a agricultura regenerativa é concentra na restauração dos ecossistemas, com objetivo de melhorar a saúde do solo, a biodiversidade e sustentabilidade, paralelo ao aumento da produtividade da terra. Além disso, há uma demanda por certificação de origem, caso do Café do Cerrado do Mineiro.

No que tange a demanda por café especial, o Gestor de cooperativa entrevistado, vê o mercado de café expandindo, há momentos que essa demanda pode oscilar, em função do aumento de preço do produto; observa-se esse fato no momento pós pandemia, em que houve aumento de custos ao longo da cadeia produtiva, como no setor logístico e setor de matéria prima, pressionando o aumento de preço do produto. Ademais, há uma expansão de mercado do café especial, em termos relativos, ao se comparar com o crescimento de mercado do café commodities; segue a afirmação de dados ressaltado pelo entrevistado em relação ao assunto:

“O café especial expande sua demanda em termos relativos, em relação ao café commodities. O café commodities cresce em torno de 1% a 2% por ano, enquanto o café especial tem uma expansão de mercado em 15% a 20% ao ano.”

Embora o crescimento do café especial tenha uma grande variação, em termos relativos, ao se comparar com o café commodities, é importante destacar que o maior volume de café consumido ainda é o café commodities. Como ressaltado no referencial teórico, as ondas do café sobrepõem uma a outra, mas não a exclui, posto isso, a maior parcela do consumo de café ainda é para fins energéticos, por meio do café commodities, passado pelo

processamento de torra e distribuídos pelo grande varejo, características da primeira onda do café.

Sobre a comercialização do café especial, normalmente, são estabelecidos por meio de uma estrutura de governança mais sofisticada como citado no referencial teórico, podendo ser feitos em duas modalidades, tanto em mercado futuro, quanto em mercado spot. No caso da comercialização via mercado futuro, se fundamenta como contrato futuro de compra ou venda de café, em uma quantidade, em uma data estabelecida por um preço definido anteriormente. Desse modo, na comercialização de café especial no mercado futuro, os preços são negociados a cada transação, visto que é levado em consideração as características do produto e o prêmio por ser um café de qualidade superior ao comparar com café commodities. Assim, pode-se dizer que por esse contrato futuro é possível proteger e gerar fonte de ganho. As negociações em mercado spot, é caracterizada por ser uma operação em que não possui compromisso contratual entre as partes em negociação.

Os países com maior relevância na importação do Café do Cerrado Mineiro, são: Estados Unidos, com um consumo intenso em alguns estados, California e Washington; já do outro lado do Atlântico, a Europa é um destino relevante do café do território estudado, com destaque para Reino Unido, Noruega, Dinamarca e Suécia; e na Ásia o maior destinatário é o Japão. Dessa maneira, é necessário elencar que o mercado internacional já tem um mercado consolidado de café especial, visto que em território estadunidense cerca de 50% do café comercializado são cafés especiais, segundo o Gestor de Cooperativa entrevistado. A Ásia possui um mercado consolidado no Japão, porém gera grandes expectativas, pois há um crescimento de consumo do café, especialmente na China, e outros países do continente. Similar ao caso da Ásia, o continente Europeu tem um potencial de crescimento do consumo de cafés especiais, visto que há uma onda de aumento de consumo dos países que possuía, anteriormente, baixo consumo de café especial. Além do alto consumo internacional do Café do Cerrado Mineiro, há também uma expectativa positiva do crescimento de consumo interno de café especial, uma vez que o Brasil consome cerca de 22 milhões de sacas de café commodities, e há uma tendência de expansão de consumo, em termos relativos, dos grãos de melhores qualidades; paralelo a isso, o consumo de café

especial tem aumentado, muito pelo conhecimento sobre a bebida e o senso crítico dos consumidores. Dados ressaltados pelo representante de cooperativa entrevistado.

Com um mercado internacional já estabelecido e um elevado crescimento do mercado doméstico em café especial, a indústria produtora de café no Cerrado Mineiro se posiciona de maneira prospera em ambos os cenários. Posto isso, existe a importância da qualidade e da sustentabilidade na produção do café certificado e destaca a relevância desse setor no território do Cerrado Mineiro.

6. CONCLUSÃO

Após adoção de uma política de liberalização da economia, em 1990, vários setores produtivos passaram a ser submetidos às leis de mercado. Diante disso, ocorreram mudanças organizacionais e institucionais no setor de café, gerando grande impacto, como a desarticulação entre os elos produtivos dessa cadeia. Nesse processo de reorganização, surgem experiências como a do Cerrado Mineiro, onde houve um processo de organização privada por meio de associações cooperativas. Essa articulação trouxe incentivos para que os produtores buscassem produzir e exportar cafés de qualidade, sendo certificados por boas práticas agrícolas e pela origem.

Outras iniciativas importantes incluem a criação da BSCA para valorizar o café especial e as iniciativas da ABIC na promoção de qualidade do grão, com propostas como Selo de Pureza e o Programa de Qualidade do Café. Essas mudanças incentivaram a diferenciação do grão, formatando-o como um produto de uma agregação de valor e a promoção da certificação para garantir a segurança do consumidor.

A Terceira Onda do Café propôs uma novidade em que o produto passou por inúmeras melhorias ao longo da cadeia de produção, no plantio, colheita, processamentos, torra ou extração. Além disso, estabeleceu um grão com maior diferenciação, o que definiu uma estrutura de governança mais sofisticada, para transmitir informações das características do plantio até o consumidor. Assim, começaram a ter melhores estudos que buscassem características que auxiliariam uma combinação para melhor a qualidade do café. Dessa

maneira, a origem, processos ao longo da cadeia e condições climáticas foram características observadas para melhorar qualidade do grão.

No que tange ao consumo, novos hábitos surgiram a partir da Terceira onda, como expansão de conhecimento do consumir sobre o produto consumido; diferente da Primeira Onda, que os hábitos de consumo eram pautados em obtenção de energia, a Terceira Onda estabelece em investimento em instrução para que o consumidor tenha noção das características daquele determinado grão, de qual região é a produção, e seu diferencial em relação aos demais grãos. O canal de distribuição desses cafés especiais, é formado por cafeteiras e torrefadoras, normalmente, empresas com conhecimentos mais apurados para o melhor processamento cuidadoso e preparo do grão.

Paralelo ao investimento de conscientização dos consumidores, os produtores procuraram melhorar todo o processo produtivo interno das fazendas produtoras de café. Pelo lado dos produtores, houve um aumento de adequação para certificações para que pudessem ter uma melhor remuneração do produto, além de uma melhor gestão da propriedade, o que corresponde ao grande avanço da cadeia produtiva desde o momento da política de liberalização até o momento atual. Ademais, cooperativas buscaram incentivar as certificações em grupo, o que dilui o custo de serviços prestados por consultorias e auditorias. Além disso, há uma eficiente organização de cooperativas e produtores para criar o Selo de Origem ou Certificação de Denominação de Origem, como é o caso do Café do Cerrado Mineiro, que estabelece as características do café e, premia os produtores certificado a esses selos.

Dessa forma, o processo de diferenciação na cafeicultura, demanda adaptação das estruturas de governança e coordenação ao longo da cadeia produtiva. A cada evolução sensorial do café, as operações ao longo da cadeia produtiva necessitam alinhar a uma dinâmica especializada. Assim, a evolução da qualidade e especialização do café requer a implementação de mecanismo de governança mais customizados, para cumprir um papel de monitoramento e gestão eficazes de tais características. Em suma, à medida que ocorre uma mudança de característica do produto, propondo uma condição de diferenciação ao café, é necessário a adoção de estrutura de governança mais complexas e eficientes.

O presente trabalho buscou observar a desregulamentação do setor cafeeiro e como isso impactou a governança que se estabeleceu pela via privada. Substituindo o papel do Estado na regulamentação e incentivos na cafeicultura da região do Cerrado Mineiro. Além disso, como a Terceira Onda de consumo do café foi um fator determinante para que estabelecesse uma cadeia produtiva sofisticada, complexa e focada na qualidade, com ênfase na diferenciação e na certificação, formatando um benefício tanto para os consumidores, quanto para os produtores.

Dentre as limitações do estudo, pode-se mencionar o pequeno universo amostral para a compilação e análise dos dados; futuros trabalhos demandariam a expansão dos entrevistados para que ocorra uma análise mais detalhada do presente caso.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIC, TENDÊNCIAS DO MERCADO DE CAFÉ, Relatório customizado preparado pelo *Euromonitor International* para Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC), novembro de 2015.

AKERLOF, G. A. **The Market for Lemons: Quality Uncertainty and Market Mechanism.** *The Quarterly Journal of Economics*, v. 84, n. 3, p. 488-500, 1970.

ANDRADE, H. C. C. et al. **Atribuição de sentidos e agregação de valor: insumos para o turismo rural em regiões Cafeicultores.** *Revista Brasileira de Ecoturismo*, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 333-346, 2015.

Arrow, K. J. (1973, September). **Information and economic behavior.** Harvard University.

AURELIANO, L. M. **No limiar da industrialização.** São Paulo, Editora Brasiliense, 1981.

BARBOSA, J. N.; BORÉM, F. M.; ALVES, H. M. R.; VOLPATO, M. M. L.; VIEIRA, T. G. C.; SOUZA, V. C. O. **Distribuição espacial de cafés do estado de Minas Gerais e sua relação com a qualidade.** *Coffee Science*, Lavras, v. 5, n. 3, p. 237- 250, 2011.

BARZEL, Y. **Measurement cost and the organization of markets.** *The Journal of Law and Economics*, v. 25, p. 27-48, Apr. 1982.

BARZEL, Y. **A theory of organizations to supersede the theory of the firm.** 2001.

BARZEL, Y. **Organizational forms and measurements costs.** In : ANUAL CONFERENCE OF THE INTERNATIONAL SOCIETY FOR THE NEW INSTITUTIONAL ECONOMICS, 6., 2002, Cambridge, Massachusetts. **Proceedings...** Cambridge, 2002.

BORRELLA, I.; MATAIX, C.; CARRASCO-GALLEGO, R. **Smallholder farmers in the speciality coffee industry: opportunities, constraints and the businesses that are making it possible.** *IDS Bulletin*, Brighton, v. 46, n. 3, p. 29- 44, 2015.

CONEXÃO SAFRA. **‘Novo paladar’ do brasileiro faz com que cafés especiais cresçam 15% anualmente** Leia mais em: <https://conexaosafra.com/consumo/novo-paladar-do-brasileiro-faz-com-que-cafes-especiais-crescam-15-anualmente/>. Disponível em: <https://conexaosafra.com/consumo/novo-paladar-do-brasileiro-faz-com-que-cafes-especiais-crescam-15-anualmente/>. Acesso em: 31 ago. 2023.

CANO, W. d. São Paulo: T. A. Queiroz Editores, 1997.

DONNET, M. L.; WEATHERSPOON, D. D.; MOSS, C. B. **Measuring food product differentiation by quality ratings: a cross-entropy analysis of specialty coffee e-auctions.** *Journal of Agricultural Economics*, Malden, v. 61, n. 1, p. 122-137, 2010.

FITTER, R.; KAPLINSKY, R. **Who gains from product rents as the coffee market becomes more differentiated? a value-chain analysis.** IDS Bulletin, Brighton, v. 32, n. 3, p. 69-82, 2001.

GUIMARÃES, E. R. **Terceira Onda do Café: Base Conceitual e Aplicações.** 2016. 135 p. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal de Lavras. ‘

JAROSZ, L. **The city in the country: growing alternative food networks in metropolitan areas.** J. Rural Stud., 24, p. 231-244, 2008.

JESUS, Claudiane Barbosa de. **As transformações da indústria petroquímica brasileira no último decênio (2008-2017).** 2020

JESUS, Clésio Marcelino de; ORTEGA, Antônio Cesar. **Café e Território: A Cafeicultura no Cerrado Mineiro.** Campinas: Alínea, 2012.

KIRWAN, J. **Alternative strategies in the UK agrofood system: interrogating the alterity of farmers’ markets.** Sociologia Ruralis, 44 (4), p. 395-415, 2004.

KUPFER, D. & HASENCLEVER, D. L. (2002). **Economia industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil.** Cap. 13. Rio de Janeiro: Campus.

LEME, P. H. M. V.; MACHADO, R. T. M. **Os pilares da qualidade: o processo de implementação do Programa de Qualidade do Café (PQC).** Organizações Rurais & Agroindustriais, Lavras, v. 12, n. 2, p. 234-248, 2010.

MARTINS, A.L. **História do café.** São Paulo: Editora Contexto, 2008.

MARTINS, A.L. *Império do café: a grande lavoura no Brasil – 1850 a 1890.* 7. ed. São Paulo: História em Documentos, 1999. (mimeo).

MACHADO FILHO, Cláudio Antonio Pinheiro; ZYLBERSZTAJN, Decio. **A empresa socialmente responsável: o debate e as implicações.** Revista de Administração & Negócios da Universidade de São Paulo, v. 39, n. 3, 2004.

MASSIMO, B.; ALBERTO, F. D. T.; FABIO, N. **Knowledge and cultural diffusion along the supply chain as drivers of product quality improvement; The Illycaffè case study.** *The International Journal of Logistics Management*, v. 23, n. 2, p. 212-237, 2012.

NAGAY, J. H. C. **Café no Brasil: dois séculos de história.** Formação Econômica, Campinas, (3): 17-23, jun. 1999.

PERFECT DAILY GRIND. **Uma Breve História das Cápsulas de Café.** Disponível em: <https://perfectdailygrind.com/pt/2020/11/03/uma-breve-historia-das-capsulas-de-cafe/#:~:text=O%20mercado%20de%20caf%C3%A9%20em,italiano%20particularmente%20popular%20em%201975>. Acesso em: 1 jun. 2023.

PERFECT DAILY GRIND. **Uma análise sobre o crescimento global do consumo de cafés especiais.** Disponível em: <https://perfectdailygrind.com/pt/2023/05/03/uma-analise-sobre-o-crescimento-global-do-consumo-de-cafes-especiais/>. Acesso em: 31 ago. 2023.

PEROSA, Bruno Benzaquen. **A emergência da governança socioambiental no mercado internacional de biocombustíveis.** Tese (Doutorado em Economia de Empresas) - FGV - Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2012.

PEROSA, Bruno Benzaquen; DE JESUS, Clésio Marcelino; ORTEGA, Antônio César. **Associativismo e Certificação na Cafeicultura Mineira: um estudo do Café do Cerrado e do Café da Mantiqueira de Minas.** Revista Economia Ensaios, v. 32, n. 1, p. 29-63, 2017.

REINECKE, J.; MANNING, S.; VON HAGEN, O. **The emergence of a standards market: Multiplicity of sustainability standards in the global coffee industry.** Organization studies, v. 33, n. 5-6, p. 791-814, 2012.

Ronald Coase, "The Nature of the Firm", *Economica*, New Series, Vol. 4, No. 16 (Nov., 1937), pp. 386-405

SAES, M; SILVEIRA, R. **Novas formas de organização nas cadeias agropecuárias brasileiras: tendências recentes.** Estud. Soc. e Agric., Rio de Janeiro, vol. 22, n. 2, 2014: 386-407

SAES, M; SILVEIRA, **A desregulamentação do mercado cafeeiro e as perspectivas para o mercado nacional.** Rev.de Economia e Sociologia Rural. v.33, n.3, jul-set, p.7-34, 1995.

SAGE, C. **Social embeddedness and relations of regard: alternative 'good food' networks in southwest Ireland.** J. Rural Stud., 19, p. 4760, 2003.

SAGE, C. **The interconnected challenges for food security from a food regimes perspective: energy, climate and malconsumption.** Journal of Rural Studies, 29, p. 71 80, 2013.

SARATO, Victor; ALMEIDA, Luciana. **A teoria dos custos de transação: uma análise a partir das críticas evolucionistas.** São Paulo, 2015.

SKEIE, T. **Norway and coffee.** 2002. Disponível em: < <https://www.dropbox.com/s/w42s7ctf8yfhwjf/The%20Flamekeeper%202003.pdf?dl=0> >. Acesso em: 19 abr. 2023.

SVENDSEN, M. F. et al. **Marketing strategy and customer involvement in product development.** European Journal of Marketing, Bradford, v. 45, n. 4, p. 513-530, 2011.

TREGGAR, A. **Progressing knowledge in alternative and local food networks: Critical reflections and a research agenda.** Journal of Rural Studies, 27 (4), p. 419430, 2

VASCONCELOS, Bruno; SILVA, Vitória & MURAMATSU, Roberta. **Lições da economia dos custos de transação para o agronegócio brasileiro**. III Fórum Mackenzie de Liberdade Econômica. 04 a 06 de novembro de 2019. São Paulo, Brasil.

VOTTA, T; VIAN, C; PITELLI, M. **A Desregulamentação no mercado de café torrado e moído e a emergência de Campos organizacionais: Uma análise prospectiva e uma agenda de pesquisa**. PIRACICABA - SP – BRASIL, 2006

WANG, N. **Measuring transaction costs: an incomplete survey**. 2003. (Ronald Coase Institute, working paper series, 2). Disponível em: <<http://www.coase.org/research.htm>>. Acesso em: 27 ago. 2023.

WILLIAMSON, O. E. **The Modern Corporation: Origins, Evolution, Attributes**. Journal of Economic Literature, California, v. 19, n. 4, p. 1537- 1568, dez. 1981.

WILLIAMSON, O.E. **Mercados y Hierarquias: su análisis y sus implicaciones anti-trust**. México: Fondo de Cultura, 1991.

WILLIAMSON, O. E. **The mechanisms of governance**. New York: Oxford University, 1996.

WILLIAMSON, O. E. **The Economic Institution of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting**. New York: Free Press, 1985.

WILLIAMSON, O. E. **The economic institutions of capitalism** New York: Free Press, 1985, 1987.

ZYLBERSZTAJN, D. **Conceitos gerais, evolução e apresentação do sistema agroindustrial**. In: ZYLBERSZTAJN, D.; NEVES, M. F. (Org.) Economia e gestão dos negócios agroalimentares. São Paulo: Pioneira, 2000. cap. 1, p.1-21.

ZYLBERSZTAJN, D. **Estruturas de Governança e Coordenação do Agribusiness: Uma Aplicação da Nova Economia das Instituições**. 1995. Tese de Livre Docência - Departamento de Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo.

ZYLBERSZTAJN, D.; SPROESSER, R. L.; CALEMAN, S. M. Q.; **Custos de mensuração e governança no agronegócio: um estudo de casos múltiplos no sistema agroindustrial da carne bovina**. Organizações Rurais & Agroindustriais, Lavras, v.10, n.3, p. 359-375, 2008.

ANEXO A

Perguntas da entrevista para os produtores:

- 1) Escolaridade:
- 2) Gênero:
- 3) Tempo atuando na cafeicultura:
- 4) Tamanho da propriedade
- 5) Participa de associações cooperativas?
- 6) Qual a motivação para certificar?
- 7) Quais foram as dificuldades?
- 8) Quais foram os custos de adaptação ou pagamento de serviços de auditoria/monitoria da produção certificada?
- 9) Quais foram os custos que você teve?
- 10) Qual ganho você obteve por certificar?

Perguntas da entrevista para o representante da cooperativa da região do Cerrado Mineiro:

- 1) Qual a demanda por certificação?
- 2) Qual tipo de produtor costuma buscar por certificação?
- 3) Qual a demanda do mercado por cafés especiais, atualmente?
- 4) No futuro, qual a expectativa da demanda do mercado dos cafés especiais?
- 5) Quais são os principais mercados do café especial?
- 6) Existe algum prêmio para certificação ou é somente um mercado que melhor remunera os produtores?
- 7) Existem ações por parte da Federação dos Cafeicultores do Cerrado para incluir produtores menos capitalizados?
- 8) Na comercialização desse café especial, existem contratos específicos ou são comercializados via mercado spot e só utilizam a certificação como um monitoramento?