



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA- UFPB
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS LETRAS E ARTES- CCHLA
DEPARTAMENTO DE MEDIAÇÕES INTERCULTURAIS- DMI
CURSO DE LÍNGUAS ESTRANGEIRAS APLICADAS ÀS NEGOCIAÇÕES
INTERNACIONAIS- LEA-NI

CRISLAINE DOS SANTOS MELO

VANTAGENS COMPETITIVAS DO SETOR CAFEIEIRO BRASILEIRO NO
COMÉRCIO EXTERIOR

JOÃO PESSOA

2023

CRISLAINE DOS SANTOS MELO

**VANTAGENS COMPETITIVAS DO SETOR CAFEIEIRO BRASILEIRO NO
COMÉRCIO EXTERIOR**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais da Universidade Federal da Paraíba, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Campus I, João Pessoa–PB, em cumprimento às exigências para a obtenção do Grau de Bacharel em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais, da Universidade Federal da Paraíba — Campus I, João Pessoa/PB

Orientadora: Profa. Talita Neves Bezerra da Silva

João Pessoa, 2023

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

M528v Melo, Crislaine Dos Santos.

Vantagens competitivas do setor cafeeiro brasileiro
no comércio internacional / Crislaine Dos Santos Melo.

- João Pessoa, 2023.

55f. : il.

Orientador: Talita Neves Bezerra da Silva.

TCC (Graduação) - Universidade Federal da
Paraíba/Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes,
2023.

1. Comércio exterior. 2. Café brasileiro. 3.
Exportação. 4. Setor cafeeiro. 5. Vantagens
competitivas. I. Silva, Talita Neves Bezerra da. II.
Título.

UFPB/CCHLA

CDU 339.5

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE MEDIAÇÕES INTERCULTURAIS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM LÍNGUAS ESTRANGEIRAS APLICADAS ÀS
NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova o Trabalho de Conclusão de Curso
**VANTAGENS COMPETITIVAS DO MERCADO CAFEEIRO BRASILEIRO NO
COMÉRCIO EXTERIOR**

Elaborado por
CRISLAINE DOS SANTOS MELO

Como requisito parcial para a obtenção do grau de
**BACHAREL EM LÍNGUAS ESTRANGEIRAS APLICADAS ÀS NEGOCIAÇÕES
INTERNACIONAIS**

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof.^a. Ma. Talita Neves Bezerra da Silva - DMI/UFPB

Orientadora

Prof.^a. Dra. Márcia Cristina Silva Paixão - DECOM/UFPB

Membro da banca examinadora

Prof. Dr. Roberto Vilmar Satur - DMI/UFPB

Membro da banca examinadora

João Pessoa, 12 de junho de 2023

DEDICATÓRIA

Este trabalho é inteiramente dedicado aos meus pais e à minha família. Eles são os maiores incentivadores das realizações dos meus sonhos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à Deus por me permitir realizar esse sonho “adolescente” que foram esses anos na UFPB, sei que esse degrau será apenas o primeiro de minha jornada.

Agradeço também de forma especial aos professores do curso que tanto contribuíram e contribuem para a minha jornada e de tantos outros universitários, transformando as nossas incertezas em esperança de um futuro melhor.

Agradeço de forma especial a professora Talita Neves, que durante minha jornada com esse trabalho, me guiou e incentivou, desde a escolha do tema, quando ainda nem era minha orientadora, até a conclusão do que até então era apenas um projeto, agradeço também por ela ter me mostrado um lado que eu nem sonhava gostar: o comércio exterior. Sou muito grata por todo suporte e apoio nesse período de leves surtos e desespero.

Agradeço também aos meus amigos e colegas de turma, os quais desde o início tornaram tudo isso mais leve e divertido, a presença de vocês durante a minha formação foi essencial.

De forma especial, gostaria de agradecer à minha família, que independente da situação nunca me deixou sozinha, estiveram sempre comigo, principalmente minha avó, D. Maria, que tanto vibra e reza pelas minhas conquistas, saiba “mamãe fia” que a senhora é uma das minhas maiores forças e que essa nossa conquista é apenas o início de várias outras.

*“É incrível como o mundo começa a mudar através dos olhos de uma xícara
de café.”*

(Autor Desconhecido)

FOLHA DE IDENTIFICAÇÃO

Instituição	UFPB – Universidade Federal da Paraíba
	Endereço: Prédio da reitoria – Campus I - UFPB - Cidade Universitária- Cep: 58059-900 - João Pessoa – PB (Brasil) Site: < http://www.ufpb.br >
Dirigentes	Reitoria Reitor: Prof. Dr. Valdiney Veloso Gouveia Vice reitoria : Prof ^a . Liana Filgueira Albuquerque Pró-Reitoria de Graduação (PRG) Pró-Reitor(a): Prof(a). Dr(a).Silvana Carneiro Maciel Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA) Diretor: Prof. Dr. Rodrigo Freire de Carvalho e Silva Vice-diretor: Prof. Dr. Marcelo Sitcovsky Santos Pereira Departamento de Mediações Interculturais (DMI) Chefe: Prof ^a . Dra. Camila Nathalia de Oliveira Braga Vice-chefe: Profa. Dra. Ana Cristina Bezarril Cardoso Curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais (LEA-NI) Coordenador: Prof. Dr. Roberto Vilmar Satur Vice Coordenadora: Prof ^a . Dr ^a Ángela María Erazo Munoz
Trabalho de Conclusão de Curso	Título: Vantagens competitivas do setor cafeeiro brasileiro no comércio exterior Vínculo: Trabalho de Conclusão de Curso Professor Responsável: Prof. Ma. Talita Neves Bezerra da Silva
Execução	Orientador: Talita Neves Bezerra da Silva Aluna: Crislaine dos santos melo

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	16
1 JUSTIFICATIVA.....	20
2 OBJETIVOS.....	21
3.1 OBJETIVO GERAL.....	21
2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	21
3 METODOLOGIA.....	22
4 PRIMÓRDIOS DO CAFÉ NO BRASIL.....	24
6 CONTRIBUIÇÃO DO CAFÉ PARA A ECONOMIA BRASILEIRA.....	32
8 TEORIA DAS VANTAGENS COMPARATIVAS.....	38
9 VANTAGENS COMPETITIVAS DO MERCADO CAFEIEIRO BRASILEIRO.....	40
9.1 CLIMA E SOLO FAVORÁVEIS.....	40
9.2 INFRAESTRUTURA LOGÍSTICA.....	42
9.3 VARIEDADE DE ESPÉCIES E CULTIVOS.....	43
9.4 DIVERSIDADE REGIONAL.....	44
9.5 SUSTENTABILIDADE.....	45
10 OS CONSÓRCIOS COMO ESTRATÉGIA PARA O AUMENTO DA COMPETITIVIDADE DO SETOR CAFEIEIRO BRASILEIRO.....	47
REFERÊNCIAS.....	51

LISTA DE SIGLAS

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

CNC - Conselho Nacional de Café

ABIC - Associação Brasileira da Indústria de Café

IBC - Instituto Brasileiro de Café

EMBRAPA - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

CECAFÉ- Conselho dos Exportadores de Café do Brasil

BSCA - *Brazilian Specialty Coffee Association*

BNB - Banco do Nordeste do Brasil

INCOTERMS - *International Commercial Terms*

FOB - *Free On Board*

COOPERCAM - Cooperativa dos Cafeicultores de Campos Gerais e Campo do Meio

EMATERDF - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Distrito Federal

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Biomas Brasileiros.....	41
Figura 2 - Modelo de integração entre os agentes da cafeicultura brasileira, com base no Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café...	48

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Exportações brasileiras mensais de café.....	30
Tabela 2 - Principais Cultivares de Café arábica plantadas no cerrado.....	43

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Evolução do volume e receita cambial das exportações brasileiras de café- (últimos 5 anos)	31
--	----

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso tem como objetivo principal compreender o papel da exportação cafeeira na economia brasileira, analisando a influência das vantagens competitivas no mercado internacional. Além disso, busca abordar o desenvolvimento da economia brasileira por meio da exportação de café e definir as principais vantagens competitivas do complexo cafeeiro brasileiro. A pesquisa foi conduzida utilizando um método qualiquantitativo de caráter descritivo, bem como uma abordagem ex-post-facto. Essa metodologia permitiu a coleta de dados quantitativos e qualitativos, combinando informações estatísticas sobre o comércio exterior do café brasileiro com análises descritivas e interpretações de especialistas do setor. Os resultados obtidos revelam que o mercado cafeeiro brasileiro desempenha um papel fundamental na economia do país, sendo uma importante fonte de divisas e impulsionador do crescimento econômico. As vantagens competitivas, como a localização geográfica favorável, a capacidade de escala da produção, a diversidade de variedades de café e os investimentos em pesquisa e desenvolvimento, contribuem significativamente para o sucesso do Brasil como um dos principais fornecedores de café no comércio internacional. Espera-se que os insights e as conclusões apresentados contribuam para o desenvolvimento contínuo do setor cafeeiro brasileiro e para o fortalecimento da posição do Brasil como um protagonista no comércio mundial de café.

Palavras-chave: Comércio exterior. Café brasileiro. Exportação. Setor cafeeiro. Vantagens competitivas.



ABSTRACT

The main objective of this course completion job is to understand the role of coffee exports in the Brazilian economy, analyzing the influence of competitive advantages in the international market. In addition, it seeks to address the development of the Brazilian economy through coffee exports and to define the main competitive advantages of the Brazilian coffee complex. The research was conducted using a qualitative-quantitative method of descriptive character, as well as an ex-post-facto approach. This methodology allowed for the collection of quantitative and qualitative data, combining statistical information on the foreign trade of Brazilian coffee with descriptive analyses and interpretations by industry experts. The results obtained reveal that the Brazilian coffee market plays a key role in the country's economy, being an important source of foreign exchange and a driver of economic growth. Competitive advantages, such as favorable geographical location, the ability to scale production, the diversity of coffee varieties, and investments in research and development, contribute significantly to Brazil's success as a leading supplier of coffee in international trade. The insights and conclusions presented are expected to contribute to the continued development of the Brazilian coffee sector and to the strengthening of Brazil's position as a leading player in the world coffee trade.

Keywords: Foreign trade. Brazilian coffee. Exports. Coffee sector. Competitive advantages.

RESUMEN

El objetivo principal de este trabajo de fin de curso es comprender el papel de las exportaciones de café en la economía brasileña, analizando la influencia de las ventajas competitivas en el mercado internacional. Además, pretende abordar el desarrollo de la economía brasileña a través de las exportaciones de café y definir las principales ventajas competitivas del complejo cafetero brasileño. La investigación se realizó utilizando un método cualitativo-cuantitativo de carácter descriptivo, así como un enfoque ex-post-facto. Esta metodología permitió recopilar datos cuantitativos y cualitativos, combinando información estadística sobre el comercio exterior del café brasileño con análisis descriptivos e interpretaciones de expertos del sector. Los resultados obtenidos revelan que el mercado brasileño del café desempeña un papel clave en la economía del país, siendo una importante fuente de divisas y un motor del crecimiento económico. Las ventajas competitivas, como la ubicación geográfica favorable, la capacidad de escalar la producción, la diversidad de variedades de café y las inversiones en investigación y desarrollo, contribuyen significativamente al éxito de Brasil como proveedor líder de café en el comercio internacional. Se espera que las ideas y conclusiones presentadas contribuyan al desarrollo continuo del sector cafetero brasileño y al fortalecimiento de la posición de Brasil como actor principal en el comercio mundial del café.

Palabras clave: Comercio exterior. Café brasileño. Exportaciones. Sector cafetero. Ventajas competitivas.

RÉSUMÉ

L'objectif principal de ce travail de fin d'études est de comprendre le rôle des exportations de café dans l'économie brésilienne, en analysant l'influence des avantages concurrentiels sur le marché international. En outre, il cherche à aborder le développement de l'économie brésilienne par le biais des exportations de café et à définir les principaux avantages concurrentiels du complexe caféier brésilien. La recherche a été menée en utilisant une méthode qualitative-quantitative à caractère descriptif, ainsi qu'une approche ex-post-facto. Cette méthodologie a permis de collecter des données quantitatives et qualitatives, en combinant des informations statistiques sur le commerce extérieur du café brésilien avec des analyses descriptives et des interprétations d'experts de l'industrie. Les résultats obtenus révèlent que le marché brésilien du café joue un rôle clé dans l'économie du pays, étant une source importante de devises et un moteur de la croissance économique. Les avantages concurrentiels, tels qu'une situation géographique favorable, la capacité de produire à grande échelle, la diversité des variétés de café et les investissements dans la recherche et le développement, contribuent de manière significative au succès du Brésil en tant que fournisseur de café de premier plan dans le commerce international. Les idées et les conclusions présentées devraient contribuer au développement continu du secteur brésilien du café et au renforcement de la position du Brésil en tant qu'acteur principal du commerce mondial du café.

Mots-clés : Commerce extérieur. Café brésilien. Exportations. Secteur du café. Avantages concurrentiels.

INTRODUÇÃO

O Brasil tem uma longa tradição na produção e exportação de café, sendo reconhecido como um dos principais *players* do mercado cafeeiro global. Ao longo dos anos, o país tem se destacado pela qualidade de seus grãos, volume de produção e eficiência em todas as etapas do processo, consolidando sua posição como líder mundial na indústria cafeeira. De forma que pode ser considerado um dos maiores produtores de café existentes e provavelmente o maior exportador da iguaria no mundo (NAKAZONE, 2004). No decorrer deste trabalho, serão apresentados os aspectos que diferenciam e tornam o setor cafeeiro brasileiro referência mundial em relação a outros países.

Historicamente, foi a partir de meados do século XIX que as exportações brasileiras de tal *commodity* iniciaram principalmente devido a popularização do modal marítimo de transporte, facilitando o escoamento da mercadoria, resultando num processo de evolução e melhoramento imensurável de toda uma cadeia produtiva agrícola, para que os produtos germinados em terras brasileiras chegassem à mesa de outros países, estimulando assim ainda mais o cultivo desta semente no Brasil (SOARES, VIEIRA, 2008).

Seguindo essa linha de raciocínio, percebeu-se que o Brasil precisava aprimorar ainda mais seu processo produtivo, já que até então o fruto era cultivado em larga escala, mas o processo até a distribuição final ainda cercava-se de problemas. De forma que encontrou-se a necessidade de especialização aprofundada na produção do café, para que obtivesse um diferencial em relação a outros países produtores. Tais melhoramentos precisavam ser constantes já que o nível de exigência dos consumidores a cada dia aumentava, assim como a procura pelos produtos brasileiros, principalmente pelo café.

Por outro lado e também mais recentemente, no cenário internacional, a comercialização do café desempenha um papel significativo na economia global, movimentando bilhões de dólares anualmente. Nesse contexto, o mercado cafeeiro brasileiro se destaca pela obtenção de vantagens competitivas que o diferenciam dos demais países produtores, impulsionando suas exportações e fortalecendo sua posição no comércio exterior (SOARES, VIEIRA, 2008).

Desta forma, Adam Smith (1985), inicialmente publicado em 1776, apresentou a teoria das vantagens absolutas, cuja compreensão é de que a vantagem absoluta de determinado país na produção é resultado de uma maior produtividade, em outras palavras são as vantagens formadas na especialização na produção de bens que são mais eficientes. E que posteriormente, Porter (1989), em sua contestação às teorias clássicas, trouxe o conceito de competição à discussão, de forma que são as características decisivas de um país que oferecem condições ao seu setor empresarial criar e manter a vantagem competitiva em determinadas áreas (COUTINHO ET ALL, 2006)

Desta forma, a fim de aprofundar o objeto de estudo, foi necessário examinar as pesquisas referentes as vantagens absolutas, identificando assim como surgiram, e de forma mais detalhada, de acordo com Smith (1985), aprender como elas funcionam na prática e como essas vantagens colocam o Brasil à frente dos outros países presentes no comércio exterior, trazendo destaque para a nossa economia e conhecimento a nível mundial.

Tendo em vista todo o contexto supracitado, foi utilizada a seguinte indagação para guiar esta pesquisa: Quais são as principais vantagens competitivas do mercado cafeeiro brasileiro que impulsionam suas exportações e fortalecem sua posição no comércio exterior?

Dessa forma, o presente trabalho buscou delinear a competitividade das exportações cafeeiras brasileiras no mercado exterior, para que seja possível entender melhor como o Brasil chegou ao topo do *ranking* da exportação de café, e o quanto a produção e exportação dessa *commodity* contribuiu para a economia brasileira desde o início de sua produção.

Este trabalho está dividido da seguinte forma: a introdução aborda a história e o impacto do café no Brasil, seguido das justificativas e dos objetivos gerais e específicos que possibilitaram a realização desta, bem como a metodologia utilizada no seu desenvolvimento. Na seção 4, sobre os primórdios do café no Brasil, foi explorada a trajetória dessa cultura no país, desde sua introdução até sua expansão e consolidação como uma das principais commodities agrícolas.

Na seção seguinte (5), são apresentadas as exportações brasileiras de café durante o início de 2023, com a análise de dados estatísticos e a identificação dos principais destinos de exportação. Em seguida, é abordada a contribuição do café

para a economia brasileira, considerando seu papel na geração de empregos, renda, PIB e balança comercial (6ª seção).

Na seção 7, discorre-se sobre vantagens competitivas, oferecendo uma visão geral desse conceito, contextualizando-o no mercado global e destacando sua relação com o setor cafeeiro. A teoria das vantagens comparativas será discutida na oitava seção, buscando entender como ela e as vantagens absolutas se relacionam, e como David Ricardo desenvolveu essa teoria, aprimorando ainda mais o que já se conhecia das vantagens competitivas.

Durante a 9ª seção, há uma concentração nas vantagens competitivas do mercado cafeeiro brasileiro, destacando as condições climáticas favoráveis, as variedades de café e a infraestrutura logística para a exportação. A 10ª seção explora o consórcio como estratégia para o aumento da competitividade do mercado cafeeiro brasileiro, examinando seu conceito e sua aplicação específica no setor, bem como os benefícios que pode proporcionar. E por fim, temos a conclusão deste.

1 JUSTIFICATIVA

O mercado cafeeiro brasileiro desempenha um papel de destaque no comércio internacional, tendo uma receita cambial de US\$ 604,5 milhões e 2,722 milhões de sacas de 60 kg em abril de 2023, segundo o CECAFÉ (2023), sendo um dos principais exportadores de café do mundo. No entanto, apesar da importância desse setor para a economia brasileira, há uma necessidade de aprofundar o entendimento sobre as vantagens competitivas que impulsionam o sucesso do mercado cafeeiro brasileiro no comércio exterior.

Esta pesquisa se justifica pela importância de identificar e analisar as principais vantagens competitivas do mercado cafeeiro brasileiro no contexto global. Compreender essas vantagens é fundamental para fortalecer a posição do Brasil como líder no setor cafeeiro e buscar estratégias que promovam o crescimento sustentável e a competitividade do setor.

Além disso, a pesquisa justifica-se pela lacuna existente na literatura acadêmica sobre o tema. Embora existam estudos que abordam a produção e o comércio de café, há uma carência de estudos específicos que investiguem as vantagens competitivas do mercado cafeeiro brasileiro no comércio exterior de forma abrangente e detalhada. Portanto, essa pesquisa busca preencher essa lacuna e contribuir para o avanço do conhecimento acadêmico nessa área.

Os resultados desta pesquisa são relevantes tanto para o meio acadêmico quanto para o setor cafeeiro brasileiro. Academicamente, o estudo proporcionará uma pesquisa aprofundada sobre as vantagens competitivas do setor cafeeiro brasileiro no comércio exterior, servindo como referência para pesquisadores e estudantes interessados no tema. No âmbito prático, os resultados poderão orientar produtores, exportadores, associações e formuladores de políticas na formulação de estratégias que maximizem as vantagens competitivas do mercado cafeeiro brasileiro e promovam o desenvolvimento econômico sustentável do país.

Portanto, a justificativa desta pesquisa reside na necessidade de ampliar o conhecimento sobre as vantagens competitivas do mercado cafeeiro brasileiro no comércio exterior, contribuindo para o fortalecimento do setor, aprimorando as estratégias de negócios e impulsionando o desenvolvimento econômico do Brasil.

2 OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GERAL

Este trabalho tem como objetivo identificar e analisar as principais vantagens competitivas do setor cafeeiro brasileiro no comércio exterior, investigando os fatores que impulsionam suas exportações e fortalecem sua posição como líder global na indústria cafeeira.

2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Entender o papel da exportação cafeeira na economia brasileira.
- Estudar a influência das vantagens competitivas no mercado internacional.
- Abordar o desenvolvimento da economia brasileira através da exportação de café.
- Definir e analisar e as principais vantagens competitivas do complexo cafeeiro brasileiro

3 METODOLOGIA

Primeiramente, no que diz respeito à pesquisa qualitativa, Gil (2021) afirma que esse método de pesquisa faz o uso de dados não numéricos, podendo ser caracterizada também como um tipo de pesquisa de baixa cientificidade, já que de forma mais direta, são através dos dados numéricos que as pesquisas se tornam mais claras e objetivas.

Logo em seguida, é possível identificar a pesquisa quantitativa, a mesma pode ser uma abordagem eficaz para investigar as vantagens competitivas do setor cafeeiro brasileiro. Ao utilizar métodos quantitativos, é possível colocar dados numéricos sobre diversos aspectos relevantes, como produção, exportação, mercado, preços, consumo, entre outros. Dessa forma, ainda segundo esse mesmo autor (GIL, 2021) a pesquisa qualitativa se refere também a qualquer tipo de pesquisa que produza resultados, porém que não haja resultados derivados de dados estatísticos.

Devido a utilização de materiais digitais, podemos também enquadrar esse trabalho como telematizado.

Gil (2021) diz também que a pesquisa qualitativa busca compreender e estudar o ambiente da vida real. Este trabalho foi realizado utilizando a abordagem qualitativa de pesquisa, a qual é de caráter exploratório, buscando familiarizar o problema com a realidade. Dessa forma, também torná-lo mais explícito ou de modo que construa hipóteses. Tendo em vista que é feito também o levantamento bibliográfico, houve um foco no início da produção cafeeira brasileira e no seu avanço no decorrer dos anos, tal qual as características e aspectos sobre vantagens competitivas e sobre o desenvolvimento das vantagens competitivas do mercado cafeeiro brasileiro em relação à outras potências mundiais da área.

Esta pesquisa também foi de caráter descritivo que tem seu foco voltado para a descrição das características de determinado fenômeno ou grupo social, assim como exploratória. Gil (2002) afirma que a pesquisa descritiva é um tipo de estudo que busca descrever e analisar características e fenômenos de forma objetiva e sistemática. Seu principal objetivo é identificar e compreender a natureza de um determinado fenômeno ou situação, sem interferir ativamente nele.

Nesse tipo de pesquisa, são coletados dados através de observações, entrevistas, questionários ou análise de documentos, com o intuito de descrever as características e relações existentes entre as variáveis estudadas. Os resultados obtidos na pesquisa descritiva são geralmente apresentados de forma quantitativa, por meio de gráficos, tabelas e estatísticas, permitindo uma análise mais precisa e uma interpretação dos padrões observados. (FONSECA, 2002)

Em suma, a pesquisa descritiva desempenha um papel fundamental na obtenção de informações detalhadas sobre determinado fenômeno, auxiliando na compreensão de sua natureza e na identificação de relações entre variáveis. Sua aplicação é ampla, sendo utilizada em diversas áreas do conhecimento, desde a ciência social até a pesquisa de mercado, contribuindo para o avanço do conhecimento e o embasamento de tomadas de decisão informadas. (GIL, 2021)

Seguindo este viés, tal tipo de pesquisa torna-se subjetiva ao que está sendo estudado, de modo que é erguido sobre a dinâmica e a abordagem do problema pesquisado, tendo como objetivo também descrever e decodificar de forma interpretativa de determinado sistema, sem que haja preocupação com a mensuração dos fenômenos. (GIL, 1999)

Como tratado anteriormente, por levantar fatos já acontecidos, os quais nem sempre é possível manipular as variáveis necessárias para o estudo, enquadramos este trabalho também como *ex-post-facto*. (FONSECA, 2002)

A pesquisa *ex-post-facto* segundo Fonseca (2002), é realizada após os acontecimentos dos fatos principais, nesse caso enquadramos, este método de pesquisa no levantamento relacionado aos primórdios e desenvolvimento do café no Brasil. Tendo em vista que tal abordagem reflete um tipo de pesquisa que busca analisar relações causais entre variáveis, mas em que o pesquisador não tem controle sobre a manipulação das variáveis independentes. Nesse tipo de estudo, o pesquisador observa e analisa eventos ou fenômenos que já ocorreram, buscando identificar possíveis relações de causa e efeito. (FONSECA, 2002)

Fonseca (2002) afirma também que ao contrário de um experimento controlado, onde o pesquisador manipula deliberadamente as variáveis independentes para observar seu efeito nas variáveis dependentes, na abordagem *ex-post facto*, as variáveis já foram naturalmente determinadas e o pesquisador busca entender as possíveis causas dos resultados observados.

4 PRIMÓRDIOS DO CAFÉ NO BRASIL

Matéria prima inicialmente vista na Etiópia, tal especiaria tornou-se mais conhecida mundialmente a partir do século XIX, tendo em vista que até então as pessoas a reconheciam como a “fruta” que em contato com a água tornava-se um líquido de cor escura e que por recomendações dos médicos da época era capaz de curar algumas doenças, ou moléstias como eram denominadas naquele período, principalmente as que afetam a flora intestinal (SOARES e VIEIRA, 2008).

Antes do conhecimento acerca da indústria do café solúvel no Brasil, se faz importante entender um pouco sobre como esse produto e como o mesmo adentrou o país e tornou-se um dos principais produtos exportados e que contribui muito para a somatória final do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro (BRANDÃO, *apud* LIMA e FERRAREZI, 2018, p. 03)

Muito embora a planta tivesse apenas chegado no Brasil posteriormente, a mesma ficou conhecidíssima no continente Asiático em 1616 e logo seu sucesso se espalhou também na Europa, tendo os holandeses como responsáveis pelo seu transporte. (RODRIGUES et al. 2015). Segundo a ABIC, foi a partir das experiências de produção das civilizações holandesa e francesa que resultaram tanto no transporte quanto na disseminação do café para outras colônias europeias, alcançando inúmeras fronteiras.

Até então misteriosa, esta erva detinha como recomendação médica o seu consumo similar a um “chá”, de forma a ser tomado o mais quente possível, até o limite suportado e em pequenos goles. Sua chegada ao Brasil foi oriunda da Guiana Francesa, mais precisamente em 1727, por meio de um sargento, cujo nome não é citado pela literatura, que fazia uma expedição naquele lugar. (SOARES; VIEIRA, 2008)

Durante esta expedição, foi realizada a prova da bebida no palácio do governador e, abismado com o sabor delicioso do líquido, o Sargento interessou-se em comprar tal ingrediente, porém, os governantes daquele lugar não estabeleciam relações comerciais com os portugueses. Foi através de Madame D’Orvilliers, *affair* do militar, que em um gesto galante resolveu presenteá-lo com cinco mudas de café, as quais se tornaram posteriormente o pontapé inicial dos cafezais brasileiros. (SOARES; VIEIRA, 2008).

Desta forma, as plantações de café iniciaram-se no Pará e apenas continuaram a atingir outras partes do Brasil. Segundo Soares e Vieira (2008), não houve uma demora prolongada para os cafezais alcançarem demais regiões brasileiras. Num primeiro momento, era possível encontrar lavouras no decorrer dos rios Negro e Madeira, e depois, haviam outras também nos estados de Minas Gerais e Rio de Janeiro.

A Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC) [s.d], afirma que mesmo com a produção cafeeira iniciando no norte do Brasil, não teve tanto sucesso da forma que esperavam e apenas após um longo tempo de espera pode se consolidar em outras regiões brasileiras.

Ao falar da expansão acelerada que ocorreu, é impossível não tratar das plantações do Rio de Janeiro e de Minas Gerais, cujos tamanhos chegaram a níveis gigantes. Naquele momento, então, passou-se a adoção da monocultura, em que, a partir daquele momento, os produtores precisavam ter controle da derrubada das matas para criação de espaços maiores para o plantio, além do controle sobre a mão de obra escrava que era o meio mais utilizado da época (SOARES; VIEIRA, 2008)

Quanto à chegada do café no Brasil, não podemos esquecer ainda de um marco extremamente importante para sua trajetória, que foi a vinda da família real, tendo em vista que o Brasil até então se detinha como colônia de Portugal. A corte teve um papel importantíssimo, pois após tal marco, o desenvolvimento da cadeia produtora se intensificou, já que os portos foram “abertos” para os “países amigos” (SECRETARIA DE TURISMO DE BOM JARDIM [s.d.]). A partir deste cenário, o café se tornava a principal fonte de riqueza de diversos fazendeiros que tinham controle sobre os c, quais. O fruto, que era tão conhecido e apreciado que após a independência do Brasil em 1822, tornou-se inclusive parte componente representativa da bandeira (ramo de café). (SECRETARIA DE TURISMO DE BOM JARDIM [s.d.]

Com os grandes barões da época e com a mão de obra escrava barateada, as enormes fazendas das autarquias cafeeiras cresciam cada vez mais, chegando até o latifúndio, onde enormes proporções e hectares de terras eram destinados apenas à produção de café, cada pedaço de terreno era destinado a uma diferente etapa de produção. (SECRETARIA DE TURISMO DE BOM JARDIM [s.d.]

Na região mineira o centro principal da produção cafeeira era a zona da mata, concretizando-se assim durante toda a segunda metade do século XIX até 1930. (SOARES; VIEIRA, 2008).

Apesar da mão de obra escrava ter se consolidado naquela época, a pressão externa tomou conta vindo principalmente da Inglaterra. A partir daí houve então a aprovação e instauração da lei Euzébio de Queiroz, a qual barrava a entrada de africanos no Brasil com a finalidade de escravatura. A seguir, um trecho da íntegra da lei Euzébio de Queiroz.

Dom Pedro, por Graça de Deos, e Unanime Acclamação dos Povos, Imperador Constitucional e Defensor Perpetuo do Brasil: Fazemos saber a todos os nossos Subditos, que a Assembleia Geral Decretou, e Nós Queremos a Lei seguinte.

Art. 1º As embarcações brasileiras encontradas em qualquer parte, e as estrangeiras encontradas nos portos, enseadas, ancoradouros, ou mares territoriaes do Brasil, tendo a seu bordo escravos, cuja importação he prohibida pela Lei de sete de novembro de mil oitocentos trinta e hum, ou havendo-os desembarcado, serão apreendidas pelas Autoridades, ou pelos Navios de guerra brasileiros, e consideradas importadoras de escravos. (BRASIL, 1850, p. 233)

A lei acima foi uma das mais importantes da época e de hoje em dia, é através dela que se assegura que seja proibida a entrada de escravos no Brasil, independente dos meios de transporte ou limitações territoriais.

A partir desse marco histórico cheio de representatividade e tantos outros acontecimentos, veio posteriormente a Lei Áurea, que assinada pela princesa Isabel trouxe a tão sonhada carta de alforria aos escravos da época.

A Princesa Imperial Regente", em nome de Sua Majestade o Imperador, o Senhor D. Pedro II, faz saber a todos os súditos do Império que a Assembléa Geral decretou e ela sancionou a lei seguinte:

Art. 1º: É declarada extinta desde a data desta lei a escravidão no Brazil.

Art. 2º: Revogam-se as disposições em contrário.

Manda, portanto, a todas as autoridades, a quem o conhecimento e execução da referida Lei pertencer, que a cumpram, e façam cumprir e guardar tão inteiramente como nella se contém.

O secretário de Estado dos Negócios da Agricultura, Comercio e Obras Públicas e interino dos Negócios Estrangeiros, Bacharel Rodrigo Augusto da Silva, do Conselho de sua Majestade o Imperador, o faça imprimir, publicar e correr." Dada no Palácio do Rio de Janeiro, em 13 de maio de 1888, 67º da Independência e do Império.

Prinzeza Imperial Regente. (BRASIL, 1888)

Surgiu a partir do dia 13/05/1888, a tão conhecida lei Áurea, proclamada pela princesa Izabel, que segundo a Constituição Brasileira (1888), declarou-se extinta a escravidão no brasil.

A cafeicultura, posteriormente com sua expansão, acaba se restringindo a parte sul da Zona da Mata, área onde era situada a divisa com a província do Rio de Janeiro, onde naquela época eram situados os municípios de Juiz de fora, Mar de Espanha, além de Paraíba e vários outros... A partir da década de 60, com o avanço do sistema de transporte viário, a expectativa era que o ramo cafeeiro crescesse ainda mais, já que a logística de cargas do produto faria com que a produção alavancar, assim como a comercialização. (SOARES e VIEIRA, 2008)

Segundo Soares e Vieira (2008), no vale do Paraíba fluminense, a produção cafeeira chegou a produzir mais da metade da quantidade de produção exportável do Brasil, entre as décadas de 1850 e 1870, mas a produção teve uma queda progressiva entre os anos de 1881 e 1890, sendo ultrapassada posteriormente pela produção paulista.

No fim do Século XIX, a queda progressiva ficou conhecida como queda do Vale do Paraíba. Há uma expressão popular que chega a expressar um pouco melhor o período de queda do café daquela região: "Se estiveres morto, pega o teu porco. Se estiveres quebrado, pega o teu gado. Mas com o café, não tenho fé" (FERNANDES, 2005).

Neste período foi criado o então acordo de Taubaté, o qual tinha por objetivo a criação de barreiras intervencionistas e o desencorajamento na criação de novas lavouras do fruto, para que assim estacionasse a queda e o setor cafeeiro não fosse tão afetado no mercado mundial. (SILVA; CORTEZ, 1998).

Basicamente, o convênio de Taubaté foi instituído pelos 3 maiores estados produtores da época (São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro), de forma simplificada, a medida estabeleceu um preço mínimo para o café, além de reter parte da produção correspondente ao excedente do consumo mundial. Na época, acreditava-se que uma sobretaxa garantiria o capital necessário para compra do produto no mercado interno. (NAGAY, 1999)

Com a famosa crise de 1929 e a queda drástica da bolsa de valores de Nova Iorque, as medidas protetivas instauradas por meio do convênio de Taubaté, já não eram mais efetivas, visto que as fontes externas de recursos eram extremamente escassas e a produção interna que pressionava cada dia mais chegava a superar o orçamento do Instituto do Café de São Paulo, dessa forma o caos era instalado no setor cafeeiro brasileiro (NAGAY, 1999)

Sendo assim, a produção de Ribeirão Preto tornou-se dividida, facilitando assim a compra para pequenos produtores, já que o produto era oferecido por um valor mais barato que o convencional (NAGAY, 1999)

Em 1930, o governo passou da esfera estadual para a esfera federal e assim como tantas outras áreas acabou refletindo a crise econômica em seu ramo resultando em mais meios de valorização da matéria prima. Surge então de um novo encontro com cafeicultores o CNC (Conselho Nacional do Café), onde juntos iniciam oficialmente as medidas decididas com a queima de todo o estoque da época (aproximadamente 78 milhões de sacas queimadas). (NAGAY, 1999)

Essa desagregação do capital agrário representado pelas grandes companhias produtoras de café, representou a saída do grande capital comercial da presença direta no processo de produção de café” (GONÇALVES, 1997 apud NAGAY, 1999).

Em 1952, foi criado o IBC (Instituto Brasileiro do Café), que, a partir da década de 60, foi o responsável por contribuir ainda mais com a planificação das plantações de café, sendo assim o órgão de normatização. Através da normatização e regulamentação por meio do IBC, foi possível modernizar a produção do plantio. (SILVA; CORTEZ, 1998).

O novo sistema cafeeiro mostra sua hegemonia a partir dos anos 70 com a erradicação do sistema improdutivo paulista, eliminando definitivamente os velhos

cafezais. A expansão produtiva do Paraná se dava através dos preços baixos de terra e com base em sua própria propriedade cafeeira. (NAGAY, 1999).

5 EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CAFÉ NOS PRIMEIROS MESES DE 2023

Segundo os dados estatísticos levantados pelo Conselho Nacional de Exportadores de Café (2023), no mês de abril de 2023, as exportações brasileiras de café tiveram uma queda significativa de 10,3% em relação ao mesmo mês do ano de 2022. Tendo um preço médio de U\$222,08 por saca (60Kg), gerando uma receita cambial de U\$604,5 milhões, tendo um recuo de 16,9% em relação ao ano passado.

TABELA 1- EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS MENSAIS DE CAFÉ (JANEIRO A ABRIL DE 2023)

Mês	Volume em sacas de 60 Kg						Exportações totais de café (sacas 60Kg)
	Robusta	arábica	Total café verde	Torrado e moído	solúvel	Total café industrializado	
Jan-2023	75.853	2.435.424	2.511.277	3.109	319.428	322.537	2.833.814
Fev-2023	87.500	2.058.344	2.145.844	3.878	287.786	291.664	2.437.508
Mar-2023	107.267	2.685.024	2.792.291	3.514	307.470	310.984	3.103.275
Abr-2023	123.356	2.271.932	2.395.288	2.627	324.265	326.892	2.722.180
Total período	393.976	9.450.724	9.844.700	13.128	5.238.949	1.252.077	11.096.777

Fonte: CECAFÉ (2023)

Entre janeiro e abril de 2023, o Brasil fez exportações brasileiras para 111 países, tendo como principal importador os Estados Unidos, adquirindo 2.051 milhões de sacas, um volume 19,2% inferior ao ano passado (2022) (CECAFÉ, 2023).

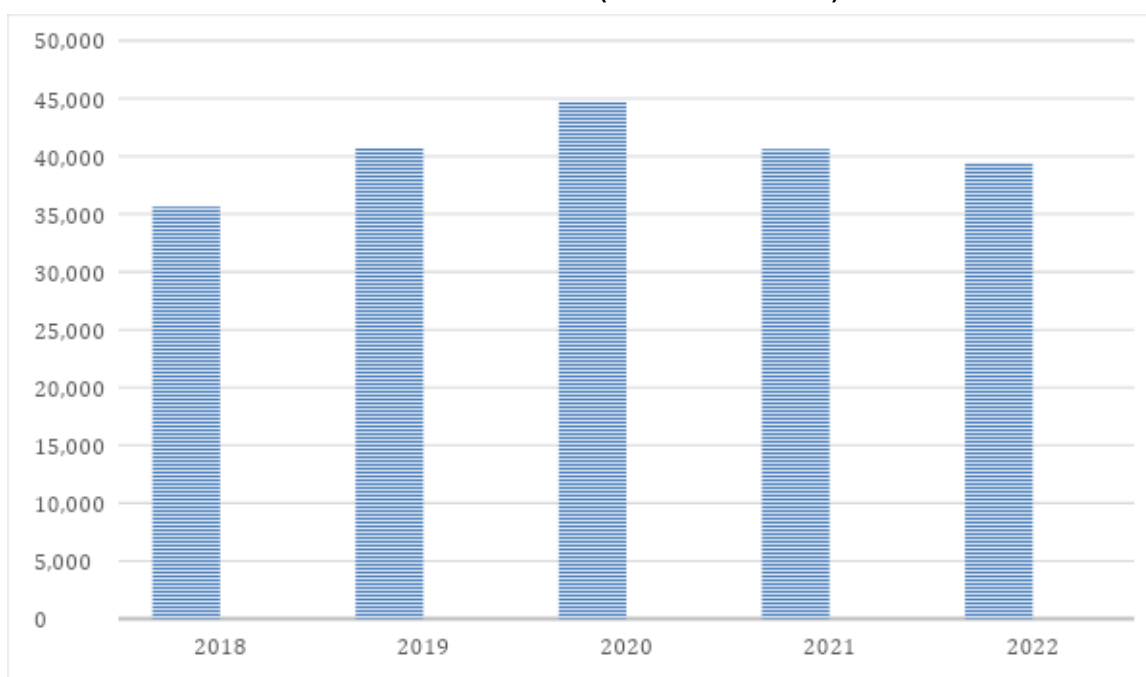
Em 2023, o porto de Santos segue como principal porto exportador de café no Brasil e em abril de 2023 exportou cerca de 77,7% da produção total do café brasileiro. (CECAFÉ, 2023)

Nesse mesmo ano, podemos notar que os principais destinos são os Estados Unidos e Alemanha, os quais receberam juntos cerca de 31,4% do volume exportado do país. Quanto aos portos de destino, os principais são os de Hamburgo na Alemanha e o de Nova Orleans nos Estados Unidos, tendo um preço médio de U\$222.71 por cada saca de 60kg no INCOTERM FOB¹ (Free On Board). (CECAFÉ, 2023)

¹ Contrato de frete o qual estabelece que a mercadoria deve ser entregue pelo vendedor no convés do navio em seu porto de origem, transferindo as responsabilidades do vendedor para o comprador. (COSTA, 2022)

Outra informação importante é que o café do tipo Arábica Brasileiro é o mais procurado pelos outros países, e conseqüentemente acaba por ser o procurado dentre as exportações nacionais. Este mesmo tipo de café foi também o mais exportado entre janeiro e abril de 2023, com um envio de aproximadamente 85,2% do total comercializado proveniente do Brasil.

GRÁFICO 1- EVOLUÇÃO DO VOLUME E RECEITA CAMBIAL DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CAFÉ - (ÚLTIMOS 5 ANOS)



Fonte: CECAFÉ (2023)

O gráfico 1 mostra a evolução do volume e da receita cambial das exportações de café de 2018 até 2022, é possível identificar que embora a quantidade de sacas de café tenha diminuído, ainda assim a receita cambial bateu um recorde, chegando à U\$9,24 bilhões, é possível comprovar a importância do café para a economia brasileira. (CECAFÉ, 2023)

Além do café arábica, o Brasil também comercializa outros tipos de café, como por exemplo o Conilon e outras ramagens existentes, nos últimos meses, o Brasil foi um forte exportador também dos “cafés sustentáveis”, que normalmente tem uma qualidade superior. Esses tipos de café foram responsáveis por 18,6% das exportações totais brasileiras entre os meses de janeiro a abril. (CECAFÉ, 2023)

6 CONTRIBUIÇÃO DO CAFÉ PARA A ECONOMIA BRASILEIRA

Embora o café não tenha sido fruto originário do Brasil, sua trajetória imponente transformou a economia brasileira, atualmente sendo consumido em quase todos os estabelecimentos e sempre presente na mesa de todos os cidadãos, o café se tornou um dos mais consumidos frutos. Podemos dizer, portanto, que este se tornou uma das *commodities* mais requisitadas do mercado exportador brasileiro, devido à grande variedade e também à qualidade deste produto.

Segundo o Instituto Brasileiro de café (IBC, [s.d]):

O café é uma das principais fontes de receita para o Brasil, sendo responsável por impulsionar o crescimento econômico, gerar empregos e contribuir significativamente para a balança comercial do país- Instituto Brasileiro do Café (IBC, [s.d.]).

Durante muito tempo, a produção de café foi se consolidando e com desenvolvimento de sua cadeia produtiva atualmente somos considerados o maior país exportador de café do mundo, assim também como maior produto, a partir daí podemos entender um pouco melhor a importância do café no meio econômico brasileiro, esta *commodity* traz importantes benefícios para o cenário econômico brasileiro, afinal através de todas as etapas da produção são gerados diversos empregos, assim como obtenção de renda e aumento do PIB do país. Segundo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento do Brasil:

A produção de café desempenha um papel estratégico na economia brasileira, contribuindo para a geração de renda, desenvolvimento regional e promoção do agronegócio nacional. - (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento do Brasil, [s.d])

Porém, sabemos que nem sempre foi assim e assim como qualquer outro ramo tudo a momentos de declínio, e o setor cafeeiro não foi diferente, com a crise de 1929, quando segundo Nakazone (2004) onde dentro daquele cenário mesmo com as quedas brutas de preço o café brasileiro seguiria como principal *commodities* exportada, porém não mais com o mesmo ritmo de produção registrado anteriormente, no início de suas exportações.

A partir da década de 30, do século XIX, o setor econômico brasileiro buscava novo produto para que fosse tido como o topo das exportações, topo este que até

então, era ocupado pelo açúcar e pelo ouro no período colonial. O café foi tido como o produto mais propício, tendo como principais vantagens o aumento da procura e consumo da então fruta, assim como as grandes extensões territoriais, as quais cercavam o Distrito Federal, assim como também a mão-de-obra escrava abundante. (NAGAY, 1999)

A expansão territorial das plantações de café, foi também um dos grandes marcos para o crescimento das exportações, a partir daquela época o café não era só encontrado nas terras fluminenses, mas era também encontrado em diversas outras partes espalhadas pelo Brasil como por exemplo Minas Gerais, São Paulo e algumas regiões de Goiás. Todo incremento e aumento da do consumo cafeeiro, aumentou não apenas a produção do produto, mas com ela também a evolução dos modais de transporte utilizados nas rotas cafeeiras.(NAGAY, 1999)

Segundo a ABIC [s.d], entre os séculos XVII e XVIII o café tornou-se a bebida predileta dos franceses, italianos e escandinavos, e tantos outros povos europeus.

O café brasileiro tem uma posição dominante no mercado mundial, destacando-se pela qualidade e diversidade de seus grãos, o que fortalece sua contribuição para a economia do país. - Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC, [s.d])

Seguindo esta afirmação da Associação Brasileira da Indústria de Café, é possível vermos o quanto nosso fruto é procurado no mercado internacional, seja pela qualidade dos grãos, os quais hoje são minuciosamente produzidos até mesmo pela diversidade, já que atualmente o Brasil produz inúmeros tipos de café.

Segundo Ministério do Turismo do Brasil [s.d], o café não contribui apenas para a situação econômica do país, contribui também para o setor turístico, já que muitos visitantes buscam aprender um pouco mais sobre o ciclo do café brasileiro, visitando assim, as grandes empresas produtoras de café, e as antigas fazendas produtoras, já que algumas hoje em dia, tornaram-se museus, instigando assim a visita nesses locais e o fluxo de turistas nessas regiões produtoras. Assim, "além de sua relevância econômica, o café brasileiro é um símbolo cultural e turístico, atraindo visitantes para as regiões produtoras e contribuindo para o desenvolvimento do ecoturismo e do turismo rural" (Ministério do Turismo do Brasil, 2017).

Segundo a EMBRAPA (2021), a produção de café atualmente em nome, contribui com cerca de 30% da produção mundial de sacas de café, gerando assim

de forma direta indireta cerca de 8 milhões de empregos dentro do Brasil. Atualmente todos o aporte tecnológico do mercado cafeeiro brasileiro é dado por associações e Instituições de pesquisa que estão alocados no Consórcio Brasileiro de pesquisa e desenvolvimento do café, o qual atualmente coordenado pela própria EMBRAPA.

Atualmente, segundo a EMBRAPA (2021), o fruto gera cerca de 26 milhões de sacas exportadas ao ano, sendo 2 bilhões de reais gerados anualmente, gerando assim uma contribuição para economia brasileira de cerca de 2% das exportações totais realizadas pelo Brasil. Envolvendo também aproximadamente meio milhão de pessoas no ciclo do café, cerca de 8% da população mundial.

7 VANTAGENS COMPETITIVAS: UM BREVE PANORAMA

Sabemos que quando pensamos em comércio de forma geral, qualquer ponto positivo acaba se tornando uma vantagem em relação aos concorrentes, levando em consideração esse conceito, chegamos assim também à ideia principal das vantagens competitivas.

Smith (1985) afirma que a sociedade sairá ganhando, quando cada país se especializar na produção de bens que for mais eficiente, aplicando assim no assunto tratado anteriormente o Brasil por exemplo deveria se especializar na produção de café.

Eis uma máxima que todo chefe de família prudente deve seguir: nunca tentar fazer em casa aquilo que seja mais caro do que comprar. O alfaiate não tenta fabricar seus sapatos, mas os compra do sapateiro. Este não tenta confeccionar seu traje, mas recorre ao agricultor para não tentar fazer nem um nem outro, mas se vale desses artesãos. Todos consideram que é mais interessante usar suas capacidades naquilo em que têm vantagem sobre seus vizinhos e comprar, com parte do resultado de suas atividades, ou o que vem a dar no mesmo, com o preço de parte das mesmas, aquilo de que venham a precisar. (SMITH, 1985 *Apud* COUTINHO *et al*, 2016, p. 102).

Segundo Mações (2017), a vantagem competitiva se dá propriamente dita quando determinados fatores, de determinado setor, empresa ou repartição gera uma vantagem, agregando assim valor, na verdade gerando um maior número de saídas em relação ao número de entradas.

Segundo esse mesmo autor, Mações (2017), esses fatores diferenciadores são provenientes das vantagens que a empresa consegue adquirir em relação aos seus concorrentes, nesse caso podemos tratar das vantagens competitivas do mercado cafeeiro brasileiro em relação a outras nações. As vantagens competitivas são atribuídas devido a fatores como: a produção e os investimentos, onde normalmente os fazem produzir determinado produto por um preço mais baixo, combinando seus pontos positivos para que obtenha lucros maiores.

De forma direta, os aspectos de valor que foram criados, são essenciais para o desenvolvimento e a sustentação da vantagem adquirida de um outro concorrente, então a princípio é necessário entender, como é possível agregar ou criar um valor para determinado segmento (PORTER, 1985 *apud* ITO *et al*, 2012).

Podemos citar como grandes exemplos as produtoras de carro, as quais estão sempre buscando inovações no mercado, para ter uma maior diferenciação de seu produto, a prova viva disso são os automóveis, cada vez mais tecnológicos e muitas vezes com recursos inesperados. Dessa forma cada empresa busca lançar em seus produtos diferenciais que atraiam os clientes, levando assim cada entidade a desenvolver vantagens competitivas sobre seus concorrentes (MAÇÃES, 2017).

Através desses recursos tecnológicos as grandes montadoras agregam valor aos seus produtos, nenhum consumidor no mundo globalizado em que vivemos deixaria de comprar um carro que estaciona sozinho para adquirir um carro que apenas conte com direção mecânica, ambos estando dentro de seu orçamento, assim como citado anteriormente, esses valores se tornam os diferenciais necessários para a conquista do cliente.

Sendo assim, Smith (1985) afirma que essa teoria se trata mais especificamente da comparação entre fornecedores e produtores de determinada mercadoria, onde a vantagem será fornecida àqueles que possuem os menores custos de produção, como também o menor número de horas de trabalho.

Desta forma, é importante lembrar que não basta apenas desenvolver uma vantagem competitiva sobre um concorrente, essa vantagem precisa ser sustentada durante toda a jornada, afinal sabemos que com a globalização e o desenvolvimento de tecnologias e do mundo, com tempo tudo acaba se tornando obsoleto. Essas vantagens que perdurou durante muito das vezes a existência da empresa, são chamados de vantagens sustentáveis (MAÇÃES, 2017).

Para Smith (1985), os países deveriam se especializar na produção de bens dos produtos que lhe concedem vantagens, tudo aquilo que for excedente de consumo interno na produção deve ser exportado para outros países e a receita deve ser utilizada para fazer importações de bens que são produzidos em outra nação.

Entretanto, podemos concluir que as vantagens competitivas não somente são fruto da diferenciação do produto, as vantagens competitivas são diretamente relacionadas ao valor que é atribuído ao produto e sua produção. (ITO *et al.* 2012, p. 13).

Smith (1985), no entanto, defende que nem sempre é necessário que o país tenha excedentes no comércio exterior para que as trocas comerciais internacionais

sejam de fato vantajosas. Até porque a troca natural e voluntária entre países dentro de uma operação comercial pode sim ser de grande valia para ambos, beneficiando todas as partes envolvidas.

Seguindo esse pensamento, Smith (1985) afirma que esse comportamento reforça ainda mais que o processo de troca entre os países eleva a capacidade de consumo, sendo assim, também afirma que o comércio exterior é uma forma de bem-estar para a sociedade.

No decorrer do tempo David Ricardo, outro famoso economista começou aprimorar essa teoria ao estender a possibilidade de ganhos de comércio para países que não possuem vantagens absolutas em relação a outros.

8 TEORIA DAS VANTAGENS COMPARATIVAS

No decorrer do tempo David Ricardo, outro famoso economista começou aprimorar essa teoria ao estender a possibilidade de ganhos de comércio para países que não possuem vantagens absolutas em relação aos outros. A partir daí, surgiu a vantagem comparativa que acaba refletindo o custo das oportunidades relativas, ou seja, é na verdade a relação entre as quantidades de um determinado produto que dois países precisam deixar de produzir para focar a sua produção em um outro bem.

Segundo COUTINHO *et al.* (2005), essa teoria que também ficou conhecida como teoria ricardiana afirma que as vantagens comparativas também chamadas de vantagens relativas são na verdade proveniente das diferenças de produtividade do fator trabalho para distintos produtos/bens.

Esta teoria por sua vez afirma que os países deveriam se especializar em produzir bens nos quais estivessem em vantagem comparativa ou seja aumentando sua produção interna. Pois assim a produção que não fosse vendida no mercado doméstico de determinado país deveria ser exportada. Adquirindo assim outros bens do mercado internacional a um preço menor do que seria utilizado para produzi-los internamente. (COUTINHO *et al.* 2005)

A Inglaterra exportava tecidos em troca de vinho porque, dessa forma, sua indústria se tornava mais produtiva; teria mais tecidos e vinhos do que se os produzisse para si mesma; Portugal importava tecidos e exportava vinho porque a indústria portuguesa poderia ser mais beneficentemente utilizada para ambos os países na produção de vinho. (RICARDO *apud* COUTINHO *et al.*, 2016, p.103).

Ao afirmar que um país com custos altos exporta artigos de algum tipo e mesmo que países pudessem produzir esses mesmos produtos com menos trabalho do que o primeiro acaba reforçando ainda mais a noção de Ricardo sobre o que são vantagens comparativas.

Apesar de tudo influenciar a importância teórica, o modelo clássico ainda assim teve muitas contestações. Young (1951, *apud* Coutinho *et al.*,2005) sugere que todas as críticas feitas em relação ao modelo clássico direcionam principalmente aos seguintes exemplos: a competição dentro de cada nação, a mobilidade disponível de trabalho e principalmente o capital entre os países.

Krugman e Obstfeld (2001, *apud* Coutinho *et al.*,2005) supõem que os erros das previsões que são inseridos no modelo ricardiano são as seguintes: (i) a nível elevado de especialização, o qual não é concreto no mundo real; (ii) os efeitos indiretos que o comércio Internacional causa na distribuição de riquezas dentro de um país, sendo assim pressupondo que esses países de forma geral sempre ganharão através do Comércio; e (iii) o fato de Ricardo ignorar o trabalho das economias de grande escala como um implicante do comércio, deixando assim possível a explicação de todos os grandes fluxos comerciais entre países, os quais normalmente são similares.

Contudo, embora as limitações apontadas em diversos estudos empíricos que têm confirmado prognóstico básico do modelo ricardiano, ou seja, as nações que tendem a exportar bens cuja produtividade na maioria das vezes é alta e importar aqueles nos quais a produtividade é baixa. (COUTINHO *et al.* 2005)

9 VANTAGENS COMPETITIVAS DO MERCADO CAFEIRO BRASILEIRO

De acordo com o que já foi visto até aqui, a partir de agora veremos detalhadamente quais são as principais vantagens que colocam o mercado do cafeeiro brasileiro à frente de outros países que também exportam café. A partir de agora sabendo o que são vantagens competitivas e como elas se concretizam dentro do mercado interno de uma nação ou até mesmo empresa, fica mais fácil identificar quais são as vantagens competitivas que o Brasil tem em relação a outros concorrentes.

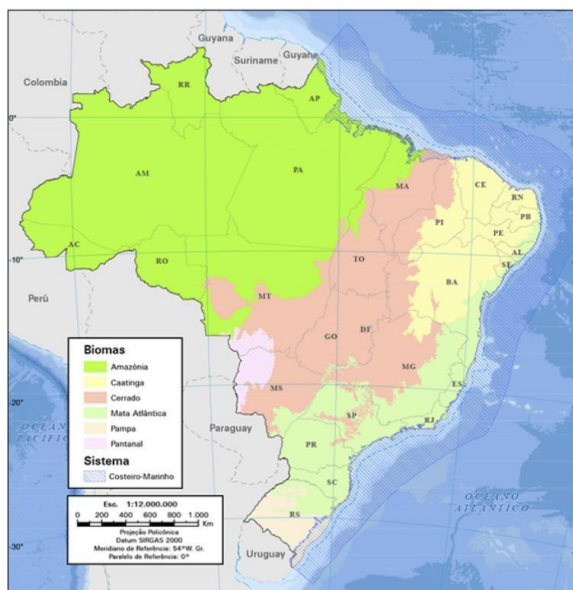
É notável que desde muito cedo, que o Brasil conta com diversos aspectos que o favorecem dentro do comércio internacional, considerando no caso o café, produto semeado e colhido dentro do país. Mesmo sendo originalmente de uma outra nação, o café se adequou tão bem às terras brasileiras que atualmente se tornou o favorito dentre as exportações brasileiras.

9.1 CLIMA E SOLO FAVORÁVEIS

Segundo a Embrapa (2021), as lavouras de café no Brasil em geral normalmente são sempre estabelecidas em áreas de solo entre baixa e média fertilidade, a pobreza desse solo basicamente expressa também a necessidade das plantas pelo fornecimento adequado de nutrientes e água o que exige que, os cafeicultores busquem formas ainda mais eficientes para correção da acidez assim como adubação do solo de suas lavouras.

Atualmente o principal bioma produtor de café é o Cerrado. Segundo Adriano Veiga (2021) pesquisador e especialista em cultivo de café da Embrapa, que o Brasil é o principal produtor e exportador de café considerando que o consumo da bebida aumenta cada vez mais, a procura por este produto tende a se manter em alta nos próximos anos. Porém o mesmo afirma que o que nem todos sabem é que o bioma Cerrado é muito propício para a produção do café.

FIGURA 1- BIOMAS BRASILEIROS



Fonte: IBGE [s.d.]

O mapa mostra a divisão dos biomas brasileiros entre os estados. Dessa forma podemos observar onde se concentra o cerrado, bioma favorável para a produção de café, embora no Brasil ainda uma parte dele segue forte na Zona da Mata em partes de: Minas Gerais, Espírito Santo, Bahia, Rio de Janeiro, São Paulo e Paraná; percebe-se uma migração para o Cerrado especialmente em partes de: Minas Gerais, São Paulo, Mato Grosso do Sul, Distrito Federal e Goiás.

Sabemos que o clima influencia diretamente a produção de determinado produto agrícola, dessa maneira é possível compreender como a produção cafeeira se estabelece. Os estados que tem como bioma predominante o cerrado, tem determinada vantagem em relação aos outros, por exemplo, atualmente a maior quantidade da produção do café está concentrada no estado de Minas Gerais devido aos seus fatores climáticos e por este estado ter o Cerrado em grande parte do seu território. (SANTANA *et al.*, 2021)

Por apresentar um clima predominantemente seco durante o inverno este bioma tornou-se favorável ao período de maturação do café, o qual normalmente exige umidade baixa para que seja possível garantir sua qualidade, explica dessa forma Coutinho do café Minelis.

Adriano Veiga (2021) ainda ratifica que a altitude que geralmente fica a um 1 mil metros acima do nível do mar contribui para que a produção, fique mais exposto

ao sol durante o dia e que tem a temperatura mais baixa durante o período da noite, o que resulta assim, em fotossíntese mais eficaz para o crescimento do plantio.

Segundo a Embrapa (2021) e a COOPERCAM (Cooperativa dos Cafeicultores de Campos Gerais e Campo do Meio, 2021), atualmente o Cerrado já conta com aproximadamente 40% da produção nacional de café, destacando o Distrito Federal por ter forte investimento em irrigação automatizada, dados esses que são apontados também pela Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Distrito Federal (EMATER-DF).

Dessa forma o Brasil se destaca por contar com boa parte do solo pertencentes ao bioma mais favorável para a produção de café, tornando assim este fato uma vantagem competitiva em relação aos outros países que também são produtores de café.

9.2 INFRAESTRUTURA LOGÍSTICA

Segundo Santos (2021), a modernização do setor logístico brasileiro com a implementação de ferrovias fez com que a movimentação da commodity (café) respondesse cada vez mais, proporcionalmente à quantidade movimentada por esse modal e tivesse assim uma maior rapidez e eficiência. Dessa forma o Brasil foi crescendo e se tornando cada vez mais o maior produtor exportador de café do mundo.

Segundo Cavaton (2020), o crescimento da exportação do café comprovou a constante evolução do fruto fazendo assim com que os números históricos fossem atingidos como por exemplo, no ano de 2009, no qual foram exportadas aproximadamente 40,6 milhões de sacas de café com 60 quilos, tendo assim um acréscimo de 3,9% perante o ano de 2018.

Atualmente, por mais que haja problemas em relação às estradas brasileiras com o modal rodoviário, este é que predomina dentro do transporte brasileiro, apesar do seu alto custo de frete e outros problemas, ainda assim isso não tem impedido de ser o modal mais utilizado dentro do país.

O maior porto exportador de café é o Porto de Santos, segundo o CECAFÉ (2020) o porto paulista embarcou cerca de 34,6 milhões de sacas, o que corresponde a 77,7% das exportações brasileiras de café.

Através dos dados apresentados pelo CECAFÉ (2023), por mais que ainda tenha problemas em relação a logística brasileira, a infraestrutura atualmente segue sendo uma das grandes vantagens competitivas do mercado cafeeiro brasileiro no comércio internacional, já que mesmo diante de todos os problemas, a logística, além dos percalços, segue sendo eficiente, levando café para mesa de milhões de pessoas, de forma eficiente.

9.3 VARIEDADE DE ESPÉCIES E CULTIVOS

Atualmente sabemos que a exigência dos clientes está cada vez maior, dessa maneira o Brasil se destaca no comércio internacional de café, através da variedade de frutos cultivados, esse ponto positivo, acaba permitindo uma maior flexibilidade da produção e atendimento das demandas dos consumidores, já que a variedade de frutas permite uma grande diversidade de sabores aromas e características sensoriais dos cafés oferecidos.

TABELA 2- PRINCIPAIS CULTIVARES DE CAFÉ ARÁBICA PLANTADAS NO CERRADO

Região	Cultivares
Quente (todos os meses do ano, com temperatura mensal média superior a 19°C)	Catuai vermelho IAC 144, IAC 44 E IAC 99 Catuai amarelo IAC 86, IAC 62 e IAC 47 Catuai vermelho MA 36/6, MA 20/15 E 785-15 Catuai amarelo MA 7/21 e MA 25 L
Média (2meses do ano geralmente junho e julho, com temperaturas médias inferiores a 19°C)	Catuai vermelho IAC 144, IAC 44, IAC 81, IAC 99 e IAC 15 Catuai amarelo IAC 86, IAC 62, IAC 47, IAC39 e IAC 100 Catuai vermelho MA 36/6, MA 20/15 E MA 785-15 Catuai amarelo MA 7/21 e MA 2 SL Tupí 1669 - 33 Acaiá 474 - 19 Topázio Rubi
Fria (4 meses do ano, geralmente maio, junho, julho e agosto, com temperaturas médias inferiores a 19°C)	Mundo novo IAC 379-19, IAC 515-3, IAC515-11 e IAC 515-20 Acaiá 474 – 19 Icatu amarelo 3282, está para sistemas que não sejam irrigados por pivô (convencional ou lepa) Catuai Vermelho IAC 144, IAC 99, IAC 15 e IAC 51 Catuai Amarelo IAC 86, IAC 100 e IAC 47

Fonte: SANTINATO et al., 2008

Atualmente o maior produtor de café do mundo (Brasil) tem como principal variedade produzida, o café Arábica, que é atualmente predomina dos Cafezais brasileiro. As variedades de café robusta são produzidas em menor produção principalmente no estado do Espírito Santo, os quais têm conquistado espaço em outras regiões do país, entretanto as variedades do café Arábica atualmente são conhecidas como fortes e marcantes e são os mais utilizados nos bens industriais. (PORTAL DO AGRONEGÓCIO, 2022)

A maior produção de café arábica segundo Santinato *et al* (2008), é da tipagem Catuaí Vermelho, já que é uma espécie de café de fácil produção, que precisa apenas das temperaturas acima de 19° C, a qual é facilmente alcançada no país.

Atualmente o Brasil também é destaque e referência na produção de cultivares, assim o país consegue obter as mudas mais produtivas, as mais adaptáveis e principalmente as mais resistentes a pragas, sem contar que os grandes Brasileiros normalmente resultam em bebidas características diversificadas (PORTAL DO AGRONEGÓCIO, 2022).

Segundo a Embrapa, 140 cultivares do país são apenas de café Arábica, das quais 40 são amplamente cultivadas. Entretanto existe uma ramificação dos cultivares de café arábica, são eles: Catucaí, Catuaí, Icatu, Mundo Novo e Bourbon

9.4 DIVERSIDADE REGIONAL

. A diversidade regional brasileira é uma das grandes características marcantes do nosso mercado cafeeiro, essa vantagem competitiva é extremamente significativa. Atualmente o Brasil conta com extensa variedade de regiões produtoras de café, porém cada um contando com suas particularidades e características únicas de solo, clima, altitude e principalmente cultura cafeeira. Atualmente essa diversidade acaba contribuindo para a produção de café com perfis sensoriais distintos e oferecendo uma ampla gama de opções aos seus consumidores. (MINISTÉRIO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA, 2022)

Segundo Banco do Nordeste do Brasil (2019), a produção cafeeira brasileira basicamente está concentrada no estado de Minas Gerais, o qual sozinho detém

cerca de 57,7% de toda a área e 49,8% aproximadamente a produção nacional do café.

O segundo maior produtor é o Espírito Santo com cerca de 19,9% de área e 27,4% de produção cafeeira. A Bahia é o quarto maior produtor nacional, respondendo por apenas 5,1% da área e 6,1% da produção nacional cafeeira, entretanto mesmo não sendo tão participativa na produção nacional, a produção baiana é extremamente relevante para o Nordeste, já que representa quase 100% de todo o total regional. O terceiro maior produtor nacional é o São Paulo e o quinto Rondônia companheiro assim os outros estados o Ceará, Pernambuco, Mato Grosso do Sul e Distrito Federal. (BANCO DO NORDESTE DO BRASIL, 2019)

9.5 SUSTENTABILIDADE

Segundo o Sebrae (2022), um dos principais diferenciais do produto é a cadeia produtiva de café sustentável a qual atualmente segue com regulamentações específicas, assim como recomendações exclusivas para o plantio, cuidados com a lavoura, colheita, armazenamento e torrefação.

Ainda segundo o Sebrae (2022) todas as exigências acabam favorecendo os pequenos e médios produtores, os quais conseguem ter o maior controle de todas as etapas da cadeia produtiva, cumprindo assim todas as exigências do mercado sustentável podemos incluir dentro desse contexto a produção de café orgânico, a qual é atualmente um nicho em extrema expansão.

Dentro do contexto da produção sustentável de café, inclui-se a criação dos processos de produção, serviços ou métodos que fazem a gestão como todo do negócio, com recursos inovadores, que trazem resultados positivos para a sociedade, com o meio ambiente. Como alguns exemplos, o Sebrae (2022) cita a redução de riscos ambientais, poluição e outros impactos negativos do uso de recursos.

Além do mais a relação entre a inovação e a sustentabilidade, com a chegada da globalização acaba sendo entendida como aquela que cria e agrega valor sem comprometer o equilíbrio entre os aspectos econômicos, ambientais e sociais das empresas produtoras de café, obviamente a consequência dessas atividades, e o

fortalecimento das vantagens competitivas e lucratividade do setor cafeeiro brasileiro no comércio internacional (SEBRAE, 2022).

Ainda segundo o Sebrae, toda a adoção de práticas que garantem a preservação de recursos hídricos, como por exemplo as ligações automatizadas, a biodiversidade e a qualidade do ar, assim como também a regulamentação quanto ao uso de agrotóxicos, fertilizantes são importantes e devem ser incentivadas e fazem o diferencial da produção e venda do produto sustentável. E contribui nesse sentido a gestão de resíduos, a qual atualmente com a gestão da tecnologia e ciência permite a produção de biofertilizantes. Afinal, incentivar e manter a sua produção cafeeira, dentro dos parâmetros ambientais e sustentáveis, faz com que o Brasil se mantenha competitivo em relação a outros países.

O SEBRAE aponta que além de toda a recomendação e regulamentação implementada na produção do café, as cooperativas e associações de cafeicultores também têm aderido ao modelo sustentável, o que aumenta ainda mais esse tipo de produção. Atualmente as produções dos cooperados podem ser de dois tipos sendo eles: 1) independente, modelo no qual o produtor realiza todos os ciclos da produção cafeeira; e 2) integrada, quando as etapas de produção são divididas dentro da cooperativa ou associação.

Para que os cafeicultores possam investir na produção sustentável, os mesmos precisam solicitar a certificação à ABIC- Associação Brasileira da Indústria do Café que reconhece as produções com selo “Cafés Sustentáveis do Brasil” (SEBRAE, 2022).

10 OS CONSÓRCIOS COMO ESTRATÉGIA PARA O AUMENTO DA COMPETITIVIDADE DO SETOR CAFEEIRO BRASILEIRO

A cadeia produtiva de determinado bem pode ser um fator primordial para a criação de vantagens competitivas para o mercado desse determinado produto. A cadeia produtiva é na verdade o roteiro que o produto segue desde o início de sua produção até a sua chegada ao consumidor final, dessa forma, portanto, a cadeia produtiva faz com que tenhamos uma visão mais clara de todos os aspectos de um produto (PORTER,1999 *apud* SLUSZZ;PEDROZO, 2005).

O desenvolvimento da cadeia produtiva do café brasileiro, reforça ainda mais que a cadeia produtiva cafeeira, deve ser bem clara e desenvolvida. Todas as etapas da cadeia produtiva, funcionam como uma sinfonia, cada etapa da cadeia depende da outra, e assim como na música ou em uma banda, se um dos instrumentos não vai bem, os outros também não estarão bem (PORTER,1999 *apud* SLUSZZ; PEDROZO, 2005).

Dessa maneira podemos entender que cada etapa da cadeia produtiva deve ser o máximo estudada, para que o desenvolvimento seja contínuo e que o ritmo não diminua ou pare, assim como a qualidade. Neste fluxo, é preciso que se tenha um vasto entendimento sobre o mercado, para que o produto passe por cada etapa da cadeia, seja ela produção, desenvolvimento, maquinário, tecnologia, logística e várias outras e obtenha êxito. (NEVES e LOPES, 2005 *apud* SLUSZZ; PEDROZO,2005).

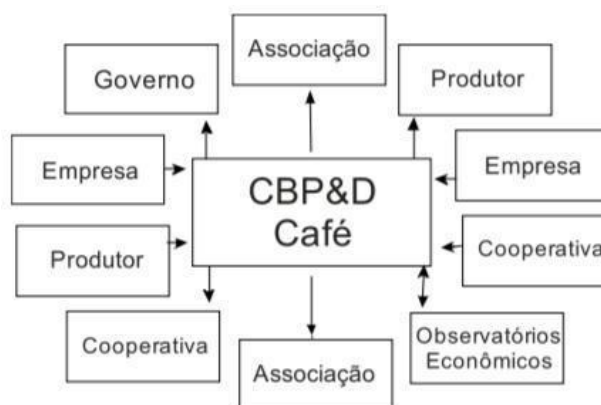
Dando início as exportações cafeeiras, o Brasil sofria com a cadeia produtiva mal organizada, O mercado internacional se tornava cada vez mais exigente, porém o Brasil não contava com a mão-de-obra qualificada, nem a padronização dos produtos e muito menos com qualidade. Dessa maneira aos poucos o país foi sentindo o reflexo do descaso LAPA,1998 *apud* SLUSZZ; PEDROZO, 2005).

Entretanto, a exigência dos consumidores, e a mudança dos hábitos de consumo dos clientes, obrigou o Brasil a transformar a sua cadeia produtiva, em um sistema inteligente e eficaz e dessa forma a cadeia brasileira foi tomando cada vez mais competitividade dentro do mercado. (LAPA,1998 *apud* SLUSZZ; PEDROZO, 2005).

O consórcio é um sistema utilizado para a capacitação de empresas, e até mesmo de nações, dependendo do segmento, que tem por objetivo capacitar alas,

para que tenha ainda mais vantagens competitivas. Essas capacitações ocorrem por meio de segmentos estratégicos e gerenciais nos quais são adquiridas com o tempo vantagens competitivas permanentes, como é o caso da inovação tecnológica. (CASAROTTO FILHO,2002 apud SLUSZZ; PEDROZO, 2005)

FIGURA 2- MODELO DE INTEGRAÇÃO ENTRE OS AGENTES DA CAFEICULTURA BRASILEIRA, COM BASE NO CONSÓRCIO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DO CAFÉ.



Fonte: Casarotto Filho (2002) *apud* Sluszz e Pedrozo (2005)

A imagem acima mostra como funciona a integração de tudo aquilo que compõe o consórcio, dessa maneira fica mais fácil entender como tal estrutura é benéfica para o comércio de café, a partir daí é possível enxergar melhor que toda a cadeia produtiva pode ser encontrada em um só lugar, facilitando o acesso à todas as partes.(SLUSZZ;PEDROZO, 2005)

O Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café, o qual acaba se tornando um facilitador para o setor cafeeiro, proporcionando tecnologia, o que diferencia ainda mais o mercado cafeeiro brasileiro com o de outros concorrentes, assim como também instiga o próprio comércio exterior do café brasileiro, já que acaba atraindo agentes econômicos e sociais que tenham ligação com a cafeicultura nacional.(SLUSZZ;PEDROZO, 2005)

11 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O mercado cafeeiro brasileiro tem se destacado como um dos principais atores do comércio exterior, apresentando uma série de vantagens competitivas que impulsionam o seu sucesso global. Neste trabalho, exploramos algumas dessas vantagens e seu impacto na posição do Brasil como um líder na indústria cafeeira.

Primeiramente, a localização geográfica do Brasil confere uma vantagem significativa ao país. Sendo o maior produtor e exportador mundial de café, o Brasil possui condições climáticas ideais para o cultivo do grão em diferentes regiões. Além disso, sua proximidade com os principais mercados consumidores permite a redução dos custos logísticos e de transporte, tornando-o um fornecedor competitivo.

Outro fator-chave é a vasta extensão de terras agricultáveis disponíveis no país. Com uma área territorial abundante, o Brasil tem capacidade para expandir sua produção de café, atendendo à crescente demanda global. Essa capacidade de escala aliada a modernas práticas agrícolas e tecnologia de ponta contribui para a produtividade e eficiência do setor cafeeiro brasileiro.

Além disso, o Brasil possui uma diversidade de variedades de café, oferecendo uma ampla gama de sabores, aromas e características sensoriais aos consumidores internacionais. Essa diversidade, combinada com a expertise dos produtores brasileiros, possibilita a oferta de cafés de alta qualidade, atendendo às exigências de um mercado cada vez mais exigente e sofisticado.

Outra vantagem competitiva relevante é a existência de instituições robustas de pesquisa e desenvolvimento, tanto públicas quanto privadas. Essas instituições têm investido em melhoramento genético, técnicas de cultivo sustentáveis e práticas de pós-colheita, resultando em avanços significativos na qualidade e na eficiência da produção de café no Brasil.

Além das vantagens relacionadas à produção, o país também possui um ambiente favorável para negócios internacionais. O Brasil é reconhecido pela sua legislação comercial estável, instituições regulatórias sólidas e uma infraestrutura adequada para a exportação de café. Isso proporciona confiança aos parceiros comerciais internacionais e fortalece a posição do Brasil como um fornecedor confiável e de alta qualidade.

No entanto, apesar de todas essas vantagens competitivas, o mercado cafeeiro brasileiro enfrenta desafios constantes, como oscilações no preço internacional do café, mudanças climáticas e questões relacionadas à sustentabilidade. Portanto, é essencial que o setor continue a investir em inovação, sustentabilidade e gestão eficiente para garantir a manutenção de sua posição de destaque no comércio exterior.

Em suma, as vantagens competitivas do mercado cafeeiro brasileiro no comércio exterior são resultado de fatores como localização geográfica favorável, capacidade de escala, diversidade de variedades, investimentos em pesquisa e desenvolvimento, além de um ambiente favorável aos negócios. A combinação desses elementos posiciona o Brasil como um dos principais fornecedores de café do mundo, atendendo às demandas e expectativas dos consumidores globais. No entanto, é fundamental que o setor cafeeiro esteja preparado para enfrentar os desafios em constante evolução, buscando sempre aprimoramento e sustentabilidade para manter sua posição de destaque no cenário internacional.

REFERÊNCIAS

A CHEGADA DO CAFÉ NO BRASIL. [s.l: s.n.]. Disponível

em: <<http://www.bomjardim.rj.gov.br/acervo/documento%20cafe%20brasil.pdf>>.

Acesso em 20/02/2023

ABIC. **Os primeiros cultivos do café.** Rio de Janeiro, 2009. Disponível

em: <<http://www.abic.com.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=38>>. Acesso

em: 08/05/2022.

ANDERSON, J. E. Trade. In: DARITY JUNIOR, W. A. **International Encyclopedia of the Social Sciences.** Nova Iorque: Macmillan Reference USA, 2008 *apud* VILELA e BRUCH

ANTONIO, M.; FILHO -FATEC, S.; LARA, R. **XII FATECLOG GESTÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS NO AGRONEGÓCIO: DESAFIOS E OPORTUNIDADES NO CONTEXTO ATUAL FATEC MOGI DAS CRUZES MOGI DAS CRUZES/SP -BRASIL A LOGÍSTICA CAFEIRA NO BRASIL NAS EXPORTAÇÕES PELO PORTO DE SANTOS.** [s.l: s.n.]. Disponível em:

<<https://fateclog.com.br/anais/2021/parte2/712-949-1-RV.pdf>>. Acesso em:

04/06/2023

As características e as vantagens da produção sustentável de café. Disponível em:

<<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/conheca-as-vantagens-da-producao-sustentavel-de-cafe,f5a7cbbd435ed410VgnVCM1000003b74010aRCRD#:~:text=A%20cadeia%20produtiva%20do%20caf%C3%A9,as%20exig%C3%AAs%20do%20mercado%20sustent%C3%A1vel>>. Acesso em: 22/05/2023.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil.**

Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

BRASÍLIA, R. J. DE. **Dia do Café: Cerrado tem condições propícias para cultivo do produto.** Disponível em:

<<https://jornaldebrasilia.com.br/brasilia/dia-do-cafe-cerrado-tem-condicoes-propicias-para-cultivo-do-produto/>>. Acesso em: 17/05/2023

Café no Brasil. Disponível em:

<<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/politica-agricola/cafe/cafeicultura-brasil>>. Acesso em: 18/05/2022

CAIXETA, Glória; TEIXEIRA, Zélia; LEITE, Carlos Antônio Moreira; DE OLIVEIRA, Antônio Moisés. **Tendências do mercado de café do Brasil.** Revista de Economia e Sociologia Rural, v. 27, n. 2, p. 173-196, 2019. Disponível em:

<<http://www.resr.periodikos.com.br/article/5da5909f0e8825873eba68e1>>. Acesso em: 05/01/2023

CHAGAS, Ivaldir Donizetti Das. **As Origens E História Do Café, Cultivares E Variedades**. Clube de Autores, 2011.

CONCEIÇÃO, Júnia Cristina Péres Rodrigues da; ELLERY JUNIOR, Roberto de Góes; CONCEIÇÃO, Pedro Henrique Zuchi da. **Cadeia agroindustrial do café no Brasil: Agregação de valor e exportação**. 2019. Disponível em: <https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/8105/1/Radar_n53_cadeia.pdf>. Acesso em: 12/01/2023

Costa, J. R. **A Aplicação dos Incoterms 2020 nos Contratos Internacionais** Internacional e Globalização Econômica, v. 9, n. 9, p. 1-16, 2022. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/DIGE/article/view/58640>>. Acesso em: 18/06/2022

Conheça a história do café no mundo e como o Brasil se tornou o maior produtor e exportador da bebida. Disponível em: <<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias/conheca-a-historia-do-cafe-no-mundo-e-como-o-brasil-se-tornou-o-maior-produtor-e-exportador-da-bebida>>. Acesso em: 09/03/2023

COUTINHO, E. S et al F. **From Smith to Porter: an analysis of foreign trade theories**. Revista de Gestão, [S. l.], v. 12, n. 4, p. 101-113, 2005. DOI: 10.5700/issn.2177-8736.rege.2005.36536. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rege/article/view/36536>. Acesso em: 07/06/2023.

CRESWELL, J. W. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

DE ESCRAGNOLLE TAUNAY, Afonso. **História do café no Brasil**. 1939. Acesso em: 12/01/2023

DE LIMA, Renato Xavier; JUNIOR, Edemar Ferrarezi. **A Indústria De Café Solúvel No Brasil**: um mercado em importante crescimento. Revista Interface Tecnológica, v. 18, n. 2, p. 430-442, 2021.

DE MELO, Jhonatan Rezende; DA SILVA, Nielson Fernandes Muri; DE SIQUEIRA NUNES, Neuza Maria. **Café: Origem E Contribuição Para A Economia Do Brasil**. 2018. Disponível em: <<http://multiplosacessos.com/multaccess/index.php/multaccess/article/view/60>>. Acesso em: 07/06/2022

DUTRA, D. **Relatório de exportações**. Disponível em: <<https://www.cecafe.com.br/publicacoes/relatorio-de-exportacoes/>>. Acesso em 07/06/2023

FASSIO, Levy Heleno; DA SILVA, A. E. S. **Importância econômica e social do café Conilon**. 2015. Disponível em: <<https://biblioteca.incaper.es.gov.br/digital/handle/item/694#:~:text=%C3%89%20not%C3%B3rio%20o%20destaque%20de,externas%20e%20arrecada%C3%A7%C3%A3o%20de%20impostos.>> Acesso em: 12/01/2023

FERNANDES, Aníbal De Almeida. **O Café e a Província Fluminense no Brasil dos Braganças**. Fevereiro de 2005. Disponível em: <<http://www.historianet.com.br.>> Acesso em 09/03/2023

FILETTO, Ferdinando. **Trajatória histórica do café na região sul de Minas Gerais**. 2000. Disponível em: <<http://www.sbicafe.ufv.br:80/handle/123456789/8356>> Acesso em: 12/01/2023

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FRANCK, Alison Giovani Schwingel et al. **Análise da competitividade do mercado exportador brasileiro de café**. Desafio Online, v. 4, n. 3, p. 1-21, 2016. Disponível em: <<https://desafioonline.ufms.br/index.php/deson/article/view/2669>>. Acesso em 05/06/2022

GIL, Antônio C. **Como Fazer Pesquisa Qualitativa**. [Digite o Local da Editora]: Grupo GEN, 2021. *E-book*. ISBN 9786559770496. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770496/>>. Acesso em: 05/06/2023.

GIL, Antônio Carlos. Como classificar as pesquisas? In:_____. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. cap. 4, p. 41-57.

INTERATIVOS, G.-S. **Quais os cafés mais produzidos no Brasil? Conheça 5 variedades**. Disponível em: <<https://www.portaldoagronegocio.com.br/agricultura/cafe/noticias/quais-os-cafes-mais-produzidos-no-brasil-conheca-5-variedades>>. Acesso em: 23 maio. 2023.

ITO, Nobuyuki et al. **Valor e Vantagem Competitiva: Buscando Definições, Relações e Repercussões** Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rac/a/VfrFBZ3ghxhqPYKSJRczwdQ/?format=pdf&lang=p>>. Acesso em: 05/03/2023

MAÇÃES, Manuel Alberto R. **Vantagem Competitiva e Criação de Valor - Vol II.** Grupo Almedina (Portugal), 2017. *E-book*. ISBN 9789896942229. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9789896942229/>>. Acesso em: 20/05/2023

MAMIGONIAN, Beatriz Gallotti. **A proibição do tráfico atlântico e a manutenção da escravidão.** In GRINBERG, Keila; SALLES, Ricardo (org.). *O Brasil Imperial*, v. I. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009. apud *Louise Gabler*

MILL, J. S. **Princípios de Economia Política** – Com algumas de suas aplicações à Filosofia Social. São Paulo: Abril Cultural, 1983. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/rege/article/view/36536/39257>>. Acesso em: 20/04/2023

NAGAY, J. H. C. **Café no Brasil: dois séculos de história.** UNICAMP, Instituto de Economia. 1999.

NAKAZONE, Douglas; SAES, Maria Sylvia Macchione. **O agronegócio do Brasil no mercado internacional.** Revista FAE Business, v. 9

NAVARRO, Renato et al. **Manejo do solo para o sistema de cultivo do café no Brasil.** Enciclopédia Biosfera, v. 18, n. 38, 2021.

PESSOA, Eneuton; MARTINS, Marcilene. Revisitando a teoria do ciclo do produto. **Revista de Economia Contemporânea**, v. 11, p. 307-329, 2007.

PINTO, Tales dos Santos. **"Raízes do café no Brasil"; *Brasil Escola*.** Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/historia/o-cafe-no-brasil-suas-origens.htm>>. Acesso em 17 de maio de 2023.

PORTER, M. E. (1985). **Competitive advantage.** New York: Free Press *apud ITO et al.*

PORTER, M. **Estratégias competitivas essenciais.** Rio de Janeiro: Campus, 1999.

RODRIGUES, Helena Leandro; DIAS, Frederico Divino; DE CARVALHO TEIXEIRA, Natália. **A Origem do Café no Brasil: A Semente Que Veio Para Ficar** Revista Pensar Gastronomia, v. 1, n. 2, 2015.

RONCON, Natalia. A importância do setor agrícola para a economia brasileira. **Fundação Educacional do Município de Assis-FEMA/IMESA. Assis**, p. 69, 2011. Disponível em: <<https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/0811260631.pdf>>. Acesso em 19/05/2023

SANTINATO, R.; FERNANDES, A. L. T.; FERNANDES, D. R. **Irrigação na cultura do café**. 2. ed. Belo Horizonte: O Lutador, 2008.

SANTOS, T. **Raízes do café no Brasil**. Brasil Escola. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/historia/o-cafe-no-brasil-suas-origens.htm>>. Acesso em: 20/03/2023.

SILVA, Lucas F.; CORTEZ, José G. **A qualidade do café no Brasil: histórico e perspectivas**. 1998. Disponível em: <<https://www.alice.cnptia.embrapa.br/bitstream/doc/84107/1/cc15n103.pdf>> Acesso em: 05/01/2023

SILVEIRA, Denise Tolfo; CÓRDOVA, Fernanda Peixoto. A pesquisa científica. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. p. 33-44, 2009.

SIMONE, M. et al. **ANÁLISE DE ASPECTOS DA PRODUÇÃO E MERCADO DO CAFÉ**. [s.l: s.n.]. Disponível em: <https://www.bnb.gov.br/s482dspace/bitstream/123456789/223/1/2019_CDS_106.pdf>. Acesso em: 21/05/2022

SLUSZZ, Thaisy; PEDROZO, Eugenio Avila. **Vantagens Competitivas Proporcionadas pelo consórcio brasileiro de pesquisa e desenvolvimento do café**. Teoria e Evidência Econômica, Passo Fundo, v. 14, n. 36, 2006. Disponível em: <http://cepeac.upf.br/download/rev_n27_2006_art2.pdf>. Acesso em: 17/05/2023

SOARES, Geísa Martins; VIEIRA FILHO, Nelson Antônio Quadros. **As fazendas dos barões do café no Brasil: patrimônio histórico rural e turismo**. Revista Reuna, v. 13, n. 3, 2008.

TAUNAY, Afonso E. **História do café**. Rio de Janeiro: DNC, v. 1941, p. 15, 1939. Disponível em: <<http://memoria.org.br/pub/00210/00210000r.pdf>>. Acesso em: 05/01/2023

VILLELA, Arthur Blois; BRUCH, Kelly Lissandra. **Ensaio sobre as teorias de comércio internacional**. 2018 Disponível em: <http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/5949/1/CAP09.pdf>. Acesso em: 07/05/2023