

PERFIL DE COMERCIALIZAÇÃO DE CAFÉS NO PARANÁ

Leonardo Auriglietti¹, Amanda Ferreira Guimarães², Sandra Mara de Alencar Schiavi³,
Priscilla Tiari Torrezan Chaves⁴, Júlia Kiill Santos⁵, Priscila Duarte Malanski⁶

¹Mestrando do Programa de Pós-graduação em Economia, Universidade Estadual de Maringá, leonardo_auriglietti@hotmail.com

²Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade Estadual de Maringá, amandafguimaraes@live.com

³Mestranda do Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade Estadual de Maringá, priscilla.1007@hotmail.com

⁴Mestre em Administração pelo Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade Estadual de Maringá,
juliakiill@hotmail.com

⁵Orientadora, Doutora, Departamento de Administração. Docente e pesquisadora da Universidade Estadual de Maringá,
smsbankuti@uem.br

⁶Pós-doutoranda em Administração do Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade Estadual de Maringá,
priscilamalanski2@gmail.com

RESUMO

O Brasil é o maior produtor e exportador de café do mundo. Apesar disso, essa produção é caracterizada como *commodity*, envolvendo problemas de competitividade. Como alternativa, destaca-se, no estado do Paraná, iniciativas para a produção com algum tipo de diferenciação. Nesse contexto, a coordenação se torna essencial para a sobrevivência dos produtores para a competitividade. Um dos pilares da coordenação das transações envolve os modos de comercialização, que dizem respeito a estruturas de governança que podem ser do tipo *spot* até a integração vertical. O objetivo do presente trabalho consistiu em caracterizar os modos de comercialização dos produtores de café do estado do Paraná. Para tanto, foram aplicados questionários com 68 produtores de café localizados em todo o estado do Paraná. Para análise dos dados aplicou-se o método de estatística descritiva, com foco nas distribuições de frequência, onde os principais resultados identificados foram o preço médio venda da saca de café e ainda a prevalência do comércio via mercado *spot*. Conclui-se que apesar da presença de compradores dispostos a remunerarem de acordo com a qualidade do produto, prevalecem os modos de comercialização via mercado *spot*, em que predominam as negociações por preço, indicando problemas de competitividade na cadeia.

PALAVRAS-CHAVE: Cafés especiais; Coordenação; Competitividade.

1 INTRODUÇÃO

O agronegócio brasileiro tem grande importância no cenário nacional e internacional. Em 2017, o Produto Interno Bruto (PIB) do agronegócio correspondeu a 22,8% do PIB brasileiro, sendo a agricultura responsável por 16% daquele resultado (CEPEA, 2019). Especificamente no setor cafeeiro, o Brasil, é o maior produtor e exportador de café verde do mundo (USDA, 2019).

Apesar dos números favoráveis e do bom desempenho da cafeicultura brasileira, estudos apontam que essa cadeia ainda é marcada pela produção em larga escala e baixa diferenciação (SAES, 2006; CECAFE, 2019). Ademais, os estudos evidenciam problemas de competitividade nos sistemas agroindustriais do café associados à produção do tipo *commodity* (SAES; JAYO, 1998; VOTTA; VIAN; PITELLI, 2006; SAES, 2007; PEREIRA et al., 2010; BRONZERI; BULGACOV, 2014). Entre eles, encontram-se a predominância de concorrência por preço, e a dificuldade em alcançar preços mais altos por cafés com elevada qualidade (SAES, 2007; BRONZERI; BULGACOV, 2014).

Saes (2006) aponta que a atuação em mercados com nichos por diferenciação pode ser uma alternativa para aqueles produtores que não conseguem competir em larga escala. À medida que a percepção de valor aumenta, maior é a dependência entre os agentes, fazendo com que relacionamentos mais próximos sejam necessários (SAES, 2010). Nesse contexto, a coordenação é essencial para a competitividade da cadeia (FARINA, 1999).

A coordenação, depende, entre outros elementos, dos modos de comercialização adotados pelos agentes. Sob o ponto de vista da Economia dos Custos de Transação (WILLIAMSON, 1985), pode-se analisar os modos de comercialização por meio das estruturas de governança adotadas entre os agentes. De acordo com Williamson, modos de comercialização mais complexos são necessários à medida em que se eleva a

especificidade de ativos, seguindo, portanto, um *continuum* que vai do mercado *spot* à integração vertical.

No Paraná, destaca-se a iniciativa para a produção com maior qualidade em detrimento à quantidade (EMATER, 2019). Nesse contexto, transações antes realizadas por meio de estruturas de governança via mercado *spot*, passam a exigir estruturas de governança mais elaboradas.

Dada a importância dos mecanismos de comercialização para a competitividade da atividade cafeeira no Brasil, especificamente no Paraná, o objetivo do presente trabalho consistiu em caracterizar os modos de comercialização dos produtores de café do estado do Paraná. Para tanto, o trabalho está organizado em cinco seções. Além desta introdutória, a segunda apresenta o referencial teórico. A terceira, os procedimentos metodológicos. A quarta a análise e discussão dos resultados. E por fim, a quinta seção, as principais conclusões, limitações e sugestões de estudos futuros.

2 ECONOMIA DOS CUSTOS DE TRANSAÇÃO

Williamson (1985), apoiado nas contribuições de Coase (1937), defende que as transações não devem levar em consideração somente os custos de produção, mas custos denominados de custos de transação. Para ele, a firma pode ser vista como estrutura de governança com propósito de eficiência. Para o autor, busca-se a redução dos custos de transação pela adoção de estruturas de governança adequadas, levando em consideração o alinhamento das mesmas com os atributos da transação, partindo do pressuposto de que indivíduos são inclinados a agirem de forma oportunista e são racionalmente limitados (WILLIAMSON, 1985).

Considera-se que os indivíduos são racionalmente limitados, dado que têm acesso a informações, porém, limitadamente. Por isso, a capacidade cognitiva dos indivíduos em tomar decisões ótimas é também limitada. O oportunismo está associado à busca do auto interesse por uma ou ambas as partes, com o intuito de enganar, distorcer, encobrir ou ocultar informações perante a outra parte da transação (WILLIAMSON, 1985).

Os atributos de uma transação a que Williamson (1985) se refere são: frequência, incerteza e especificidade de ativos. A frequência diz respeito à recorrência de uma transação, permitindo a recuperação de custos associados às estruturas de governança mais complexas; e o estímulo à reputação e confiança, possibilitando formas organizacionais menos complexas (MÉNARD, 2004). Quanto à incerteza, o autor considera tanto incertezas ambientais, como contingências do ambiente, e oscilações de mercado, e comportamentais, associadas ao comportamento oportunista.

Por fim, a especificidade de ativos refere-se ao grau em que há perda de valor do ativo em outro uso (WILLIAMSON, 1985). Para Williamson (1991), é a possibilidade de perda de valor o elemento crítico para a escolha da estrutura de governança, e considera seis tipos: especificidade locacional; temporal; de ativos físicos; de ativos humanos; de ativos dedicados; e de marca.

As estruturas de governança seguem um *continuum* que vai do mecanismo de mercado até a integração vertical, passando pelas formas intermediárias, à medida que a especificidade de ativos aumenta. Segundo o autor a governança de mercado é adequada quando não há especificidade de ativos. Nesses casos, não há dependência bilateral e os contratos abrangem o conteúdo da transação (WILLIAMSON, 1985).

Nos casos em que há especificidade de ativos, as formas de governança podem ser híbridas ou unificadas. Modos de coordenação híbridos são adequados diante de especificidade de ativo, mas com problemas de recuperação dos custos da organização interna. Nesses casos, a autonomia das partes é mantida, e as partes se preocupam com a continuidade da relação. Entretanto, tais estruturas de governança podem envolver

ineficiências em adaptabilidade contratual. Nesses casos a integração vertical se faz adequada (WILLIAMSON, 1985).

No que tange às formas intermediárias, Ménard (2004) afirma que envolvem relações duradouras e são coordenados de forma mais eficiente que o mercado, sem necessariamente integrarem verticalmente. Nesse contexto, o autor afirma que formas híbridas envolvem tanto coordenação quanto cooperação, sendo que a confiança tem papel importante na redução do comportamento oportunista (MÉNARD, 2004).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa se caracteriza como quantitativa (RICHARDSON, 2008), uma vez que buscou caracterizar o perfil de comercialização de cafés por produtores no estado do Paraná. Em uma fase preliminar e exploratória foi realizado, para melhor compreensão sobre o setor em estudo, o levantamento de dados secundários sobre o setor no Brasil e no mundo em bases de dados oficiais, como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e o United States Department of Agriculture (USDA), e outras fontes relevantes, como a Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC).

Em seguida, realizou-se a coleta de dados primários por meio da aplicação de questionários para caracterização da cafeicultura no estado do Paraná com 68 produtores localizados no estado. Os produtores estão localizados majoritariamente na região Norte Central (48%) e Norte Pioneiro (48%), seguidos pela região Oeste Paranaense (4%). Essas regiões foram determinadas dada a representatividade na produção de cafés, a partir do Censo Agropecuário de 2017 (IBGE, 2019).

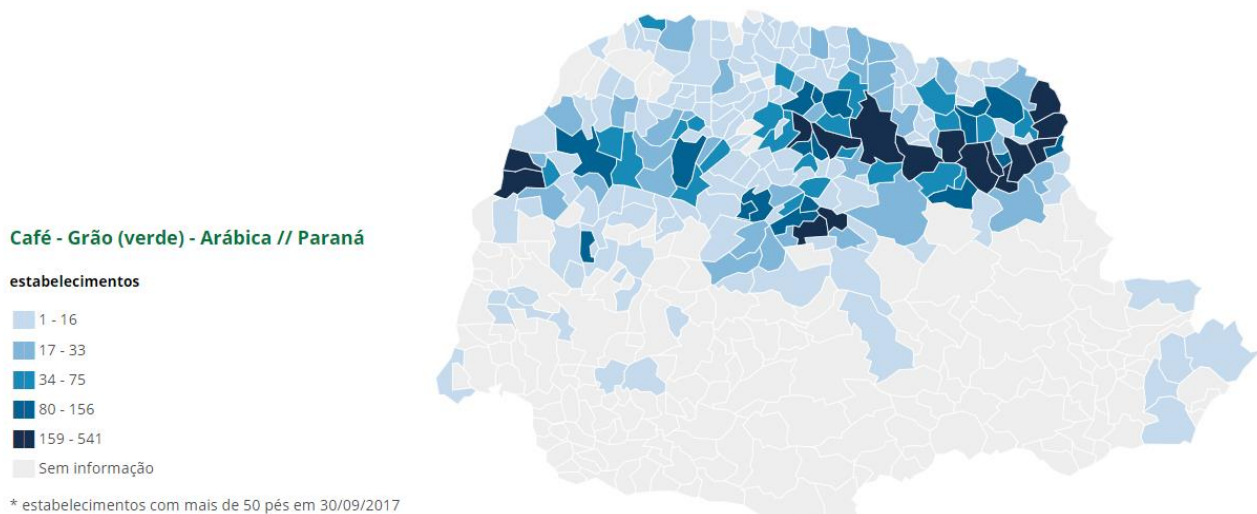


Figura 01: Regiões produtoras de café no estado do Paraná
Fonte: IBGE (2019)

Os questionários foram aplicados *in loco*, sendo tabulados e tratados no Microsoft Excel®. Para análise dos dados, conduziu-se estatística descritiva e análise de frequência.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os produtores estão localizados nas regiões Norte Central, Norte Pioneiro e Oeste Paranaense, sendo que atuam em outras atividades agrícolas e agropecuárias, mas de modo geral, dependem em grande parte da renda proveniente da produção de café.

Verificou-se que a maior parte dos produtores comercializa com apenas um comprador, que pode estar relacionado à busca de fortalecimento de uma relação econômica mais próxima, ou ainda pela falta de conhecimento de outros possíveis

compradores da região. Apesar disso, constatou-se que 48% dos produtores comercializam com dois ou mais produtores. Isso pode estar relacionado a dificuldades de escoamento da produção, buscando garantir a venda com mais de um comprador; e pode ser indícios de negociação característicos de modos de comercialização do tipo *spot*.

Número de Compradores

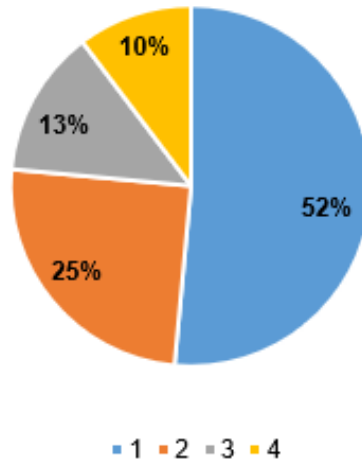


Gráfico 01: Número de compradores de café por produtor no Paraná
Fonte: dados primários

Com relação ao tipo de comprador, observou-se uma diversidade de compradores, sendo cooperativas, indústria torrefadora, maquinistas, corretores, exportadores, cafeterias, concurso e pessoa física. Verificou-se que, no Paraná, as cooperativas, seguidas da indústria torrefadora são os principais compradores de café, o que ressalta a tendência ao cooperativismo proeminente na região pesquisada. Os dados mostram ainda, que os exportadores representam 20% da compra, sendo este, juntamente com as cafeterias e concursos, os principais modos de comercialização para valorização de cafés especiais.

Tipo de Comprador

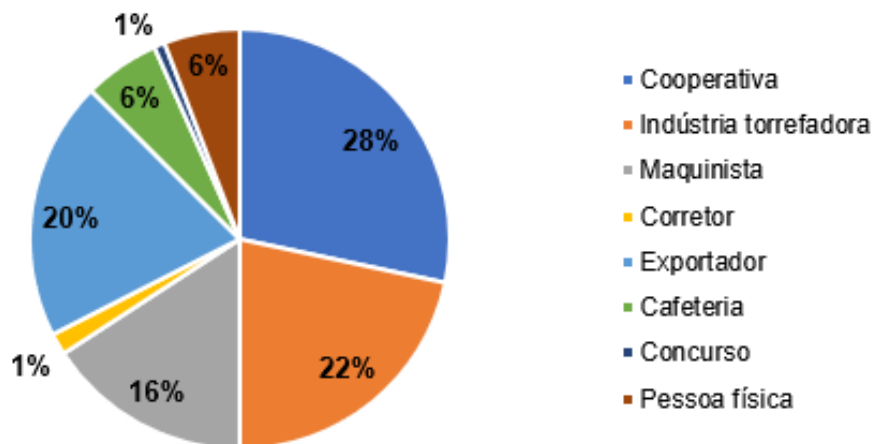


Gráfico 02: Tipo de comprador de cafés no Paraná
Fonte: dados primários

A partir dos dados coletados, foi possível observar que o café é, majoritariamente (65%) comercializado beneficiado, ou seja, café com apenas o grão cru, livre de casca e pergaminho. Outros 31% é comercializado em “coco”, ou seja, em seu estado antes da retirada da casca e pergaminho. Enquanto no primeiro caso o produtor é remunerado de acordo com a quantidade vendida de grãos de café, no segundo caso o preço é baseado em uma previsão de rendimento, ou seja, remunera-se pelo peso esperado de grãos após a limpeza. Nessa situação o comprador é o responsável pela limpeza do café, após a compra, mesmo que a remuneração em uma etapa anterior com base em uma previsão, podendo gerar problemas em termos de competitividade para a cadeia.

Condição do grão

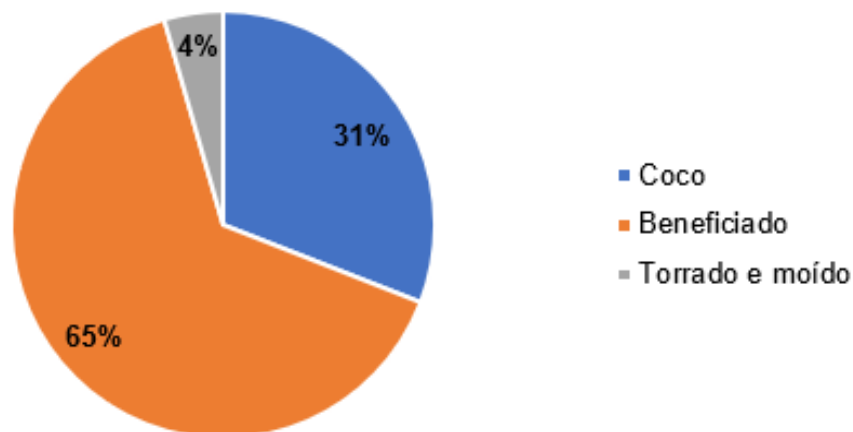


Gráfico 03: Condição do café comercializado

Fonte: dados primários

Com relação ao preço de venda, os dados apontam que o café foi vendido à uma média de R\$ 501,21 por saca com 60kg de café beneficiado. Identificou-se que há compradores que remuneram acima de R\$700,00 por saca de 60kg de café beneficiado, podendo chegar a R\$ 1.500,00.

Apesar dos esforços em remuneração superior a depender da qualidade, verificou-se as transações se dão majoritariamente (98%) por meio do mercado *spot*. Nesse tipo de comercialização, as transações se dão basicamente em termos de preço e quantidade. Quando se trata de qualidade, ressalta-se que esse tipo de negociação pode gerar problemas em termos de remuneração, em grande parte relativos a assimetria de informações entre o produtor e o comprador.

Modos de Comercialização

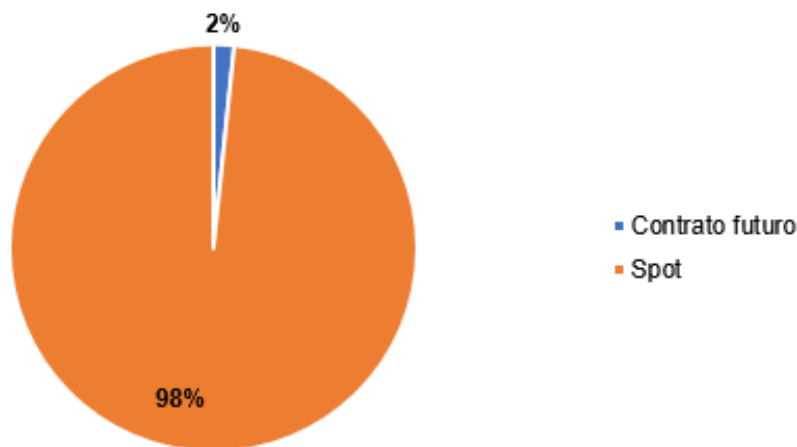


Gráfico 04: Modos de comercialização de cafés no Paraná

Fonte: dados primários

Diante disso, o estudo mostrou que há esforços e a presença de compradores dispostos a promover a produção com algum tipo de diferenciação, como mostra os preços elevados. Todavia, o estudo revela que prevalecem as negociações em termos de quantidade e preço, comprometendo a sobrevivência da cadeia de cafés com qualidade superior.

5 CONCLUSÕES

O objetivo do estudo consistiu em caracterizar os modos de comercialização dos produtores de café do estado do Paraná. O estudo mostrou que parte dos produtores comercializa com apenas um comprador e outra parte com dois ou mais, gerando indícios de comercialização com base em preço e quantidade.

Além disso, o estudo mostrou no Paraná os principais compradores são cooperativas e a indústria torrefadora, mas que há a presença de compradores dispostos a remunerar de acordo com a qualidade, como os exportadores, concurso e cafeterias. Ademais, o café é comercializado após o beneficiamento, minimizando possíveis problemas de remuneração por rendimento do café.

Observou-se ainda que o preço médio pago pela saca de 60kg de café beneficiado é de R\$501,21 e que há compradores disposto a remunerar em até três vezes mais. Contudo, o estudo mostra revela que apesar dos esforços para a qualidade, no Paraná predomina os modos de comercialização do tipo *spot*. Conclui-se que apesar da presença de compradores dispostos a remunerarem de acordo com a qualidade do produto, prevalecem os modos de comercialização via mercado *spot*, em que predominam as negociações por preço, indicando problemas de competitividade na cadeia.

Ademais, verificou-se que os diversos compradores são os responsáveis pela definição de preços, indicando uma possível assimetria de informação entre os agentes. Nesse sentido, estudos futuros podem gerar resultados importantes para a competitividade cadeia, tais como investigar a presença de assimetria de informação entre os agentes, e a existência de incentivos destinados à produção com algum apelo de diferenciação que não seja a remuneração superior. Além disso, estudar o impacto dos projetos sociais no modo de comercialização. Por fim, ampliar os estudos pensando nas outras regiões produtoras de café no Brasil podem gerar resultados para a coordenação da cadeia.

REFERÊNCIAS

BRONZERI, M.S.; BULGACOV, S. Estratégias na cadeia produtiva do café no norte pioneiro do Paraná: competição, colaboração e conteúdo estratégico. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v. 16, n. 1, p. 77-91, 2014.

CECAFE. Brasil exporta mais de 30,7 milhões de sacas de café em 2017. Disponível em: <https://www.cecafe.com.br/publicacoes/brasil-exporta-mais-de-307-milhoes-de-sacas-de-cafe-em-2017-20180116/>. Acesso em: 09 abr. 2019.

CENTRO DE ESTUDOS AVANÇADOS EM ECONOMIA APLICADA. **PIB do Agronegócio**. Disponível em: <http://www.cepea.esalq.usp.br/pib/>. Acesso em: 09 fev. 2019.

COASE, R. H. The nature of the firm. **Economica**, v. 4, n. 16, p. 386-405, nov., 1937.

EMATER. **Projeto café**. Disponível em: <http://www.emater.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=60>. Acesso em: 07 ago 2019.

FARINA, E. M. M. Q. Competitividade e coordenação de sistemas agroindustriais: um ensaio conceitual. **Revista Gestão & Produção**, v.6, n.3, dez 1999, pp.147-161.

IBGE. **Censoagro 2017 – Resultados preliminares**. Disponível em: https://censos.ibge.gov.br/agro/2017/templates/censo_agro/resultadosagro/agricultura.htm?localidade=41&tema=76252. Acesso em: 07 ago 2019.

MÉNARD, C. The economics of hybrid organizations. **Journal of Institutional and Theoretical Economics**, v. 160, n. 3, p. 345-376, 2004.

PEREIRA, V. F. et al. Riscos e Retornos da Cafeicultura em Minas Gerais: uma análise de custos e diferenciação. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 48, n. 3, p. 657-678, jul/set 2010.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

SAES, A. M. Do vinho ao café: aspectos sobre a política de diferenciação. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 36, n. 2, p. 7-19, fev., 2006.

SAES, M. S. M. A distribuição de quase-renda e a estratégia de diferenciação no café. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 11, n. 2, abr./jun., p. 151-171, 2007.

SAES, M. S. M. A. Rent appropriation among rural entrepreneurs: three experiences in coffee production in Brazil. **R.Adm.**, São Paulo, v.45, n.4, p.313-327, out./nov./dez. 2010.

SAES, M. S. M.; JAYO, M. Competitividade do sistema agroindustrial do café. In: FARINA, E. M. M. Q.; ZYLBERSZTAJN, D. (Ed.). **Competitividade no agribusiness brasileiro**. São Paulo: Pensa/FIA/FEA/USP, 1998.

UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE. **Foreign Agricultural Services**.

Disponível em: <http://apps.fas.usda.gov/psdonline/psdQuery.aspx>. Acesso em: 09 fev. 2019.

United States of America: PB Printing, 1998.

VOTTA, T. B; VIAN, C. E; PITELLI, M. M. A desregulamentação no mercado de café torrado e moído e a emergência de campos organizacionais: uma análise prospectiva e uma agenda de pesquisa. In: 44 Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural (SOBER) Fortaleza, Ceará, Brasil: Universidade Federal do Ceará, 2006.

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

WILLIAMSON, O. E. Comparative economic organization: the analysis of discrete structural alternatives. *Administrative Science Quarterly*, v. 36, n. 2, p. 269 – 296, 1991.