



Título: Estruturas de governança na cadeia produtiva do café: o caso Café Faraó

Aluno: Diogo Baliza Maia

Orientadora: Raquel Pereira de Souza

RESUMO

O Brasil é líder mundial na produção e exportação de café. Este setor é uma das principais atividades do agronegócio brasileiro, sendo o café o quinto produto mais exportado dentro deste segmento. Ao longo dos últimos anos, o consumo interno de café tem aumentado substancialmente, onde o consumo *per capita* no Brasil em 2010 passou a ser de 4,81 kg/ano de café torrado, uma marca recorde e, segundo as projeções para 2012 espera-se que o país seja não só o maior produtor e exportador de café do mundo, mas também o maior consumidor. O objetivo do presente trabalho foi investigar como as estruturas de governança estabelecidas pelas empresas processadoras de café têm se constituído como parte de sua estratégia competitiva, tendo como estudo de caso a empresa Café Faraó. Para isso foi feito levantamento de dados secundários a respeito de toda a cadeia produtiva do café no Brasil, dando ênfase as relações entre cada um de seus elos e, em seguida realizou-se um estudo de caso da empresa Café Faraó. Os resultados demonstram que as indústrias de torrefação têm duas opções ao adquirir sua matéria prima, a primeira negociar diretamente com produtores agrícolas, e quando optam por esta opção normalmente o fazem por meio de contratos que garantem segurança a ambas as partes e, como segunda opção negociar com cooperativas de produtores de café, onde as negociações são basicamente realizadas por meio do mercado físico. Já no momento de vender seus produtos ao segmento a jusante, essas indústrias normalmente se baseiam em vendas no mercado físico que permite a coordenação via preços. Quanto a sua estratégia competitiva notou-se que as torrefadoras de café que normalmente se baseiam em altas escalas produtivas e baixo custo. Ao analisar a empresa Café Faraó, percebeu-se que essa opta por negociar diretamente com produtores de café, estabelecendo contratos que podem ter suas características variadas de acordo com a situação do mercado, porém na comercialização de seus produtos finais, a empresa difere em parte do que é descrito na literatura, pois boa parte das vendas da empresa é baseada em contratos que visam trazer maior segurança à empresa e, apenas uma parte pequena é feita via mercado. Nota-se, portanto que tais estruturas de governanças são condizentes com as estratégias competitivas adotadas por este segmento, já que visam garantir o suprimento de matéria-prima para que a empresa seja capaz de operar em uma escala que lhe traga *status* de eficiência.

Palavras-chave: agroindústria, cafeicultura, comercialização, mercado