

PANORAMA SETORIAL: O COMPLEXO AGROINDUSTRIAL CAFEEIRO NO BRASIL

*Adauto Roberto Ribeiro**

RESUMO

O objetivo deste artigo é descrever as características básicas do funcionamento da cadeia produtiva do café, bem como destacar alguns dos problemas e as potencialidades deste complexo agroindustrial no Brasil. A cafeicultura é uma atividade tradicional da economia brasileira, setor em que apresentamos grande competitividade e grande inserção no mercado externo, especialmente na produção de grãos; no entanto, outros produtos da cadeia produtiva apresentam baixa inserção no mercado internacional, como por exemplo o segmento de café torrado e moído. Este artigo discute os motivos desta inserção externa diferenciada por produtos da agroindústria cafeeira, analisando a cadeia em sua extensão total.

Palavras-chave: cafeicultura, complexo agroindustrial.

ABSTRACT

This article aims to describe the basic characteristics of the productive chain of coffee operation, as well as to point out some of the problems and potentials of the Brazilian agrobusiness. The plantation of coffee is traditional in the Brazilian economy, with great competitiveness and insertion in world markets, especially concerning to production of coffee beans. Nevertheless, other products of this trade have a low insertion in world markets, such as toasted and ground coffee. This article discusses the reasons for this differentiated insertion of these products in world markets, analyzing the Brazilian productive chain of coffee in its complete extension.

Key words: plantation of coffee; agrobusiness.

1. CARACTERÍSTICAS GERAIS DO COMPLEXO AGROINDUSTRIAL CAFEEIRO

A cafeicultura é historicamente uma atividade econômica de grande destaque da economia brasileira que contribuiu decisivamente para o desempenho da economia de diversas regiões do país, e que atualmente ainda contribui muito para o emprego, a renda nacional e para a balança comercial do país. O Brasil é o maior produtor mundial de café e o maior exportador mundial de café em grão.

A cadeia produtiva do café é uma cadeia curta e de pouca complexidade, sendo, no entanto, composta por um número expressivo de participantes. Fazem parte da cadeia: os fornecedores de insumos à cafeicultura, setor industrial a montante

* Professor do Centro Universitário Padre Anchieta – Jundiá, SP, e do Centro de Economia e Administração de Empresas Padre Anchieta PUC Campinas.

da produção agrícola; o setor agrícola que engloba a produção de café nas propriedades agrícolas; o setor exportador de café em grão (verde); a indústria de beneficiamento e processamento de café torrado e moído e a indústria de processamento de café solúvel. Como podemos observar, dentro desta cadeia se destacam três produtos de grande interesse comercial; o café *in natura* (grãos); o café processado (torrado e moído) e o café solúvel.

O Brasil conta com grande tradição e experiência nesta cultura, na qual é produtor tradicional deste o início do século XIX, sendo detentor de excelentes condições climáticas e de solos altamente favoráveis para o cultivo deste produto. A produção de café, além de altamente intensiva no uso dos fatores naturais, descritos anteriormente, também usa de forma intensiva o trabalho humano. Trata-se, portanto, de uma cultura que se assenta em fatores de competitividade que o Brasil possui em quantidade e qualidade, o que torna o país altamente competitivo no mercado externo. Por estas razões, o Brasil é o país de menor custo de produção no cultivo de café, especificamente da espécie arábica, e o segundo país com melhor produtividade do café robusta. Com relação à produtividade da variedade robusta, o Brasil aparece atrás do Vietnã, país com maior produtividade desta espécie de café.

Apesar destas credenciais, nas últimas décadas o Brasil vem perdendo espaço no mercado externo de grãos de café para outros países da América Latina, África e Ásia, e não possui inserção externa no comércio de café torrado e moído. Um dos problemas desta perda relativa de mercado de café em grãos é que o Brasil, historicamente, teve seu produto associado a cafés de baixa qualidade. Esta associação, quando analisamos o processo de produção, colheita e processamento do produto no Brasil, faz sentido, ou seja, as condições propícias à produção com baixo custo não estimularam a produção de cafés finos no país, com processos de produção, colheita e processamentos mais sofisticados; desta forma, a expansão da produção se deu com a produção de cafés de menor qualidade dos grãos.

No Brasil, a produção de café está distribuída pelos estados de Minas Gerais, Espírito Santo, São Paulo, Paraná, Bahia e Rondônia, ocorrendo ainda em outros estados, mas com menor expressão econômica. Dentre as espécies cultivadas, Minas Gerais se destaca na produção do café arábica e o Estado do Espírito Santo na produção do café robusta. (ver tabela 1, abaixo)

Tabela 1. Produção brasileira de café beneficiado, por região.

Estado	Arábica	Robusta	Total
MG	24.600	40	24.640
ES	2.500	6.500	9.000
SP	5.800	-	5.800
PR	2.340	-	2.340
BA	1.750	400	2.150
RO	-	2.100	2.100
TOTAL BRASIL	37.350	9.915	47.265

Fonte: MARA/CONAB (estimativa safra 2002/2003, milhares de sacas de 60Kg)

Com relação ao processo industrial utilizado na cadeia produtiva, para torrefação e moagem do produto ao consumidor final, podemos observar que apesar de o país possuir um segmento produtivo cafeeiro (grãos) altamente competitivo, seu setor processador não se encontra desenvolvido o suficiente para atender o mercado externo. No Brasil, as empresas de processamento, moagem e torrefação se desenvolveram voltadas basicamente para o atendimento do mercado interno, sem a estratégia de atendimento e expansão para o mercado externo, portanto, obviamente com baixa capacidade de exportação, apesar de a atividade de processamento ser um processo de baixa intensidade tecnológica, de fácil implementação e que não requer volumosos recursos para a sua implementação.

Como a competitividade no segmento processador de café se baseia na escala de produção, na criação e manutenção de marcas e no desenvolvimento de redes de comercialização dos produtos no exterior, este segmento industrial no país não engendrou uma concentração produtiva interna capaz de trabalhar com grande escala produtiva e, portanto, baixos custos unitários, e assim gerar lucros que sustentassem a formação da rede de distribuição externa e a formação de marcas reconhecidas internacionalmente, o que exige vultosos investimentos em *marketing* e eficiência administrativa.

Podemos observar que no Brasil as empresas torrefadoras são em grande número, de médio e pequeno porte, altamente dispersas pelo território nacional, concentradas em sua atuação regional, sendo assim incapazes de acompanhar a concorrência internacional.

Cabe destacar que nos últimos anos temos observado um processo de concentração em andamento neste mercado; no entanto, isto está se dando com a entrada de grandes grupos estrangeiros neste segmento, adquirindo empresas e marcas regionais, concentrando o mercado e investindo para nacionalizar estas marcas.

Já no segmento de café solúvel o desenvolvimento histórico deste outro produto do complexo agroindustrial do café apresenta outra situação; sua estrutura de produção, formada mais recentemente, é altamente concentrada no Brasil. No caso brasileiro, apenas nove empresas produzem café solúvel, sendo que no mercado interno apenas uma empresa exerce forte domínio de mercado, caracterizando um oligopólio concentrado com liderança. A empresa Nestlé é detentora de cerca de 80% do mercado interno. Quanto às exportações brasileiras deste produto, apenas cinco empresas são responsáveis por mais de 85% das exportações: Cacique, Iguazú, Nestlé, Cocam e Real.

2. TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS E COMPETITIVAS NA CADEIA PRODUTIVA DO CAFÉ

As tendências tecnológicas presentes no complexo agroindustrial do café podem ser analisadas separando a área agrícola da área industrial ou de processamento; sendo assim, podemos observar que na área agrícola a produção de café se destaca pela intensidade de uso de mão-de-obra nos processos de colheita e nos tratamentos culturais; desta forma, a melhoria de competitividade nesta área se concentra na modificação de parte do sistema produtivo, através do aperfeiçoamento dos métodos de cultivo e do processo de colheita e armazenamento, para produção de cafés de melhor qualidade. Outra tendência tecnológica é o aprimoramento genético do parque cafeeiro com o plantio de cultivares mais produtivas e resistentes a doenças e pragas; neste sentido o Brasil possui excelentes condições de desenvolvimento tecnológico na área genética, através dos institutos de pesquisa e universidades que possui. A implementação tecnológica de novas cultivares, novos métodos de cultivo e processamento de grãos (secagem e armazenamento) pode alavancar a produtividade e a melhoria de qualidade dos grãos de café nacional.

Cabe destacar que no Brasil, além da excelência em pesquisa na área genética em café, já vem ocorrendo a implementação de áreas de cultivo de cafés finos e de café sem uso de agrotóxicos (produto denominado "café orgânico"), que atendem aos nichos de mercado que pagam maiores preços ao produtor/exportador. Seguindo uma tendência mundial, o consumo destes cafés especiais está crescendo e o Brasil vem procurando desenvolver sua ainda pequena produção voltada para este segmento de mercado. No caso brasileiro, os problemas da maioria dos produtores ainda são a pouca informação sobre o manejo produtivo necessário para se obterem estes tipos de café, o acesso a financiamento e, principalmente, como desenvolver ou participar de estruturas de comercialização destes cafés especiais.

Já no setor industrial do complexo, a tendência observada é a de modernização do parque industrial instalado com a implementação de processos industriais informatizados, máquinas e equipamentos mais modernos no processo de moagem, torrefação e embalagem do produto; isto requer, no entanto, concentração de mercado capaz de gerar capacidade de investimento das empresas na aquisição destes equipamentos e em pesquisa e desenvolvimento de novos processos e produtos. Com relação à qualidade, a tendência competitiva envolve acrescentar valor ao produto com a melhoria na qualidade da bebida, sendo para isso necessário que os produtores locais invistam no desenvolvimento de novas misturas varietais, ou seja, na composição de *blends* mais adequados e adaptados ao desejo dos consumidores, em suma, sabores e aromas mais sofisticados.

3. PRINCIPAIS PRODUTORES E MERCADOS CONSUMIDORES MUNDIAIS

O maior produtor mundial de café em grão é, ainda com grande vantagem, o Brasil, seguido da Colômbia, que ultrapassou a produção do Vietnã na última safra.

Apesar do grande crescimento da produção brasileira na safra 2002/2003, a previsão da safra 2003/2004 aponta para uma redução significativa da produção, retornando ao patamar de 30 milhões de sacas¹. Cabe destacar, observando estes dados, que é a produção da Colômbia, mais especificamente, que concorre diretamente com a produção brasileira, pois ambos se destacam na produção de café arábica, enquanto que a produção do Vietnã é majoritariamente de café robusta, uma espécie de café que é utilizada basicamente para compor uma mistura de bebida com a variedade arábica, formando a base do processamento para a obtenção do café solúvel. É no mercado de café arábica que a Colômbia se posicionou qualificando seu produto como de melhor qualidade que o do Brasil.

Tabela 2. Principais produtores mundiais de café (grãos) em mil sacas-60kg.

País produtor	2000/01	2001/02	2002/03
Brasil	31100	28137	47265
Colômbia	10532	11950	11250
Vietnã	14775	12250	8667
Indonésia	6733	7651	5830
Índia	4516	4942	4667
México	4815	4325	4000
Guatemala	4679	3605	3802
Outros	34393	37308	33301
Total	111543	110168	118782

Fonte: OIC

Com relação às exportações mundiais, podemos observar que apesar de as exportações terem crescido entre 1999 e 2002, o ano passado apresentou uma redução na comercialização mundial (tabela 3, abaixo).

A Colômbia, apesar de manter sua produção para exportação no nível de 10 a 11 milhões de sacas anuais, tem aumentado seu espaço no mercado mundial de café reafirmando uma estratégia de diferenciação quanto à qualidade do produto; o Vietnã tem aumentado seu espaço com a produção de café robusta. A produção exportada do Brasil apresenta-se como variável de ajuste do mercado internacional, o que nos coloca como exportadores de quantidades.

¹ ver: Ministério da Agricultura, previsão de safra 2003/2004

País exportador	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03
Brasil	23094	18083	23273	28296
Colômbia	9995	9175	9944	10315
Vietnã	7742	11177	11500	8100
Indonésia	5075	5215	5394	5162
Guatemala	4669	4340	3110	3540
Índia	3613	4440	3730	3373
México	4358	4304	3333	2391
Outros	26550	32996	30013	27681
Total	85096	89730	90297	88858

Tabela 3. Principais países exportadores de café (grãos) em mil sacas-60kg.

Fonte: OIC

Os principais mercados consumidores de café no mundo são, pela ordem: EUA, com consumo de aproximadamente 20 milhões de sacas/ano; Brasil, com consumo de 15 milhões de sacas/ano; Alemanha, consumo de 10 milhões de sacas/ano; Japão, consumo de 7 milhões de sacas/ano e França e Itália, cada país com consumo aproximado de 5 milhões de sacas/ano.

Internamente, o mercado consumidor brasileiro tem apresentado um crescimento significativo ao longo dos últimos 5 anos, passando de 12,2 milhões de sacas em 1998 para um consumo previsto de 15 milhões de sacas em 2003 (estimativa da ABIC²), o que o torna um espaço bastante atraente para as empresas processadoras.

Quanto às exportações de café torrado e moído, o mercado externo é dominado por empresas européias, alemãs e italianas. O Brasil tem uma participação muito pequena neste mercado, pois praticamente toda a produção brasileira visa o mercado interno. O país não possui empresa e marcas reconhecidas no exterior, e tem muita dificuldade de penetrar em um mercado cujo domínio do canal de comercialização é importantíssimo para a consolidação da empresa. Na safra de 2001/2002 as exportações de café torrado brasileiro foram de apenas 25.800 sacas, segundo o CECAFÉ. As empresas européias, ao contrário, adquirem o café em grãos do Brasil, da Colômbia e dos africanos e exportam café processado.

Já no caso do café solúvel os EUA são o maior produtor mundial (cerca de

² ABIC - Associação Brasileira da Indústria de Café.

30%), seguido pelo Brasil (20%), Japão (15%) e Inglaterra (12%). No entanto, com relação às exportações deste produto, o Brasil é o maior exportador mundial (mais de 40% das exportações mundiais), seguido da Colômbia (16%) e da Índia (15%).

Do total da produção brasileira de café solúvel, cerca de 88% tem como destino o mercado externo, sendo a Rússia, os EUA e o Japão os grandes compradores do café solúvel brasileiro. Estes três países juntos absorvem cerca de 50% do volume exportado pelo Brasil. Apenas duas grandes empresas concentram estas exportações: Cacique e Iguaçu Café.

4. FORMA DE ORGANIZAÇÃO DO COMPLEXO AGROINDUSTRIAL DO CAFÉ NO BRASIL

Como destacamos no início deste trabalho o complexo agroindustrial do café é composto por muitos agentes econômicos, especialmente no seu segmento agrícola. O setor agrícola cafeeiro no Brasil envolve cerca de 300 mil produtores, ocupando aproximadamente 2,5 milhões de hectares plantados com 5,7 milhões de pés de café. É o maior parque cafeeiro do mundo. No segmento produtivo, os cafeicultores brasileiros estão basicamente organizados em cooperativas agrícolas.

Os produtores comercializam seu produto em grãos (verde) no mercado interno para os processadores de café torrado e moído (torrefadoras) e para os processadores de café solúvel, e comercializam seu produto (grãos verdes) no mercado externo através de empresas exportadoras (*tradings*).

As empresas exportadoras de café verde são em número de 220³, sendo grande parte delas empresas de pequeno e médio porte, de administração familiar. Abaixo, na tabela 4, listamos os 10 maiores exportadores de café verde brasileiros.

Tabela 4: Maiores empresas exportadoras de café verde - Brasil - mil sacas 60 Kg.

³ Segundo o CECAFÉ - Conselho dos Exportadores de Café Verde do Brasil.

Empresa	1999	2000	2001
Tristão Cia	453,2	863,4	1964,4
Unicafé Cia	1613,6	1099,4	1772,8
Esteve S/A	725,7	826,1	1391,7
Stockler S/A	1261,5	793,4	1292,3
Coinbra S/A	373,2	864,6	1131,4
Cooperativa de Guaxupé	1050,7	1007,4	1011,2
Coimex Cia	1013,6	570,7	974,0
Exp. de café Guaxupé	793,0	611,8	859,8
Volcafe Ltda	649,2	464,4	743,3
Casas Sendas	1018,1	736,2	634,8
Rio Doce Café S/A	268,0	255,4	628,2
Mitsui Ltda	426,3	355,2	543,8
Total Brasil	21060,9	16023,0	20932,2

Fonte: Cecafé (compilado a partir de NEIT/IE/MDIC)

Apesar do grande número de empresas operando na exportação de café, as 5 maiores exportadoras, Tristão, Unicafé, Esteve, Stockler e Coinbra, foram responsáveis por cerca de 36% das exportações brasileiras de café verde em 2001, o que mostra também entre as *tradings* um movimento de concentração do mercado.

Com relação à produção de café torrado/moído no Brasil, podemos observar que é praticamente toda ela vendida no mercado interno. O Brasil possui um grande mercado consumidor de café e um grande número de empresas processadoras de café se organizou historicamente especialmente voltadas para atender este mercado. Segundo dados da ABIC, eram 1519 empresas no Brasil em 2002, sendo que cerca de 50% destas empresas estão concentradas no Estado de São Paulo, ou seja, próximas ao maior mercado consumidor do país.

É um segmento constituído por um número muito grande de empresas, operando com grande concorrência e baixo nível tecnológico, o que as orienta no sentido de disputarem mercados pela estratégia de liderança em custos, não privilegiando, portanto, a diferenciação, o que exigiria maior capacidade de investimento. Nos últimos anos temos observado a entrada de empresas estrangeiras no mercado nacional, utilizando-se da estratégia de aquisição de empresas brasileiras, como, por exemplo, a aquisição das marcas Café do Ponto, Selete e União pelo grupo americano Sara Lee, a aquisição da empresa Três Corações pela empresa israelense Strauss-Elite e da Torrefadora Nova Suiça pela italiana Segafredo. Estas três

empresas mais a Mellita (capital alemão) já controlam cerca de 38% do mercado brasileiro de café torrado/moído. Somente a empresa Sara Lee, dona das marcas Café do Ponto, Pilão, Caboclo, União e Selete, tem cerca de 25% do mercado nacional.

Cabe ainda destacar que estas empresas, gigantes mundiais do setor, ainda não desenvolveram estratégias exportadoras a partir da sua localização no território brasileiro, ou seja, estão em um processo de aquisição de marcas e concentração do mercado brasileiro, ainda somente voltadas para a exploração interna deste mercado.

Já a produção de café solúvel no Brasil, ao contrário do café torrado e moído, apresenta um grande volume de exportação; este segmento da cadeia produtiva é constituído por um pequeno número de empresas - apenas 9. Dentre elas, as empresas Cacique, Nestlé e Iguaçú se destacam nas vendas ao mercado externo, sendo a empresa Nestlé a detentora da maior fatia do mercado interno, com o domínio da marca Nescafé. Além destas, operam no mercado as empresas Cocam, Realcafé, Macsol, Parmalat e Mellita.

Tabela 5: Participação das empresas de café solúvel nas exportações brasileiras (equivalentes em sacas de 60 Kg).

Empresa	2000	%	2001	%
Cacique	664.548	32,2	813.441	32,3
Nestlé	375.516	18,2	592.109	23,5
Iguaçú	355.931	17,2	335.628	13,3
Cocam	258.026	12,5	244.498	9,7
Realcafé	182.946	8,9	206.426	8,2
Macsol*	94.738	4,6	101.878	4,1
Sub-total	1.931.615	93,5	2.293.980	91,1
Total Brasil	2.067.140	100,0	2.516.968	100,0

Fonte: ABICS (Associação Brasileira da Indústria de Café Solúvel) - compilado a partir de NEIT/IE/MDIC.

* Macsol é uma empresa controlada pela Iguaçú, em *joint-venture* com a Coca-Cola.

5. INSERÇÃO GLOBAL DO COMPLEXO AGROINDUSTRIAL DO CAFÉ BRASILEIRO

Como vimos, as exportações brasileiras se concentram nos produtos: café verde (grãos) e café solúvel. A grande exportação de café verde (grãos) se dá em função dos baixos custos de produção da cafeicultura brasileira, o que resulta em uma inserção no mercado externo com um produto de baixa qualidade e baixa capacidade de agregar valores. As exportações de café torrado e moído são, ainda, insignificantes; podemos notar, no entanto, uma crescente entrada de grandes empresas estrangeiras no mercado brasileiro, impulsionando um processo de concentração neste segmento no Brasil. Com relação ao segmento de café solúvel, o país se apresenta como um grande exportador, podendo expandir sua produção e inserção no mercado externo ainda mais, caso abra novos mercados para o produto brasileiro e/ou negocie um maior acesso aos mercados protegidos da Europa e do Japão para o produto nacional; cabe destacar que o café solúvel brasileiro vem enfrentando forte concorrência no exterior em função do baixo preço da matéria-prima, ou seja, do café robusta, fornecido no mercado mundial pelo Vietnã.

Quanto aos investimentos realizados no setor nos últimos anos, podemos constatar que, com relação à produção de grãos, estes dependem do crédito agrícola oficial, que tem sido escasso, e dos créditos privados que vêm acompanhados de altas taxas de juros, portanto as perspectivas não são benéficas. No entanto, destacam-se a existência de programas de melhoria do parque cafeeiro com crédito agrícola específico, uma crescente articulação entre a pesquisa agropecuária e cooperativas de cafeicultores e experiências-modelo de produção e comercialização no exterior de cafés finos, em parcerias de empresas processadoras com cooperativas (um exemplo de sucesso é a parceria da Illycafé com a Cooperativa de Cafeicultores de Guaxupé-MG).

Com relação ao café torrado e moído, observa-se que as baixas (ou inexistentes) barreiras à importação do produto em grão praticadas pelos países desenvolvidos têm viabilizado uma dupla estratégia mercantil no mercado internacional, a dos produtores de café em grão do Brasil e a dos grandes processadores e exportadores mundiais de café industrializado a partir do produto *in natura* do Brasil, casos da Alemanha, Itália e até da Argentina. Neste contexto, os grandes investimentos realizados foram de aquisição de empresas nacionais por empresas estrangeiras. Não se esperam modificações nesta estratégia no médio prazo.

No caso do café solúvel, novos investimentos estão sendo realizados, incluindo uma nova unidade produtora da empresa Nestlé, no estado de São Paulo, que ampliará sua capacidade para o atendimento do mercado externo, voltado basicamente para exportações para a Europa, ou seja, a tendência é de expansão das exportações.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS: VANTAGENS E DEFICIÊNCIAS COMPETITIVAS

O Brasil apresenta grandes vantagens competitivas na produção de café em grão, basicamente vantagens assentadas nos seus recursos naturais e na potencialidade de sua pesquisa agrícola; no entanto, apresenta deficiência competitiva com relação à qualidade do produto, fruto do seu processo produtivo. Esta deficiência é sanável com a realização de investimentos na melhoria genética do parque cafeeiro e nos processos de cultivo, colheita e armazenamento do produto. O que se pode observar com relação aos problemas da cafeicultura é que, apesar das dificuldades financeiras para a realização dos investimentos, há um grande potencial de expansão da competitividade do produto nacional para os produtores que incorporarem métodos mais sofisticados de cultivo, para a obtenção de café de bebida fina e café orgânico; isto pode ser feito isoladamente por grandes produtores, ou incentivado a partir das cooperativas de cafeicultores. Desta forma é possível ampliar a participação do café brasileiro no mercado externo também no segmento de cafés finos.

Com relação ao café torrado e moído, a grande produção de grãos do país e o fato de sermos um grande mercado consumidor focaram as estratégias das empresas presentes no mercado brasileiro no atendimento deste mercado interno. Para participar do mercado externo com sucesso seria necessário um grande esforço para modernizar e concentrar o parque industrial, sanar as deficiências de comercialização, superar barreiras nos mercados externos impostas por práticas protecionistas e investir em marcas e *marketing*, coisas que as empresas de pequeno porte brasileiras não possuem capacidade financeira para executar isoladamente.

Estas deficiências podem ser sanadas; para isso, no entanto, são necessários programas governamentais de médio e longo prazo com linhas de financiamento específicas para a modernização do setor, o fortalecimento das estruturas produtivas e empresariais e a construção de canais de comercialização e constituição de marcas no exterior; no atual contexto macroeconômico do país parece difícil implementar um programa destes. Destaca-se, no entanto, que grandes empresas estrangeiras têm investido neste setor no Brasil, adquirindo empresas/marcas nacionais. Este processo pode gerar no futuro uma estratégia exportadora de café torrado/moído por parte destas empresas, o que é improvável no momento, mas não no futuro, caso condições de comercialização externas se alterem.

No caso do café solúvel, o setor no Brasil é altamente concentrado e bastante competitivo no mercado externo, no entanto vem sofrendo a concorrência crescente dos produtores asiáticos que utilizam café robusta do Vietnã com maior produtividade e menor preço. A manutenção da competitividade neste segmento pode se dar com investimentos na produção de café robusta no país, na importação deste produto pelo país para agregar valor ao café solúvel nacional e/ou na abertura de novos mercados protegidos hoje contra o produto brasileiro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIC - Associação Brasileira da Indústria de Café. *Relatórios internos*. Disponíveis no site: www.abic.com.br.

MARA - Ministério da Agricultura Reforma Agrária e do Abastecimento do Brasil. Relatórios diversos disponíveis no site: www.agricultura.gov.br.

OIC - Organização Internacional do Café. Dados disponíveis no site: www.ico.org.

PEREIRA FILHO, J. Produtor investe em café especial e lucra mais. *Gazeta Mercantil*, 23 a 29 de maio de 2001.

SAES, M.S.M.; FARINA, E. M. Q. *O Agribusiness do Café no Brasil*, IPEA/PENSA, Ed. Milkbizz, 1999.

SAES, M.S.M.; NAKAZONE, D. *Estudo da Competitividade das cadeias integradas no Brasil: Café*. Campinas: UNICAMP/NEIT, 2002.

SINDICAFÉ. Informações disponíveis no site: www.sindicafesp.com.br