



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE AGRONOMIA E MEDICINA VETERINÁRIA
GESTÃO DE AGRONEGÓCIOS**

Renato Lima Viana

**A CONTRIBUIÇÃO DO FUNDO DE DEFESA DA ECONOMIA
CAFEEIRA (FUNCAFÉ) PARA O SEGMENTO DE CAFÉS
ESPECIAIS NO BRASIL**

Brasília/DF
Fevereiro / 2017

RENATO LIMA VIANA

**A CONTRIBUIÇÃO DO FUNDO DE DEFESA ECONOMIA CAFEIRA
(FUNCAFÉ) PARA O SEGMENTO DE CAFÉS ESPECIAIS NO BRASIL**

Monografia apresentada ao curso de Gestão de Agronegócios, da Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária da Universidade de Brasília (UnB), como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Gestão de Agronegócios.

Orientador(a): Prof(a). Dra. Mireya E.
Valencia Perafán

Brasília/DF

Fevereiro / 2017

FICHA CATALOGRÁFICA

Viana, Renato Lima.

A CONTRIBUIÇÃO DO FUNDO DE DEFESA DA ECONOMIA
CAFEEIRA (FUNCAFÉ) PARA O SEGMENTO DE CAFÉS
ESPECIAIS NO BRASIL / Renato Lima Viana. – Brasília – DF, 2017.
87 f.: il.

Monografia (Bacharelado em Gestão de Agronegócios) –
Universidade de Brasília, Faculdade de Agronomia e Medicina
Veterinária, 2017.

Orientação: Prof(a). Dra. Mireya E. Valencia Perafán.

1. FUNCAFÉ 2. Cafés Especiais

**A CONTRIBUIÇÃO DO FUNDO DE DEFESA DA ECONOMIA
CAFEIRA (FUNCAFÉ) PARA O SEGMENTO DE CAFÉS
ESPECIAIS NO BRASIL**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho
de Conclusão do Curso do aluno: Renato Lima Viana.

Prof(a). Dra. Mireya Eugênia Valencia Perafán
Universidade de Brasília / FAV /UnB
(Orientador)

Prof. Dr. Armando Fornazier
Universidade de Brasília / FAV /UnB
(Examinador Interno)

Prof (a). MSc. Andrea Restrepo Ramirez
Sebrae / Nacional
(Examinador Externo)

Brasília/DF
Fevereiro / 2017

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, a Universidade de Brasília pela contribuição na minha formação acadêmica, professores, em especial minha orientadora Dra. Mireya Eugenia Valencia Perafán, meus pais, amigos e todos aqueles que de alguma forma contribuíram para minha graduação.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço a Deus por ter me dado à oportunidade de entrar e concluir minha graduação em uma das Universidades mais conceituadas do País. A todos os professores do curso de Gestão de Agronegócios, em especial minha orientadora Dra. Mireya Eugenia Valencia Perafán, por toda entrega e comprometimento desde o primeiro momento que aceitou meu convite em me orientar na minha monografia, sem o seu conhecimento, paciência, conselhos e correções nada disso seria possível.

Aos meus pais que tiveram a missão mais difícil de me educar, com caráter, respeito e valores que desempenharam com tanto amor. Aos amigos que conquistei na Universidade, que caminharam junto comigo durante todo este período, em épocas de provas, trabalhos, festas. Aos velhos amigos que nunca me abandonaram e sempre estiveram do meu lado me apoiando e com toda certeza levarei para sempre em minha vida.

Aos familiares que mesmo de longe sempre me desejaram força, determinação e garra para vencer mais esta etapa. A todos envolvidos diretamente na minha pesquisa, agradeço a disponibilidade, carinho e ajuda. Aos gestores do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, a Associação Brasileira de Cafés Especiais, e todos aqueles que se dispuseram em contribuir de alguma forma no meu aprendizado, eu os digo o meu muito obrigado!

RESUMO

O Brasil é o principal produtor e exportador global de café, sendo ainda o segundo país no mundo que mais consome esse produto. No entanto, com a queda do preço do café *commodity* bem como a nova exigência dos consumidores por um produto de qualidade mais elevada surgiu a necessidade de se produzir e comercializar um produto com maior valor agregado, os cafés especiais. Sendo assim, o setor cafeeiro possui ainda uma política pública que atua diretamente na cafeicultura, o Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ), desse modo, buscou-se identificar a contribuição do FUNCAFÉ para o segmento de cafés especiais no Brasil, principalmente compreendendo a relação entre a gestão do fundo com os agentes envolvidos no segmento de cafés especiais. Através de uma pesquisa documental realizada a partir dos relatórios de gestão do FUNCAFÉ, desde 2003 até 2014, complementada pela realização de entrevistas semiestruturadas juntamente a agentes do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), constatou-se que os repasses do FUNCAFÉ elevaram-se consideravelmente, passando de R\$ 549,7 milhões em 2003 para R\$ 4,1 bilhões em 2014, sendo que os créditos para financiamento corresponderam a 99,91% do total dos repasses dos recursos do FUNCAFÉ no ano de 2014. Observou-se ainda que no ano de 2014 foram utilizados aproximadamente R\$ 642,9 mil na promoção e publicidade dos cafés especiais, ou seja, pouco mais de 60% do total de recursos destinados a promoção e publicidade do setor cafeeiro. A BSCA mostrou-se cada vez mais relevante para o segmento de cafés especiais, uma vez que teve contribuições significativas para complementação dos recursos empregados na promoção do produto em eventos internacionais relevantes para o segmento. Como sugestão de estudos futuros, afim de explorar mais o tema, sugere-se uma investigação mais profunda juntamente ao MAPA para identificar quantos produtores de cafés especiais receberam recursos do FUNCAFÉ bem como a representatividade dos mesmos, afim de investigar os recursos de créditos para financiamento direcionados ao segmento. Sugere-se também explorar mais o tema juntamente aos produtores de cafés especiais que receberam os recursos e até mesmo com a BSCA, para buscar maiores contribuições do FUNCAFÉ para o segmento de cafés especiais.

Palavras-chave: FUNCAFÉ, Cafés Especiais.

ABSTRACT

Brazil is the world's leading producer and exporter of coffee, and is the second country in the world to consume the most. However, with the fall in the price of coffee commodity as well as the new requirement of consumers for a product of higher quality, the need to produce and market a product with higher added value, specialty coffees. Therefore, the coffee sector still has a public policy that works directly in the coffee industry, the Fund for the Defense of the Coffee Economy (FUNCAFÉ), in this way, we sought to identify FUNCAFÉ's contribution to the segment of specialty coffee in Brazil, The relationship between the management of the fund and the agents involved in the specialty coffee segment. Through documentary research carried out from the FUNCAFÉ management reports, from 2003 to 2014, complemented by semi-structured interviews with agents of the Ministry of Agriculture, Livestock and Supply (MAPA), it was verified that the FUNCAFÉ onlendings increased From R \$ 549.7 million in 2003 to R\$ 4.1 billion in 2014, and the credits for financing corresponded to 99.91% of the total onlendings of FUNCAFÉ resources in 2014. It noted in 2014, approximately R\$ 642.9 thousand was used to promote and advertise specialty coffees, or slightly more than 60% of the total resources allocated to the promotion and publicity of the coffee sector. BSCA has become increasingly relevant to the segment of specialty coffees, since it has made significant contributions to complementing the resources used to promote the product at international events relevant to the segment. As a suggestion of future studies, in order to further explore the theme, a more thorough investigation with the MAPA is suggested to identify how many specialty coffee producers received FUNCAFÉ resources as well as the representativeness of these, in order to investigate the resources of credits for financing Targeted to the segment. It is also suggested to further explore the issue together with the producers of specialty coffees that have received the resources and even with BSCA, to seek greater contributions from FUNCAFÉ for the specialty coffee segment.

Key-words: FUNCAFÉ, Specialty Coffee.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Distribuição espacial das UFs produtoras de café no Brasil.....	23
Figura 2 – Modelo do selo de certificação da BSCA.....	32
Figura 3 – Tabela com a síntese da política agrícola brasileira.....	36

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Indicações Geográficas nacionais reconhecidas para café, até novembro de 2013.....	24
Quadro 2 – Fundos e Programas que Recebem Benefícios Financeiros e Creditícios.....	37
Quadro 3 – Principais medidas institucionais tomadas no mercado nacional.....	38
Quadro 4 – Principais medidas institucionais tomadas no mercado internacional.....	43
Quadro 5 – Fundamentações legais do FUNCAFÉ.....	48
Quadro 6 –	72

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Principais países produtores de café no período das safras 2011/12 a 2015/16 em milhões de sacas.....	20
Tabela 2 – Valores máximos de financiamento do FUNCAFÉ no ano de 2015...	56
Tabela 3 – Valores máximos de financiamento do FUNCAFÉ no ano de 2016...	57
Tabela 4 – Eventos de promoção de cafés especiais no ano de 2005 que receberam recursos do FUNCAFÉ.....	61
Tabela 5 – Eventos de promoção de cafés especiais no ano de 2006 que receberam recursos do FUNCAFÉ.....	62
Tabela 6 – Eventos de promoção de cafés especiais no ano de 2007 que receberam recursos do FUNCAFÉ.....	63
Tabela 7 – Eventos de promoção de cafés especiais no ano de 2008 que receberam recursos do FUNCAFÉ.....	64
Tabela 8 – Eventos de promoção de cafés especiais no ano de 2009 que receberam recursos do FUNCAFÉ.....	64
Tabela 9 – Eventos de promoção de cafés especiais no ano de 2010 que receberam recursos do FUNCAFÉ.....	65

Tabela 10 – Eventos de promoção de cafés especiais no ano de 2011 que receberam recursos do FUNCAFÉ.....	67
Tabela 11 – Eventos de promoção de cafés especiais no ano de 2012 que receberam recursos do FUNCAFÉ.....	67
Tabela 12 – Eventos de promoção de cafés especiais no ano de 2013 que receberam recursos do FUNCAFÉ.....	68
Tabela 13 – Eventos de promoção de cafés especiais no ano de 2014 que receberam recursos do FUNCAFÉ.....	69

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Participação das UFs brasileiras na produção total de café na safra 2015/16.....	21
Gráfico 2 – Percentual de produção do café arábica em relação ao robusta nos últimos cinco anos.....	22
Gráfico 3 – Exportações Brasileiras de Cafés Diferenciados em 2014 e 2015....	29
Gráfico 4 – Principais importadores de cafés diferenciados brasileiros.....	30
Gráfico 5 – Série Histórica (2003-2014) do montante de dotação orçamentária disponibilizado para o FUNCAFÉ em R\$.....	52

Gráfico 6 – Valores pagos pelo FUNCAFÉ na série histórica 2003-2014 em R\$.53

Gráfico 7 – Participação dos financiamentos no montante total dos recursos do FUNCAFÉ no período de 2003 a 2014.....54

Gráfico 8 – Série histórica dos financiamentos do FUNCAFÉ de 2003-2014 em R\$.....55

Gráfico 9 – Série histórica dos valores do FUNCAFÉ destinados a promoção do café brasileiro nos anos de 2003-2014 em R\$.....58

Gráfico 10 – Recursos destinados pela BSCA para a promoção dos cafés especiais brasileiros nos últimos 6 anos, de 2009 a 2014.....70

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIC	Associação Brasileira da Indústria de Café
ACE	<i>Alliance for Coffee Excellence</i>
ACENPP	Associação de Cafés Especiais do Norte Pioneiro do Paraná
AIC	Acordo Internacional do Café
ASSOCAFÉ	Associação dos Produtores de Café da Bahia
BSCA	Associação Brasileira de Cafés Especiais
CBP&D/Café	Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café

CECAFÉ	Conselho dos Exportadores de Café do Brasil
CFP	Companhia de Financiamento da Produção
CNC	Conselho Nacional do Café
CONAB	Companhia Nacional de Abastecimento
CPRs	Cédulas de Produto Rural
CREAI	Carteira de Crédito Agrícola e Industrial
DNC	Departamento Nacional do Café
EMATER-MG	Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
EPAMIG	Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais
EUA	Estados Unidos
FAC	Financiamento para Aquisição de Café
FUNCAFÉ	Fundo de Defesa da Economia Cafeeira
IAA	Instituto do Açúcar e do Alcool
IBC	Instituto Brasileiro do Café
IGP	Indicação Geográfica de Procedência
LOA	Leis Orçamentárias Anuais
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
NEI	Nova Economia Institucional
OIC	Organização Internacional do Café
PGPM	Política de Garantia dos Preços Mínimos
PNP&D/Café	Programa Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento do Café
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
SCAA	<i>Specialty Coffee Association of America</i>
SCAE	<i>Specialty Coffee Europe Association</i>
SCAJ	<i>Specialty Coffee Association of Japan</i>
SNCR	Sistema Nacional de Crédito Rural
UFs	Unidades Federativas

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 REFERENCIAL TEÓRICO	18
2.1 Setor Cafeeiro no Brasil	18
2.1.1 Cafés Especiais.....	25

2.1.1.1 Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA)	32
2.2 Instituições Atuantes no Setor Cafeeiro	33
2.2.1 Política Agrícola	34
2.2.2.1 Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ)	48
3 METODOLOGIA.....	51
4 RESULTADOS	53
4.1 Revisão dos Relatórios do FUNCAFÉ.....	53
4.2 Contribuições do FUNCAFÉ para o segmento de cafés especiais	60
4.2.1 Pesquisas e Capacitação Técnica	61
4.2.2 Promoção e Publicidade.....	62
4.3 Outros meios de contribuição para o segmento de cafés especiais.....	72
4.4 Percepções Sobre os Pontos Fortes e Fraquezas do FUNCAFÉ no Apoio ao Segmento de Cafés Especiais	73
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	76
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	79
APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA - FUNCAFÉ.....	88

1 INTRODUÇÃO

O café possui um papel extremamente relevante na história brasileira. Sua entrada ao país se deu pelo o estado do Pará no século XVIII (1727) e adaptou-se facilmente ao clima tropical. Cabe ainda ressaltar que, em 1830, o café já era o principal produto brasileiro na pauta de exportações (PRIMAZ, 2014)

O Brasil possui um parque cafeeiro estimado em 2,25 milhões de hectares, com aproximadamente 287 mil produtores (grandes e pequenos) em 1.900 municípios distribuídos por 15 unidades federativas. Para tanto, com as suas extensas dimensões continentais, o Brasil possui clima, vegetação e relevos favoráveis à produção em larga escala de café (MAPA, 2016a), o que torna esse produto fonte imprescindível de receita desses municípios ao gerar emprego e renda para diversos trabalhadores. Portanto, o café é considerado um dos principais produtos estratégicos do país (ZYLBERSZTAJN, 1993 *apud* PEREIRA, 2012).

A atividade cafeeira no Brasil é intensa, no ano de 2015, foram produzidas aproximadamente 43,2 milhões de sacas de café (CONAB, 2016). Este dado coloca o país como o maior produtor global do produto. Junto com isto, o Brasil também é o maior exportador global do produto, com aproximadamente 2.006.745 de toneladas em 2015 (ITC, 2016), sendo ainda o segundo país no mundo que mais consome café (MAPA, 2016a). Portanto, julga-se relevante que as políticas públicas para a economia cafeeira sejam consistentes a fim de garantir a produção, exportação e consumo em alto nível.

Entre algumas políticas públicas pode-se destacar o Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ) criado pelo decreto-lei nº 2.295/86 e estruturado pelo decreto nº 94.874/87. Este fundo se destina ao incentivo, produtividade, competitividade do setor, ao desenvolvimento de pesquisas, a qualificação de mão de obra, linhas de financiamento para custeio, colheita, estocagem e principalmente à publicidade e promoção dos cafés brasileiros, nos mercados interno e externo (MAPA, 2016a).

A gestão dessa política pública é realizada por parte do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Entre as finalidades do FUNCAFÉ, o desenvolvimento de pesquisas no setor tem grande relevância, e

geralmente é desempenhado pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), por intermédio da unidade Embrapa Café, que coordena o consórcio de pesquisa do café, apoiando o aumento da produtividade e competitividade na cafeicultura brasileira.

Vinculado a estas ações de fomento do café, cobra relevância o crescimento nos últimos anos do segmento dos cafés especiais. Isto é atribuído a que os consumidores de café estão buscando consumir um produto de melhor qualidade, aroma, sabor e produzido de forma sustentável. Para tanto, vale frisar que em 2006 os cafés especiais representavam cerca 12% do mercado internacional de café (BSCA, 2016b).

Ainda de acordo com a BSCA (2016c), além de fatores como qualidade, em termos financeiros os cafés especiais têm um sobre preço que varia entre 30% e 40% em relação ao café cultivado de modo convencional e vendido em forma de *commodity*, o que acaba por transformar as vantagens comparativas do país em vantagens que sejam consideradas competitivas (SAES, 2006).

A promoção do café brasileiro no mercado interno e externo se deu por meio de apoio financeiro e institucional do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). O FUNCAFÉ destina subsídio à propaganda do café brasileiro, representado por agentes do setor, entre eles a Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA). A BSCA foi fundada em 1991 por 12 produtores que objetivam a produção de café em alta qualidade, é uma sociedade civil sem fins lucrativos que agrega pessoas físicas e jurídicas no mercado interno e externo de cafés especiais, tendo ainda por finalidade através das pesquisas, difundir as técnicas de controle de qualidade e promoção dos produtos, elevando os padrões de qualidade do café brasileiro oferecido no mercado interno e externo (BSCA, 2016a).

Devido ao aumento do consumo de café julga-se necessário melhorar o *marketing*, publicidade e inovação, pois os consumidores atualmente possuem um grau de conhecimento mais elevado e valorizam um café de qualidade superior, que possuam certificados e possam ser considerados sustentáveis (SETTE; SANTOS; REIS, 2000; ABIC, 2016). A propaganda serve justamente para orientar e difundir conhecimento sobre um melhor produto no mercado, onde pode-se observar o caso de sucesso da campanha publicitária da marca Juan Valdez, onde atingiu-se o objetivo ao conseguir disseminar globalmente

que se identificasse o café da Colômbia como o de mais alta qualidade (SÓRIO, 2015).

Agentes envolvidos do setor entendem a importância de uma campanha de *marketing* bem elaborada para atingir novos consumidores. De acordo com a ABIC (2016) foram investidos de seus recursos próprios dois milhões de reais para desenvolver uma pesquisa com foco na pureza e qualidade do café especial brasileiro. A própria ABIC (2016) defende ainda que além de seus investimentos na promoção do café brasileiro, também devem ser destinados recursos para o segmento oriundos do FUNCAFÉ. Desse modo, os resultados dessas ações seriam positivos para todos os setores.

Portanto, **qual é a contribuição do FUNCAFÉ para o segmento de cafés especiais no Brasil?**

Para responder a questão-problema, ressalta-se que o objetivo geral desse trabalho é identificar a contribuição do FUNCAFÉ para o segmento de cafés especiais no Brasil, principalmente compreendendo a relação entre a gestão do fundo com os agentes envolvidos no segmento de cafés especiais.

A fim de alcançar o objetivo geral, destrincha-se os objetivos específicos da pesquisa:

- Revisar a trajetória do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ) a partir dos relatórios de atividades disponíveis;
- Identificar qual a contribuição do FUNCAFÉ para o segmento de cafés especiais;
- Investigar se existem outras maneiras de contribuição para o segmento de cafés especiais;
- Analisar a gestão do fundo identificando suas potencialidades e fraquezas;

Deste modo, este trabalho analisa a importância dos recursos do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ) para a demanda de cafés especiais no Brasil.

Com relação aos métodos e técnicas da pesquisa para atingir os objetivos do trabalho, foi realizada uma pesquisa qualitativa, sendo feita uma revisão bibliográfica sobre a trajetória do FUNCAFÉ a partir dos relatórios de

atividades fornecidos pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) desde o ano de 2003 até o último presente de 2014. Após a revisão bibliográfica dos relatórios, foram elaborados roteiros de entrevistas semiestruturadas que foram realizadas com os gestores do FUNCAFÉ alocados no MAPA, para complementar as análises das reais contribuições do FUNCAFÉ para o segmento de cafés especiais.

Em referência a estrutura e organização do trabalho o mesmo está estruturado em 5 (cinco) seções. A presente seção que apresenta inicialmente introdução e a contextualização da temática e do objeto de estudo, bem como sua problematização. Na segunda seção se apresenta e analisam os referenciais teóricos que fundamentam este estudo, contendo a discussão a respeito do setor cafeeiro brasileiro, cafés especiais, instituições atuantes no setor, além da política agrícola brasileira. A terceira seção explica os procedimentos metodológicos estabelecidos para operacionalização dos objetivos propostos para o estudo. Na quarta seção, são elencados os resultados e por fim, na quinta seção são apresentadas as considerações finais baseadas nos resultados encontrados.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta etapa do estudo busca-se fazer uma reflexão sobre as referências da literatura e o setor cafeeiro no Brasil, uma discussão sobre os cafés especiais. Aborda-se também alguns aspectos da Nova Economia Institucional, seguida pela política agrícola para enfim chegar a política pública (FUNCAFÉ) que é a base desse estudo e a relação existente com o segmento de cafés especiais no Brasil.

2.1 Setor Cafeeiro no Brasil

O café foi introduzido no Brasil em 1727 tendo como principal objetivo suprir o consumo interno do produto no país (LAPA; 1998; ALVES et al., 2011), teve suas primeiras mudas plantadas em Belém, no Estado do Pará e em seguida no Maranhão, posteriormente foi se expandindo para outros estados, como Rio de Janeiro, encosta da Serra do Mar, Vale do Paraíba, e continuou paulatinamente sua difusão por outros estados do país (ORMOND; PAULA; FAVERET FILHO, 1999; MARTINS, 2012).

Sabidamente, o Estado de São Paulo se tornou, por volta de 1860, o principal centro produtor de café do Brasil, pois, segundo Ormond, Paula e Faveret Filho (1999), o país viu no plantio do produto uma chance para superar a estagnação proveniente da queda de mercado da cana de açúcar e do algodão, que não conseguiam enfrentar a concorrência norte americana. Logo o café tornou-se o principal produto brasileiro em produção e também na pauta de exportação, reintegrando as linhas de expansão do comércio internacional, superando a fase de estagnação.

A produção de café, beneficiando-se do solo, do clima favorável, e do grande mercado consumidor estadunidense recém independente, teve rápida expansão no país, principalmente após a independência do Brasil, tornando-se o principal responsável das receitas cambiais do país. A partir de então a cultura do café apresentou ciclos que oscilavam entre crises e períodos de expansão, influenciadas pela economia mundial. A partir do século 19 a lavoura

de café já provia toda a riqueza do Brasil, o que se estenderia por mais algumas décadas (ORMOND; PAULA; FAVERET FILHO, 1999).

Além disso a influência da lavoura cafeeira não foi somente econômica, mas também política e social, como pode-se observar na política de café com leite, nos empregos gerados, no desenvolvimento do mercado interno e na formação de uma elite social formada pelos fazendeiros de café que comandavam a política no país (MARTINS, 2012). Foram desenvolvidas também novas tecnologias, maquinários, formas de produção que proporcionaram um crescimento expressivo para a produção do café. Conforme afirma Silva e Cortez (1998), durante a década de 1960, a produtividade foi praticamente o único indicador de eficiência econômica e comercial para a cafeicultura.

Posteriormente, na década de 1990, “o Brasil já era o maior produtor e exportador mundial de café” (VASCONCELOS; GROTH; RAZERA, 1992, p. 181) com uma produção na ordem de 24 milhões de sacas. Na virada do século o produto continuou com uma significativa participação na balança comercial brasileira e na fomentação do mercado interno, porém veio a enfrentar uma crescente concorrência com a Colômbia e países da América Central.

O Brasil é o principal produtor global, apresentando números crescentes ao longo dos anos e certa discrepância em relação aos demais países produtores, a Tabela 1 exibe os dados de produção do país além dos outros dois principais países produtores nos últimos cinco anos.

Tabela 1 – Principais países produtores de café no período das safras 2011/12 a 2015/16 em milhões de sacas

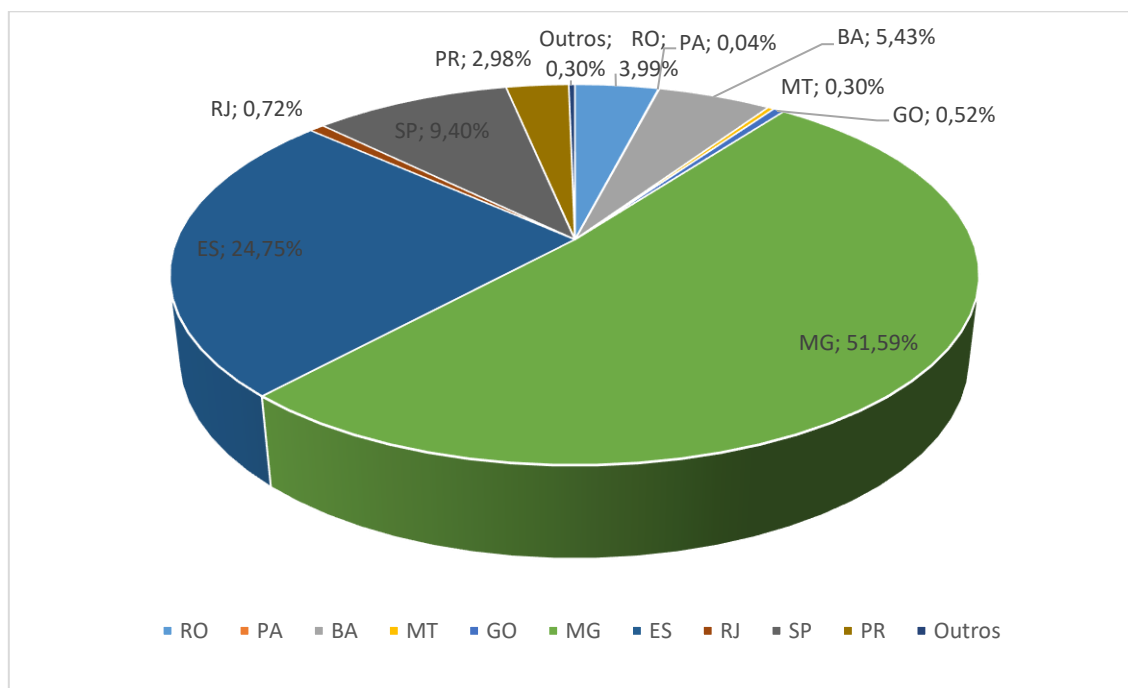
PAÍS	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16
Brasil	48,7	56,9	55,0	51,1	48,4
Vietnã	26,5	23,4	27,6	26,5	27,5
Colômbia	7,6	9,9	12,1	13,3	14,0

Fonte: OIC (2016).

Vale destacar que os três países em conjunto no último ano foram responsáveis por mais de 60,78% do total da produção global de café, sendo que somente o Brasil deteve a parcela de 32,71% da produção de café. Assim sendo, atualmente o produto é fonte imprescindível de receita para milhares de municípios, gerando emprego e renda para diversos trabalhadores (PEREIRA, 2012).

No Brasil a produção de café está espalhada por algumas Unidades Federativas (UFs), sendo que o Estado de Minas Gerais apresenta os melhores os melhores dados de produção, em torno de 22,3 milhões de sacas, de acordo com os dados da Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB, 2016). Sendo assim, esse Estado produziu pouco mais da metade (51,59%) da produção total de café brasileira, seguido pelos Estados do Espírito Santo e de São Paulo com 24,75% e 9,40% nas segunda e terceira posição respectivamente, o Gráfico 1 apresenta os dados da porcentagem de produção de cada UF brasileira na safra 2015/16.

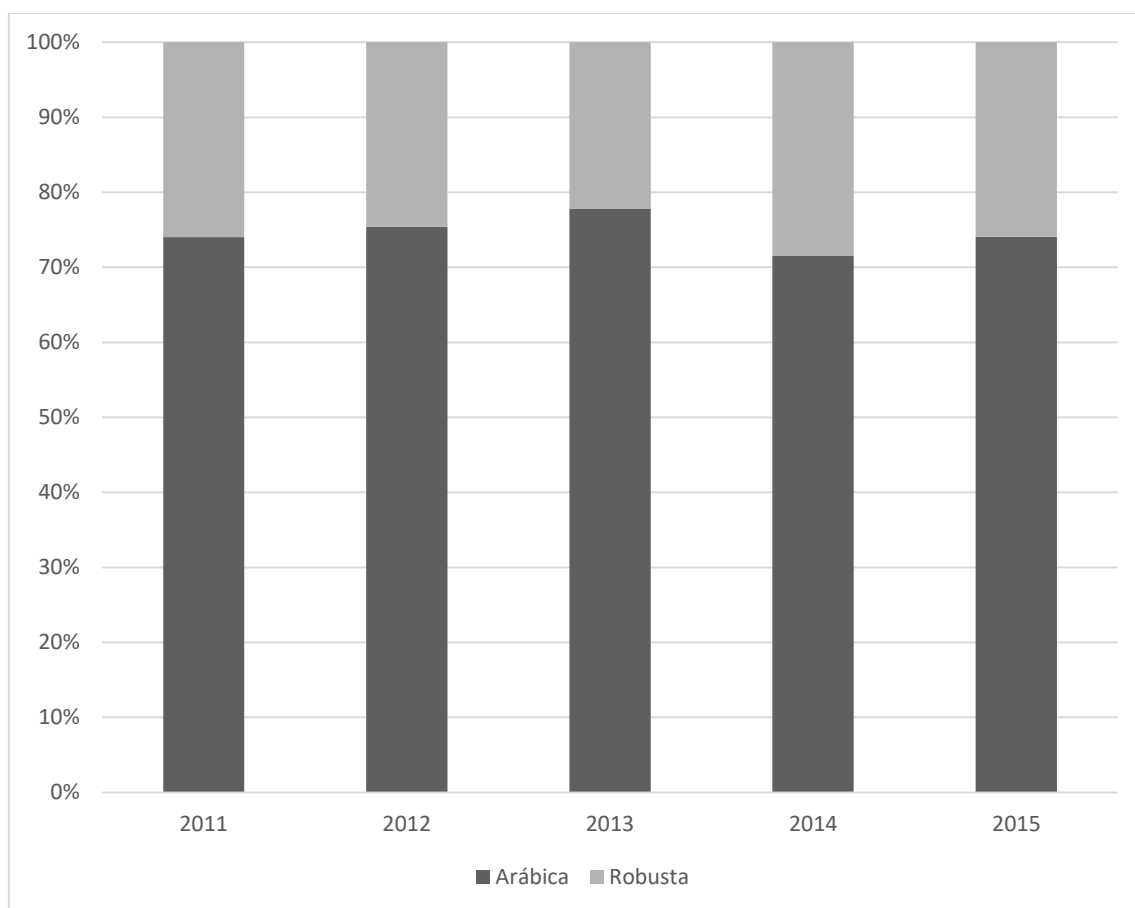
Gráfico 1 – Participação das UFs brasileiras na produção total de café na safra 2015/16



Fonte: Elaborado pelo autor com dados da Conab (2016).

O Brasil produz duas variedades de café, o Arábica e o Robusta (Conilon), o Gráfico 2 apresenta os dados da divisão percentual da produção de café entre as duas variedades nos últimos 5 anos, o que demonstra o predomínio do tipo Arábica, principal tipo plantado em Minas Gerais, maior UF produtora brasileira, e outras regiões em relação ao Robusta que é predominantemente plantado no Espírito Santo.

Gráfico 2 – Percentual de produção do café arábica em relação ao robusta nos últimos cinco anos



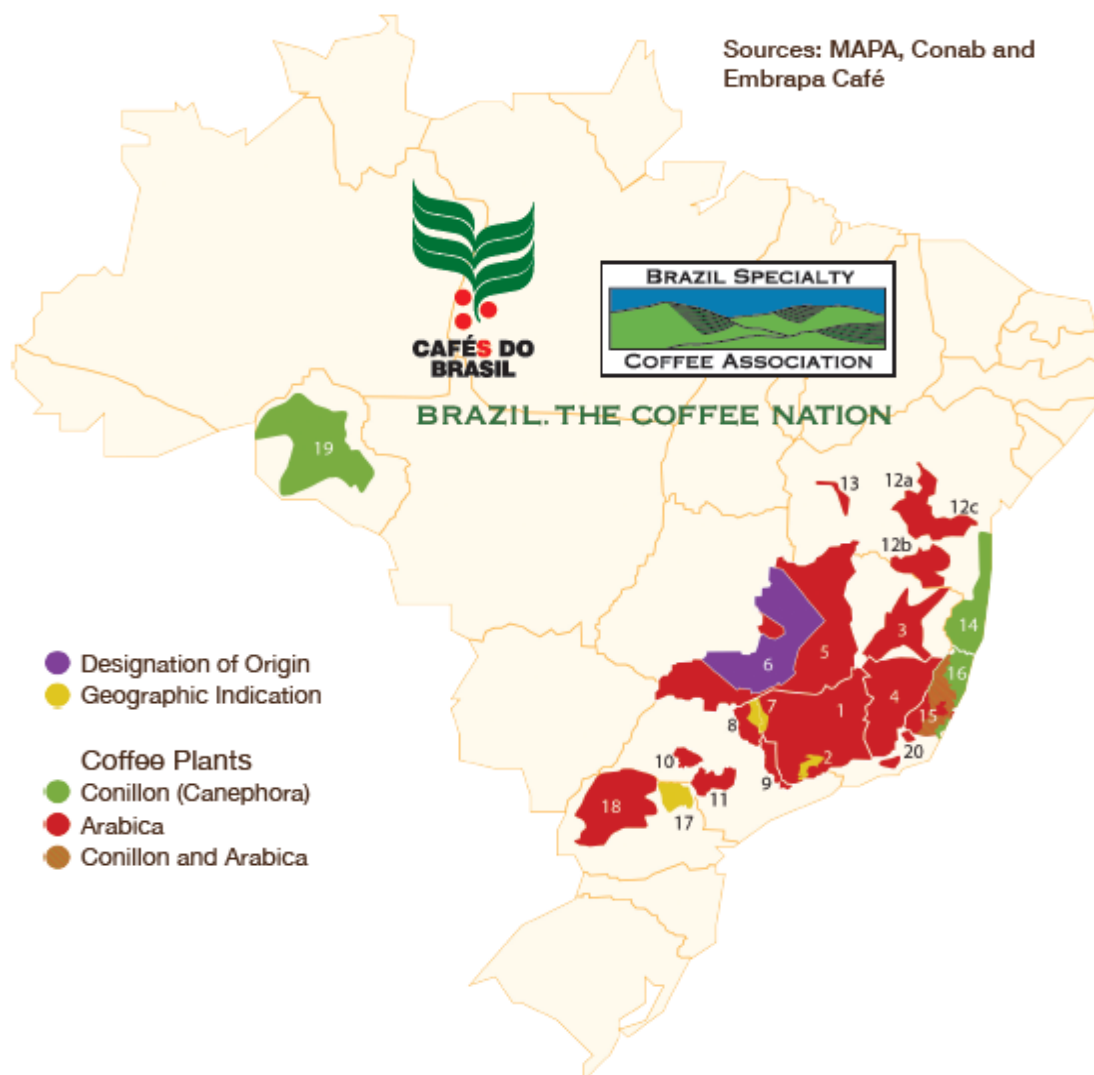
Fonte: Elaborado pelo autor com dados da Conab (2016).

De acordo com os dados do Gráfico 2, identifica-se que a proporcionalidade ao longo dos últimos cinco anos ficou na média 74,57% para a produção de café Arábica e 25,43% para a produção de café Robusta, enfatizando assim a maior atenção dada pelo Brasil a produção de café Arábica, o de produção mais tradicional no mundo, além de possuir melhores características organolépticas, com grande variedade de sabores e aroma

intenso (SÓRIO, 2015). Enquanto que o café Robusta, não possui sabores variados e nem refinados, devido à baixa acidez, sendo assim, é comumente mais utilizado nas indústrias de cafés solúveis (ORMOND; PAULA; FAVERET FILHO, 1999).

A Figura 1, a seguir, exhibe a síntese dos dados já apresentados, onde de maneira detalhada retrata as UFs produtoras de café no Brasil, bem como a distinção entre a produção de café Arábica, *Coffea arabica*, e Robusta, *Coffea canefora*, (conilon) nos Estados brasileiros, além de apresentar as regiões que possuem designação de origem e também indicação geográfica, há de se salientar que “a IG é uma forma de agregar valor e credibilidade a um produto ou serviço, conferindo-lhe um diferencial de mercado em função das características de seu local de origem” (VALENTE et al., 2012, p. 552).

Figura 1 – Distribuição espacial das UFs produtoras de café no Brasil



Legenda			
Cor			
Roxa		Denominação de Origem	
Amarela		Indicação Geográfica	
Verde		Conilon	
Vermelho		Arábica	
Marrom		Conilon e Arábica	
1. Sul de Minas	6. Cerrado Mineiro (Denominação de Origem)	11. Ourinhos e Avaré	16. Conilon Capixaba
2. Mantiqueira de Minas (Indicação Geográfica)	7. Alta Mogiana (Indicação Geográfica)	12. Planalto Baiano	17. Norte Pioneiro do Paraná (Indicação Geográfica)

3. Chapada de Minas	8. Alta Mogiana	13. Cerrado Baiano	18. Paraná
4. Matas de Minas	9. Média Mogiana	14. Atlântico Baiano	19. Rondônia
5. Cerrados de Minas	10. Marília e Garça	15. Montanhas do Espírito Santo	20. Rio de Janeiro

Fonte: BSCA (2016d).

De acordo com as informações apresentadas na Figura 1, observa-se que existem três regiões produtoras de café que possuem Indicação Geográfica: Mantiqueira de Minas, Alta Mogiana e Norte Pioneiro do Paraná, e uma que apresenta Denominação de Origem: O Cerrado Mineiro.

Vale ressaltar que ambas apresentam algumas similaridades, dado que ambas possuem o nome geográfico a ser protegido, detêm como abrangência um produto ou serviço, podendo ter ainda, como origem o país, cidade, região ou localidade de seu território. No entanto, a distinção entre ambas ocorre no fundamento, onde a primeira está relacionada com o conhecimento do produto sendo daquela região específica, enquanto a denominação de origem tem como fundamento a qualidade ou característica intrínseca ao produto ou serviço (BRUCH, 2008).

Algumas informações adicionais quanto a essas regiões são apresentadas no Quadro 1 a seguir.

Quadro 1 – Indicações Geográficas nacionais reconhecidas para café, até novembro de 2013

IG	Nº do processo	Data da Concessão	Escopo da proteção
Região do Cerrado Mineiro (IP)	IG990001	14/04/2005	Café
Região da Serra da Mantiqueira de Minas	IG200704	31/05/2011	Café

Gerais (IP)			
Norte Pioneiro do Paraná (IP)	IG200903	29/05/2012	Café verde em grão e industrializado; Torrado em grão e ou moído
Alta Mogiana (IP)	IG200703	17/09/2013	Café

Fonte: Barbosa, Lage e Fernandes (2016).

O Cerrado Mineiro, foi a primeira região brasileira a possuir essa marca Denominação de Origem, no ano de 2005, que solidifica a qualidade do café produzido na localidade (ORTEGA; JESUS; MOURO, 2009). Já no Norte Pioneiro do Paraná, destaca-se que houve uma movimentação pelo desenvolvimento de uma marca de cafés especiais, realizado pela Associação de Cafés Especiais do Norte Pioneiro do Paraná (ACENPP), com o intuito de introduzir os produtores de café no mercado de cafés especiais, que acabou consolidando na obtenção da Indicação Geográfica de Procedência (IGP) que ratifica a qualidade do café produzido no Norte Pioneiro do Paraná (BRONZERI; BULGACOV, 2014).

2.1.1 Cafés Especiais

Como relatado anteriormente, o café é um dos principais produtos da tradição brasileira, uma vez que o país é o principal produtor e também o principal exportador global do produto. Porém, a situação econômica da cafeicultura nos anos de 2001, 2002 e 2003 foi bastante conturbada, em especial devido a supersafra global de 127 milhões de sacas em 2002, que fizeram com que os preços internacionais do produto viessem em trajetória de sucessivas quedas (SOUSA; FERREIRA; TEIXEIRA, 2007).

O Brasil se destacava no mercado do café *commodity* e este devido à crise que se iniciou a partir do ano de 2002 vem sendo comercializado com

preços considerados bastante inferiores. Portanto, com esse novo cenário houve a necessidade de se buscar alternativas para conseguir competir em um mercado, que podem ser: *i)* diferenciação; *ii)* posicionamento; e *iii)* programas de apoio. Enquanto o primeiro e o terceiro estão relacionados com o aumento de valor para o cliente, o segundo diz respeito a distinção de produtos da empresa (DAY, 1999).

Os produtores brasileiros tomaram iniciativas para melhorar a competitividade do café, sendo que uma delas foi diferenciar o produto agregando valor para oferecer um produto com melhor qualidade representado nos cafés especiais (SAES, 2006; OLIVEIRA; ELIAS; LESSA, 2008; FREDERICO; BARONE, 2015).

Vale destacar que os atributos utilizados na diferenciação de cafés são diversos e também, esse produto, apresenta diversas possibilidades de diferenciação (SAES; SPERS, 2006), ou seja, os cafés podem se diferenciar

Por características como qualidade superior da bebida, aspecto dos grãos, forma de colheita, tipo de preparo, história, origem dos plantios, variedades raras e quantidades limitadas, entre outras. Podem também incluir parâmetros de diferenciação que se relacionam à sustentabilidade econômica, ambiental e social da produção, de modo a promover maior equidade entre os elos da cadeia produtiva. Mudanças no processo industrial também levam à diferenciação, com adição de substâncias, como os aromatizados, ou com sua subtração, como os descafeinados. A rastreabilidade e a incorporação de serviços também são fatores de diferenciação e, portanto, de agregação de valor (ZYLBERSZTAJN; FARINA, 2001, p.14-15).

Além disso, os consumidores de café ao longo dos anos se tornaram muito mais exigentes e buscam produtos de qualidade superior oferecida pelos cafés especiais (OLIVEIRA; ELIAS; LESSA, 2008). Os consumidores estão dispostos a pagar um preço mais elevado por esses produtos com atributos demandados por eles, como aqueles anteriormente citados (SOUZA; SAES; OTANI, 2002).

Leão (2010, p. 30), também afirma que “o consumo de cafés está associado a valores culturais que emergem de novos hábitos alimentares”. Embora o consumo tenha se aquecido nos últimos anos a maior demanda não é concentrada em cafés tradicionais, mas sim em cafés que possuem uma

qualidade superior, e o país pode ainda explorar a pluralidade dos sabores e aromas dos cafés do Brasil para oferecer esses cafés demandados pelos consumidores (BORÉM; FRIEDLANDER, 2009).

Erna Knutssen, segundo Guimarães (2016), foi a primeira a utilizar o termo “Cafés Especiais” em seu discurso na Conferência Internacional do Café, realizada na França em 1978. Na época o conceito de cafés especiais era restrito a aqueles grãos com perfis sensoriais de qualidade únicos, estando diretamente relacionados a características territoriais, como solo, clima, temperatura e altitude.

Existe ainda outras definições disseminadas a respeito do que são os cafés especiais, dentre as quais três podem ser citadas: a da *Specialty Coffee Europe Association* (SCAE); a da Associação Americana de Cafés Especiais – *Specialty Coffee Association of America* (SCAA); e a da Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA).

Na visão da SCAE (2013, p. 01):

O café especial é definido como uma bebida de qualidade, que é julgada pelo consumidor (em um determinado mercado e a um determinado tempo) como de qualidade única, de sabor distinto e personalidade diferente, e superior, às bebidas de café comumente servidas. A bebida é baseada em grãos que foram cultivados em uma área definida com precisão e que satisfaçam os mais altos padrões de café verde, de torrefação, armazenamento e extração.

Ao seguir o mesmo entendimento da definição anterior, de que o café especial apresenta todos os aspectos que levam qualidade ao produto desde os tratos com o plantio até a xícara do consumidor, a SCAA (2009, p. 02), complementa que o café especial, em termos de bebida, possui características que “oferecem satisfação em todos os aspectos e agrega valor às vidas e meios de subsistência de todos os envolvidos”.

Já a BSCA (2013, p. 01) divide os cafés especiais em quatro principais grupos:

Café de origem certificada

Relacionado às regiões de origem dos plantios, em virtude de alguns dos atributos de qualidade do produto serem inerentes à região onde a planta é cultivada.

Café gourmet

Grãos de café arábica, com peneira maior que 16 e de alta qualidade. É produto diferenciado, quase isento de defeitos.

Café orgânico

Produzido sob os critérios da agricultura orgânica, devendo ser cultivado exclusivamente com fertilizantes orgânicos e o controle de pragas e doenças deve ser feito biologicamente. Apesar de ter maior valor comercial, para ser considerado como pertencente à classe dos cafés especiais, o café orgânico deve possuir especificações qualitativas que agreguem valor e o fortaleçam mercado.

Café fair trade

É aquele café consumido em países geralmente desenvolvidos, por consumidores atentos às condições socioambientais sob as quais o café é cultivado. Nessas circunstâncias o consumidor está disposto a pagar mais pelo café produzido por pequenos agricultores ou sistemas de produção sombreados, onde a cultura é associada à floresta. É muito empregado na produção de cafés especiais, pois favorece a manutenção de espécies vegetais e animais nativos.

São, portanto, notórios alguns atributos que influenciam diretamente na qualidade do café e conseqüentemente na sua classificação como café especial. No entanto, mesmo existindo uma conformidade de opiniões quanto aos padrões que caracterizam os cafés especiais, ainda é um conceito subjetivo que está em constante evolução, de acordo com as diversas mudanças das percepções dos consumidores.

Em suma, “a decisão para produzir cafés especiais deve ser tomada a partir da identificação de demanda pelo mercado e da adoção de tecnologias e técnicas para melhoria da produtividade, para que se reduzam custos, minimizem-se os defeitos da bebida e para que haja ganhos em qualidade” (MOURA; BUENO, 2016, p. 06). Como benefícios, podem ser observados a garantia de uma renda maior para o produtor, além de organização coletiva entre os produtores e melhores práticas de manejo e condução da propriedade agrícola (FREDERICO; BARONE, 2015). Sendo assim, essa estratégia de diferenciação pode ser utilizada tanto por pequenos produtores quanto por grandes empresas produtoras (ALMEIDA, 2009).

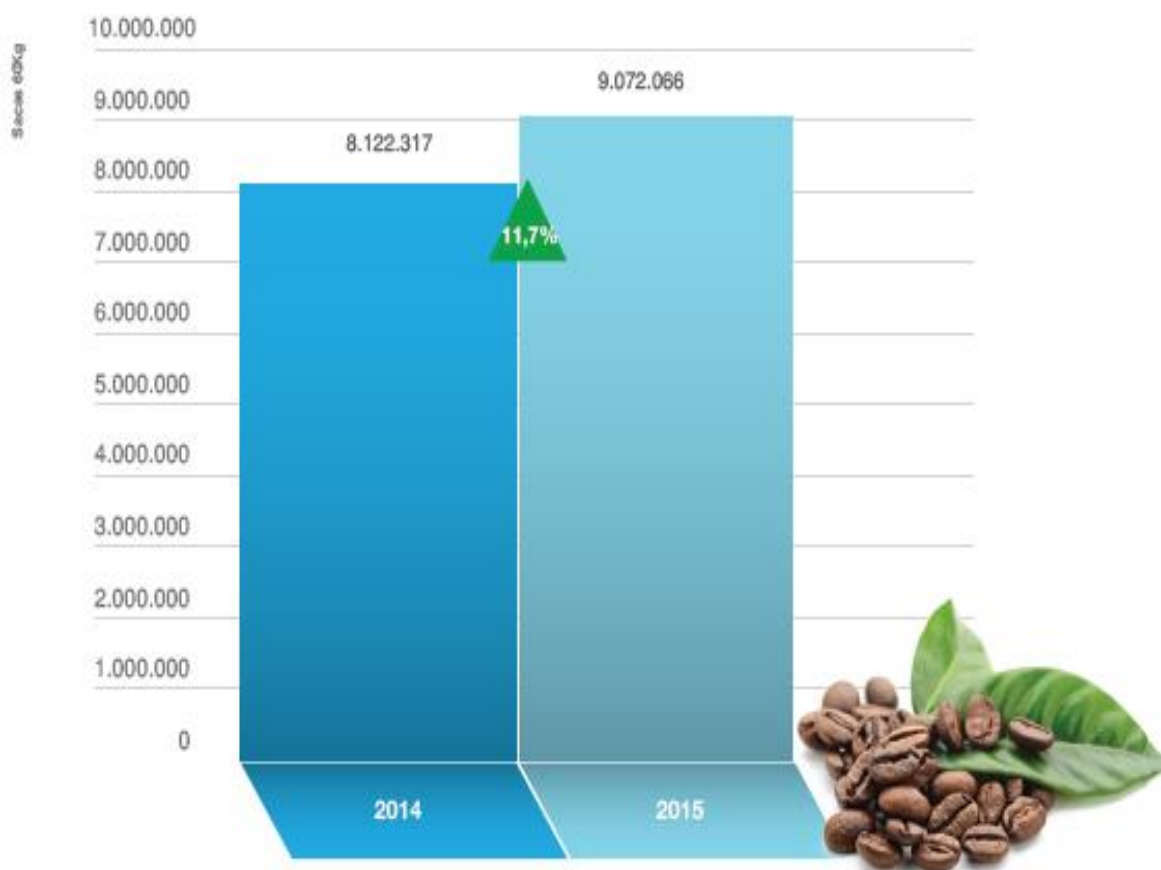
Ademais, convém ressaltar que existem vantagens e desvantagens ao se produzir os cafés especiais, as principais vantagens estão relacionadas com “o preço de venda, relacionamento diferenciado com compradores, maior facilidade de acesso ao mercado internacional e menor dependência dos canais tradicionais de comercialização” (MOURA; BUENO, 2016, p. 06), enquanto a desvantagem se resume no aumento dos custos de produção (ZYLBERSZTAJN; FARINA, 2001).

No que se tange aos cafés especiais, em decorrência dessas políticas privadas de diferenciação, o mercado tem cada vez mais crescido, onde apresenta nas últimas décadas uma evolução de consumo global significativa (SAES, 2006). A representatividade do segmento de cafés especiais já chega a ser de aproximadamente 12% do mercado internacional da bebida (BSCA, 2016e), o que demonstra a relevância desse segmento para o mercado de café em uma maneira geral.

Desde a década de 1990 houve um ligeiro crescimento na produção de cafés especiais no Brasil (SOUZA; SAES; OTANI, 2002), porém, há de se ressaltar que não existem dados oficiais em relação a produção de cafés especiais no país. Contudo, a Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA) realiza algumas estimativas quanto a essa produção, assim sendo, de acordo com a BSCA (2016b, p. 01), no ano de 2015, “a produção desses grãos especiais chegou a 5 milhões de sacas”, ou seja, do total de 43,2 milhões de sacas produzidas de café no ano de 2015 (CONAB, 2016), aproximadamente 11,57% foram de cafés especiais. Sendo que ainda existe uma estimativa da BSCA que a produção no ano de 2016 seja de algo em torno de 8 milhões de sacas.

Dentre as vantagens dos cafés especiais, destaca-se a possibilidade de venda por preços mais elevados do que a *commodity*, uma vez que “o valor de venda atual para alguns cafés diferenciados tem um sobrepreço que varia entre 30% e 40% a mais em relação ao café cultivado de modo convencional. Em alguns casos, pode ultrapassar a barreira dos 100%” (BSCAe, 2016, p. 01). E o Brasil cada vez mais vem aumentando as exportações de cafés diferenciados, conforme pode-se observar no Gráfico 3 a seguir.

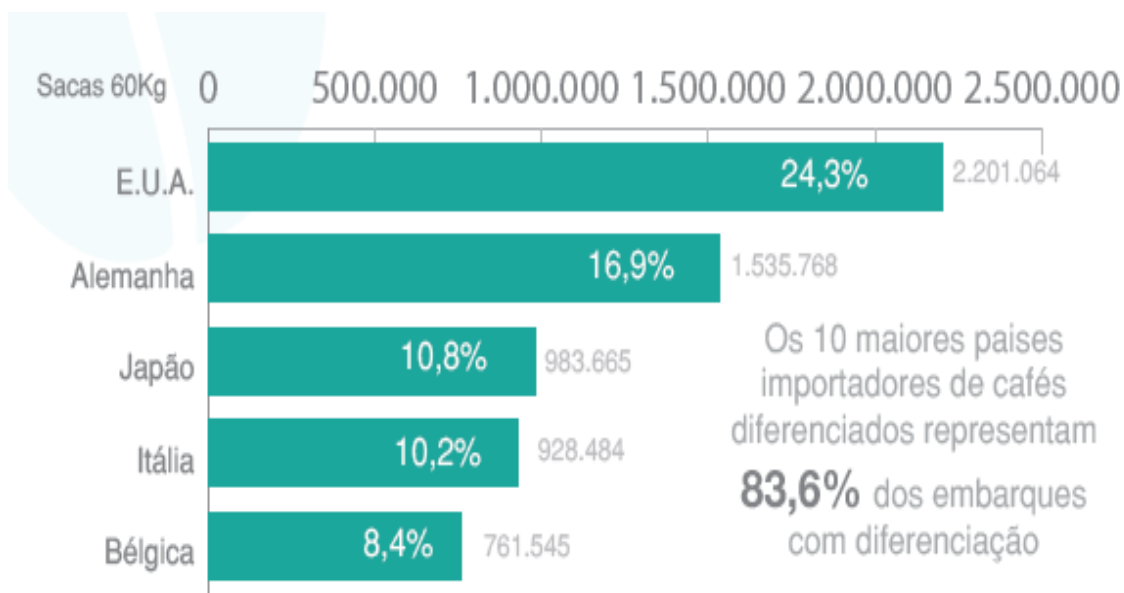
Gráfico 3 – Exportações Brasileiras de Cafés Diferenciados em 2014 e 2015



Fonte: Cecafé (2015)

Observa-se, portanto, uma elevação em aproximadamente 11,7% nas exportações brasileiras de cafés diferenciados, uma vez que em 2014 foram exportadas 8.122.317 sacas de 60 Kg frente a 9.072.066 sacas em 2015. Os principais importadores em 2015 estão expostos no Gráfico 4.

Gráfico 4 – Principais importadores de cafés diferenciados brasileiros



Fonte: Cecafé (2015)

A atenção dada pelo país para a elevação na produção de cafés especiais, surgiu, basicamente, da necessidade da diferenciação de café, devido aos preços baixos praticados na venda do café *commodity* e também pelas novas demandas dos consumidores. No entanto, cabe ressaltar que um dos desafios enfrentados pelos produtores de cafés brasileiros consistia na recuperação da imagem do café brasileiro em nível global, uma vez que o mesmo era identificado como sendo de baixa qualidade (LEÃO, 2010).

Para tanto, deve-se utilizar como exemplo, o caso da Colômbia, que se consolidou basicamente no mercado de cafés especiais como principal *player* através das estratégias de *marketing*, onde esse país conseguiu passar ao consumidor, principalmente internacional, a ideia de que o seu produto obtinha uma qualidade superior aos demais e o mesmo já é assim reconhecido no mercado dos Estados Unidos (EUA), em vista que no ano de 2004 já possuía mais de 40% do mercado de cafés especiais no país (KOTLER; GERTNER 2004).

Os cafés especiais brasileiros devem possuir uma identidade de marca forte para que seja competitivo no mercado (PÊSSOA; SOUZA, 2010; CALDEIRA, 2013), sendo assim, no Brasil, com o intuito de colaboração com o segmento, pode ser observada a Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA), que será abordada na seção que se segue.

2.1.1.1 Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA)

A Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA), cuja sigla é originária da língua inglesa, foi criada em 1991, por meio da iniciativa de doze produtores que possuíam um olhar diferenciado sobre as oportunidades que investir em qualidade poderiam trazer (BSCA, 2016a). Portanto, destaca-se que a associação surgiu a partir da ideia inicial de que a produção de cafés diferenciados seria viável e a mesma seria idealizada com o suporte dos atributos de qualidade empregados no processo ou também no produto.

Para tanto, relata-se que a BSCA

É uma sociedade civil sem fins lucrativos que agrega pessoas físicas e jurídicas no mercado interno e externo de cafés especiais, buscando expandir e estimular o aprimoramento técnico na produção, comercialização e industrialização desses produtos, além de promover, principalmente nas áreas cafeeiras, a preservação do meio ambiente e o desenvolvimento ambiental sustentável, através de programas, projetos e parcerias com entidades públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras. (BSCA, 2016a, p. 01).

A BSCA realiza algumas ações primordiais para o segmento de cafés especiais no Brasil. Em conjunto com seus membros associados, tem participação significativa em eventos nacionais e também em grandes eventos internacionais relacionados a cafés especiais, onde cita-se como exemplo as feiras da *Specialty Coffee Association of America* (SCAA), da *Specialty Coffee Association of Europe* (SCAE) e da *Specialty Coffee Association of Japan* (SCAJ), além de outras. Sendo que a participação nesses eventos gera boas oportunidades de negócio, pois existe o contato direto com os importadores do produto (BSCA, 2016a). O que pode ser considerado de bastante importância para a promoção dos cafés especiais tanto no mercado doméstico quanto no mercado internacional.

Vale ressaltar que a BSCA é a única instituição brasileira que certifica lotes e monitora selos de controle de qualidade de cafés especiais, com rastreabilidade total pela numeração individual (BSCA, 2016a), ou seja, em

nível nacional somente a BSCA realiza a certificação dos cafés especiais e o faz por meio do selo de certificação conforme o modelo pode ser observado na Figura 2 a seguir.

Figura 2 - Modelo do selo de certificação da BSCA



Fonte: Kawasaki (2016).

Outra ação importante para o segmento realizada pela BSCA são os Concursos de Qualidade Cafés do Brasil – *Cup of Excellence* realizados desde 1998 em parceria com a *Alliance for Coffee Excellence* (ACE). Os resultados permitem demonstrar a alta qualidade dos cafés brasileiros fazendo com que o produto possa ser vendido com preços mais vantajosos em detrimento dos preços do café *commodity* (BSCA, 2016a).

Estas ações, que visam alcançar um padrão de alta qualidade dos cafés e implementar um sistema rigoroso de controle para seus associados, “fazem da BSCA uma das instituições mais importantes no movimento de cafés especiais para a melhoria da imagem dos cafés brasileiros no mercado internacional” (LEÃO, 2010, p. 49).

2.2 Instituições Atuantes no Setor Cafeeiro

Para investigar os temas relacionados ao agronegócio, observou-se nos últimos anos, a relevância de se estudar as questões relativas as instituições, dado que as instituições representaram, ao longo dos anos, a atenuação das incertezas além da preservação da ordem nas sociedades (NORTH, 1990). Para tanto se observou que “as instituições importam e os determinantes das instituições são suscetíveis à análise pelas ferramentas da teoria econômica” (MATTHEWS, 1986, p. 903). Portanto, surgiu assim os debates relacionados a Nova Economia Institucional (NEI).

A NEI possui as suas discussões diretamente relacionadas a preocupação em se estudar as relações entre instituições e eficiência, sendo assim, existem duas vertentes, comumente discutidas, que abordam esses assuntos: *i)* o ambiente institucional e *ii)* as instituições de governança (WILLIAMSON, 2000). Enquanto a primeira analisa o papel das instituições no desenvolvimento econômico de determinados mercados, a segunda se preocupa com as transações, com enfoque nas estruturas de governança, que coordenam os agentes econômicos (SATOLANI; CORRÊA; FAGUNDES, 2008).

Portanto, “o ambiente institucional tem um enfoque macroanalítico, já que trabalha com variáveis relacionadas com política, legislação e instituições que formam e estruturam os aparatos regimentais de uma sociedade” (SATOLANI; CORRÊA; FAGUNDES, 2008, p. 219), ou seja, o conjunto de normas, leis e regimes que regulam um sistema econômico (THOMÉ; REIS; PAIVA, 2013). Onde o mesmo pode ser sintetizado, como sendo as “regras do jogo”, como definido por alguns autores, inclusive North (1990).

Logo, pode ser considerada notória a importância que deve ser dada as instituições, dado que, nos preceitos da NEI as estruturas sociais (compostas pelas firmas e instituições) são atores responsáveis por solucionar os problemas que ditam um imperfeito funcionamento dos mercados (FLIGSTEIN; DAUTER, 2007). E no caso brasileiro, algumas ações institucionais podem ser observadas na denominada política agrícola, exposta na seção subsequente.

2.2.1 Política Agrícola

Com o intuito de melhorar a alocação de recursos, através do crédito rural, reduzir as flutuações na renda do produtor rural e garantir a segurança alimentar, o Brasil, assim como outros países capitalistas, passaram a adotar uma política agrícola (COELHO, 2001; WEDEKIN, 2005).

De acordo com Coelho (2001), no Brasil, desde o século XIX houveram tentativas de se estabelecer uma política agrícola que consistia, basicamente, no estabelecimento de mecanismos para o financiamento.

O café, como fora abordado, foi um produto importante para o Brasil, não somente de maneira econômica, mas também política e social, dado que dentre as inúmeras tentativas que o país buscava para estabelecer uma política agrícola, a que logrou mais êxito foi com o Convênio de Taubaté, em 1906, que visava a valorização do café e acabou anos depois, em 1922, culminando na criação do Instituto de Defesa Permanente do Café e posteriormente, em 1931, na criação do Conselho Nacional do Café (CNC), que virou o alicerce para a aplicação de uma política agrícola em nível nacional (COELHO, 2001).

Portanto, o Brasil apresenta uma política agrícola desde a década de 1930, sendo que essa política agrícola pode ser dividida em quatro fases: *i)* fase da agricultura primitiva; *ii)* fase de modernização da agricultura; *iii)* fase de transição da agricultura; e *iv)* fase da agricultura sustentável (COELHO, 2001).

A primeira fase, denominada “fase da agricultura primitiva” permaneceu vigente durante 35 anos, ou seja, de 1930 a 1965 e teve como principais feitos a criação do Conselho Nacional do Café (CNC), do Instituto do Açúcar e do Álcool (IAA), da Carteira de Crédito Agrícola e Industrial (CREAI), do Banco do Brasil e da Companhia de Financiamento da Produção (CFP) (COELHO, 2001).

Portanto, durante toda essa primeira fase, o governo brasileiro buscou instrumentos para desenvolver os setores agrícolas, em especial os que considerava mais relevantes, como o café e o açúcar, com a criação do CNC que tinha como objetivo “restringir o plantio de café por um período suficientemente longo para permitir o equilíbrio oferta/demanda em nível mundial, a preços que garantissem uma receita cambial compatível com as necessidades do País” (COELHO, 2001, p. 05) e o IAA que “foi o órgão formulador e executor da política açucareira do País” (COELHO, 2001, p. 09).

Já a segunda fase, denominada “fase de modernização da agricultura” esteve vigente por 20 anos, entre 1965 e 1985, basicamente durante o período do regime militar no país e possuía a prioridade de aumentar a produtividade dos produtos agrícolas para suprir as necessidades no mercado interno bem como as exportações (COELHO, 2001; GUANZIROLI, 2014), através de subsídios via crédito rural, onde foi criado o Sistema Nacional de Crédito Rural (SNCR) e reformulada a Política de Garantia dos Preços Mínimos (PGPM) (COELHO, 2001; WEDEKIN, 2005).

Em síntese, a partir dos anos 1960, o Brasil preocupado com o desenvolvimento do setor agropecuário, passou a adotar instrumentos específicos para interferência nos mercados de produtos, fatores de produção, insumos e crédito (BARROS, 2010), sendo que o crédito subsidiado pode ser considerado o mais importante instrumento de política de curto prazo (GRAHAM, GAULTIER E BARROS; 1987), e fora comumente utilizado nesse período.

A “fase de transição da agricultura”, ou seja, a terceira fase, que iniciou em 1985 e se encerrou em 1995 para Coelho (2001) e em 2001 para Guanzioli (2014), possuía as mesmas prioridades da fase anterior (suprir as necessidades no mercado interno e elevar as exportações), mas utilizando-se de outros instrumentos (REZENDE, 2000; GUANZIROLI, 2014), dado que houve uma redução do crédito rural e passou-se a utilizar mais intensamente a PGPM (GASQUES; VILLA VERDE, 1990; BARROS, 2000; COELHO, 2001; WEDEKIN, 2005; NUNES, 2007; BARROS, 2010), mercado de futuros e de opções (GUANZIROLI, 2014).

A quarta fase, ou “fase da agricultura sustentável” que iniciou em 1995 para Coelho (2001) e em 2001 para Guanzioli (2014), e perdura até os dias atuais, possui a finalidade de resolver o “imbróglio” do endividamento rural brasileiro, bem como dar ênfase à variáveis ambientais (e do princípio da agricultura sustentável) nas decisões de política agrícola (COELHO, 2001; WEDEKIN, 2005; BARROS, 2010; GARCIA; VIEIRA FILHO, 2014), além da preocupação com o “desenvolvimento rural, com a geração de emprego e redução da pobreza (ou desigualdade), através da promoção da agricultura familiar” (GUANZIROLI, 2014, p. 62), utilizando ainda o Programa Nacional de

Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) como principal ferramenta (NUNES, 2007; GUANZIROLI, 2014).

Wedekin (2005) apresenta uma tabela, exibida na Figura 3, onde observa-se a síntese da política agrícola brasileira, desde o início em 1931 até o ano de 2005, divididas ainda naqueles instrumentos que estavam relacionados ao crédito e finanças ou ao apoio a preços e renda.

Figura 3 – Tabela com a síntese da política agrícola brasileira

	Crédito e Finanças	Apoio a Preços e Renda
1931	Conselho Nacional do Café Comissão de Defesa da Produção de Açúcar	
1943		Comissão para Financiamento da Produção (CFP)
1945		Política de Garantia de Preços Mínimos (PGPM)
1965	Sistema Nacional de Crédito Rural - SNCR (Lei 4.829/65)	
1966		Reformulação da PGPM (DL 79/66)
1967	Exigibilidades bancárias (Res. 69)	
1987	Poupança Rural	
1988	Fundos Constitucionais (Lei 7.827/89)	
1991	Lei Agrícola (8.171/91)	Preço de Liberação de Estoque - PLE
1994	Cédula de Produto Rural - CPR (Lei 8.929/94)	
1995	Securitização da dívida rural (Lei 9.138/95)	
1996	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar- PRONAF (Decreto 1.946) Finame Agrícola Especial	Extinção do EGF-CDV (com opção de venda)
1997		Contratos de Opção de Venda e Prêmio e Valor de Escoamento de Produto (PEP e VEP)
1998	PESA (Resolução 2.471/98) e Prosoio	
1999	Recoop (Resolução 2.666/99) e Proleite	
2000	CPR Financeira e Moderfrota	
2003	Subsídio do Prêmio do Seguro Rural (Lei 8.423/94)	Linha Especial de Crédito de Comercialização (LEC)
2004	Poupança Rural nos Bancos Cooperativos Novos Títulos Agrícolas - GDCA, LCA, GRA (Lei 11.078/04)	CDA-WA e Contrato Privado de Opção de Venda - PROP (Lei 11.078/04) e Contrato de Opção de Compra
2005	Nota Comercial do Agronegócio - NCA/Agrinote (Instr. 422-CVM)	

Fonte: Wedekin (2005).

Em complemento à tabela anterior, relata-se que na atualidade, existem alguns fundos e programas que disponibilizam benefícios financeiros e creditícios para o setor agropecuário e são considerados de extrema relevância o agronegócio. No Quadro 2, a seguir, são apresentados esses principais fundos e programas:

**Quadro 2 - Fundos e Programas que Disponibilizam Benefícios
Financeiros e
Creditícios**

Aquisições do Governo Federal e Estoques Reguladores e Estratégicos- AGF
Aquisições do Governo Federal de Produtos da Agricultura Familiar e Estoques Reguladores e Estratégicos – AGF-AF
Garantia e Sustentação de Preços na Comercialização de Produtos Agropecuários
Garantia e Sustentação de Preços na Comercialização de Produtos da Agricultura Familiar
Operações de Custeio Agropecuário
Operações de Investimento Rural e Agroindustrial
Operações de Empréstimo do Governo Federal – EGF (Operações de Comercialização)
Programa Nacional de Agricultura Familiar – PRONAF
Securitização Agrícola
Programa de Revitalização de Cooperativas de Produção Agropecuária - RECOOP
Alongamento da Dívida do Crédito Rural (Programa Especial de Saneamento de Ativos – PESA)
Subvenção Econômica ao Prêmio do Seguro Rural
Fundo de Defesa da Economia Cafeeira – FUNCAFÉ
Programa de Recuperação da Lavoura Cacaueira Baiana
Empréstimos e Financiamentos destinados à Estocagem de Alcool Etilico Combustível (Programa de Apoio ao Setor Sucroalcooleiro – PASS)

Fonte: Brasil (2013a).

2.2.2 Medidas Institucionais no Setor Cafeeiro

No tópico anterior, foram abordados os aspectos relacionados à política agrícola brasileira, ou seja, foram apresentadas alguma das medidas institucionais diretamente relacionadas ao setor agrícola no país, bem como os fundos e programas creditícios para esse setor. Conforme citado, o marco inicial da política agrícola se deu por iniciativas direcionadas ao setor cafeeiro, portanto, aborda-se nesse tópico as medidas institucionais ligadas ao café.

Para tal fim, Gerigk, Garcias e Tarifa (2008) desenvolveram um quadro demonstrativo da evolução dos instrumentos de regulamentação, nacional e internacional, do sistema agroindustrial do café, que podem ser observados nos Quadros 3 e 4 a seguir.

Quadro 3 - Principais medidas institucionais tomadas no mercado nacional

PRINCIPAIS MEDIDAS INSTITUCIONAIS	OBJETIVOS/METAS
16/05/1931 - Decreto n.º 20.002: cria o CNC (Conselho Nacional do Café)	<ul style="list-style-type: none"> • Administração das vendas dos estoques de café; • Programa federal de sustentação que previa a aquisição e destruição do café excedente e proibição do plantio, com exceção do Paraná e Estados com menos de 50 milhões de pés plantados; • Administração das taxas em moeda estrangeira incidentes sobre as exportações de café; • Controle do trânsito do café até o porto de embarque.
10/02/1933 - Decreto n.º 22.452: o CNC é extinto e substituído pelo DNC (Departamento Nacional do Café), subordinado ao Ministério da Agricultura.	<ul style="list-style-type: none"> • Arrecadar a taxa de exportação, propondo o seu valor; • Unificar as medidas de defesa do café nos Estados produtores; • Dispor sobre o valor arrecadado para compra do café; • Custear todos os serviços e amortização

	<p>e empréstimos;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientar todos os seus serviços de modo eminentemente técnico; • Submeter à sua fiscalização os Institutos e Associações de Café.
<p>22/12/1952 - Lei nº 1.779: cria o IBC (Instituto Brasileiro do Café), autarquia vinculada ao Ministério da Indústria e Comércio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Promover a pesquisa cafeeira (enfocando custo e produtividade); • Radicar o cafeeiro nas zonas ecológica e economicamente mais favoráveis; • Defender melhor preço do café ao produtor e nos portos de exportação; • Aperfeiçoar o comércio e os meios de distribuição nos mercados interno e externo; • Regular e fiscalizar o trânsito do café, fixando cotas de exportação por porto e exportador, e determinar o limite máximo de estoques liberados em cada porto; • Adotar ou sugerir medidas para o equilíbrio estatístico entre a produção e o consumo; • Definir a qualidade dos cafés para o consumo interno e externo, regulamentando e fiscalizando os tipos e qualidades; • Promover a repressão às fraudes no transporte, comércio interno e exportação; • Cooperar com o IBGE na organização de estatísticas do setor; • Providenciar assistência financeira aos produtores.
<p>31/12/1959 - Resolução n.º 127 do IBC: lança a “Campanha para o Aumento do Consumo Interno do Café”, que durou até 1971.</p>	<p>Visava aumentar o consumo interno de café determinando a venda às torrefadoras de café verde homogêneo pelo IBC, conforme a capacidade instalada de cada empresa, a preço subsidiado, o qual deveria ser repassado aos consumidores, mediante tabelamento de preço do café torrado e</p>

	moído pelo governo.
28/04/1960 - Resolução n.º 161 do IBC: cria o programa de incentivo à fabricação de Café Solúvel.	Fixava normas de incentivo à indústria de solúvel, determinando a transferência dos estoques governamentais, durante os primeiros quatro anos de implantação da empresa, de acordo com a sua capacidade instalada. Nos dois primeiros anos a empresa poderia pagar a matéria-prima com produto manufaturado.
12/05/1961 - Instrução 205 da Sumoc (Superintendência da Moeda e do Crédito).	Institui a quota de contribuição, definida pela diferença entre a cotação do mercado internacional do café e a quantidade de dólares por saca que o governo estipulava para o exportador.
26/10/1961 - Decreto n.º 79: cria o Gerca (Grupo Executivo de Racionalização da Cafeicultura). Março/1962 - Decreto n.º 808: o Gerca passa a integrar o IBC.	<ul style="list-style-type: none"> • Erradicar dois bilhões de cafeeiros antieconômicos; • Renovar racionalmente as lavouras na proporção de uma para quatro; • Diversificar em termos de cultura as áreas liberadas.
1970 - O Gerca/IBC cria o PRRC (Plano de Renovação e Revigoramento de Cafezais), que vigorou até 1981.	<ul style="list-style-type: none"> • Manter a estabilidade da produção, orientando tecnicamente o plantio; • Direcionar para áreas ecologicamente aptas; • Financiar a aquisição de equipamentos de defesa fitossanitária de cafezais; • Financiar a melhoria da infraestrutura nas propriedades; • Custear a entressafra.
30/10/1975 - Resolução n.º 953/IBC 16/03/1976 - Resolução n.º 971/IBC	Restringiram a entrada de empresas no setor de torrado e moído.
21/11/1986 - Decreto-Lei n.º 2.295 (Funcafé - Fundo de Defesa da Economia Cafeeira).	<ul style="list-style-type: none"> • Isenta do imposto de exportação as vendas de café para o exterior; • Cria o FUNCAFÉ, destinado ao financiamento, à modernização, ao incentivo à produtividade da cafeicultura, à indústria, à exportação, ao desenvolvimento de pesquisas, dos meios de transportes, à defesa do preço

	e do mercado interno e externo do café.
15/09/1987 - Decreto n.º 94.874.	Estabelece a estrutura do FUNCAFÉ.
1987-1989 - Autorregulamentação proposta pela Associação Brasileira da Indústria do Café (ABIC).	Movimento pioneiro no setor de alimentos, lança a autorregulamentação da indústria torrefadora nacional. Estudos para um programa de melhoria da qualidade do café. Depois de dois anos de análises, implanta o "Selo Pureza", com impacto sobre a modernização e reestruturação do segmento torrefador.
07/05/1990 - Decreto n.º 99.240.	Extinção do IBC.
1992	Fim do tabelamento de preço do café.
22/12/1995 - Lei n.º 9.239.	Ratifica o Funcafé - Fundo de Defesa da Economia Cafeeira.
29/10/1996 - Decreto nº 2.047.	Cria o Conselho Deliberativo de Política do Café - CDPC, vinculado ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, com a finalidade de formular políticas públicas concernentes à produção, comercialização, exportação e marketing, bem como de estabelecer um programa de pesquisa agronômica e mercadológica para dar suporte técnico e comercial ao desenvolvimento da cadeia agroindustrial do café.
1997 - Criação do Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café - CBP&D/Café. Instituições envolvidas: EBDA, Embrapa, Incaper, Epamig, IAC, Iapar, Pesagro-Rio, MAPA/SARC, UFLA e UFV, coordenadas pela Embrapa.	Elaborar estudos, pesquisas e atividades de desenvolvimento capazes de dar sustentação tecnológica e econômica ao agronegócio café, por meio da integração das instituições de P&D e todos os demais componentes do setor cafeeiro, no sentido de expandir e consolidar a capacidade de identificação de problemas e geração de alternativas tecnológicas. É considerado o braço científico e tecnológico do CDPC, com o qual discute e orienta a realização do PNP&D/Café.
1997 - Programa Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento do Café -	Desenvolvimento dos trabalhos de pesquisa agropecuária, em consonância com as seguintes atividades: pesquisa científica,

PNP&D/Café.	tecnológica e estudos socioeconômicos e mercadológicos; documentação cafeeira; difusão de tecnologia e informações cafeeiras; fornecimento de produtos e serviços tecnológicos; treinamento e capacitação de recursos humanos, dos usuários e clientes; promoção de intercâmbio técnico e científico entre as instituições consorciadas, clientes, usuários, estados brasileiros, países produtores de café e entidades afins, estrangeiras e internacionais; acompanhamento e análise da lavoura cafeeira e do negócio café; fornecimento de subsídios à política cafeeira.
30/01/2001 - Resolução n.º 02/CDPC: cria três comitês diretores de assessoramento às atividades do CDPC.	<ul style="list-style-type: none"> • Comitê Diretor do Programa Nacional de Pesquisas e Desenvolvimento do Café; • Comitê Diretor de Promoção e Marketing do Café Brasileiro; • Comitê Diretor Novo Rumo do Agronegócio Café.
2004 - A Abic lança o Programa de Qualidade do Café - PQC.	Iniciativa inédita que incentiva a indústria do café a se modernizar. Sem a interferência do governo, o setor torrefador viu-se na obrigação de se profissionalizar. A competitividade passou a ser um elemento importante para conquistar o mercado consumidor. Atualmente, as unidades produtivas de torrefação de café são, em grande parte, modernas e competitivas.
28/11/2006 - Resolução n.º 04/CDPC: revoga a Resolução n.º 02/2001 e cria quatro comitês de assessoramento às atividades do CDPC.	<ul style="list-style-type: none"> • Comitê Diretor de Pesquisa e Desenvolvimento do Café - CDPD/Café; • Comitê Diretor de Planejamento Estratégico do Agronegócio Café - CDPE/Café; • Comitê Diretor de Promoção e Marketing do Café - CDPM/Café; • Comitê Diretor de Acordo Internacional do Café - CDAI/Café.

Fonte: Gerigk, Garcias e Tarifa (2008, p. 112-113).

Quadro 4 - Principais medidas institucionais tomadas no mercado internacional

PRINCIPAIS MEDIDAS INSTITUCIONAIS	OBJETIVOS/METAS
1943 - Realização da 3. ^a Conferência Americana do Café em Nova York.	Primeiro acordo para controlar a produção mundial do café, durou até 1948.
1962 - Criação da OIC (Organização Internacional do Café) e do AIC (Acordo Internacional do Café).	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar estudos técnicos para subsidiar negociações entre os países-membros; • Metas fixadas ao AIC: alcançar o equilíbrio estatístico entre a oferta e demanda mundial de café; aliviar as graves dificuldades causadas por onerosos excedentes e abruptas flutuações dos preços; contribuir para o desenvolvimento dos países-membros; ampliar a capacidade aquisitiva dos países exportadores; estimular o consumo; encorajar a colaboração internacional referente aos problemas do café.
Cláusulas econômicas do AIC assinadas nos seguintes períodos: de 1965 a 1972; de 1981 a 1985; e de 1988 a 1989.	<ul style="list-style-type: none"> • Limitar as exportações mediante a designação de uma cota básica a cada país exportador membro; • Comprometimento dos países-membros consumidores em adquirir apenas café coberto pelo selo de exportação do Acordo.
1983 - Firmado novo AIC (Acordo Internacional do Café).	<ul style="list-style-type: none"> • Alcançar equilíbrio razoável entre a oferta e a procura mundial de café; • Manter o abastecimento e o preço do café em bases que assegurem aos consumidores e aos produtores preços equitativos; • Evitar flutuações excessivas dos níveis mundiais de abastecimento, estoques e preços; • Contribuir para o desenvolvimento dos recursos produtivos e para elevar e

	<p>manter os níveis de emprego e de renda nos países membros;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fomentar e aumentar o consumo de café; • Incentivar a cooperação internacional no domínio dos problemas mundiais do café; • Estabelecimento de cotas básicas anuais de 4,2% sobre a cota anual fixada pelo Conselho Internacional do Café; • Acordo para evitar a adoção de medidas governamentais que pudessem desorganizar o setor cafeeiro; • Adoção de certificado de origem do café com fonte de informações; • Esforço para proibir a venda e propaganda de produtos sob o nome café que contenham menos de 90% de café verde como matéria-prima básica.
<p>Julho de 1989 - Suspensão do AIC.</p>	<p>Suspenderam-se as cláusulas econômicas e teve fim o sistema de cotas.</p>
<p>1994 - Firmado novo AIC (Acordo Internacional do Café).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Assegurar maior cooperação internacional às questões relativas ao café; • Proporcionar negociações intergovernamentais visando ao equilíbrio entre a oferta e a demanda mundial do café; • Propiciar análise e divulgação de dados estatísticos e de preços voltados à expansão e ao comércio internacional do café e aumentar a transparência da economia cafeeira mundial; • Promover estudos e pesquisas sobre o café; • Incentivar e ampliar o consumo do café; • Adoção de medidas ambientais previstas na Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e

	Desenvolvimento, realizada no Rio de Janeiro em 1992.
2001 - Firmado novo AIC (Acordo Internacional do Café).	<p>Promover a cooperação internacional em questões cafeeiras;</p> <p>Proporcionar negociações intergovernamentais visando ao equilíbrio entre a oferta e a demanda mundial do café;</p> <p>Proporcionar um foro para consultas sobre questões cafeeiras envolvendo questões intergovernamentais e também as que figurem o setor privado;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facilitar a expansão e transparência do comércio internacional do café; • Constituir um centro para coleta, difusão e publicação de informações econômicas, técnicas, estatísticas, bem como de estudos e pesquisas sobre o café, sob a responsabilidade da Organização Internacional do Café; • Incentivar o desenvolvimento da cafeicultura sustentável; • Promover, incentivar e aumentar o consumo do café; • Análise e assessoramento a projetos que a economia cafeeira mundial; • Fomentar a qualidade; • Fomentar a transferência de tecnologia entre os membros; • Realizar Conferência Mundial do Café; • Esforço para proibir a venda e propaganda de produtos sob o nome café que contenham menos de 95% de café verde como matéria-prima básica.
Conferências Mundiais do Café - criadas pelo AIC (Acordo Internacional do Café/2001), em seu Artigo 21.	<p>2001 - na Inglaterra, em Londres, de 17 a 19 de maio, buscou encontrar soluções para a crise dos excedentes de oferta e dos preços e contribuir para o alívio da pobreza dos pequenos cafeicultores nos países em desenvolvimento.</p> <p>2005 - no Brasil, em Salvador, de 23 a 25 de</p>

	setembro, procurou analisar o recente cenário da economia cafeeira, marcado por uma das mais graves crises de preços já vivida pelo setor, e traçar estratégias futuras que busquem o equilíbrio entre produção e consumo.
--	--

Fonte: Gerigk, Garcias e Tarifa (2008, p. 113-114).

Em complemento ao quadro anterior, vale destacar que desde a última Conferência Mundial do Café, realizada no Brasil, foram realizadas mais duas conferências:

- 2010, na Guatemala, de 26 a 28 de fevereiro, a 3ª Conferência Mundial do Café discutiu como tema principal o “Café para o futuro: rumo a um setor cafeeiro sustentável” (ALMEIDA, 2015).
- 2016, na Etiópia, de 6 a 8 de março, a 4ª Conferência Mundial do Café foram discutidos “temas como sustentabilidade do café, tendências do consumo mundial, comércio do café especial, mudanças climáticas, papel da inovação e políticas públicas no aumento da produtividade e preços do café e volatilidade” (MAPA, 2016b, p. 01).

Entre as medidas institucionais citadas, nunca houveram ações que pudessem ser diretamente relacionadas ao segmento de cafés especiais, somente nos últimos anos que o segmento passou a ter a devida atenção, como na discussão do comércio de cafés especiais na última Conferência Mundial do Café.

Por possuir um preço mais elevado, devido a maior qualidade e as técnicas diferenciadas na seleção dos grãos, os cafés especiais necessitam de um apoio institucional mais recorrente, dado que essas instituições possuem o papel de realizar a divulgação e também a agregação de valor do produto. Nisso, a propaganda pode ser considerada uma das principais fontes de divulgação, onde através de jornais, sites e revistas especializadas, o segmento de cafés especiais será divulgado de maneira mais eficaz (OLIVEIRA; ELIAS; LESSA, 2008).

2.2.2.1 Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ)

O setor cafeeiro, distintamente de outros setores agrícolas importantes para a economia brasileira, possui um fundo diretamente ligado ao setor, o Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ). O FUNCAFÉ é uma política pública criada pelo decreto-lei nº 2.295/86 e estruturado pelo decreto nº 94.874/87, e sabe-se, portanto, que esse fundo se destina ao incentivo, produtividade, competitividade do setor, ao desenvolvimento de pesquisas, a qualificação de mão de obra, linhas de financiamento para custeio, colheita, estocagem e principalmente à publicidade e promoção dos cafés brasileiros, nos mercados internos e externos (MAPA, 2016a).

Ademais, ressalta-se que essa política pública é dotada de certa autonomia em relação às demais políticas governamentais para o setor da agroindústria, uma vez que a mesma é constituída de cotas sobre as exportações brasileiras de café (ORMOND; PAULA; FAVERET FILHO, 1999). Em linhas gerais, os objetivos do FUNCAFÉ, de acordo com Brasil (1987, p. 01) são, prioritariamente:

- a) à compensação do valor das bonificações e de quaisquer outros incentivos concedidos à exportação de café, autorizada pelo art. 2º do Decreto-lei nº 2.197, de 26 de dezembro de 1984; e
- b) à formação dos estoques reguladores, incluídas as despesas de custeio das operações e de modernização das técnicas de estocagem;

No entanto, ainda há de se destacar que essa política pública visa atender a outras demandas, relacionadas com a produtividade, competitividade da produção, melhorias em infraestrutura, apoio a pesquisas e aumento do mercado consumidor. Essas medidas se traduzem na racionalização da cultura cafeeira, assistência à cafeicultura, aprimoramento da mão-de-obra qualificada, absorção de novas técnicas de cultivo e beneficiamento do produto, cooperação técnica e financeira internacional, promoção e propaganda do produto nos mercados doméstico e internacional, incentivo ao cooperativismo da lavoura cafeeira, pesquisas tecnológicas, estudos e diagnósticos sobre o

setor e também que deem subsídios para a execução, pelo IBC, da política de comercialização voltada para a conquista de novos consumidores, melhoria da infraestrutura das regiões cafeeiras em termos logísticos e também ao apoio ao desenvolvimento do parque industrial de torrefação e moagem e de café solúvel (BRASIL, 1987).

Por meio dessa política pública é feita uma gestão de fundos com os agentes envolvidos no setor, e os recursos são distribuídos dentre os beneficiários e objetivos do programa, sendo essa uma de suas potencialidades: a eficiência na gestão de fundos.

Vale ressaltar que inicialmente os recursos do FUNCAFÉ eram empregados no financiamento de custeio, colheita e comercialização. Contudo, nos últimos anos, novas linhas de crédito foram criadas, como as de investimento em pesquisa e *marketing* e as especiais para recuperação de cafezais afetados por chuvas de granizo e para liquidação de dívidas vinculadas às Cédulas de Produto Rural (CPRs) (XIMENES et al., 2009). Portanto, em linhas gerais os recursos do FUNCAFÉ

Destinam-se ao financiamento, modernização, incentivo à produtividade da cafeicultura, da indústria do café e da exportação; ao desenvolvimento de pesquisas, dos meios e vias de transportes, dos portos, da defesa do preço e do mercado, interno e externo, bem como das condições de vida do trabalhador rural (BRASIL, 2013, p. 23).

Sendo que as fundamentações legais do FUNCAFÉ estão expostas no Quadro 5 a seguir:

Quadro 5 – Fundamentações legais do FUNCAFÉ

Decreto-Lei nº 2.295, de 21 de novembro de 1986	Institui o Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ)
Decreto nº 94.874, de 15 de setembro de 1987	Dispõe sobre a estruturação do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ) e dá outras providências
Lei nº 9.239, de 22 de dezembro de 1995	Ratifica o Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ)

Medida Provisória nº 1918-2, de 21 de outubro de 1999	Dispõe sobre o alongamento de dívidas para com o Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ)
Lei nº 10.437, de 25 de abril de 2002	Dispõe sobre o alongamento de dívidas originárias de crédito rural
Lei nº 11.775, de 17 de setembro de 2008	Institui medidas de estímulo à liquidação ou regularização de dívidas originárias de operações de crédito rural e de crédito fundiário.
Resolução nº 3.665, de 17 de dezembro de 2008	Dispõe sobre a linha de crédito destinada a estocagem de café, ao amparo de recursos do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ).
Resolução nº 3.856, de 27 de maio de 2010	Dispõe sobre linhas de crédito destinadas aos financiamentos de custeio, colheita, estocagem de café e para Financiamento para Aquisição de Café (FAC), ao amparo de recursos do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ)
Resolução nº 3.995 de 28 de julho de 2011	Dispõe sobre linhas de crédito destinadas aos financiamentos ao amparo de recursos do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ) e institui Linha de Financiamento de Capital de Giro para Indústrias de Café Solúvel

Fonte: Elaborado pelo autor com informações de Brasil (1986), Brasil (1987), Brasil (1995), Brasil (1999), Brasil (2002), Brasil (2008), Banco Central do Brasil (2008), Banco Central do Brasil (2010) e Banco Central do Brasil (2011).

3 METODOLOGIA

Para o alcance dos objetivos gerais e específicos do presente trabalho, destaca-se que o mesmo se caracteriza por ser uma pesquisa exploratória, uma vez que o objetivo “é investigar uma situação para propiciar aproximação e familiaridade com o assunto, fato ou fenômeno e com isto gerar maior compreensão a respeito do mesmo” (TEIXEIRA; ZAMBERLAN; RASIA, 2009, p. 114). Destaca-se ainda que o trabalho está dividido em duas maneiras.

Em um primeiro momento foi realizada uma pesquisa documental, que tem por objetivo colocar o autor diante de novas informações a respeito do seu assunto de interesse, realizando assim através de levantamentos de relatórios, documentos oficiais dentre outros, que não receberam tratamento analítico anteriormente (FONSECA; 2002; SÁ-SILVA; ALMEIDA; GUINDANI, 2009).

Portanto, foi realizada a pesquisa documental da trajetória do café, noções sobre o café especial, bem como a trajetória do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ) a partir dos relatórios de atividades fornecidos pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) em um período de doze anos, desde o ano de 2003 (o primeiro relatório disponibilizado) até o último presente de 2014. Os dados foram consolidados e tratados com a utilização do *software Microsoft Office Excel* 2016, utilizou-se o mesmo *software* para criação dos gráficos.

Em um segundo momento, no intuito de complementariedade para o estudo foram realizadas também entrevistas. Vale ainda ressaltar que em comparação a outros métodos, as entrevistas possuem quatro vantagens que podem ser julgadas primordiais, são elas: *i)* obtenção de respostas mais precisas; *ii)* oportunidade para avaliar reações e atitudes durante o processo de entrevista; *iii)* maior flexibilidade; e *iv)* facilidade para a obtenção de respostas (MANZINI, 1991);

Sendo assim, foi elaborado um roteiro de entrevista semiestruturada para serem aplicados nos gestores do (FUNCAFÉ) com o objetivo de analisar quais são as contribuições do FUNCAFÉ para o setor de café, além do segmento de cafés especiais, e verificar a relação existente entre eles. As entrevistas foram realizadas com um total de quatro servidores do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) que são responsáveis pela gestão do fundo, sendo que foram realizadas as entrevistas com dois coordenadores e dois chefes de divisão.

O MAPA é o órgão “responsável pela gestão das políticas públicas de estímulo à agropecuária, pelo fomento do agronegócio e pela regulação e normatização de serviços vinculados ao setor” (MAPA, 2016c, p. 01). Portanto, é o órgão gestor do FUNCAFÉ. E buscou-se, então, entrevistar os responsáveis diretos pela gestão do fundo dentro do MAPA.

O roteiro de entrevista está exposto no Apêndice A, e contém 8 perguntas diretamente relacionadas ao tema de estudo.

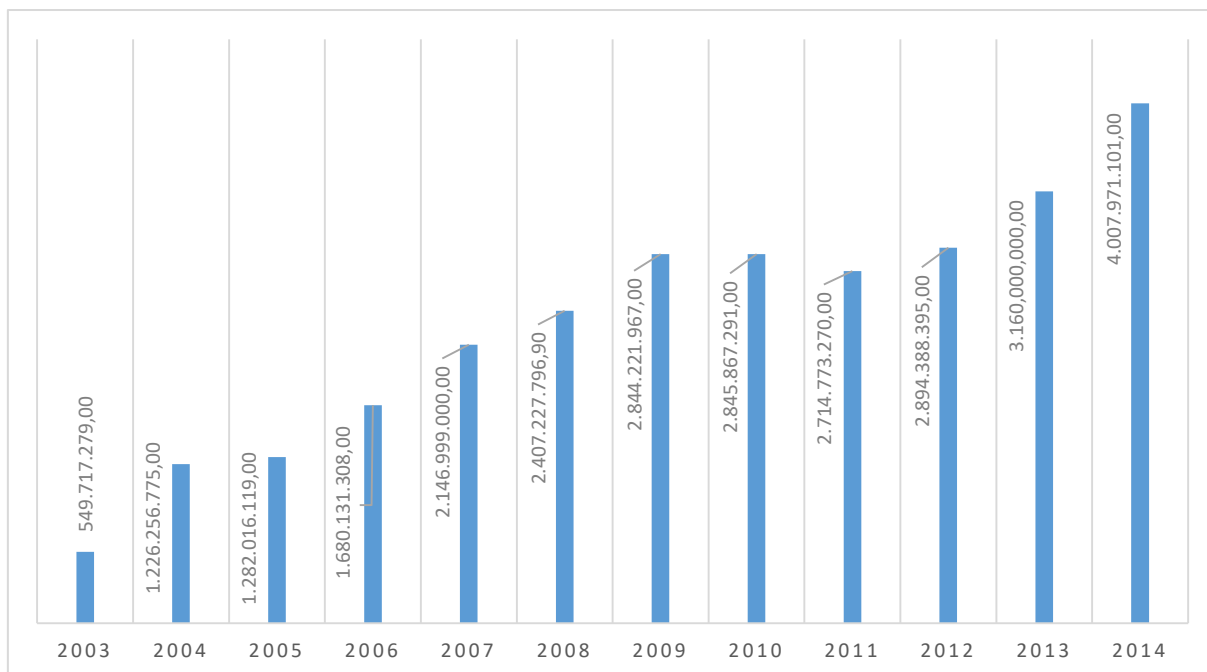
4 RESULTADOS

4.1 Revisão dos Relatórios do FUNCAFÉ

A partir do ano de 2003, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) passou a disponibilizar os relatórios de gestão do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ), e esses relatórios trazem dados relevantes que serão analisados nessa seção. É importante frisar que os dados tratados correspondem à série histórica de 12 anos (2003 a 2014), disponibilizados pelo MAPA nos seus relatórios de gestão.

Em relação ao montante de dotação orçamentária adjudicado ao FUNCAFÉ, através de Leis Orçamentárias Anuais (LOA), destaca-se que houve relativo aumento ao longo dos anos observados, conforme exposto no Gráfico 5 a seguir.

Gráfico 5 – Série Histórica (2003-2014) do montante de dotação orçamentária disponibilizado para o FUNCAFÉ em R\$

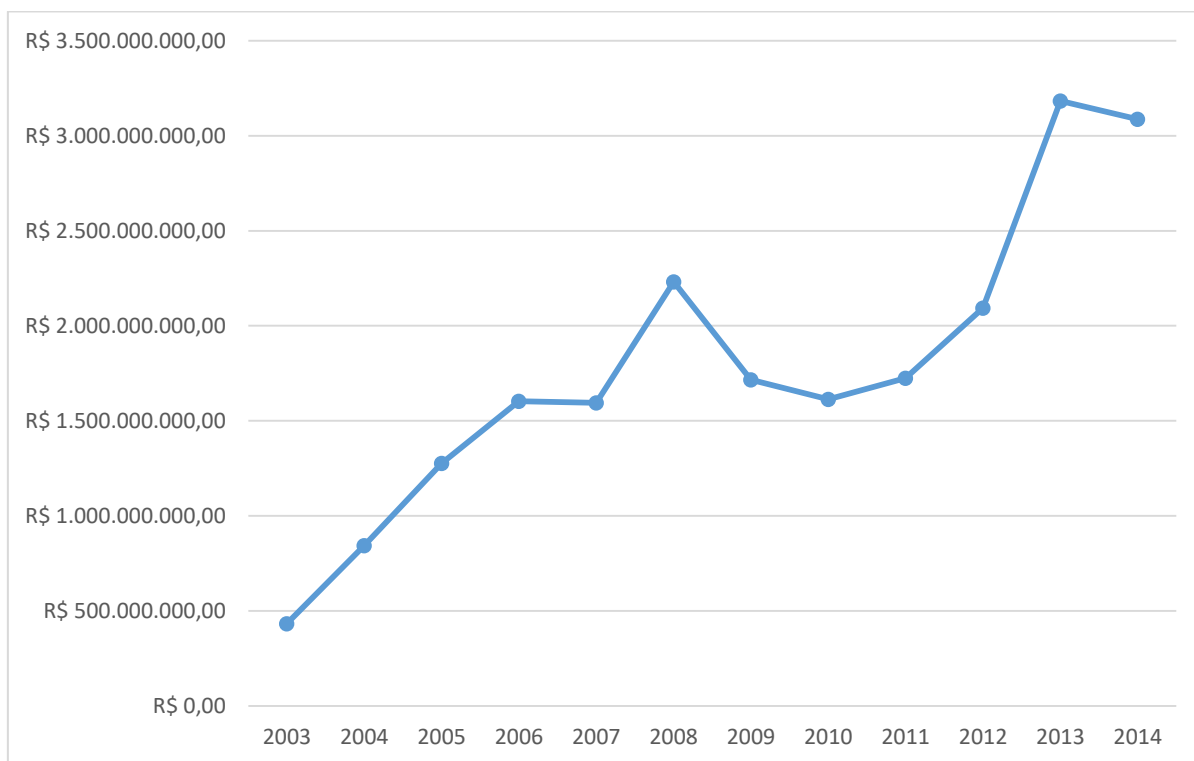


Fonte: Elaborado pelo autor com dados de Brasil (2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015).

No ano de 2003 o valor era de pouco mais de R\$ 549,7 milhões e passou para quase R\$ 4,1 bilhões no fim da série, no ano de 2014. Conforme esta informação, a taxa média de crescimento anual, na referida série histórica, foi de aproximadamente 52,42%. O maior crescimento identificado foi do ano de 2004 onde a taxa de crescimento foi na ordem de aproximadamente 123,07% dado que o montante de 549,7 milhões (em 2003) passou para pouco mais de 1,22 bilhões no ano seguinte. Além disso é importante frisar que somente no ano de 2011 houve um decréscimo dos montantes orçados, em vista que em 2010 o valor era de algo em torno de 2,84 milhões e em 2011 esse montante foi de 2,71 milhões perfazendo assim uma queda por volta de 4,61%.

Já em relação ao valor total pago pelo FUNCAFÉ, observa-se a mesma elevação ao decorrer dos anos como no montante de recursos, com uma taxa média de crescimento anual aferida foi um pouco menor (51,12%), uma vez que em 2003 o valor foi de R\$ 432,8 milhões e em 2014 esse valor elevou-se para R\$ 3,08 bilhões, conforme pode ser constatado no Gráfico 6.

Gráfico 6 – Valores pago pelo FUNCAFÉ na série histórica 2003-2014 em R\$



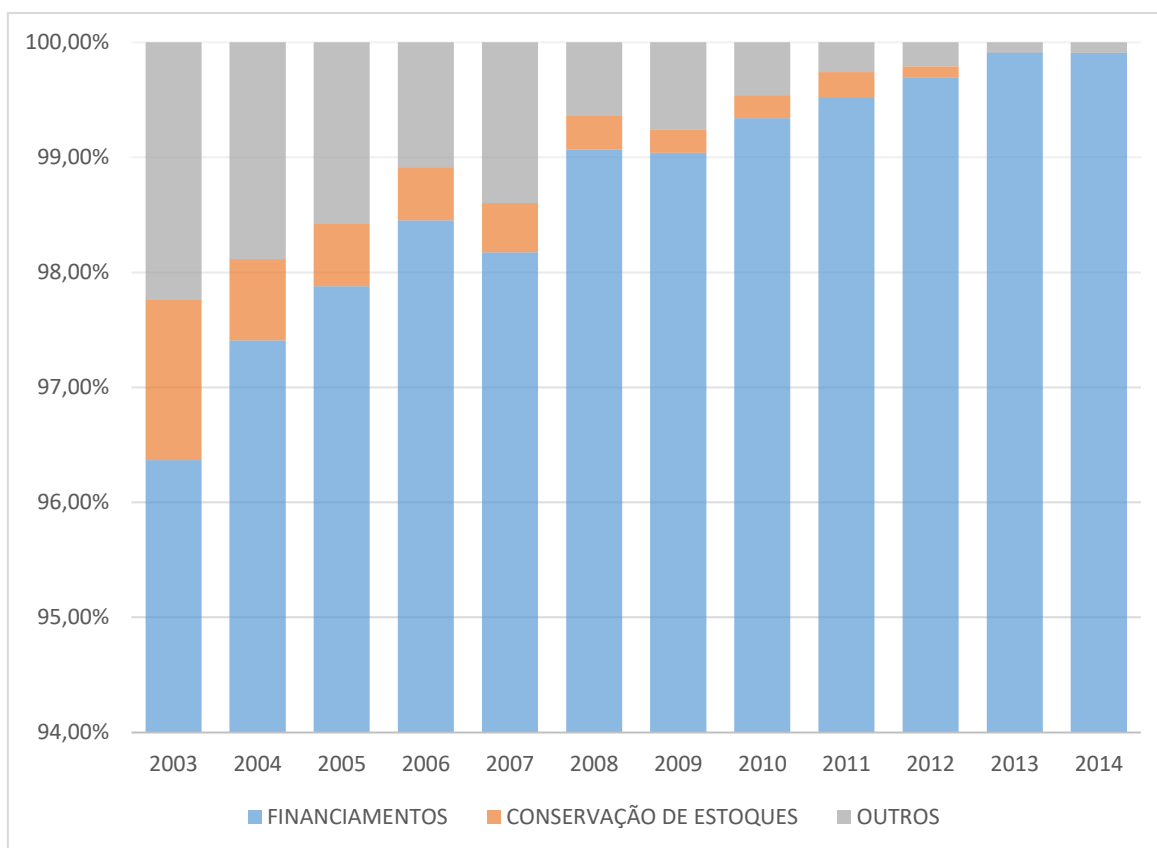
Fonte: Elaborado pelo autor com dados de Brasil (2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015).

A maior taxa de crescimento ocorreu no ano de 2004, assim como no montante dos recursos, em virtude de os valores pagos terem passado de R\$ 432,8 milhões no ano de 2003 para R\$ 843,3 milhões em 2004, totalizando um crescimento por volta de 94,85%.

Ainda em relação aos valores pagos pelo FUNCAFÉ, observa-se que a série histórica analisada sofreu sucessivas quedas nos anos de 2009 e 2010, após um resultado satisfatório em 2008, vindo a crescer novamente a partir de 2011 para alcançar o maior valor dispendido no ano de 2013, com pouco mais de R\$ 3,1 bilhões.

No período analisado, foram os financiamentos que receberam a maior parte dos recursos do FUNCAFÉ, sempre com mais de 96% do total desses recursos conforme pode ser percebido no Gráfico 7 a seguir.

Gráfico 7 – Participação dos financiamentos no montante total dos recursos do FUNCAFÉ no período de 2003 a 2014

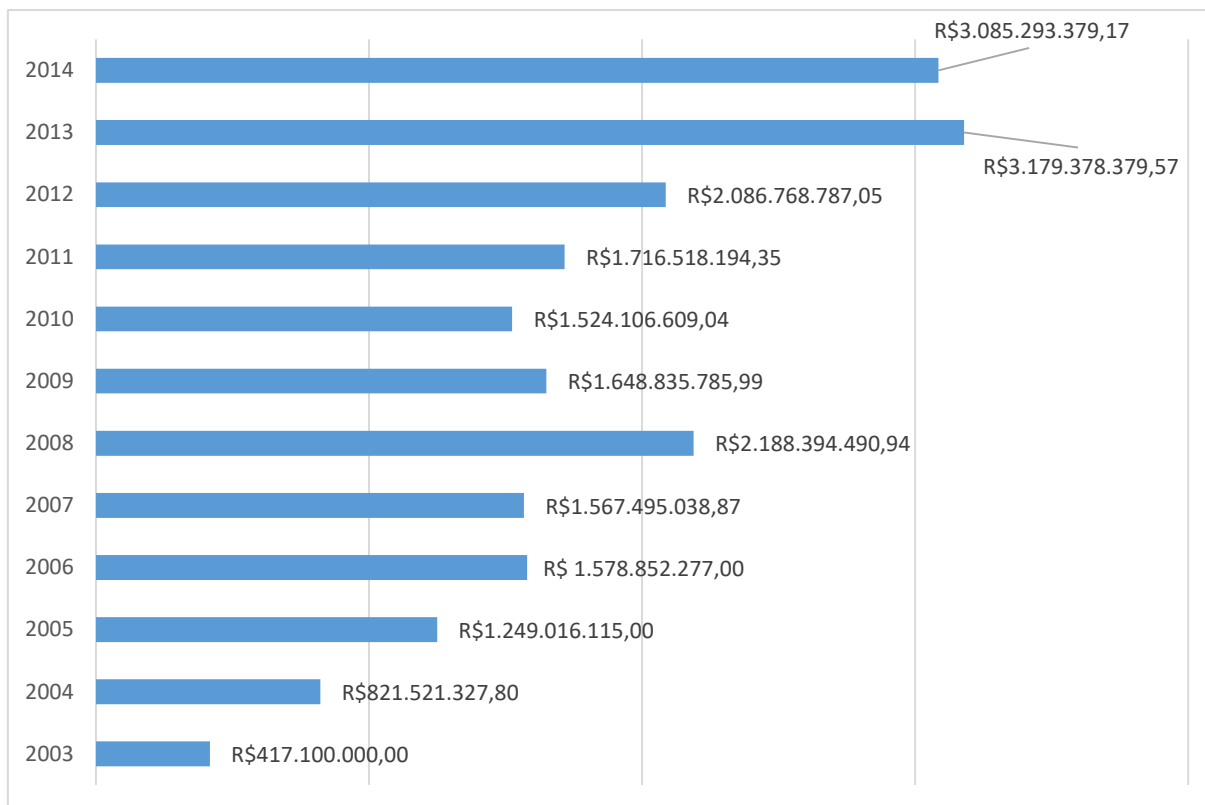


Fonte: Elaborado pelo autor com dados de Brasil (2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015).

Em conformidade com o que pode ser verificado no Gráfico 7, no ano de 2003 os financiamentos recebiam pouco mais de 96% do total dos recursos destinados pelo FUNCAFÉ, sendo que a participação foi se elevando gradativamente ao longo dos anos, até chegar a aproximadamente 99,91% no ano de 2014, ou seja, os financiamentos compreenderam quase totalidade de recursos utilizados pelo FUNCAFÉ no ano de 2014, dado que para os financiamentos foram empregados pouco mais de R\$ 3 bilhões de reais nesse ano.

Por ser a parcela mais significativa de utilização de recursos do FUNCAFÉ, os dados da evolução dos valores de financiamento a partir do ano de 2003 até o ano de 2014 estão expostos no Gráfico 8 a seguir.

Gráfico 8 – Série histórica dos financiamentos do FUNCAFÉ de 2003-2014 em R\$



Fonte: Elaborado pelo autor com dados de Brasil (2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015).

Nota-se que a elevação média anual é de aproximadamente 53,31%, ou seja, chega a ser maior até do que a taxa de crescimento do montante total dos recursos e também com o que foi utilizado ao decorrer dos anos. Portanto, destaca-se que ao passar dos anos, os recursos foram direcionados para créditos empregados nos financiamentos para a cafeicultura brasileira em detrimento de outros aspectos, como pesquisas relacionadas ao café, conservação de estoques, promoção do café brasileiro dentre outros.

Observa-se que inicialmente o crédito para os financiamentos era empregado apenas para a colheita, estocagem e custeio das lavouras, mas atualmente já existem outras modalidades de crédito, como Aquisição do Café (FAC), Contratos de Opções e de Operações em Mercados Futuros, Capital de Giro Indústrias de Café Solúvel, Capital de Giro Indústrias de Torrefação, Capital de Giro Cooperativas de Produção e Recuperação de Cafezais Danificados.

Já para 2015 foram disponibilizadas linhas de crédito para financiamento do setor cafeeiro, com recursos do FUNCAFÉ de até R\$ 4,136

bilhões, sendo que o limite de financiamentos pode ser visto na Tabela 2 a seguir.

Tabela 2 – Valores máximos de financiamento do FUNCAFÉ no ano de 2015

FINANCIAMENTO	Valor (R\$)
Custeio	950 mi
Estocagem	1,56 bi
Aquisição de Café (FAC)	750 mi
Contratos de Opções e de Operações em Mercados Futuros	10 mi
Capital de Giro para Indústria de Café Solúvel	200 mi
Capital de Giro para Indústria de Torrefação	300 mi
Capital de Giro para Cooperativa de Produção	400 mi
Recuperação de Cafezais Danificados	20 mi

Fonte: Mapa (2016d).

Para o ano de 2016 a distribuição de recursos foram ainda maiores que no ano anterior, dado que foram disponibilizados um montante total de R\$ 4,6 bilhões, sendo que os recursos foram distribuídos conforme os dados da Tabela 3 a seguir.

Tabela 3 – Valores máximos de financiamento do FUNCAFÉ no ano de 2016

FINANCIAMENTO	Valor (R\$)
Custeio	950 mi
Estocagem	1,752 bi
Aquisição de Café (FAC)	1 bi
Contratos de Opções e de Operações em Mercados Futuros	10 mi
Capital de Giro para Indústria de Café Solúvel	200 mi
Capital de Giro para Indústria de Torrefação	300 mi

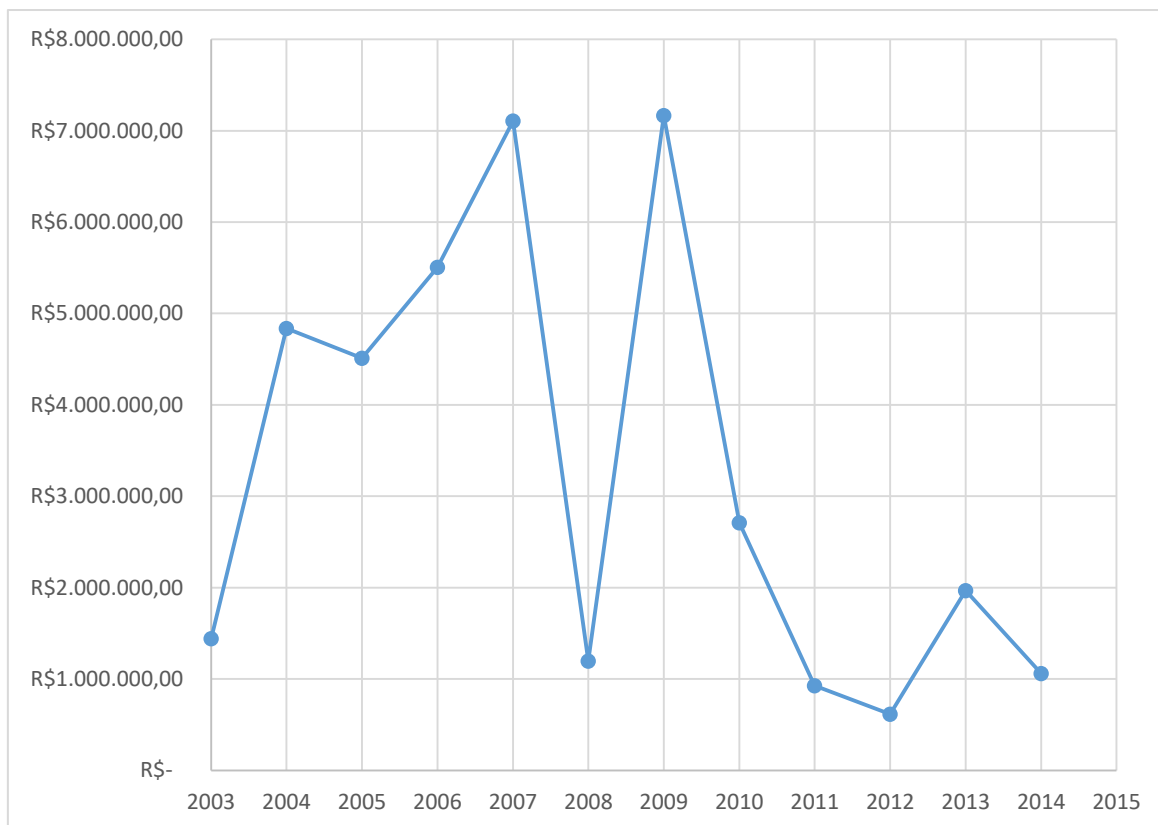
Capital de Giro para Cooperativa de Produção	400 mi
Recuperação de Cafezais Danificados	20 mi

Fonte: Mapa (2017).

Outro aspecto importante que recebe investimentos do FUNCAFÉ é a promoção do café brasileiro, onde pode-se relatar que algumas das principais formas de promoção dos cafés tradicionais brasileiros contatadas no relatório de 2014 são: os Simpósios Nacionais do Agronegócio Café, o Concurso de Qualidade Cafés da Bahia, o Seminário do Café da Região do Cerrado Mineiro, os Simpósios sobre Cafeicultura de Montana. Já com relação aos cafés especiais destacam-se: Annual Exposition – SCAA, a SCAE World of Coffee, e SCAJ World Specialty Coffee Conference & Exhibition, que promovem o produto brasileiro em feiras de cafés especiais por meio de estande institucional, evidenciando a variedade de aromas e sabores do café, bem como os padrões de sustentabilidade.

Convém ressaltar que no ano de 2003 os recursos destinados a promoção, conforme observado no Gráfico 9, foram em cerca de R\$ 1,4 milhões, atingindo o seu ápice no de 2009 com aproximadamente R\$ 7,1 milhões e após sucessivas quedas fecha a série analisada com pouco menos de R\$ 1,1 milhões.

Gráfico 9 – Série histórica dos valores do FUNCAFÉ destinados a promoção do café brasileiro nos anos de 2003-2014 em R\$



Fonte: Elaborado pelo autor com dados de Brasil (2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015).

A Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA) utiliza-se, portanto, de alguns recursos do FUNCAFÉ para a promoção de cafés especiais brasileiros no Brasil e no exterior com o intuito de colaboração com o segmento, sendo que alguns desses recursos utilizados serão apontados na seção seguinte.

4.2 Contribuições do FUNCAFÉ para o segmento de cafés especiais

Os relatórios de gestão do FUNCAFÉ trazem ainda alguns dados que podem ser diretamente relacionados ao segmento de cafés especiais, onde detalham os recursos utilizados para pesquisa e capacitação técnica, além da promoção e publicidade dos cafés especiais no Brasil e no exterior na série histórica já analisada (2003 a 2014).

4.2.1 Pesquisas e Capacitação Técnica

A primeira pesquisa, relacionada ao segmento de cafés especiais, destrinchada pelos relatórios de gestão do FUNCAFÉ ocorreu em 2006, onde se alcançaram duas tecnologias geradas pelo CBP&D/Café: *i)* Padrões de qualidade para o café brasileiro; e *ii)* Análise do comportamento das cadeias produtivas das principais regiões produtoras. A primeira teve como benefício satisfazer os mercados interno e externo, que apontam para um aumento de 20% na demanda por cafés especiais ou *gourmet*. Enquanto a segunda investigou a composição e características da cadeia produtiva dos cafés especiais, com o intuito de identificar suas potencialidades produtivas e mercadológicas, para obter novas oportunidades para a conquista de novos nichos de mercado (BRASIL, 2007).

Já no ano de 2008, a partir da Pesquisa nacional para identificação das tendências do consumo de café - edição 2008, identificou-se a pujança do segmento de cafés especiais, dado que considerando todos os tipos de café, os cafés especiais, além dos cafés expressos e o cappuccino, vinham ganhando cada vez mais espaço no mercado consumidor (BRASIL, 2009).

Como medidas do Programa Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento do Café (PNP&D/Café), em 2009 foi desenvolvida “metodologia de análise química para a discriminação dos diferentes tipos de cafés, somado ao desenvolvimento de trabalhos direcionados para a identificação do potencial das cultivares de cafeeiro para a produção de cafés especiais” (BRASIL, 2010, p. 64). Em 2010 foi realizado o “estudo da tolerância à dessecação de sementes e da qualidade de bebida do café empregando-se análises de biologia molecular, feito paralelamente à avaliação do potencial de cultivares para a produção de cafés especiais” (BRASIL, 2011, p. 54).

No ano de 2011 notou-se uma importância maior dada para o segmento de cafés especiais e a qualidade do café, uma vez que foram realizadas sete pesquisas diretamente relacionadas a esse segmento:

- Identificação e caracterização molecular de fatores genéticos que afetam a qualidade do café.

- Mudanças na qualidade de frutos de cafeeiros e nos atributos sensoriais da bebida relacionadas com a arquitetura de plantas e microclima local.
- Perfil químico e sensorial de cultivares selecionados em diferentes ambientes, com vistas à produção de cafés especiais.
- Seleção de cultivares de *C. arabica* e *C. canephora* para produtividade e qualidade de bebida na Amazônia Ocidental.
- Estudos de processamentos geocomputacionais para avaliação da distribuição espacial e padrões ambientais dos cafés especiais da microrregião da Serra da Mantiqueira de Minas Gerais.
- Programa de melhoria de qualidade de café e estudo dos cafés de Minas Gerais por meio do Concurso Estadual de Qualidade dos Cafés de Minas Gerais.
- Identificação de cultivares de café mais aptos à colheita mecanizada e à gestão da colheita seletiva (BRASIL, 2012, p. 52).

Em 2013, a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), através da unidade de café concluiu a “Distribuição espacial e padrões ambientais dos cafés especiais da microrregião da Serra da Mantiqueira de Minas Gerais, por meio de processamentos geocomputacionais” (BRASIL, 2014, p. 54), pesquisa iniciada dois anos antes. Por outro lado, a Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais (EPAMIG) investigou o “potencial de cultivares de Bourbon para a produção de cafés especiais” (BRASIL, 2014, p. 56).

Por fim, no ano de 2014, foi realizada a única atividade de capacitação técnica com recursos oriundos do FUNCAFÉ, onde a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais (EMATER-MG) realizou a prestação de serviços de assistência técnica e extensão rural a produtores de café e associações do Estado de Minas Gerais, que incluíram 1.800 assistências técnicas para cafeicultores do Programa Certifica Minas Café, com o foco na produção de cafés especiais (BRASIL, 2015).

4.2.2 Promoção e Publicidade

Assim como no tópico anterior, pesquisas e capacitação técnica, afere-se dos relatórios de gestão do FUNCAFÉ algumas medidas tomadas com recursos do FUNCAFÉ que contribuíram significativamente para o segmento de

cafés especiais. Para tanto, os recursos empregados para a promoção e publicidade dos cafés especiais estão expostos em ordem cronológica a seguir.

O relatório de gestão do ano de 2003 aponta que foram disponibilizados para a Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA) o montante de R\$ 637.000,00 (BRASIL, 2004). No entanto, não destrincha em quais atividades esse recurso foi empregado, mas sabe-se que a BSCA é uma das instituições mais importantes para o segmento de cafés especiais, dado que atua no desenvolvimento desse segmento no Brasil e visa a melhoria da imagem dos cafés brasileiros no mercado internacional (LEÃO, 2010).

Já no ano de 2004, pode-se observar que apenas um evento utilizou recursos do FUNCAFÉ para promover o segmento de cafés especiais em âmbito nacional, o 3º Concurso de Qualidade Cafés da Bahia, que solicitou o montante de R\$ 15.000,00, o que correspondeu a somente 0,31% do total dos recursos do FUNCAFÉ empregados para a promoção e publicidade do café (BRASIL, 2005).

Em 2005, com maiores participações que no ano anterior, quatro eventos utilizaram recursos do FUNCAFÉ para a promoção dos cafés especiais brasileiros, tanto no mercado nacional quanto no mercado internacional. Os dados podem ser visualizados na Tabela 4 a seguir.

Tabela 4 – Eventos de promoção de cafés especiais no ano de 2005 que receberam recursos do FUNCAFÉ

EVENTO	RECURSOS FUNCAFÉ
4º Concurso de Qualidade Cafés da Bahia	R\$ 15.000,00
7º Concurso de Qualidade Cafés do Brasil e leilão <i>Cup of Excellence</i>	R\$ 150.000,00
Feira de Charlotte (USA)	R\$ 90.650,00
Feira SCAA (Seattle)	R\$ 236.479,98

Fonte: Elaborado pelo autor com dados de Brasil (2006).

Observa-se que nesse ano foram utilizados R\$ 492.129,98 do FUNCAFÉ para a promoção dos cafés especiais, o que correspondeu a

aproximadamente 10,91% de todos os recursos empregados para promoção e publicidade de café.

Ao se comparar com o ano anterior (2005), afere-se que os recursos utilizados em 2006 foram um pouco menores, em vista que foram utilizados somente R\$ 387.400,00 do FUNCAFÉ, conforme exposto na Tabela 5 a seguir. Em contrapartida, observa-se a partir desse ano o investimento das associações, como a BSCA, para complementar os recursos para a promoção dos cafés especiais brasileiros.

Tabela 5 – Eventos de promoção de cafés especiais no ano de 2006 que receberam recursos do FUNCAFÉ

EVENTO	RECURSOS FUNCAFÉ	CONTRAPARTIDA BSCA
8º Concurso de Qualidade Cafés do Brasil e leilão <i>Cup of Excellence</i>	R\$ 250.000,00	R\$ 50.000,00
Feira de Shanghai - <i>Tea & Coffee World Cup Exhibitions & Symposiums</i>	R\$ 137.400,00	R\$ 23.600,00

Fonte: Elaborado pelo autor com dados de Brasil (2007).

Conforme citado, os recursos usados para a promoção de cafés especiais foram mais baixos do que no ano anterior, portanto, notou-se também que a participação diminuiu, uma vez que só foram empregados algo em torno de 7,03% do total de R\$5.507.466,08 aplicados na promoção e publicidade do café brasileiro.

Para 2007, assim como visto no ano anterior, averiguou-se mais uma queda nos valores dos recursos do FUNCAFÉ destinados a promoção dos cafés especiais, dado que foram utilizados R\$ 339.360,00 em cinco eventos, sendo dois deles nacionais e três internacionais.

Conforme pode ser observado na Tabela 6 a seguir, houve uma queda nos valores dos recursos destinados a promoção dos cafés especiais o que representou mais uma queda em comparação a todos os recursos empregados

na promoção e publicidade do café brasileiro. Nesse ano, a representatividade foi de apenas 4,78% do total de R\$7.106.724,47 destinados para a promoção e publicidade do café brasileiro. No entanto, há de se ressaltar que em 2009 foi o primeiro ano da série analisada que foram usados recursos do FUNCAFÉ para a promoção de cafés especiais nos três principais eventos internacionais do segmento.

Tabela 6 – Eventos de promoção de cafés especiais no ano de 2007 que receberam recursos do FUNCAFÉ

EVENTO	RECURSOS FUNCAFÉ	CONTRAPARTIDA ASSOCIAÇÕES
Concurso de Qualidade do Café do Paraná	R\$ 29.360,00	R\$ 29.600,00
6º Concurso de Qualidade Cafés da Bahia	R\$ 50.000,00	R\$ 10.000,00
19th <i>Annual SCAA Conference & Exhibition 2007</i>		
6th <i>Conference & Exhibition – SCAE</i>	R\$ 260.000,00	R\$ 78.420,00 (BSCA)
SCAJ <i>World Specialty Coffee Conference & Exhibition 2007</i>		

Fonte: Elaborado pelo autor com dados de Brasil (2008).

Distintamente dos dois anos anteriores, em 2008, houve um certo crescimento dos valores dos recursos do FUNCAFÉ destinados para a promoção de cafés especiais, em vista que foram alocados R\$ 388.548,00 para tal fim, o que também elevou a participação para aproximadamente 32,44% do total de R\$1.197.912,79 pagos pelo FUNCAFÉ nesse ano. Os eventos que receberam os recursos foram dois, sendo um em nível nacional e o outro em nível internacional.

Vale frisar a importância dada para o evento internacional, como pode ser constatado na Tabela 7 a seguir, que recebeu a grande maioria dos recursos desse ano.

Tabela 7 – Eventos de promoção de cafés especiais no ano de 2008 que receberam recursos do FUNCAFÉ

EVENTO	RECURSOS FUNCAFÉ	CONTRAPARTIDA BSCA
SCAJ <i>World Specialty Coffee Conference and Exhibition 2008</i>	R\$ 302.000,00	R\$ 71.000,00
9º Concurso de Qualidade Cafés do Brasil e leilão <i>Cup of Excellence</i>	R\$ 86.548,00	R\$ 21.637,00

Fonte: Elaborado pelo autor com dados de Brasil (2009).

Assim como no ano anterior, em 2009, houve um ligeiro crescimento dos valores dos recursos do FUNCAFÉ destinados para a promoção de cafés especiais, em vista que foram alocados R\$ R\$559.385,00 para tal fim, ou seja, um crescimento estimado em 43,97% na comparação com 2008. Os eventos que receberam esses recursos, bem como os valores pode sem visualizados na Tabela 8 a seguir.

Nota-se que a representatividade dos valores empregados do FUNCAFÉ para o segmento de cafés especiais ficou por volta de 7,81%, uma vez que o valor total de recursos utilizados para a promoção e publicidade de café foi de R\$ 7.165.504,08. Observa-se também a aplicação dos recursos do FUNCAFÉ para a promoção dos cafés especiais nos três principais eventos relacionados a esse segmento.

Tabela 8 – Eventos de promoção de cafés especiais no ano de 2009 que receberam recursos do FUNCAFÉ

EVENTO	RECURSOS FUNCAFÉ	CONTRAPARTIDA ASSOCIAÇÕES
21st Annual SCAA Conference & Exhibition 2009	R\$ 129.320,00	R\$ 34.250,00 (BSCA)
8th Conference & Exhibition – SCAE - Wonderful Coffee Cologne	R\$ 97.800,00	R\$ 25.230,00 (BSCA)
SCAJ World Specialty Coffee Conference & Exhibition 2009	R\$ 184.265,00	R\$ 46.240,00 (BSCA)
7º Concurso de Qualidade do Café Alta Mogiana	R\$ 50.000,00	R\$ 12.500,00
8º Concurso de Qualidade Cafés da Bahia	R\$ 48.000,00	R\$ 12.000,00
Feira Internacional de Cafés Especiais do Norte Pioneiro do Paraná – 2ª Ficafé	R\$ 50.000,00	R\$ 12.500,00

Fonte: Elaborado pelo autor com dados de Brasil (2010).

O ano que apresentou um dos maiores crescimentos em relação ao ano anterior dos recursos do FUNCAFÉ destinados a promoção de cafés especiais foi 2010, posto que os valores usados para tal fim ficaram na ordem de R\$ 1.024.060,00 perfazendo uma taxa de crescimento de aproximadamente 83,07%. Sendo que esses recursos foram alocados em nove eventos, conforme pode ser constatado na Tabela 9 a seguir.

Tabela 9 – Eventos de promoção de cafés especiais no ano de 2010 que receberam recursos do FUNCAFÉ

EVENTO	RECURSOS FUNCAFÉ	CONTRAPARTIDA ASSOCIAÇÕES
---------------	-----------------------------	--------------------------------------

22nd Annual SCAA Exposition in Anaheim	R\$ 145.620,00	R\$ 36.890,00 (BSCA)
<i>Caffè Culture 2010</i>	R\$ 116.290,00	R\$ 30.150,00 (BSCA)
SCAJ World Specialty Coffee Conference & Exhibition 2010	R\$ 200.800,00	R\$ 50.640,00 (BSCA)
8º Concurso de Qualidade do Café Alta Mogiana	R\$ 50.000,00	R\$ 12.500,00
9º Concurso de Qualidade Cafés da Bahia	R\$ 48.000,00	R\$ 12.000,00
IX Concurso de Qualidade de Café de Piraju e Região Feira Internacional de Cafés Especiais do Norte Pioneiro do Paraná – 3ª Ficafé	R\$ 55.000,00	R\$ 14.600,00
7º Concurso Nacional Abic de Qualidade do Café	R\$ 34.000,00	R\$ 9.000,00
7ª Edição Especial dos Melhores Cafés do Brasil		

Fonte: Elaborado pelo autor com dados de Brasil (2011).

Assim como no ano anterior, destaca-se que nesse ano houve a utilização dos recursos do FUNCAFÉ para a promoção dos cafés especiais nos três principais eventos internacionais relacionados a esse segmento. E vale ainda destacar que a representatividade dos valores empregados do FUNCAFÉ para o segmento de cafés especiais obteve um certo aumento, dado que fora estimado em 37,78%.

O ano de 2011 apresentou a maior representatividade dos valores dos recursos do FUNCAFÉ empregados na promoção dos cafés especiais brasileiros em relação aos valores totais dos recursos empregados no setor cafeeiro com 52,14%, ou seja, mais da metade. Sendo que quatro eventos receberam esses recursos, como pode ser constatado na Tabela 10.

Tabela 10 – Eventos de promoção de cafés especiais no ano de 2011 que receberam recursos do FUNCAFÉ

EVENTO	RECURSOS FUNCAFÉ	CONTRAPARTIDA BSCA
<i>23rd Annual SCAA Exposition</i>	R\$ 32.000,00	R\$ 8.600,00
SCAE World Of Coffee Maastricht 2011	R\$ 109.100,00	R\$ 27.300,00
SCAJ World Specialty Coffee Conference & Exhibition 2011	R\$ 342.500,00	R\$ 86.000,00
The 10th Seoul Int'l Cafe Show 2011		

Fonte: Elaborado pelo autor com dados de Brasil (2012).

Nesse ano (2011), os recursos foram na sua totalidade empregados em eventos internacionais no segmento de cafés especiais, sendo assim o total utilizado de recursos do FUNCAFÉ foi de R\$ 483.600,00 frente aos R\$ 927.465,00 usados na promoção e publicidade do café.

Já em 2012, observa-se uma grande queda, já constatada no ano anterior, nos valores dos recursos oriundos do FUNCAFÉ destinados a promoção e publicidade do café brasileiro, uma vez que foram somente R\$ 616.854,04, o menor na série histórica analisada. E, portanto, somente três eventos relacionados ao segmento de cafés especiais, foram contemplados com recursos do FUNCAFÉ (ver Tabela 11), totalizando R\$ 236.340,00, ou seja, aproximadamente 38,31% do total dos recursos.

Tabela 11 – Eventos de promoção de cafés especiais no ano de 2012 que receberam recursos do FUNCAFÉ

EVENTO	RECURSOS FUNCAFÉ	CONTRAPARTIDA ASSOCIAÇÕES
11º Concurso de Qualidade Cafés da Bahia	R\$ 40.000,00	R\$ 10.000,00
SCAJ World Specialty Coffee Conference & Exhibition 2012	R\$ 196.340,00	R\$ 49.650,00 (BSCA)
The 11th Seoul Int'l Cafe Show 2012		

Fonte: Elaborado pelo autor com dados de Brasil (2013).

Já em 2013, nota-se uma ligeira elevação nos valores dos recursos oriundos do FUNCAFÉ tanto para a promoção e publicidade do café brasileiro quanto aos destinados ao segmento dos cafés especiais, dado que para o segmento de cafés especiais foram utilizados R\$ 367.900,00 divididos em quatro eventos, que estão expostos na Tabela 12 a seguir.

Tabela 12 – Eventos de promoção de cafés especiais no ano de 2013 que receberam recursos do FUNCAFÉ

EVENTO	RECURSOS FUNCAFÉ	CONTRAPARTIDA ASSOCIAÇÕES
12º Concurso de Qualidade Cafés da Bahia	R\$ 40.000,00	R\$ 10.000,00
<i>25th Annual SCAA Exposition</i>	R\$ 148.100,00	R\$ 37.600,00 (BSCA)
SCAJ World Specialty Coffee Conference & Exhibition 2013	R\$ 179.800,00	R\$ 45.900,00 (BSCA)
The 12th Seoul Int'l Cafe Show 2013		

Fonte: Elaborado pelo autor com os dados de Brasil (2014).

Por fim, fechando a série histórica, no ano de 2014 houve mais um crescimento na utilização dos recursos do FUNCAFÉ para a promoção dos cafés especiais brasileiros, posto que foram utilizados R\$ 642.900,00 para tal finalidade, sendo, portanto, o segundo ano na série histórica em que mais foram utilizados os recursos no segmento de cafés especiais, com a utilização em cinco eventos, segundo a Tabela 13 a seguir.

Tabela 13 – Eventos de promoção de cafés especiais no ano de 2014 que receberam recursos do FUNCAFÉ

EVENTO	RECURSOS FUNCAFÉ	CONTRAPARTIDA ASSOCIAÇÕES
13º Concurso de Qualidade Cafés da Bahia	R\$ 40.000,00	R\$ 10.000,00
<i>26th Annual SCAA Exposition</i>		
SCAE World of Coffee 2014	R\$ 493.700,00	R\$ 125.500,00 (BSCA)
SCAJ World Specialty Coffee Conference & Exhibition 2014		
The 13th Seoul Int'l Cafe Show 2014	R\$ 109.200,00	R\$ 28.900,00 (BSCA)

Fonte: Elaborado pelo autor com os dados de Brasil (2015).

Afere-se da Tabela 13 que os recursos foram empregados em quatro eventos internacionais, sendo esses os mais relevantes para o segmento de cafés especiais. A representatividade da utilização dos recursos para o segmento de cafés especiais foi a maior de todo o período analisado, uma vez que foi 60,52%, ou seja, mais da metade de todos os recursos do FUNCAFÉ

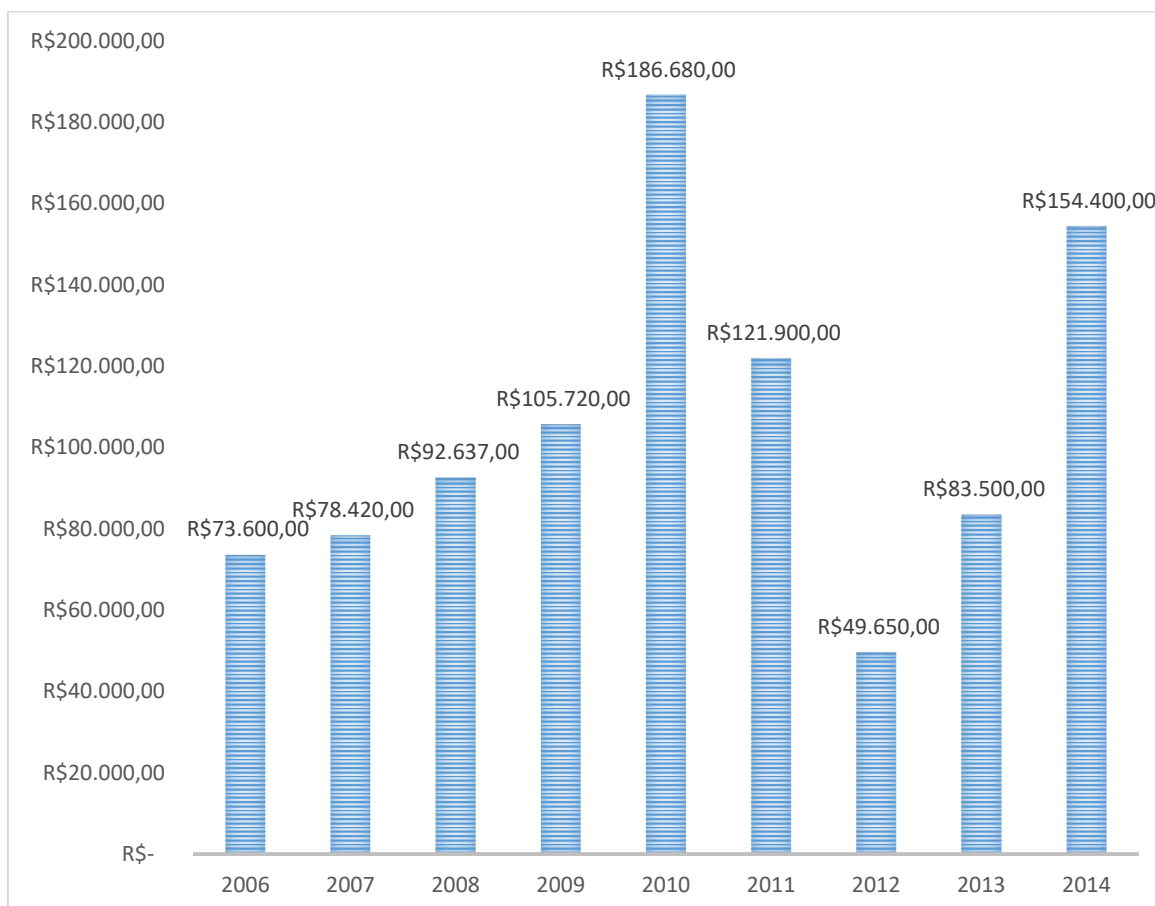
destinados a promoção e publicidade do café foram manipulados pelo segmento de cafés especiais.

4.3 Outros meios de contribuição para o segmento de cafés especiais

A partir do ano de 2006, constatou-se que os recursos utilizados para a promoção dos cafés especiais brasileiros em eventos internacionais não foram mais de origem exclusiva do FUNCAFÉ. Algumas associações e sindicatos, como por exemplo a Associação dos Produtores de Café da Bahia (ASSOCAFÉ), passaram também a contribuir.

Dentre essas, a que merece maior destaque, tanto pela representatividade no segmento quanto pelos recursos destinados é a Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA), que ao passar dos anos destinou cada vez mais recursos para a promoção dos cafés especiais nos eventos internacionais, o que pode ser constatado no Gráfico 10.

Gráfico 10 – Recursos destinados pela BSCA para a promoção dos cafés especiais brasileiros nos últimos 6 anos, de 2009 a 2014



Fonte: Elaborado pelo autor com dados de Brasil (2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015).

Constata-se que inicialmente, no ano de 2006 a BSCA disponibilizou R\$73.600,00 para a promoção de cafés especiais em eventos internacionais, e esse valor veio em constante elevação até atingir o seu ápice em 2010 com R\$186.680,00. Após o declínio nos dois anos posteriores, os recursos disponibilizados pela BSCA voltaram a crescer em 2013 até chegar ao ano de 2014 com a segunda melhor marca (R\$ 154.400,00), o que elucida a relevância da BSCA para o segmento de cafés especiais, em conformidade com o que já fora citado, e também que cada vez mais a BSCA pode estar disponibilizando mais recursos para contribuir com a promoção de cafés especiais do Brasil em eventos internacionais (BRASIL, 2004; 2005; 2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012; 2013; 2014; 2015).

4.4 Percepções Sobre os Pontos Fortes e Fraquezas do FUNCAFÉ no Apoio ao Segmento de Cafés Especiais

Conforme citado, foram realizadas quatro entrevistas em gestores do Fundo do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), sendo que algumas observações podem ser destacadas no Quadro 6 a seguir.

Quadro 6 – Departamento de Café

Entrevistado 1	Coordenadora Geral
Entrevistado 2	Coordenadora de Área
Entrevistado 3	Chefe de Divisão
Entrevistado 4	Chefe de Serviço

Fonte: Elaborado pelo autor.

Em relação a percepção a respeito do FUNCAFÉ, observou-se que os respondentes afirmaram que o Fundo que foi criado pelo Decreto-Lei nº 2.295, de 21 de novembro de 1986, sendo que conforme o Decreto, os recursos são

destinados ao “financiamento, modernização, incentivo à produtividade da cafeicultura, da indústria do café e da exportação, ao desenvolvimento de pesquisas, dos meios e vias de transportes, dos portos, da defesa do preço e do mercado, interno e externo, bem como das condições da vida do trabalhador”. E que o mesmo, é bastante relevante para a cafeicultura por investir na atividade por intermédio de “financiamentos à cafeicultura através de linhas de crédito amparadas com recursos do Fundo” (Entrevistado).

Destaca-se ainda, que os entrevistados afirmaram que de maneira geral os objetivos do FUNCAFÉ estavam sendo cumpridos, porém, de acordo com as entrevistas realizadas, destaca-se que foram observados alguns pontos positivos em relação ao FUNCAFÉ, dentre estes o mais relevante, se destaca a importância desse fundo para a cadeia do café de maneira geral, ou seja, contribui com as “ações destinadas desde à produção, pesquisa, promoção, até à comercialização do produto” (Entrevistado). Portanto, ainda de acordo com os respondentes, o setor cafeeiro é completamente atendido pelos recursos do FUNCAFÉ, não somente priorizando um segmento em específico. Tal fato fica evidenciado pelos recursos destinados ao café verde, café torrado e moído, café solúvel e cafés especiais, atendendo assim o setor cafeeiro de maneira geral.

Dessa maneira, os recursos atendem aos aspectos relacionados a pesquisas direcionadas ao café, para melhoramento de produtividade, resistência a pragas dentre outros, bem como investimento na produção em vias de se aumentar a área plantada ou até mesmo a produtividade da cultura e contribui também na parte de comercialização da safra de café.

E isso, pode ser considerado um fator primordial em vista que a preocupação com a cadeia fará com que toda o setor do café seja fortalecido e não somente alguns elos em específicos. E isso também pode beneficiar o segmento de cafés especiais, em vista que por ser um segmento que deve crescer nos próximos anos, maiores recursos poderão ser empregados na realização de pesquisas, produção, promoção e na comercialização desse tipo de produto.

Observa-se ainda que de acordo com as entrevistas, a contribuição do FUNCAFÉ para o segmento de cafés especiais se dá com “financiamentos à

cafeicultura através de linhas de crédito amparadas com recursos do Fundo e incentivo à pesquisa” (Entrevistado).

Porém, há de se ressaltar um ponto negativo, onde declarou-se que o MAPA não possui as ferramentas necessárias para avaliar de maneira específica a contribuição do FUNCAFÉ para elos/segmentos específicos, dado que “a política pública não é focada em tipos de café, e sim na cafeicultura como um todo” (Entrevistado). Portanto, conforme citado, são apresentados os resultados diretamente relacionados para a cafeicultura de maneira geral e não para um tipo de produto em específico, sendo assim, não existem maneiras de destrinchar qual os valores dos recursos do FUNCAFÉ são direcionados para cada tipo de café (verde, torrado e moído, solúvel e especial).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo atingiu o seu objetivo principal ao identificar a contribuição do FUNCAFÉ para o segmento de cafés especiais no Brasil. Nota-se que ao longo dos anos os valores dos recursos FUNCAFÉ destinados ao setor cafeeiro foram cada vez maiores, dado que em 2003 eram destinados apenas R\$ 549,7 milhões e no final da série histórica, em 2014, chegou a quase R\$ 4,1 bilhões (BRASIL, 2004; 2015).

No entanto, há de se ressaltar que os recursos ao passar dos anos foram sendo empregados mais para créditos em financiamentos, conforme observado, em detrimento de outras modalidades, como pesquisas e promoção do café brasileiro, em vista que os financiamentos representavam 96,37% no início da série histórica (2003) e passaram a ser quase a totalidade (99,91%) no fim da série histórica, no ano de 2014 (BRASIL, 2004; 2015).

O que evidencia que apesar do FUNCAFÉ ter sido instituído no ano de 1986, está inserido na segunda fase da política agrícola, “fase de modernização da agricultura”, que possuía a finalidade de ter o crédito como principal ferramenta para aumentar a produtividade dos produtos agrícolas para suprir as necessidades no mercado interno bem como as exportações (COELHO, 2001; GUANZIROLI, 2014).

Porém, há de se ressaltar que o segmento de cafés especiais vem ganhando cada vez mais incentivos quando se aborda a promoção e publicidade do café brasileiro, posto que no ano de 2014 recebeu R\$ 642,9 mil de recursos do FUNCAFÉ (BRASIL, 2015), obtendo assim uma fatia de pouco mais de 60% de todos os recursos oriundos do FUNCAFÉ para a promoção e publicidade do café brasileiro.

Essa promoção e publicidade dos cafés especiais julga-se primordial para o desenvolvimento do segmento, dado que somente com tal medida poderá ocorrer a mudança da imagem do café brasileiro em nível global, uma vez que o mesmo era identificado como sendo de baixa qualidade (LEÃO, 2010). Atrelado a isso, pode-se ressaltar também que deveriam ser investidos maiores recursos do FUNCAFÉ em crédito para financiamentos de propriedades que produzam esse tipo de café, bem como poderiam ser investidos mais recursos na área de pesquisas direcionadas aos cafés especiais.

Importante ainda citar o papel da Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA), que como fora abordado é uma das principais instituições que contribuem para o desenvolvimento do mercado de cafés especiais no Brasil e corrobora com a promoção desses produtos no mercado internacional (LEÃO, 2010). Vale destacar que desde o ano de 2006, a BSCA disponibiliza recursos financeiros, em complemento aos recursos do FUNCAFÉ, destinados à participação nos principais eventos internacionais do segmento de cafés especiais, e que esse valor atingiu a marca de R\$ 154,4 mil no ano de 2014 (BRASIL, 2015), sendo o segundo maior de toda a série histórica analisada.

Julga-se primordial, a participação e contribuição do gestor de agronegócios para o crescimento do segmento de cafés especiais, em vista que a partir dessa pesquisa pode-se observar os aspectos nos quais essa política pública está alicerçada e as medidas que devem ser tomadas para identificar a contribuição do FUNCAFÉ para o segmento de cafés especiais, e também destaca-se que o país deve buscar cada vez mais ter participação no mercado de café, principalmente no mercado de cafés especiais, que é um produto com maior valor agregado e que ao longo dos anos vem mostrando mais notoriedade.

Há de se relatar que as entrevistas realizadas junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento não retornaram informações suficientes para avaliar a contribuição do FUNCAFÉ especificamente para o segmento de cafés especiais. Portanto, sugere-se identificar novos meios junto ao MAPA para investigar a quantidade de produtores de cafés especiais que receberam os recursos oriundos do FUNCAFÉ e quais seriam esses valores, para aferir se há um crescimento na utilização do FUNCAFÉ por esses produtores.

Devido à dificuldade de obter respostas juntamente a Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA) bem como com produtores de cafés especiais, como sugestão para estudos futuros, sugere-se, também buscar outros meios para a realização de entrevista com algum responsável pela promoção de cafés especiais na BSCA, para investigar de maneira mais abrangente como o FUNCAFÉ está contribuindo para as ações no segmento. Além de também buscar a viabilização para a realização de entrevistas juntamente aos produtores rurais de cafés especiais que foram atendidos com recursos creditícios do FUNCAFÉ, para apurar de maneira mais eficaz como se dá a obtenção dos créditos para financiamentos através do FUNCAFÉ e como o mesmo contribuiu para o segmento de cafés especiais.

Por fim, sugere-se ainda também, a investigação junto a outras instituições, como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e também a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), para avaliar contribuição das mesmas para o segmento de cafés especiais, bem como identificar o que foi realizado e o que pretende ser realizado no intuito de contribuição com o crescimento desse segmento no Brasil.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, F. C. M. A qualidade do café e as certificações. **Revista Sociedade e Desenvolvimento Rural**, Brasília, v. 03, n. 01, p. 42-59, 2009.

ALMEIDA, A. R. de. OIC promove a 4ª Conferência Mundial do Café. **Revista do Café**, Rio de Janeiro, n. 856, p. 19, dez., 2015.

ALVES, H. M. R.; VOLPATO, M. M. L.; VIEIRA, T. G. C.; BORÉM, F. M.; BARBOSA, J. N. Características ambientais e qualidade da bebida dos cafés do estado de Minas Gerais. **Informe Agropecuário**, Belo Horizonte, v. 32, n. 261, p. 18-29, 2011.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CAFÉS ESPECIAIS – BSCA. **A BSCA**. 2016a. Disponível em: <<http://bsca.com.br/a-bsca.php>>. Acesso em: 13 nov. 2016.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CAFÉS ESPECIAIS – BSCA. **Cafés especiais são destaque em Minas Gerais**. 2016b. Disponível em: <<http://bsca.com.br/noticia.php?id=170>>. Acesso em: 14 out. 2016.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CAFÉS ESPECIAIS – BSCA. **Cafés Especiais do Brasil atendem às diferentes demandas mundiais**. 2016c. Disponível em: <<http://bsca.com.br/noticia.php?id=232>>. Acesso em: 14 out. 2016.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CAFÉS ESPECIAIS – BSCA. **Brazilian Coffee Origins**. 2016d. Disponível em: <http://bsca.com.br/pdf-folder/mapafinal_estande_bsca_140425014150.pdf>. Acesso em: 18 dez. 2016.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CAFÉS ESPECIAIS – BSCA. **O que são cafés especiais**. 2016e. Disponível em: <<http://bsca.com.br/cafes-especiais.php>>. Acesso em: 22 out. 2016.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE CAFÉ – ABIC. **A ABIC defende uma ampliação forte dos investimentos em marketing e publicidade.** 2016. Disponível em: <<http://www.abic.com.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=61#defend2015.2>>. Acesso em: 14 out. 2016.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Resolução nº 3.665, de 17 de dezembro de 2008. Dispõe sobre a linha de crédito destinada a estocagem de café, ao amparo de recursos do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ). **Diário Oficial da União**, Brasília, 17 dez. 2008. Disponível em: <<http://www.diariodasleis.com.br/busca/exibelink.php?numlink=1-10-34-2008-12-17-3665>>. Acesso em: 23 dez. 2016.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Resolução nº 3.856, de 27 de maio de 2010. Dispõe sobre linhas de crédito destinadas aos financiamentos de custeio, colheita, estocagem de café e para Financiamento para Aquisição de Café (FAC), ao amparo de recursos do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ). **Diário Oficial da União**, Brasília, 27 maio. 2010. Disponível em: <<http://www.diariodasleis.com.br/busca/exibelink.php?numlink=214366>>. Acesso em: 23 dez. 2016.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Resolução nº 3.995, de 28 de julho de 2011. Dispõe sobre linhas de crédito destinadas aos financiamentos ao amparo de recursos do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ) e institui Linha de Financiamento de Capital de Giro para Indústrias de Café Solúvel. **Diário Oficial da União**, Brasília, 28 jul. 2011. Disponível em: <<http://www.diariodasleis.com.br/busca/exibelink.php?numlink=217876>>. Acesso em: 23 dez. 2016.

BARBOSA, P. M. da S.; LAGE, C. L. S.; FERNANDES, L. R. R. de. M. V. Marcas versus as denominações de cultivares presentes, em duas indicações geográficas brasileiras para café. **Coffee Science**, v. 11, n. 2, p. 234-243, 2016.

BARROS, G. S. C. A transição na política agrícola brasileira. In: MONTROYA, A.; PARRÉ, J. L. (Org.). **O agronegócio brasileiro no final do século XX**. Passo Fundo: UPF, 2000. p. 57-71.

_____. Política agrícola no Brasil: subsídios e investimentos. In: GASQUES, J. G.; VIEIRA FILHO, J. E. R.; NAVARRO Z. (Orgs.). **A agricultura brasileira: desempenho, desafios e perspectivas**. Brasília: IPEA, 2010. p. 237-258.

BORÉM, F. M.; FRIEDLANDER, D. Navigating origins. **Roast Magazine**, Portland, p. 94-95, 2009.

BRASIL. Decreto-Lei nº 2.295, de 21 de novembro de 1986. Isenta do imposto de exportação as vendas de café para o exterior e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 21 nov. 1986. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del2295.htm>. Acesso em: 23 dez. 2016.

_____. Decreto nº 94.874, de 15 de setembro de 1987. Dispõe sobre a estruturação do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira - FUNCAFÉ e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 15 set. 1987. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1980-1987/decreto-94874-15-setembro-1987-444822-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 23 dez. 2016.

_____. Lei nº 9.239, de 22 de dezembro de 1995. Ratifica o Fundo de Defesa da Economia Cafeeira - FUNCAFÉ, na forma do disposto no art. 6º da Lei nº 8.173, de 30 de janeiro de 1991. **Diário Oficial da União**, Brasília, 22 dez. 1995. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9239.htm>. Acesso em: 23 dez. 2016.

_____. Medida Provisória nº 1918-2, de 21 de outubro de 1999. Dispõe sobre o alongamento de dívidas originárias de crédito rural, de que trata a Lei no 9.138, de 29 de novembro de 1995, e de dívidas para com o Fundo de Defesa da Economia Cafeeira - FUNCAFÉ, instituído pelo Decreto-Lei no 2.295, de 21 de novembro de 1986, que foram reescaladas no exercício de 1997, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 21 out. 1999. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/mpv/Antigas/1918-2.htm>. Acesso em: 23 dez. 2016.

_____. Lei nº 10.437, de 25 de abril de 2002. Dispõe sobre o alongamento de dívidas originárias de crédito rural, de que trata a Lei no 9.138, de 29 de novembro de 1995, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 25 abr. 2002. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10437.htm>. Acesso em: 23 dez. 2016.

_____. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Produção e Comercialização. **Fundo de Defesa da Economia Cafeeira: Relatório de Gestão Exercício 2003**. Brasília: SPC, 2004. 22 p.

_____. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Produção e Agroenergia. **Relatório de Gestão 2004**. Brasília: SPAE, 2005. 56 p.

_____. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Produção e Agroenergia. **Fundo de Defesa da Economia Cafeeira - Funcafé: Relatório de Gestão 2005**. Brasília: SPAE, 2006. 63 p.

_____. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Produção e Agroenergia. **Relatório de Gestão 2006 do Funcafé**. Brasília: SPAE, 2007. 94 p.

_____. Lei nº 11.775, de 17 de setembro de 2008. Institui medidas de estímulo à liquidação ou regularização de dívidas originárias de operações de crédito rural e de crédito fundiário; altera as Leis nos 11.322, de 13 de julho de 2006, 8.171, de 17 de janeiro de 1991, 11.524, de 24 de setembro de 2007,

10.186, de 12 de fevereiro de 2001, 7.827, de 27 de setembro de 1989, 10.177, de 12 de janeiro de 2001, 11.718, de 20 de junho de 2008, 8.427, de 27 de maio de 1992, 10.420, de 10 de abril de 2002, o Decreto-Lei no 79, de 19 de dezembro de 1966, e a Lei no 10.978, de 7 de dezembro de 2004; e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 17 set. 2008. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11775.htm>. Acesso em: 23 dez. 2016.

_____. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Produção e Agroenergia. **Fundo de Defesa da Economia Cafeeira – Funcafé: relatório de atividades 2007**. Brasília: SPAE, 2008. 72 p.

_____. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Produção e Agroenergia. **Fundo de Defesa da Economia Cafeeira – Funcafé 2008: relatório de atividades**. Brasília: SPAE, 2009. 100 p.

_____. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Produção e Agroenergia. **Fundo de Defesa da Economia Cafeeira – Funcafé 2009: relatório de atividades**. Brasília: Mapa/ACS, 2010. 100 p.

_____. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Produção e Agroenergia. **Fundo de Defesa da Economia Cafeeira – Funcafé 2010: relatório de atividades**. Brasília: Mapa/ACS, 2011. 100 p.

_____. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Produção e Agroenergia. **Funcafé – Fundo de Defesa da Economia Cafeeira: relatório de atividades 2011**. Brasília: Mapa/ACS, 2012. 80 p.

_____. Secretaria de Política Econômica. **Benefícios Financeiros e Creditícios: Descrição dos Fundos e Programas**. Portaria n. 57, de 27 de fevereiro de 2013a. Disponível em: <<http://www.spe.fazenda.gov.br/assuntos/politica-fiscal-e-tributaria/beneficios-financeiros-e-crediticios/metodologia-calculo-subsidios>>. Acesso em: 19 dez. 2016.

_____. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Produção e Agroenergia. **Funcafé – Fundo de Defesa da Economia Cafeeira: relatório de atividades 2012**. Brasília: Mapa/ACS, 2013b. 55 p.

_____. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Produção e Agroenergia. **Funcafé – Fundo de Defesa da Economia Cafeeira: relatório de atividades 2013**. Brasília: Mapa/ACS, 2014. 88 p.

_____. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Produção e Agroenergia. **Funcafé – Fundo de Defesa da Economia Cafeeira: relatório de atividades 2014**. Brasília: Mapa/ACS, 2015. 61 p.

BRONZERI, M. de S.; BULGACOV, S. Estratégias na cadeia produtiva do café no norte pioneiro do Paraná: competição, colaboração e conteúdo estratégico. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 16, n. 01, p. 77-91, 2014.

BRUCH, K. L. **Indicações geográficas para o Brasil: problemas e perspectivas**. In: PIMENTEL, L. O.; BOFF, S. O.; DEL'OLMO, F. de S. (Orgs.). Propriedade intelectual: gestão do conhecimento, inovação tecnológica no agronegócio e cidadania. 1 ed. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2008.

CALDEIRA, L. **Revoluções no Café: mudanças contraditórias na produção e no consumo**. Varginha: Editora Alba, 2013.

COELHO, C. N. 70 anos de política agrícola no Brasil (1931-2001). **Revista de Política Agrícola**, Brasília, ano X, n. 03, p. 03-58, 2001.

COELHO, M. R. F.; BERGER, R. Competitividade das exportações brasileiras de móveis no mercado internacional: uma análise segundo a visão desempenho. **Revista FAE**, v. 7, n. 1, p. 51-65, 2004.

COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO – CONAB. **Séries históricas**. Disponível em: <http://www.conab.gov.br/conteudos.php?a=1252&t=2&Pagina_objcmsconteudos=2#A_objcmsconteudos> Acesso em: 03 nov. 2016.

CONSELHO DOS EXPORTADORES DE CAFÉ DO BRASIL – CECAFÉ. **Relatório Mensal: Dezembro/2015**. Disponível em: <<http://www.cecafe.com.br/publicacoes/relatorio-de-exportacoes/>> Acesso em: 18 nov. 2016.

DAY, G. S. **Market driven strategy: process for creating value: with a new information**. New York: Free Press, 1999. 405 p.

FLIGSTEIN, N.; DAUTER, L. The sociology of markets. **Annual Review Sociology**, v. 33, p. 106-128, 2007.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da Pesquisa Científica**. Fortaleza: UEC, 2002. 127 p.

FREDERICO, S.; BARONE, M. Globalização e cafés especiais: a produção do comércio justo da Associação dos Agricultores Familiares do Córrego D'Antas-ASSODANTAS, Poços de Caldas (MG). **Revista Sociedade & Natureza**, Uberlândia, v. 27, n. 03, p. 393-404, 2015.

GARCIA, J. R.; VIEIRA FILHO, J. E. R. Política agrícola brasileira: produtividade, inclusão e sustentabilidade. **Revista de Política Agrícola**, Brasília, v. 23, n. 01, p. 91-104, 2014.

GASQUES, J. G.; VILLA VERDE, C. M. **Crescimento da agricultura brasileira e política agrícola nos anos oitenta**. Brasília: IPEA, 1990. (Texto para Discussão: 204).

- GERIGK, W.; GARCIAS, P. M.; TARIFA, M. R. O sistema agroindustrial do café: quinze anos de livre mercado. **Informe Gepec**, Toledo, v. 12, n. 02, p. 106-122, 2008.
- GRAHAM, D. H.; GAUTHIER, H.; BARROS, J. R. M. Thirty years of agricultural growth in Brazil: crop performance, regional profile, and Recent Policy Review. **Economic Development and Cultural Change**, v. 36, n.01, p. 01-34, 1987.
- GUIMARÃES, E. R. **Terceira onda do café: base conceitual e aplicações**. 2016. 135 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Lavras, Lavras. 2016.
- GUANZIROLI, C. E. Evolución de la Política Agrícola Brasileña: 1980-2010. **Mundo Agrario**, v. 15, n. 29, p. 59-91, 2014.
- INTERNATIONAL TRADE CENTER – ITC. **Market analysis and research**. Disponível em: <<http://legacy.intracen.org/marketanalysis/Default.aspx>> Acesso em: 14 out. 2016.
- KAWASAKI, P. A. C. **Café especial: BSCA emite selo de certificação número 1 milhão**. 2015. Disponível em: <<http://www.cncafe.com.br/site/interna.php?id=10406>>. Acesso em: 27 dez. 2016.
- KOTLER, P.; GERTNER, D. O estratégico marketing de lugares. **HSM Management**, v. 44, p. 62-93, 2004.
- LAPA, J. R. do. A. **A economia cafeeira**. 6. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1998.
- LEÃO, E. de A. **A produção de cafés especiais no Brasil e a emergência de novos padrões de competitividade**. 2010. 77 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Econômico) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Econômico, Universidade Federal do Paraná, Curitiba. 2010.
- MANZINI, E. J. A entrevista na pesquisa social. **Didática**, São Paulo, v. 26/27, p. 149-158, 1991.
- MARTINS, A. L. **História do Café**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2012. 320 p.
- MATTEWS, R. C. O. The economics of Institutions and the Sources of Growth. **Economic Journal**, v. 96, n. 384, p. 903-918, 1986.
- MINISTÉRIO DA AGRICULTURA PECUÁRIA E ABASTECIMENTO – MAPA. **Café: Saiba mais**. 2016a. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/vegetal/culturas/cafe/saiba-mais>>. Acesso em: 08 out. 2016.
- MINISTÉRIO DA AGRICULTURA PECUÁRIA E ABASTECIMENTO – MAPA. **Brasil participa da Conferência Mundial do Café na Etiópia**. 2016b.

Disponível em:

<<http://www.agricultura.gov.br/comunicacao/noticias/2016/03/brasil-participa-da-conferencia-mundial-do-cafe-na-etioopia>>. Acesso em: 28 nov. 2016.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA PECUÁRIA E ABASTECIMENTO – MAPA. **Ministério**. 2016c. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/ministerio>>. Acesso em: 15 dez. 2016.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA PECUÁRIA E ABASTECIMENTO – MAPA. **CMN aprova a distribuição de recursos do Funcafé para 2015**. 2016d. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/vegetal/noticias/2015/06/cmn-aprova-a-distribuicao-de-recursos-do-funcafe-para-2015>>. Acesso em: 27 out. 2016.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA PECUÁRIA E ABASTECIMENTO – MAPA. **Funcafé tem recurso recorde de R\$ 4,6 bilhões este ano**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/comunicacao/noticias/2016/03/brasil-participa-da-conferencia-mundial-do-cafe-na-etioopia>>. Acesso em: 18 jan. 2017.

MOURA, E. de F.; BUENO, J. M. Commodity, diferenciado ou especial? da produção à precificação do café da região do cerrado mineiro. In: Seminários em Administração, XIX, 2016, São Paulo/SP. **Anais...** São Paulo: SEMEAD, 2016. Disponível em: <<http://login.semead.com.br/19semead/arquivos/1350.pdf>> Acesso em: 14 dez. 2016.

NORTH, D. C. **Institutions, institutional change and economic performance**, New York: Cambridge University Press, 1990. 153 p.

NUNES, S. P. O crédito rural do Pronaf e os recentes instrumentos de política agrícola para a agricultura familiar. **Deser-Boletim Eletrônico**, v. 156, p. 01-10, 2007.

OLIVEIRA, J. S.; ELIAS, T. J.; LESSA, M. B. Café Especial: Agregação de Valor ao Tradicional Café. **Revista Eletrônica de Comunicação**, v. 03, n. 01, 2012.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO CAFÉ – OIC. **Total production - Crop Year**. Disponível em: <<http://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/1a-total-production.pdf>> Acesso em: 03 nov. 2016.

ORMOND, J. G. P.; PAULA, S. R. L. de.; FAVERET FILHO, P. de. S. C. Café:(re) conquista dos mercados. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, n. 10, p. 03-55, 1999.

ORTEGA, A. C.; JESUS, C. M. de.; MOURO, M. de. C. Mecanização e emprego na cafeicultura do cerrado mineiro. **Revista ABET**, v. 08, n. 02, p.58-82, 2009.

PEREIRA, L. L. **O perfil da organização produtiva dos cafeicultores nas regiões Serrana e Caparaó do Espírito Santo: uma abordagem neo-marshalliana**. 2012. 129 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Centro de Ciência e Tecnologia, Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Campos dos Goytacazes. 2012.

PESSÔA, D. J.; SOUZA, M. J. S. de. A marca como instrumento agregante de valor para o produto brasileiro no exterior: o caso do café gourmet. **Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, São Paulo, v. 05, n. 01, p. 84-111, jan./jun. 2010.

PRIMAZ, C. T. **Caracterização dos compostos presentes no bio-óleo obtido a partir da pirólise da borra residual de café**. 2014. 114 f. Dissertação (Mestrado em Ciência dos Materiais) – Programa de Pós-Graduação em Ciência dos Materiais, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2014.

REZENDE, G. C. **Política de Preços Mínimos na Década de 90: dos velhos aos novos instrumentos**. Rio de Janeiro: IPEA, 2000. (Texto para Discussão, 740).

SÁ-SILVA, J. R.; ALMEIDA, C. D.; GUINDANI, J. F. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**, v. 01, n. 01, p. 01-15, 2009.

SATOLANI, M. F.; CORRÊA, C. C.; FAGUNDES, M. B. B. Análise do ambiente institucional e organizacional da piscicultura no Estado do Mato Grosso do Sul. **Revista de Economia e Agronegócio–REA**, v. 06, n. 02, 2008.

SAES, A. M. Do vinho ao café: aspectos sobre a política de diferenciação. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 36, n. 02, p. 07-19, 2006.

SAES, M. S. M.; SPERS, E. E. Percepção do consumidor sobre os atributos de diferenciação no segmento rural: café no mercado interno. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v. 08, n. 03, p. 354-367, 2006.

SETTE, R. S.; SANTOS, R. C.; REIS, R. P. Estratégias de *marketing* para o aumento do consumo de café entre os jovens. Encontro Nacional dos Programas de Pós-graduação em Administração, 24., 2000, Florianópolis/SC. **Anais...** Florianópolis: ENANPAD, 2000. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpad_2000/ADE/2000_ADE991.pdf> Acesso em: 18 jan. 2017.

SILVA, L. F.; CORTEZ, J. G. A qualidade do café no Brasil: histórico e perspectivas. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, Brasília, v. 15, n. 01, p. 65-91, 1998.

SÓRIO, A. **Reposicionamento estratégico das indústrias processadoras de café do Brasil: propostas para sistematização de políticas públicas e estratégias de negócio**. Passo Fundo: Méritos, 2015. 222 p.

SOUSA, L. O de.; FERREIRA, M. D. P.; TEIXEIRA, E. C. Influência dos preços internacionais e da taxa de câmbio no preço doméstico do café arábica em grão verde e do café solúvel. In: Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, XLV, 2007, Londrina/PR. **Anais...** Londrina: SOBER, 2007. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/6/606.pdf>> Acesso em: 18 dez. 2016.

SOUZA, M. C. M., SAES; M. S. M.; OTANI, M. N. Pequenos produtores familiares e sua inserção no mercado de cafés especiais: uma abordagem preliminar. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 32, n.11, p. 16-26, 2002.

SPECIALTY COFFEE ASSOCIATION OF AMERICA – SCAA. **Article by Ric Rhinehart: What is Specialty Coffee?** Specialty Coffee Association of America, jun. 2009, p. 01-02. Disponível em: <<http://scaa.org/?page=RicArtp1>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

SPECIALTY COFFEE EUROPE ASSOCIATION – SCAE. **What is speciality coffee?** Specialty Coffee Association of Europe. Disponível em: <<http://scae.com/about-us/what-is-speciality-coffee.html>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

TEIXEIRA, E. B.; ZAMBERLAN, L.; RASIA, P. C. **Pesquisa em administração**. Ijuí: Editora Unijuí, 2009. 232 p.

THOMÉ, K. M.; REIS, R. P.; PAIVA, F. D. Mercado de carnes Brasil-Rússia: uma análise a partir da perspectiva da nova economia institucional. **Organizações Rurais & Agroindustriais (UFLA)**, v. 15, p. 75-86, 2013.

VALENTE, M. E. R.; PEREZ, R.; RAMOS, A. M.; CHAVES, J. B. P. Indicação geográfica de alimentos e bebidas no Brasil e na União Europeia. **Ciência Rural**, Santa Maria, v. 42, n. 03, p. 551-558, 2012.

VASCONCELOS, L. M.; GROTH, D.; RAZERA, L. F. Efeito de processos de secagem, diferentes graus de umidade e tipos de embalagens na conservação de sementes de café (*Coffea arabica* L. cv. Catuaí Vermelho). **Revista Brasileira de Sementes**, Brasília, v. 14, n. 02, p. 181-188, 1992.

XIMENES, G. et al. Raio X da crise do café no Brasil. **AgroANALYSIS**, São Paulo, v. 29, n. 10, p. 17-33, out. 2009.

WEDEKIN, I. A política agrícola brasileira em perspectiva. **Revista de Política Agrícola**, Brasília, ano XIV, p. 17-32, 2005.

WILLIAMSON, O. E. The new institutional economics: taking stock, looking ahead. **Journal of Economic Literature**, Stanford, v. 38, n. 03, p. 595-613, 2000.

ZYLBERSZTAJN, D.; FARINA, E. M. M. Q. **Projeto: diagnóstico sobre o sistema agroindustrial de cafés especiais e qualidade superior do estado de Minas Gerais.** São Paulo: Pensa/Sebrae, 2001. 152 p.

APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA - FUNCAFÉ

Objetivo da pesquisa

Autorização de gravação/Garantia de sigilo

Agradecimento

DADOS DO ENTREVISTADO

Nome:

Data:

Grau de instrução:

Cargo:

PERGUNTAS

1. Qual a sua percepção sobre o Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (FUNCAFÉ)?
2. Em sua opinião os objetivos do FUNCAFÉ estão sendo cumpridos?
3. Especificamente em relação ao setor de cafés especiais, este programa está contribuindo?
 - 3.1 De qual maneira o FUNCAFÉ está contribuindo para o setor?

3.1.1 O FUNCAFÉ contribuiu para o aumento da competitividade dos cafés especiais brasileiros no mercado interno?

3.1.2 O FUNCAFÉ contribuiu para o aumento da competitividade dos cafés especiais brasileiros no Mercado Internacional?

4. Há outros meios/programas ou órgãos que contribuem para o desenvolvimento do setor de cafés especiais no Brasil? Se sim, quais? O que eles fazem?

4.1 Caso haja outros meios, estes são mais eficientes que o FUNCAFÉ?

5. Quanto ao acesso aos créditos, o setor de cafés especiais tem encontrado dificuldades para obter os financiamentos necessários?

6. Quais são os pontos positivos do FUNCAFÉ em sua opinião?

7. Quais as limitações que o(a) senhor(a) vê no FUNCAFÉ?

8. Na sua opinião, o(a) senhor(a) teria alguma sugestão para que o FUNCAFÉ possa contribuir com maior eficiência no desenvolvimento do setor de cafés especiais?

AGRADECIMENTO