



ESCOLA DE ENGENHARIA INDUSTRIAL METALÚRGICA DE VOLTA REDONDA

CURSO DE GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE AGRONEGÓCIOS



Título: A cadeia produtiva de café *gourmet* e suas margens de comercialização: um estudo de caso na região Sul Fluminense

Aluna: Sandra Fernandes de Moraes

Orientadora: Aldara da Silva César

RESUMO

O Brasil é o maior produtor de café e o segundo maior consumidor, sendo essa cultura de grande importância econômica para o país. Atualmente, o café já deixou de ser apenas *commodity*, para também se transformar em produtos mais sofisticados. Essa mudança ocorreu por conta dos cultivos de café especiais e principalmente do café *gourmet*, que se apresenta como um segmento promissor. Este café especial se destaca por oferecer bebida com qualidade superior, cujo diferencial em relação ao café tradicional se deve a fatores como a colheita, manejo, variedades e bebida. Com essas mudanças na cultura cafeeira, novas estratégias foram adotadas, fazendo com que o café *gourmet* se tornasse uma alternativa mais lucrativa. A estratégia de diferenciação, adotada por esse segmento, atende a um nicho de mercado que aprecia a maior qualidade do café, justificando o ágio no preço desses produtos diferenciados. A presente pesquisa apresenta um estudo de caso na região sul fluminense, que compara as margens de comercialização dos cafés *gourmet* e tradicional ao longo da cadeia produtiva, isto é, desde o produtor rural até o consumidor final. Como resultado pôde-se verificar que a margem de comercialização do café *gourmet* foi superior em quase todos agentes da cadeia, em relação ao café tradicional no período de 2006-2011. No entanto, ao longo dos elos da cadeia produtiva, verifica-se que o *mark-up* do café *gourmet*, apresentou-se superior para todos os agentes envolvidos em relação ao café tradicional. No ano 2011, verificam-se alterações nas margens e no *mark-up* do café *gourmet* em relação ao café tradicional. Essa diferença é atribuída em partes, a presença de mais um agente no canal de comercialização. Embora o café *gourmet* proporcione uma maior rentabilidade em relação ao tradicional, a distribuição destes ganhos parece desproporcional, para o caso analisado.

Palavras-chave: cafeicultura, café tradicional, cafés especiais, *commodity*, estratégia de diferenciação