

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO SUDOESTE DA BAHIA
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
COLEGIADO DO CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

GEORGE MULLER MOREIRA DE ALMEIDA

**CAFÉ BRASILEIRO NO MERCADO DOS ESTADOS UNIDOS:
ANÁLISE DE POTENCIALIDADES DE EXPANSÃO E DESAFIOS
COMERCIAIS**

VITÓRIA DA CONQUISTA – BA

2025

GEORGE MULLER MOREIRA DE ALMEIDA

**CAFÉ BRASILEIRO NO MERCADO DOS ESTADOS UNIDOS:
ANÁLISE DE POTENCIALIDADES DE EXPANSÃO E DESAFIOS
COMERCIAIS**

Trabalho monográfico apresentado ao Curso de Ciências Econômicas da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, como requisito para aprovação na disciplina Monografia II.

ORIENTADOR(A): CARLOS MOISÉS OLIVEIRA CHAVES

VITÓRIA DA CONQUISTA — BA

2025

A447c

Almeida, George Muller Moreira de.

Café brasileiro no mercado dos estados unidos: análise de potencialidades de expansão e desafios comerciais / George Muller Moreira de Almeida, 2025.

48 f.

Orientador(a): Dr. Carlos Moisés Oliveira Chaves.

Trabalho de conclusão de curso (graduação), Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Vitória da Conquista, 2025.

Inclui referências. F. 43 - 48

1. Exportação. 2. Competitividade. 3. Cafés especiais. I. Chaves, Carlos Moisés Oliveira. II. Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. III. T.

CDD 338.17373



Universidade Estadual do Sudoeste da
Bahia
Recredenciada pelo Decreto Estadual
n° 16.825, de 04.07.2016



Colegiado do Curso de Ciências Econômica



Governo do Estado da Bahia

GEORGE MÜLLER MOREIRA DE ALMEIDA

CAFÉ BRASILEIRO NO MERCADO DOS ESTADOS UNIDOS: ANÁLISE DE POTENCIALIDADES DE EXPANSÃO E DESAFIOS COMERCIAIS

Trabalho monográfico apresentado ao Curso de Ciências Econômicas da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, como requisito para aprovação na disciplina Monografia II.

Trabalho aprovado em 24 de julho de 2025.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Carlos Moisés Oliveira Chaves
Orientador

Prof. Dr. Gildásio Santana Júnior
Examinador

Prof. Dr. José Antonio Gonçalves dos Santos
Examinador

Vitória da Conquista – BA
Julho de 2025



Documento assinado eletronicamente por **José Antonio Gonçalves Santos, Professor Adjunto**, em 30/07/2025, às 23:21, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 13º, Incisos I e II, do [Decreto nº 15.805, de 30 de dezembro de 2014](#).



Documento assinado eletronicamente por **Gildásio Santana Júnior, Professor Titular**, em 07/08/2025, às 14:36, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 13º, Incisos I e II, do [Decreto nº 15.805, de 30 de dezembro de 2014](#).



Documento assinado eletronicamente por **Carlos Moisés Oliveira Chaves, Professor Assistente**, em 14/08/2025, às 19:06, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 13º, Incisos I e II, do [Decreto nº 15.805, de 30 de dezembro de 2014](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site

https://seibahia.ba.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0,

informando o código verificador **00118655168** e o código CRC **99F386E6**.

Referência: Processo nº 072.4411.2025.0022760-55

SEI nº 00118655168

RESUMO

O Brasil é o maior exportador mundial de café. Contudo, a partir da desregulamentação do comércio internacional do produto impõem-se novos desafios ao setor brasileiro, tais como o surgimento de novos concorrentes e das condições de concorrência e consumo estabelecidas nos mercados consumidores. Especialmente, o mercado consumidor dos Estados Unidos, que é o maior consumidor de café. Por essas razões, essa pesquisa se orienta a partir da seguinte pergunta: como o Brasil pode sustentar e ampliar sua inserção no mercado consumidor de café dos Estados Unidos diante da intensificação da concorrência internacional e dos novos padrões de consumo? A hipótese central sustenta que a manutenção da posição brasileira está diretamente ligada à combinação entre escala produtiva e estratégias de diferenciação lastreadas nas características produtivas brasileiras e práticas produtivas sustentáveis. Para investigar essa hipótese esse trabalho possui o objetivo geral de analisar as características produtivas do café brasileiro e o perfil consumidor de café estadunidense. Para alcançar esse objetivo geral adotou-se como metodologia a pesquisa bibliográfica e documental de literatura acadêmica e técnica, com levantamento e análise de dados secundários oriundos de fontes oficiais como a CONAB, IBGE e USDA. Os resultados demonstram que, apesar de o Brasil possuir vantagens estruturais como clima favorável e ampla capacidade produtiva, tais vantagens possuem caráter decrescente se comparadas com a expansão de outros países produtores. Ademais, a análise do mercado estadunidense revela uma demanda progressiva por cafés especiais, fazendo com que o Brasil se preocupe com eficiência produtiva e investimentos em diferenciações. Por fim, observa-se que a competitividade brasileira dependerá de uma transição estratégica do modelo mais antigo, baseado em volume e preço, para um modelo mais sofisticado, preocupado com a adequação às exigências do consumidor contemporâneo.

Palavras-chave: Exportação. Brasil. Competitividade. Diferenciação. Cafés Especiais.

ABSTRACT

Brazil is the world's largest exporter of coffee. However, following the deregulation of international trade in the product, new challenges have emerged for the Brazilian coffee sector, such as the rise of new competitors and the evolving conditions of competition and consumption in consumer markets, particularly the United States, which is the largest coffee consumer in the world. For these reasons, this research is guided by the following question: How can Brazil sustain and expand its presence in the U.S. coffee consumer market in the face of intensified international competition and new consumption patterns? The central hypothesis is that Brazil's continued leadership is directly linked to a combination of large-scale production and differentiation strategies based on Brazilian production characteristics and sustainable production practices. To investigate this hypothesis, the general objective of this study is to analyze the production characteristics of Brazilian coffee and the profile of U.S. coffee consumers. To achieve this objective, the methodology adopted was a bibliographic and documentary review of academic and technical literature, along with the collection and analysis of secondary data from official sources such as CONAB, IBGE, and USDA. The results show that, although Brazil holds structural advantages, such as a favorable climate and large production capacity, these advantages are diminishing when compared to the expansion of other coffee-producing countries. Moreover, the analysis of the U.S. market reveals a growing demand for specialty coffees, requiring Brazil to focus not only on productive efficiency but also on investments in differentiation. Ultimately, it is observed that Brazil's competitiveness will depend on a strategic transition from an older model, based on volume and price, to a more sophisticated model that aligns with the demands of the modern consumer.

Keywords: Exports. Brazil. Competitiveness. Differentiation. Specialty coffee.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Gráfico da Produção de Café no Brasil entre os anos de 1880-1930	15
Figura 2: Gráfico da Evolução das Exportações, Queima de Estoques e Cotação do Café.....	17
Figura 3: Gráfico da Evolução da Produção de Café por País em Milhões de Sacas de 60kg	22
Figura 4: Importância Nacional Relativa pelo Valor da Produção de Café em Mil Reais	29
Figura 5: Gráfico Demonstrando Preferência de Preparo de Café nos EUA no ano de 2024	36

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2 SETOR CAFEIEIRO BRASILEIRO E AS POTENCIALIDADES DE EXPORTAÇÃO	11
2.1 – O Mainstream Teórico sobre a Realização do Comércio Internacional	11
2.1.1 – A Teoria da Vantagem Absoluta	11
2.1.2 – A Teoria da Vantagem Comparativa	12
2.1.3 – A Teoria do Comércio Internacional a Partir dos Fatores Produtivos	13
2.1.4 – A Teoria do Comércio Internacional a Partir das Vantagens Competitivas	13
2.2 – Regulamentação e desregulamentação internacional da produção e comércio de café	14
2.2.1 – Caracterização das vantagens brasileiras para ampliação de potencialidades competitivas no comércio internacional	24
2.2.3 – Localização da Produção Nacional	29
3 ANÁLISE DO MERCADO DE CAFÉ NOS ESTADOS UNIDOS	32
3.1 – A Dinâmica do Mercado Consumidor de Café nos Estados Unidos	32
3.1.1 Estrutura de Mercado e Principais Dados	32
3.2 – Perfil e Comportamento do Consumidor de Café nos Estados Unidos	33
3.3 – Territorialidade: O Café Como Produto Cultural e de Origem	38
3.4 – Requisitos e Barreiras Para Exportação de Café aos Estados Unidos	38
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	41
5 REFERÊNCIAS	43

1. INTRODUÇÃO

O café exerce um papel central na história econômica e social do Brasil, firmando-se como um dos pilares da formação do mercado nacional. Desde o século XIX, a expansão da produção de café brasileira baseia-se na abundância de terras, mão de obra e políticas públicas favoráveis. Além disso, durante longo período, o comércio internacional de café esteve regulado por acordos internacionais que foram descontinuados ao final de 1989. (PONCIANO, 2009)

A partir da década de 1990, com a desregulamentação do comércio internacional do café ocorrem transformações importantes como a ampliação da concorrência internacional que alteraram sua dinâmica criando um processo de reestruturação produtiva interna. (LEÃO, 2010; GAMA, 2021)

Diante desse novo padrão concorrencial, o Brasil tem desenvolvido inovações e buscado alcançar novos consumidores cujo padrão de consumo não se lastreia somente no preço, mas também na qualidade e outras características diferenciadoras na produção do café (LEÃO, 2010). Essas novas características diferenciadoras constituem o que amplamente ficou conhecido como cafés especiais, fortemente ligada a atributos sensoriais específicos, práticas sustentáveis e Indicações Geográficas (IGs). (LEÃO, 2010)

Essas características buscam alcançar novos nichos de consumidores de café e ampliar o seu consumo. Nesse aspecto, os Estados Unidos ocupam posição de destaque, tanto em volume quanto em grau de exigência. Por isso, mesmo que historicamente, o país tem mantido forte relação comercial com o Brasil nos fluxos internacionais de café, existem novos concorrentes internacionais que alcançaram participações importantes no comércio de café.

Diante desse cenário, a pergunta de pesquisa que orienta este trabalho é: como o Brasil pode sustentar e ampliar sua inserção no mercado consumidor de café dos Estados Unidos diante da intensificação da concorrência internacional e dos novos padrões de consumo? A hipótese geral é que, embora o Brasil detenha vantagens comparativas relevantes, sua maior inserção no mercado estadunidense depende do fortalecimento de estratégias de diferenciação e valorização de atributos qualitativos do produto, especialmente no segmento de cafés especiais e encapsulados.

Diante disso, o presente trabalho possui o objetivo geral de compreender a posição do café brasileiro no mercado estadunidense, analisando a estrutura da cadeia exportadora, os desafios enfrentados pelos produtores nacionais, as potencialidades de consumo do café brasileiro no mercado dos Estados Unidos e as estratégias de diferenciação adotadas para conquistar consumidores em um ambiente que, cada vez mais, demonstra competitividade e exigência.

Para alcançar tal objetivo, propõe-se, especificamente, examinar a trajetória histórica da cafeicultura brasileira, considerando sua estrutura produtiva, os modelos de organização da produção e os principais ciclos econômicos, bem como os fatores que permitiram sua inserção no comércio internacional de café; além de analisar o perfil do consumidor de café estadunidense, sua preferência por origem, forma de preparo e atributos valorizados, bem como os mecanismos de diferenciação e estratégias utilizadas pelo Brasil para ampliar sua presença nesse mercado.

A metodologia dessa pesquisa monográfica se estabelece com revisão bibliográfica e documental de literatura acadêmica e técnica, com levantamento e análise de dados secundários oriundos de fontes oficiais como a Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA).

2 SETOR CAFEIRO BRASILEIRO E AS POTENCIALIDADES DE EXPORTAÇÃO

No Brasil a produção de café possui uma extensa trajetória de protagonismo no comércio internacional, consolidando o país como maior produtor e exportador. No entanto, de acordo com a International Coffee Organization (ICO, 2025) a regulação dos mercados a partir dos acordos internacionais do café (AIC) diminuiu a participação relativa brasileira no mercado internacional com a ampliação da concorrência internacional.

Nesse sentido, o propósito desse capítulo é estabelecer a mínima compreensão possível sobre a evolução da posição brasileira nas exportações de café com lastro teórico que permita interpretar os determinantes do comércio entre nações.

Inicialmente, apresenta-se os argumentos sobre as vantagens absolutas, em seguida expõe-se os fundamentos sobre vantagens comparativas, os pressupostos das trocas comerciais decorrentes das diferenças de dotações de fatores produtivos, finalizando o aporte teórico desse capítulo com as alegações sobre as trocas comerciais derivadas de vantagens competitivas. A perspectiva é que essas abordagens teóricas permitam uma compreensão abrangente sobre os determinantes do comércio internacional e as potencialidades do Brasil no comércio global de café. E, no caso especial dessa monografia, no mercado dos Estados Unidos.

2.1 – O Mainstream Teórico sobre a Realização do Comércio Internacional

2.1.1 – A Teoria da Vantagem Absoluta

Segundo Krugman *et al* (2012), embora discussões sobre trocas comerciais entre nações antecedam o século XVIII, os princípios teóricos sobre os fundamentos de realização de trocas internacionais foram estabelecidos por Adam Smith, em 1776, quando estabeleceu os argumentos do comércio internacional a partir da especialização produtiva nos bens em que fossem mais eficientes. Em outros termos, capazes de produzir com menor custo absoluto em comparação a outros países. Tal ideia, que posteriormente ficou conhecida como “vantagem absoluta” pode ser observada através da eficiência produtiva, ou seja, quanto menor o uso de insumos por unidade produzida, maior a eficiência. A maior eficiência seria alcançada pela maior especialização produtiva decorrente da divisão do trabalho. Nesse sentido, o comércio internacional estabelecido pelas vantagens absolutas locais determinaria a especialização

produtiva de cada país. E, as trocas internacionais proporcionariam ganhos mútuos com todos os envolvidos nas trocas internacionais acessando bens mais baratos e em maior quantidade do que se tentassem produzir tudo internamente.

No caso do Brasil, a teoria das vantagens absolutas contribui para explicar sua liderança histórica na produção de café, sustentada por condições naturais favoráveis, disponibilidade de terras e domínio técnico. Tais elementos resultam em um menor custo de produção, o que posiciona o país como um exportador competitivo. Essa competitividade pode ser observada por meio de indicadores como custo médio por saca, produtividade por hectare, eficiência logística e participação nas exportações globais, conforme demonstrado por Saraiva *et al.* (2020).

2.1.2 – A Teoria da Vantagem Comparativa

Segundo Krugman *et al.* (2012), a vantagem comparativa, evidenciada por David Ricardo, em 1817, postula que o comércio internacional será benéfico para todos os países envolvidos mesmo que um país seja mais produtivo em todos os setores. O ganho de bem-estar, ou benefício, decorre da especialização produtiva nos bens em que o país tem custos menores de oportunidade. Em outros termos, onde a produção incorre com menores sacrifícios na comparação com outro país. A vantagem comparativa, nesse sentido, pode ser estabelecida pela eficiência relativa na utilização dos fatores produtivos. E, os ganhos mútuos decorrem da especialização produtiva e das trocas internacionais, que permitiram a todos acessarem bens em maior quantidade alocando mais eficientemente os recursos produtivos locais.

No caso brasileiro, a teoria da vantagem comparativa contribui para explicar sua liderança histórica nas exportações de café arábica, dado o menor custo de oportunidade decorrente de sua estrutura produtiva, como clima favorável, disponibilidade de terra e conhecimento técnico acumulado. No entanto, conforme apontam Franck *et al.* (2016), essas vantagens têm se mostrado decrescentes, à medida que crescem as exportações de países concorrentes, o produto brasileiro mantém baixo valor agregado e há a presença de barreiras tarifárias e não tarifárias no comércio internacional, o que limita o ganho efetivo de competitividade no setor.

2.1.3 – A Teoria do Comércio Internacional a Partir dos Fatores Produtivos

Segundo Krugman *et al.* (2012), a teoria da dotação dos fatores produtivos, desenvolvida entre 1919 e 1933 por Eli Heckscher e Bertil Ohlin, propõe que os fluxos de comércio internacional são determinados pela abundância ou escassez relativa dos fatores produtivos. Nesse sentido, os países tendem a exportar bens cuja produção utiliza intensivamente os fatores relativamente abundantes, pois conseguem produzi-los a menor custo relativo em comparação a países onde esses fatores são escassos.

Ainda de acordo com Krugman *et al.* (2012), o país com ampla disponibilidade de terra e mão de obra, por exemplo, se especializaria na produção de bens agrícolas, por exemplo. Enquanto aqueles com maior abundância de capital se distinguiriam na produção de bens industriais. E, ambos se especializariam na produção dos bens que utilizassem intensivamente os fatores de produção que fossem localmente abundantes.

A partir dessa especialização, de acordo com Krugman *et al.* (2012), determinada pela eficiência estrutural se advém os ganhos mútuos de comércio, que surgem porque cada país utiliza de forma mais eficiente os recursos abundantes que possui, trocando os excedentes por bens cuja produção seria mais onerosa internamente. Assim todos se beneficiam de um comércio que maximiza o aproveitamento dos fatores disponíveis.

No contexto desta monografia, a teoria de Heckscher-Ohlin explica a posição estratégica do Brasil na produção e exportação de café: sua abundância de terra fértil, clima favorável e estrutura agrícola consolidada permite custos relativos mais baixos na produção desse bem. Essa condição estrutural sustenta a vantagem comparativa brasileira no setor cafeeiro frente a países com escassez desses fatores, como os Estados Unidos.

2.1.4 – A Teoria do Comércio Internacional a Partir das Vantagens Competitivas

A teoria da vantagem competitiva, proposta por Porter (1985), desloca a análise do comércio internacional para o nível das empresas e setores, destacando o desempenho superior sustentado por estratégias como liderança em custos, diferenciação de produtos e foco em nichos de mercado. A vantagem competitiva é observada quando uma firma ou setor consegue gerar maior valor percebido pelo consumidor em relação aos concorrentes.

Nessa abordagem, a especialização produtiva e a divisão internacional do trabalho não decorrem da abundância de fatores naturais, mas da capacidade de um país construir ambientes produtivos inovadores, com instituições, tecnologia e estratégias empresariais eficientes. A posição de um país no mercado global passa a depender da sua competência em agregar valor, e não apenas da eficiência produtiva. Os ganhos mútuos, por sua vez, surgem quando os países oferecem produtos diferenciados que atendem a demandas específicas, gerando benefícios tanto para produtores, que capturam margens maiores, quanto para consumidores, que acessam produtos com maior qualidade, identidade e confiança (PORTER, 1985).

Essa teoria é fundamental para compreender o reposicionamento do Brasil no comércio internacional de café. Mesmo com vantagens naturais, é por meio da qualidade sensorial, certificações, identidade territorial e ações institucionais, como as da Associação Brasileira de Produtores de Cafés Especiais (BSCA), que o país busca construir uma vantagem competitiva sustentável, especialmente em mercados exigentes como o dos Estados Unidos (GAMA, 2021).

Mesmo considerando o referencial teórico sobre comércio internacional estabelecendo os fluxos de trocas internacionais sob condições de concorrência, se testemunhou uma trajetória peculiar entre as trocas externas comerciais de café entre 1960 e 1989, por meio de acordos internacionais (AIC's). Por essa razão, em seguida, apresenta-se discussão sumária sobre o processo de regulação e posterior desregulamentação da produção cafeeira no cenário internacional.

2.2 Regulamentação e desregulamentação internacional da produção e comércio de café

O café se consolidou como o principal produtor de exportação brasileira de café no século XIX (EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA – EMBRAPA, 2005). Além disso, sempre foi negociado nos mercados globais como um produto padronizado, classificado em tipos como arábica, robusta, bebida mole, rio, peneira e cor, e comercializado em grandes volumes com contratos de preços definidos por bolsas internacionais como a Intercontinental Exchange (ICE) em Nova Iorque (TRABOCCA, 2021).

No final do século XIX, o estado de São Paulo se tornou o centro dinâmico da cafeicultura brasileira, a partir de uma combinação de fatores como terras férteis, especialmente no oeste paulista, construção de ferrovias, mão de obra imigrante e apoio institucional, que levaram a uma rápida expansão da área plantada. Estima-se que em 1925 o Brasil produzia cerca de 22 milhões de sacas. Na Figura 1, seguinte, pode-se observar a evolução da produção brasileira de café entre 1880 e 1930.

Figura 01: Gráfico da Produção de Café no Brasil entre os anos de 1880 à 1930.

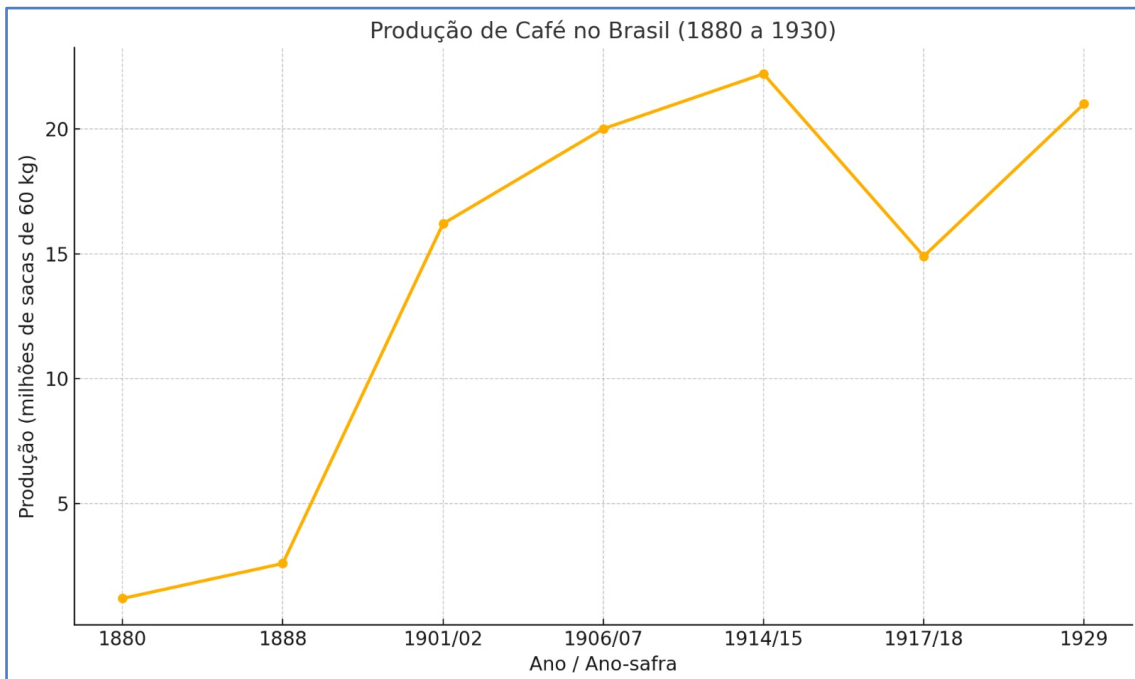


Figura 1

Fonte: Elaborado pelo autor com dados Fernandes (2021) e The Library of Congress (1997).

Segundo Furtado (1968) e CANO (2007), o volume produzido era muito superior à capacidade de absorção dos mercados consumidores da época indicada na Figura 01. Esse excesso de oferta, pernicioso a formação da renda nacional, ajudou a estabelecer acordos e políticas de sustentação de preços sob mecanismos de intervenção e regulação do mercado.

Inicialmente, os estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro firmaram, em 1906, o que ficou conhecido como Convênio de Taubaté, que previa a compra do excedente de café pelos governos estaduais com financiamento externo, a estocagem para retirada do excesso de mercado, a imposição de limites à expansão de novas áreas plantadas, e medidas para valorização artificial do produto (PONCIANO, 2009).

Apesar dos intentos, o Convênio de Taubaté fracassou, pois a expansão da cafeicultura prosseguiu, especialmente nas regiões de Ribeirão Preto, Franca e Alta Mogiana, implicando em crises recorrentes de superprodução, com queda dos preços internacionais do café, que comprometiam a renda dos produtores e pressionavam as finanças públicas dos estados exportadores. Esse quadro se agravou com a *Debaçle* de 1929, que teve como uma de suas causas estruturais o desequilíbrio entre oferta e demanda em escala global, ou seja, uma produção crescente de bens, incluindo produtos agrícolas, frente a uma demanda diminuta. Como os Estados Unidos eram, já naquela época, o principal mercado consumidor de café, a retração de sua demanda a partir da *Debaçle* de 1929 teve impactos imediatos e severos sobre a economia cafeeira brasileira, que lastreava suas exportações no comércio internacional de café (RIBEIRO, 2011).

As consequências mais imediatas do *Debaçle* de 1929 formaram um problema logístico e econômico de grandes proporções, pois não se conseguia escoar produção de café e, tampouco obter empréstimos que possibilitassem a manutenção dos estoques, conforme estabelecido pelo Acordo de Taubaté.

Então, segundo Andrade (1995), o governo de Getúlio Vargas adota política radical de valorização do preço internacional do café, consistindo na destruição física do café colhido e expansão dos estoques de excedentes. Essa política foi viabilizada pelo Conselho Nacional do Café (CNC), criado em 1933, que estabeleceu uma estrutura de financiamento baseada na taxação das exportações do próprio café. Dessa maneira, os recursos necessários para a execução da política foram obtidos internamente, sem necessidade de financiamentos externos. Entre os anos de 1931 e 1944, estima-se que mais de 78 milhões de sacas de café tenham sido queimadas, usadas como combustível em locomotivas, afundadas no mar ou destruídas em armazéns.

Embora essa medida tenha contribuído para a elevação temporária dos preços no mercado internacional, ela também gerou impactos negativos no plano interno. Segundo Andrade (1995), os pequenos produtores, em especial, enfrentaram maiores dificuldades de acesso ao crédito oficial e tiveram sua rentabilidade comprometida pelas políticas de estocagem, que frequentemente beneficiavam os grandes exportadores. Além disso, a produção excedente era financiada por meio da taxação das exportações de café agravando desigualdades dentro do setor cafeeiro e pressionando os produtores de menor porte, que dispunham de menor capacidade para suportar os períodos de baixa liquidez. Na Figura 2,

seguinte, se observa a evolução das exportações, da queima de estoques e da cotação internacional do café entre 1929 e 1945.

Figura 02: Gráfico da evolução das exportações, queima de estoques e cotação do café entre os anos de 1929 à 1945.

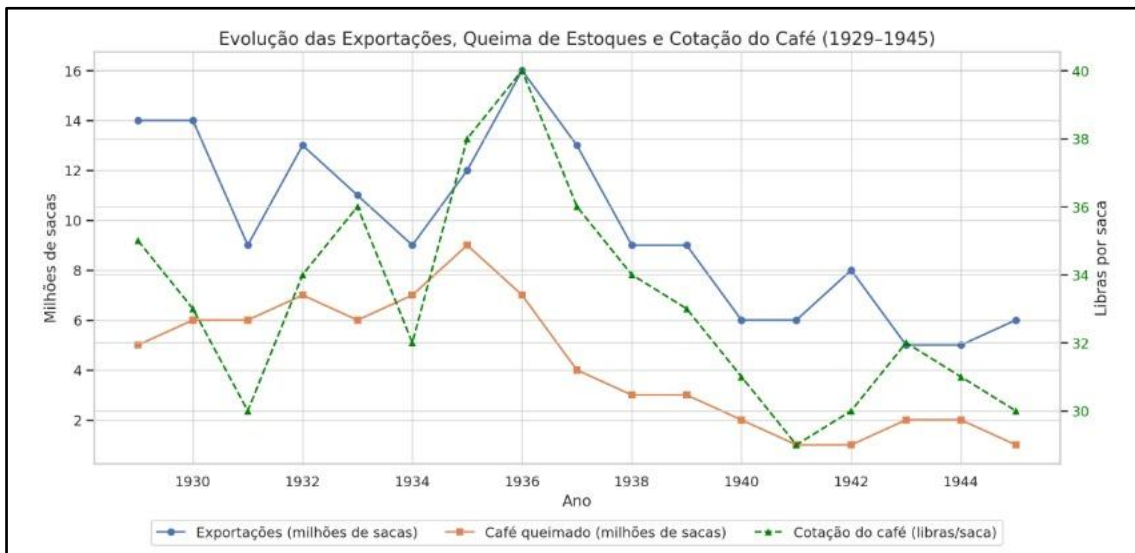


Figura 2

Fonte: Elaborado pelo autor com dados Fundação Getúlio Vargas (FGV, 2023).

Na Figura 02 observa-se que, no período imediatamente posterior a *Debacle* de 1929, entre 1929 à 1936, as políticas de valorização implementadas pelo governo brasileiro, baseadas na destruição de estoques excedentes, contribuíram para a recuperação gradual dos preços internacionais do café e certa estabilidade nas exportações. No entanto, entre 1936 e 1945, a conjuntura internacional adversa, marcada pela eclosão da Segunda Guerra Mundial, provocou queda da demanda global, restrições logísticas e aumento da concorrência por parte de outros países produtores, o que limitou a efetividade das políticas brasileiras de sustentação de preços, levando à deterioração das cotações internacionais e à estagnação das exportações (FGV, 2023).

A partir do fim da Segunda Grande Guerra, a partir da década de 1950, o Brasil registrou um expressivo aumento da produtividade, o que resultou em elevados excedentes e levou à formação de estoques que, segundo Andrade (1995), oscilaram entre 55 e 70 milhões de sacas até o início dos anos 1960.

Ainda segundo Andrade (1995), a forma como estava organizada a produção e comércio de café foi incapaz de estabilizar preços, tampouco renda previsível para os países

produtores. Percepção essa que foi o ponto de partida para as negociações multilaterais que ensejaram na criação da Organização Internacional do Café (OIC) e do Acordo Internacional do Café (AIC), mecanismos que buscavam regular a oferta global por meio de cotas e estoques estratégicos.

O estabelecimento do AIC deveria contribuir na estabilidade dos preços e da renda dos países e produtores exportadores. Esse objetivo é importante, uma vez que, segundo Pindyck e Rubinfeld (2014), em mercados com oferta inelástica e demanda relativamente estável, como o do café, os choques de produção causam grandes variações de preço, resultando em perdas de bem-estar. O AIC partia exatamente dessa premissa teórica, representando uma transição do modelo neoclássico de concorrência para uma estrutura de regulação oligopolizada, onde o comportamento coletivo dos ofertantes determinava a quantidade e influenciava diretamente os preços internacionais.

De acordo com Andrade (1995), o AIC foi estabelecido sob a intenção de estabilizar os preços internacionais do café, garantir renda aos produtores, e segurança de abastecimento aos consumidores. O modelo adotado foi inspirado em práticas de oligopólio regulado, ou seja, a oferta internacional seria controlada por meio de cotas de exportação por país, com preços mínimos e máximos que era definidos periodicamente, e com um estoque regulador internacional ativado conforme oscilações de mercado.

Ainda segundo Andrade (1995), o AIC possuía três mecanismos principais, quais eram cotas de exportação, preços de referência e estoque regulador. As cotas de exportação ditavam um limite de volume que cada país podia exportar anualmente, e este era definido com base na média histórica e na meta de equilíbrio entre oferta e demanda. Os preços de referência estabeleciam um mínimo e máximo, que eram fixados pela OIC. Por fim, o estoque regulador determinava que volumes excedentes poderiam ser armazenados temporariamente por países produtores.

Andrade (1995), argumenta que ao longo dos primeiros anos de sua vigência, o AIC alcançou os objetivos de estabilização do preço médio da saca de café oscilando dentro de uma faixa previsível inferior a 15%. Entre 1965 e 1980, os preços internacionais se mantiveram entre U\$120,00 e U\$160,00 por saca, gerando um ambiente de maior previsibilidade para planejamento agrícola, investimentos e políticas públicas.

Para o World Bank (1989), o AIC por meio de uma política conhecida como “política do guarda-chuva”, que distribuía a responsabilidade sobre a estabilidade dos preços entre os

países líderes, especialmente o Brasil que era o maior produtor e exportador, aliada ao regime de cotas, permitiu que pequenos países produtores concorrentes aproveitassem os preços sustentados para expandir e consolidar suas produções de café. Entre os patrocinadores dessa política “guarda-chuva”, o Brasil assumiu a maior parte dos ônus de sustentação de preços, armazenando mais de 70 milhões de sacas ao longo período, enquanto países com menor representatividade aumentavam suas exportações.

Esse esforço de retenção interna realizado pelo Brasil visava garantir a valorização dos preços internacionais, mesmo em detrimento de sua própria participação de mercado. Importante observar que as cotas de exportação não acompanhavam automaticamente os aumentos de produção, o que impedia o país de exportar volumes proporcionais à sua colheita.

Segundo Ponciano (2009), enquanto o Brasil enfrentava perda de participação no mercado global de café por cumprir rigorosamente as cotas de exportação e manter grandes volumes de excedente estocados, outros países como Indonésia, México e Etiópia expandiram suas exportações ao se aproveitarem das fragilidades institucionais do AIC, especialmente a limitada capacidade da OIC de fiscalizar e punir violações.

Em essência, seguindo com Ponciano (2009), o Estado brasileiro sustentava os preços internacionais por meio da retenção interna de grandes volumes de café, acumulando elevados estoques para evitar a queda dos preços. No início do AIC, o Brasil respondia por cerca de 30% das exportações globais de café, posição que foi sendo gradualmente reduzida ao longo do tempo, à medida que concorrentes menores aumentavam sua presença internacional. Estima-se que o Brasil tenha acumulado perdas significativas em receitas cambiais por conta desse desequilíbrio, ao mesmo tempo em que novos exportadores ampliavam suas participações nos mercados consumidores.

Continuando com Ponciano (2009), a partir do final da década de 1970, o AIC passou a enfrentar crescente desgaste, influenciado pela instabilidade geopolítica internacional, pelo aumento da produção em países não signatários e pela pressão exercida por grandes corporações torrefadoras, como Nestlé e Kraft Foods, que passaram a defender maior liberalização do mercado internacional com o objetivo de garantir maior liberdade de acesso à matéria-prima.

De acordo com Ponciano (2009), o início do período de desregulamentação do mercado internacional do café, proporcionou ao Brasil dificuldades para manter sua posição

de liderança, devido ao histórico de altos estoques, problemas logísticos e excesso de dependência do modelo de commodity, trazendo uma queda nos preços internos, desvalorização da produção e um esforço de reestruturação técnica e produtiva nos anos seguintes para enfrentar a concorrência internacional de outros *players* que consolidavam ou consolidavam sua participação no mercado internacional de café

Segundo o Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA, 2024), o mercado internacional de café tem a produção concentrada entre três grandes países produtores que são Brasil, Vietnã e Colômbia, representando mais de 60% da produção global. Outros produtores que merecem destaque incluem a Etiópia, Honduras, Uganda, Indonésia, Peru, México e Guatemala, apesar de possuírem perfis bastante diferentes em termos de volume, tipo de café produzido e grau de industrialização.

O Vietnã tornou-se um dos mais emblemáticos da nova era pós-AIC. Segundo Conceição (2019) e Gama (2021), o país passou de produtor irrelevante até meados da década de 1980 para a segunda maior produção e exportação de café, com produção anual média de 30 milhões de sacas, quase totalmente composta por café robusta voltado ao mercado de *blends* industriais. Esse avanço expressivo foi resultado direto de uma política estatal agressiva de incentivo à produção, apoiada por instituições multilaterais como o Banco Mundial, e ancorada em investimentos em infraestrutura rural, capacitação técnica, irrigação, uso intensivo de fertilizantes e acesso facilitado ao crédito agrícola.

De acordo com o USDA (2024), o Vietnã respondeu por aproximadamente 16% da safra mundial de café em 2023/2024, consolidando-se como concorrente direto do Brasil, especialmente no segmento de cafés robusta. Principalmente porque a produção vietnamita é realizada com baixos custos e alta produtividade por hectare, ampliando a preocupação dos produtores brasileiros sobre estratégias para manter a competitividade no mercado internacional.

A Colômbia consolidou-se como o terceiro maior exportador de café, representando 6,7% da safra global estimada para 2023/2024, conforme dados do USDA (2024). Segundo Gama (2021), apesar de produzir um volume anual inferior ao dos seus principais concorrentes, entre 12 e 14 milhões de sacas, o país adotou, a partir da desregulamentação do mercado internacional, uma estratégia de diferenciação centrada na valorização do café arábica suave.

Ainda segundo Gama (2021), essa estratégia foi operacionalizada por meio de certificações de comércio justo e sustentabilidade, da construção de uma identidade de origem reconhecida globalmente e de campanhas institucionais bem-sucedidas, como as da marca “Café de Colômbia” e do personagem “Juan Valdez”. Com o apoio da Federação Nacional dos Cafeicultores, a Colômbia reposicionou seu produto como café *premium*, conquistando nichos específicos de mercado consumidor e aumentando o valor agregado por saca exportada. Ao focar na qualidade e na origem, o país tornou-se uma referência mundial em cafés diferenciados.

Em outros termos, a desregulamentação determinou mudanças estruturais na produção e participação nas exportações de café. E, para além disso, segundo Ponciano (2009), deslocou o foco do controle sobre a quantidade para a valorização da qualidade e da diferenciação, aumentou o protagonismo das empresas privadas e certificadoras internacionais, e intensificou a volatilidade dos preços, exigindo maior profissionalização e planejamento dos produtores.

De acordo com a USDA (2024), o Brasil continua sendo o maior produtor e exportador de café, com uma produção média entre 55 e 65 milhões de sacas de 60kg por ano, podendo esse número variar dependendo das condições climáticas e do ciclo bienal de safra. A produção brasileira é diversificada entre a variedade de café arábica e robusta. Sendo que a primeira participa de, aproximadamente, 75% da produção total, enquanto a variedade de café robusta totaliza os outros 25%. A produção nacional é caracterizada por alta mecanização, escala produtiva elevada, crescente adoção de certificações de sustentabilidade e café especiais e capacidade de abastecer tanto o mercado de *commodity* quanto o mercado *premium*, sendo o único entre os grandes players com forte presença nos dois mercados. Na Figura 03 pode-se observar a produção de café dos principais países produtores/exportadores entre 1990 e 2021.

Figura 03: Evolução da produção de café por país, em milhões de sacas de 60kg, entre os anos de 1990 à 2024.

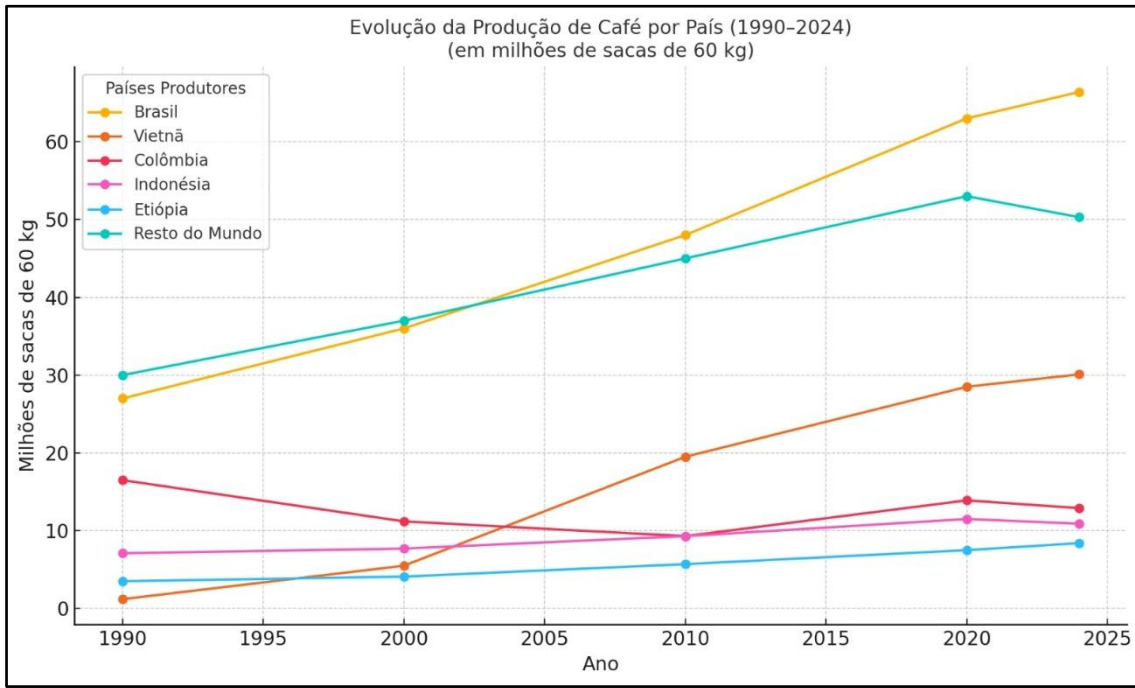


Figura 3

Fonte: elaborado pelo autor com dados USDA (2024).

O impacto da desregulamentação foi particularmente sentido por pequenos produtores, que perderam a segurança oferecida pelos preços estáveis garantidos pelos AIC's e passaram a enfrentar as oscilações de preços internacionais. Essa nova dinâmica forçou uma reestruturação na cadeia produtiva de café do Brasil, exigindo que produtores buscassem formas de se adaptar ao novo cenário competitivo. O fim das políticas de proteção interna e a falta de uma estratégia clara para competir com os novos mercados emergentes, como o Vietnã e a Indonésia, resultaram em uma perda significativa de participação de mercado brasileiro que, na década de 1960, ultrapassava 70% do mercado global e caiu para menos de 30% na década de 1980. (PONCIANO, 1995 APUD PONCIANO, 2009).

Além da entrada de novos concorrentes, a desregulamentação também trouxe uma reorganização no mercado interno brasileiro com a inserção de uma série de inovações tecnológicas e organizacionais na cadeia produtiva de café. Dentre elas, o café especial, que está intimamente ligado ao prazer proporcionado pela bebida. Segundo Ponciano (2009), a

introdução do padrão de produção de cafés especiais foi uma das estratégias mais promissoras para enfrentar o novo padrão de concorrência global nas exportações de café.

Os cafés especiais, segundo Zylbersztajn *et al.* (2001), destacam-se por algum atributo associado ao produto, ao processo de produção ou a serviço a ele relacionado, que associam ao café características específicas como qualidade superior da bebida, aspecto dos grãos, forma de colheita, tipo de preparo, história, origem dos plantios, variedades raras e quantidades limitadas, parâmetros de diferenciação que se relacionam à sustentabilidade econômica, ambiental e social da produção.

Para Leão (2010), o Brasil que, tradicionalmente, exportava grandes volumes de café, viu-se diante da necessidade de agregar mais valor ao seu produto para competir com os países que estavam introduzindo inovações e diferenciação de produtos como os cafés especiais. Com isso, o Brasil passou de uma posição de *price-maker*, em que influenciava significativamente os preços globais por sua liderança em volume e articulação política nos AIC's, para uma condição de *price-taker*, submetido às oscilações do mercado e à dinâmica de preços definida por fatores externos.

A produção de cafés especiais no Brasil cresceu de forma significativa a partir da década de 1990, com destaque para regiões como o Cerrado Mineiro, que obteve a primeira certificação por origem do Brasil e o Sul de Minas, por conta das condições climáticas favoráveis para a produção de grãos de qualidade superior. Além disso, a adesão a práticas sustentáveis e o desenvolvimento de certificações de origem, como as garantias de comércio justo e responsabilidade ambiental, ajudaram a abrir novos mercados para os produtores brasileiros, especialmente nos Estados Unidos e na Europa (LEÃO, 2010).

Ainda de acordo com Leão (2010), essas inovações não apenas agregam valor ao produto, mas também oferecem uma oportunidade de maior rentabilidade para os produtores, especialmente para pequenos e médios agricultores, que passaram a se organizar em cooperativas para comercialização de seus produtos. Essa orientação para atributos diferenciados pode ser compreendida como parte de uma estratégia nacional, ainda que descentralizada, de reposicionamento do Brasil nas cadeias globais de valor, especialmente em um cenário onde o volume deixa de ser o único diferencial competitivo. Outro ponto importante na mudança do setor produtivo nacional de café foi o fortalecimento da BSCA.

A BSCA tem desempenhado um papel fundamental na promoção dos cafés especiais brasileiros no mercado internacional, organizando concursos de qualidade, participando de

feiras internacionais e promovendo certificações que garantem a rastreabilidade e a qualidade dos grãos exportados. Esses esforços têm ajudado a reposicionar o Brasil como um dos maiores produtores de cafés especiais no mundo (LEÃO, 2010).

Para Gama (2021), a produção de cafés especiais no Brasil atende à crescente demanda dos consumidores por produtos de qualidade e sustentáveis. Nos Estados Unidos, maior mercado importador de café do Brasil, os consumidores têm se tornado cada vez mais exigentes em relação à qualidade e às práticas sustentáveis na produção do café que consomem. O segmento de cafés especiais oferece uma oportunidade importante para o Brasil se diferenciar da concorrência, especialmente da Colômbia, que domina o mercado de cafés suaves.

2.2.1 Caracterização das vantagens brasileiras para ampliação de potencialidades competitivas no comércio internacional

A produtividade brasileira na produção de café decorre tanto da intensificação no uso de tecnologias, como sistemas mecanizados em grandes propriedades, práticas agronômicas avançadas e infraestrutura logística, quanto da expertise acumulada historicamente nas principais regiões produtoras do país. Esses elementos sustentam condições adequadas para a manutenção e ampliação da participação brasileira no mercado internacional. Ademais, a vantagem comparativa do Brasil é reforçada por fatores naturais, como clima e geografia favoráveis, e pela diversidade de biomas e altitudes, que permitem o cultivo de variedades de café. Essa diversidade amplia a capacidade do país de atender simultaneamente ao mercado de commodities e ao de cafés especiais, conferindo à oferta brasileira uma versatilidade superior à de concorrentes diretos, tais como Vietnã e Colômbia (GAMA, 2021).

Ademais, a escala produtiva brasileira é incomparável, e pode ser observada não apenas como uma vantagem em volume exportável, mas também em competitividade de preços. Segundo a Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB, 2023) na safra de 2023, o Brasil produziu em média 40,6 milhões de sacas de 60kg de café. E, segundo a USDA (2024), esse volume supera em muito os principais concorrentes como, por exemplo, o Vietnã que produziu no mesmo ano de 26,7 milhões de sacas, e a Colômbia produziu 13 milhões de sacas de 60kg.

Ainda segundo Gama (2021), a experiência histórica e institucional brasileira na área da cafeicultura consolida sua posição, possuindo tradição exportadora, conhecimento

acumulado ao longo de décadas, e uma rede de apoio técnico e institucional que outros países ainda estão por desenvolver. Portanto, o Brasil permanece como um dos países com maior vantagem comparativa no setor cafeeiro.

A partir dos apontamentos feitos por Krugman *et al* (2012), em relação a abundância relativa dos fatores produtivos associados à produção do café brasileiro, nota-se que o Brasil dispõe de grandes extensões de terra, clima estável, conhecimento agrônomo e, em determinados estágios, a intensificação de mão de obra, o que é perfeitamente compatível com o Brasil e o torna um setor naturalmente orientado para a exportação. Nesse caso, conforme Gama (2021), a vantagem brasileira não deriva apenas da produtividade ou dos custos relativos, como diriam Smith e Ricardo, mas da composição estrutural da economia.

E, continuando com Krugman *et al* (2012), pode-se deduzir as enormes dificuldades e como decorrência os elevados custos produtivos de países que não possuem as características produtivas que o Brasil possui, tornando-os nesse caso importadores de café. Gama (2021), nesse sentido, destaca as vantagens da elevada escala produtiva que o Brasil possui decorrente de sua particular dotação de fatores produtivos para o café. E, a CONAB (2023), realça que o Brasil possui uma base agrícola estruturada para manter essa escala. Estados como Minas Gerais, Espírito Santo, São Paulo e Bahia concentrando grandes áreas dedicadas ao cultivo, tendo a presença marcante de cooperativas e produtores organizados, além da mecanização do processo produtivo, que, somados, favorecem à ampliação da escala com ganhos de eficiência.

Para além da escala produtiva, a produção brasileira de café é regular. Segundo Gama (2021), a vasta área produtiva do país, com variedades climáticas ajuda a mitigar riscos regionais, garantindo uma oferta estável.

Leão (2010), salienta que a oferta nacional de café é regular em virtude do apoio institucional e tecnológico ao longo de sua cadeia produtiva a partir da atuação de órgãos como a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), Conab, universidades e associações como a BSCA que contribuem com pesquisa, inovação e assistência técnica, eleva a capacidade de resposta do setor frente a adversidades climáticas e mercadológicas.

Prosseguindo, de acordo com Ponciano (2009), para além das vantagens de escala, liderança de exportação a diversidade climática brasileira coopera para uma produção diferenciada de cafés e a incorporação de valores ao longo de sua cadeia de valor.

De acordo com Porter (1985) as empresas (ou países, por analogia) ao se posicionarem estrategicamente ao longo da cadeia de produção, agregam valor por meio de atributos como qualidade, certificações, origem geográfica, práticas sustentáveis e inovação no processo. No caso do café, os países que conseguiram diferenciar seu produto na percepção do consumidor final, o exemplo mais conhecido é a Colômbia, capturaram preços mais elevados, mesmo sem necessariamente liderarem em volume ou custos.

Nessa perspectiva, por exemplo, a introdução de práticas agrícolas sustentáveis, rastreabilidade e reconhecimento territorial são formas de agregar valor ao produto, transformando uma commodity genérica em um item premium. Essa diferenciação é particularmente importante no mercado estadunidense, que segundo Gama (2021), desenvolve-se demanda por cafés especiais, orgânicos, certificados e associados a boas práticas socioambientais.

Nesse sentido, Ponciano (2009) salienta que a competitividade brasileira na produção de café também deve apoiar-se na qualidade percebida, no desenvolvimento tecnológico, na atuação ativa em marketing, certificações e identidade territorial, que são componentes essenciais da cadeia de valor moderna que permitam a expansão das exportações de café

De acordo com Leão (2010), o Brasil se destaca como um dos poucos países capazes de produzir, em larga escala, cafés de preferência nos mercados mais exigentes, como Estados Unidos e Europa. Essa vantagem está associada não apenas à diversificação entre as espécies cultivadas, mas também à variedade de perfis sensoriais proporcionada por diferentes fatores como altitude, tipo de solo, clima e métodos de processamento. Regiões como o Cerrado Mineiro e a Chapada Diamantina exemplificam essa diferenciação, oferecendo cafés com características únicas de sabor, aroma e acidez. A isso se somam práticas de sustentabilidade, rastreabilidade e certificações de origem, como a Denominação de Origem do Cerrado Mineiro, que reforçam a competitividade dos cafés brasileiros no segmento de valor agregado, especialmente em mercados como o estadunidense, onde há maior valorização por esse tipo de atributo.

Nesse sentido, a atuação institucional da BSCA contribui tanto para a visibilidade sobre as singularidades dos cafés brasileiros nos mercados consumidores, com destaque para a Europa e Estados Unidos

Para além das ações da BSCA, o Brasil conta com estratégias de valorização da identidade territorial por meio das Indicações Geográficas (IGs), que agregam valor a regiões

produtoras específicas ao reconhecer sua aptidão para cafés de altíssima qualidade, com sabor marcante e acidez equilibrada (LEÃO, 2010). Previstas na Lei de Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/1996), as IGs são classificadas como Indicação de Procedência (IP), que reconhece a reputação regional, e Denominação de Origem (DO), que exige comprovação de que as qualidades do produto derivam essencialmente do meio geográfico e dos saberes locais. A primeira IG brasileira para café foi concedida ao Cerrado Mineiro em 2005, como IP, sendo elevada a DO em 2013, o que estimulou outras regiões a buscar reconhecimento formal de sua identidade produtiva. Leão (2010) e Gama (2021) ressaltam que a construção da identidade territorial se tornou uma das principais estratégias para agregar valor à produtos agropecuários com vínculos culturais, históricos e ambientais regionais. A importância das IGs reside também na proteção contra falsificações, no acesso facilitado a mercados exigentes, na garantia de rastreabilidade e na comunicação clara de atributos ao consumidor, fatores valorizados especialmente na Europa e nos Estados Unidos.

Do ponto de vista estratégico, a identidade territorial oferece vantagem competitiva ao permitir diferenciação baseada não apenas na qualidade física e sensorial dos grãos, mas também na narrativa de sua origem. A autenticidade conferida pelas certificações fortalece o vínculo com consumidores que priorizam experiências singulares, rastreáveis e éticas, e contribui para a fidelização de mercados, construção de reputações regionais e superação da lógica da *commodity*, ao competir por valor simbólico e cultural (LEÃO, 2010). Ademais, as IGs exigem organização coletiva de produtores, com governança, padronização mínima de qualidade e ações de promoção territorial, fortalecendo o capital social e institucional. As certificações também aparecem como instrumentos de diferenciação essenciais, ao assegurarem o cumprimento de critérios técnicos, ambientais e sociais. Segundo Leão (2010), mais do que selos, essas certificações garantem que o produto dialoga com os valores do consumidor contemporâneo. As exigências para que um café seja qualificado como especial envolvem não apenas aspectos agrônômicos, mas também questões sociais e ambientais. Desta maneira, sua adoção implica mudanças estruturais na forma de produzir, organizar e comercializar o café, exigindo capacitação técnica, investimentos em rastreabilidade e, muitas vezes, associação a cooperativas ou instituições certificadoras.

Ainda segundo Leão (2010), as certificações surgem como instrumentos essenciais de diferenciação na cadeia global do café. Ainda mais do que os selos, as certificações são reais garantias de que o produto atende a critérios técnicos, ambientais, sociais e comerciais que

dialogam com valores que têm se tornado cada vez mais importantes para o consumidor contemporâneo. (LEÃO, 2010)

Segundo Leão (2010), No Brasil podem-se considerar as certificações mais relevantes, tais como:

Certifica Minas: Programa estadual gerenciado pela Emater-MG, reconhecido internacionalmente, que avalia boas práticas agrícolas, manejo ambiental e responsabilidade social dos produtores mineiros.

UTZ Certified (atualmente integrada ao selo Rainforest Alliance): Certificação global que verifica práticas sustentáveis na produção, rastreabilidade e condições de trabalho. Exige controle rigoroso sobre uso de defensivos, conservação ambiental e transparência nas relações comerciais.

Fair Trade (Comércio Justo): Voltada para pequenos produtores, visa garantir preços mínimos sustentáveis, pagamentos de prêmios sociais para investimentos em comunidades e respeito aos direitos dos trabalhadores.

Rainforest Alliance: Foca na conservação da biodiversidade e na melhoria das condições de vida dos agricultores, promovendo práticas agrícolas sustentáveis e rastreabilidade ao longo da cadeia de suprimentos.

Orgânico (certificações nacionais e internacionais): Certificações que atestam a ausência de agrotóxicos e o uso de práticas agroecológicas, exigindo adaptação do sistema produtivo a padrões muito específicos de manejo e controle.

Ademais dessas principais, existem outras certificações específicas que são promovidas por determinadas entidades, como a BSCA, por exemplo, sobre cafés submetidos a análises por degustadores certificados, chamados de Q-Graders, que avaliam os atributos especiais, como o sabor, aroma, acidez e uniformidade (LEÃO, 2010).

Do ponto de vista estratégico, as certificações operam como mecanismos de diferenciação competitiva, permitindo que produtores brasileiros deixem de competir apenas por preço, como ocorre no mercado de commodities, e passem a disputar valor com base na qualidade percebida, na rastreabilidade e no compromisso socioambiental.

Segundo Gama (2021), o acesso a mercados mais exigentes como Estados Unidos e Europa está diretamente relacionado à concessão dessas certificações. Nesses países, redes de cafeterias, importadores e consumidores valorizam cafés que sejam sustentáveis, éticos e de

origem comprovada. Em muitos casos, a presença de certificações é condição prévia para que o produto seja sequer considerado nos processos de aquisição de grandes torrefadoras, supermercados ou canais premium.

2.2.3 Localização da Produção Nacional

Segundo a Embrapa (2023), a produção de café no Brasil apresenta distribuição geográfica marcada por uma forte concentração regional, apesar de haver ocorrido uma notável diversificação e expansão para novas áreas entre os anos de 2023 e 2024. O cultivo de café, a princípio, encontrou seu centro dinâmico na região do Sudeste brasileiro, que foi responsável por cerca de 86% de toda a produção nacional de café na safra de 2023/2024. Tal percentual é um reflexo da combinação de fatores como clima adequado, infraestrutura logística, *know-how* produtivo acumulado e presença de políticas estaduais voltadas à cafeicultura. A Figura 04 destaca os estados nacionais produtores de café.

Figura 04: Importância nacional relativa pelo valor da produção de café em mil reais em 2023.

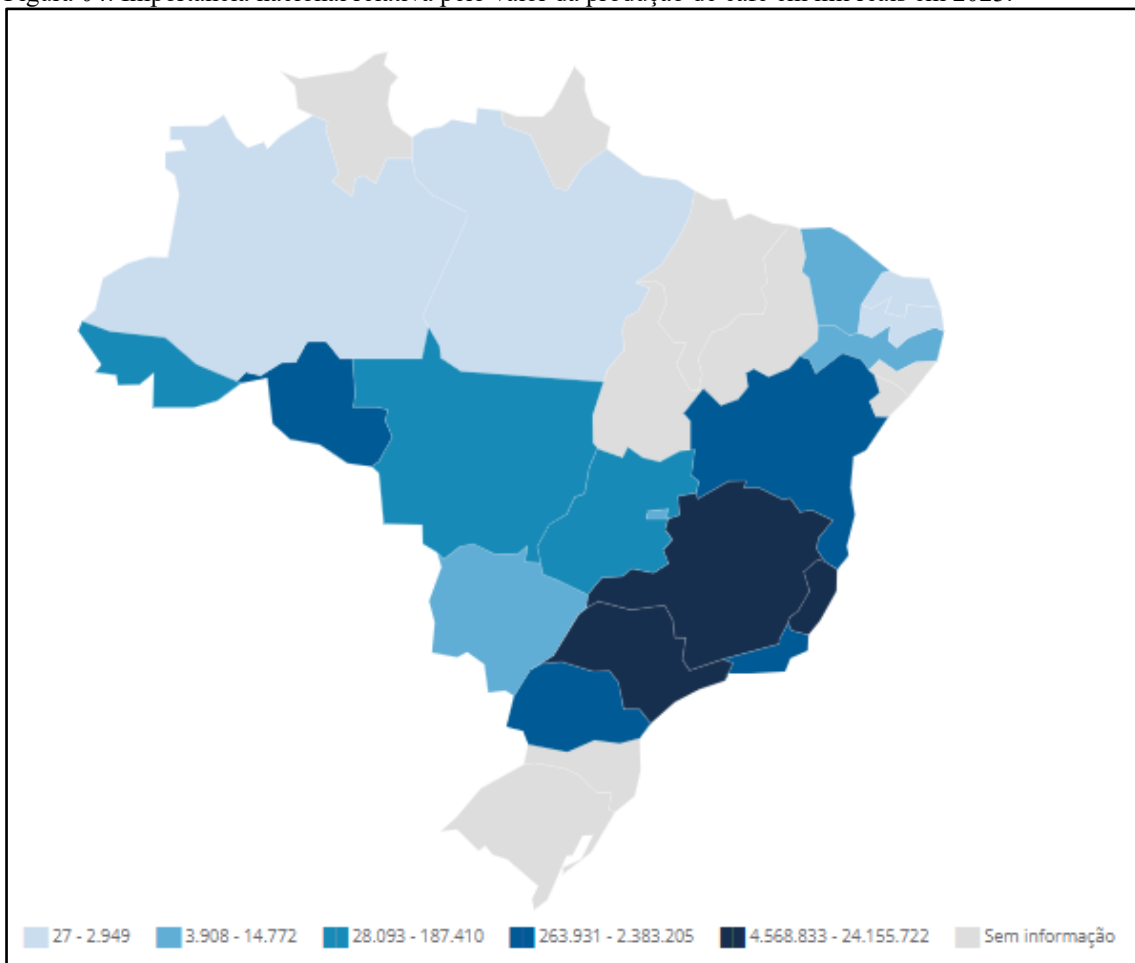


Figura 4

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2023).

Ainda, segundo a USDA (2024), o estado de Minas Gerais é que mais se destaca a nível de produção nacional, somente ele foi responsável por aproximadamente 50% da produção brasileira. A cafeicultura em Minas se expande por regiões como o Sul, o Cerrado Mineiro e a Zona da Mata, que, além de volume, também possuem destaque por sua produção de cafés especiais com certificações de origem e práticas sustentáveis.

Mas, Barão (2022), destaca que embora o estado de São Paulo não ocupe mais a liderança nacional na produção de café, sua participação ainda é expressiva no setor produtivo, em especial pela região de Alta Mogiana, reconhecida inclusive pelo Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI) pela produção de cafés de qualidade maior. Em contrapartida, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2025), o Espírito Santo se consolidou como produtor de café robusta, ou conilon, sendo responsável por grande parte de sua produção nacional, tendo um papel relevante nas exportações voltadas a países consumidores de cafés instantâneo e solúvel.

Ainda de acordo com o IBGE (2025), apesar de haver uma concentração maior de produção na região Sudeste, outras regiões como o Centro-Oeste, em especial o estado de Goiás, vem ganhando maior espaço, especialmente com o uso intensivo de tecnologia e mecanização. Outros estados como Rondônia e Bahia também vêm se destacando, Rondônia em especial por se tornar referência nacional na produção de café robusta de qualidade, inclusive com certificações de origem e práticas sustentáveis.

De acordo com o IBGE (2017), essa entrada de novas regiões produtoras acompanha as transformações no perfil da cafeicultura nacional, quais sejam, a busca por novas altitudes, microclimas e condições climáticas ideais para a produção de cafés especiais. Isso confere ao Brasil um diferencial competitivo importante no mercado internacional, consolidando sua capacidade de ofertar cafés com diferentes perfis sensoriais, adaptados às preferências dos mais diversos mercados consumidores. Essa abrangência geográfica também permite que haja uma consistência e regularidade na oferta, devido à redução de riscos climáticos e sazonais.

De acordo com dados do IBGE (2013), observam-se exemplos de regiões com IGs no Brasil:

- Cerrado Mineiro (MG): Primeira região produtora a obter Denominação de Origem, produz cafés com alta uniformidade, corpo médio, acidez equilibrada

e notas de chocolate, caramelo e frutas secas. A regularidade climática da região permite colheita mecanizada e padronização da qualidade.

- Mantiqueira de Minas (MG): Reconhecida por sua altitude elevada (acima de 1.000m), clima ameno e colheita seletiva. Os cafés apresentam acidez cítrica, doçura acentuada e aromas florais. A região se destaca em concursos de qualidade nacionais e internacionais, sendo referência em cafés especiais.
- Caparaó (MG/ES): Região de montanhas com microclimas diversos. Os cafés têm atributos únicos, como doçura natural e acidez brilhante. A identidade local é reforçada pela história de pequenas propriedades familiares e práticas sustentáveis.
- Matas de Minas (MG): Área caracterizada por relevo acidentado e produção predominantemente manual. Os cafés têm notas frutadas e corpo intenso. A região é reconhecida pela diversidade de microlotes e pelo protagonismo de pequenos produtores.

Em 2023, o café passou a ser o produto com maior número de Indicações Geográficas (IGs) reconhecidas no Brasil, consolidando-se como um símbolo de identidade e qualidade regional. De acordo com dados da Embrapa (2023), até junho daquele ano já haviam sido concedidas 14 IGs exclusivamente para cafés, atribuídas a diferentes regiões produtoras que se destacam por características únicas de solo, clima, altitude e tradição no cultivo. Essa diversidade territorial fortalece a imagem do café brasileiro no mercado global, permitindo sua inserção tanto no segmento de commodities quanto no de cafés especiais. Além disso, diversas outras regiões estão em processo de solicitação de IG junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), o que demonstra um movimento contínuo de valorização dos atributos regionais e da rastreabilidade produtiva no setor.

Segundo a EMBRAPA (2023) é importante destacar que a estratégia de valorização da identidade territorial tem potencial para articular políticas públicas de desenvolvimento regional, integrar turismo rural à cafeicultura e posicionar o Brasil como referência global não apenas em volume, mas em qualidade, tradição e inovação na produção de café.

3 ANÁLISE DO MERCADO DE CAFÉ NOS ESTADOS UNIDOS

De acordo com a USDA (2024), os Estados Unidos ocupam a posição de maior importador mundial de café, e o país prevê importar na safra 2024/25, um total aproximado de 22.3 milhões de sacas de 60kg, gerando um aumento de 800.000 sacas se comparado à safra de 2023/24.

Segundo Gama (2021), o mercado consumidor de café nos Estados Unidos se destaca por seu perfil diverso e exigente, aonde atributos como a qualidade do produto, o método de preparo, a rastreabilidade da origem dos grãos e a adoção de práticas sustentáveis por parte das marcas e produtores, ganham relevância, além de ser fortemente influenciado por mudanças no comportamento do consumidor, avanços tecnológicos e transformações na estrutura de mercado.

3.1 A Dinâmica do Mercado Consumidor de Café nos Estados Unidos

3.1.1 Estrutura de Mercado e Principais Dados

Historicamente, cerca de 92% das importações de café pelos Estados Unidos correspondem à variedade arábica. Em 2023, aproximadamente 80% das importações estadunidenses de café verde vieram da América Latina, tendo como principais países exportadores o Brasil, com 35% do total, a Colômbia com 27%, os demais 38% foram supridos por países como Honduras, Peru, México, Guatemala, Etiópia, Vietnã (principal fornecedor de robusta) e Uganda, compondo um grupo de exportadores secundários, mas ainda relevantes na diversidade de oferta de café verde. (USDA, 2024)

O mercado interno de café nos Estados Unidos possui características próprias de uma estrutura de concorrência monopolística, definida pela presença de diversos vendedores e compradores, produtos não homogêneos, alta elasticidade-preço de substituição e baixas barreiras à entrada de novos concorrentes. Desta maneira, surge uma ampla variedade de marcas, origens e perfis sensoriais que permitem aos consumidores a escolha entre cafés comerciais padronizados e cafés especiais com forte apelo de diferenciação. Tal dinâmica se reforça pela presença simultânea de grandes corporações multinacionais, como Starbucks, com uma rede diversificada de torrefadores artesanais e cafeterias independentes que competem por nichos específicos do mercado. Essa configuração exige dos exportadores

competitividade em preço e volume, além de estratégias eficazes de posicionamento e valorização da qualidade e da origem. (GAMA, 2021)

Segundo Gama (2021), a estrutura concorrencial monopolista desse mercado, favorece a atuação de empresas que agregam valor ao produto básico, no caso o grão de café, através de estratégias de marca, design de produto, conveniência e narrativa territorial. A diferenciação, nesse contexto, é essencial para capturar consumidores que valorizam não apenas a qualidade sensorial da bebida, mas também sua origem, rastreabilidade e impacto ambiental.

Devido a essa estrutura de mercado, cresce também a valorização de selos como UTZ Certified, Fair Trade e Rainforest Alliance, que passam a atuar como barreiras de entrada para produtores que não se adequem a esses requisitos tão exigidos pelo mercado estadunidense. (GAMA, 2021)

3.2 Perfil e Comportamento do Consumidor de Café nos Estados Unidos

Na perspectiva de subsidiar as discussões seguintes sobre perfil e comportamento do consumidor, formas de consumo, e requisitos de qualidade, faz-se breve esclarecimento sobre fundamentos teóricos da microeconômicos sobre a decisão do consumidor.

Segundo Pindyck e Rubinfeld (2014) teoria da escolha do consumidor parte do pressuposto de que os indivíduos buscam maximizar sua utilidade, ou satisfação, através da combinação ótima de uma cesta de bens e serviços, considerando suas restrições orçamentárias e suas preferências pessoais. As decisões de consumo nessa cesta de bens são tomadas racionalmente a partir do conjunto das informações disponíveis ao consumidor, que o habilitam a comparação entre cestas de consumo distintas.

Ainda segundo Pindyck e Rubinfeld (2014) o consumidor não deve ser capaz de fazer distinção entre cestas de consumo com os mesmos bens. No entanto, segundo Sraffa (1926 *APUD* NAPOLEONI, 1979), em um mercado concorrencial monopolístico como é o mercado de café nos Estados Unidos, desaparece a figura do mercado homogêneo e passa-se a supor que cada consumidores seja capaz de exercer sua preferência por diversas razões como: força do hábito, conhecimento pessoal, confiança na qualidade do produto, proximidade, conhecimento das necessidades particulares, possibilidade de obter crédito, prestígio de uma marca de fábrica, particularidades do modelo ou do desenho do produto, etc.

Então, segundo Pindyck e Rubinfeld (2014), essas preferências permitem que os consumidores estabeleçam valores subjetivos para cada bem. Esse valor pode se modificar no curto prazo por meio de estímulos de *marketing*, mudanças nos preços relativos ou novidades tecnológicas, e no longo prazo por meio de transformações culturais, experiência acumulada e mudanças na renda real.

No caso específico do mercado de consumo de café nos Estados Unidos, segundo Gama (2021), os atributos sensoriais, sustentabilidade na produção, facilidade de preparo, embalagem e disponibilidade, ganham destaque nas decisões dos consumidores e são capazes de influenciar diretamente suas preferências e a percepção de valor do produto.

O mercado consumidor de café nos Estados Unidos apresenta uma diversidade de perfis de consumo, refletindo mudanças culturais, comportamentais e geracionais. Uma das características marcantes é a busca crescente por praticidade e conveniência, traduzida, por exemplo, pela adoção das cápsulas e bebidas prontas para consumo, conforme evidenciado pela Nestlé Professional Beverages (2016).

Segundo Gama (2021), há também aqueles consumidores que priorizam atributos como sustentabilidade, origem certificada, qualidade sensorial e experiência de marca, o que revela um movimento em direção ao consumo de cafés diferenciados. Esse tipo de consumidor está, inclusive, disposto a pagar mais caro por cafés especiais, impulsionando essa busca por produtos de maior valor agregado, com ênfase em *storytelling* e identidade territorial.

Além disso, Leão (2010) ressalta que o café tem se inserido no cotidiano como parte de uma lógica de produção e consumo contínuos, integrando-se à rotina de trabalho e lazer, o que cria perfis de consumidores que consomem café como parte de um estilo de vida, inclusive por meio de novas formas de apresentação como *cold brews*, cafés gelados e cafés gourmetizados.

Dessa maneira, embora não seja possível delimitar uma segmentação rígida dessa diversidade de perfis consumidores, pode-se concluir que há ao menos três grandes vetores de consumo no mercado dos Estados Unidos, os consumidores focados em conveniência e hábito, os consumidores em busca de valor agregado e qualidade diferenciada, e os consumidores que incorporam o café à sua identidade pessoal e profissional.

Segundo Gama (2021), essa mudança no perfil do consumidor estadunidense ocorre a partir da década de 2010, quando a geração millennial começa a apresentar padrões de

consumo mais conectados a valores como sustentabilidade, autenticidade, experiência sensorial e qualidade. Enquanto a geração baby boomer tende a manter hábitos mais tradicionais devido ao seu envelhecimento, apesar de incorporar determinadas inovações como o consumo esporádico fora de casa.

Nesse sentido, as principais tendências de consumo podem ser agrupadas em características como a qualidade e frescor, a personalização e métodos de preparo, a sustentabilidade e comércio justo, a conveniência e novas formas de apresentação do produto e, por fim, a história e autenticidade do produto. Cada uma dessas características levou o mercado cafeeiro à necessidade de desenvolver estratégias específicas. (GAMA, 2021)

A qualidade sensorial trouxe a ascensão dos cafés especiais, com atributos como acidez, doçura natural, aroma complexo e pós-sabor prolongado, que, por sua vez, levou à demanda de cafés de origem única, produzidos com rastreabilidade e padronização. (GUERRA *et al.*, 2021)

Já a busca por personificação estimula métodos alternativos de preparo ou métodos artesanais estando todos estes associados a consumidores com maior interesse na complexidade da bebida. De acordo com o relatório da FGV (2020), essa tendência de individualização do consumo, presente em bebidas como vinho e cerveja artesanal, atinge também o café, com consumidores exigindo transparência, identidade e controle no preparo.

A sustentabilidade também é de grande relevância, haja vista que muitos consumidores valorizam selos de certificação como maneira de garantir que o café consumido respeite padrões éticos, ambientais e sociais. (LEÃO, 2010)

Já no eixo da conveniência, como destacado anteriormente, há um crescimento do consumo de cafés encapsulados, bebidas prontas para beber e *cold brews*, sendo formas de apresentação que atendem ao estilo de vida moderno, oferecendo agilidade e constância sensorial. Para atender essa tendência, a Nestlé, com sua linha Nespresso, e o Starbucks, com o *Starbucks at Home*, consolidaram a padronização da experiência do café em ambiente doméstico. (LEÃO, 2021)

Por fim, os produtos com *storytelling* forte, ou seja, os capazes de transmitir autenticidade, vínculo territorial e responsabilidade social. Essa tendência é visível na valorização de microlotes, cafés com indicação geográfica e com certificações que identificam o produtor e a origem, o que faz com que a rastreabilidade deixe de ser um diferencial opcional, se tornando agora um critério competitivo. (GAMA, 2021). Nesse

Sentido, segundo Mordor Intelligence (2024), os tipos de café mais consumidos se dividem entre os cafés filtrados, expressos, *cold brew*¹, café em cápsulas e os prontos para beber. Dentre essas categorias, destaca-se o crescimento excepcional do mercado de cápsulas, impulsionado por marcas como Nespresso, Keurig e Starbucks. As cápsulas representaram cerca de 55% das vendas domésticas de café nos Estados Unidos no ano de 2024, consolidando-se como um dos segmentos mais lucrativos e de maior conveniência.

O mercado de café consumidor estadunidense está segmentado em preferências de preparo, como as cápsulas que representam 30% do consumo, seguidos do café filtrado com 29%, e o *instant coffee* e *french press*, cada um representando 8%, reforçando assim a importância da conveniência, aliada a formatos diversificados de prepara, e na estratégia de marcas que desejam competir nesse segmento. (DRIVE RESEARCH, 2024)

Figura 05: Gráfico demonstrando preferência de preparo de café nos Estados Unidos no ano de 2024.

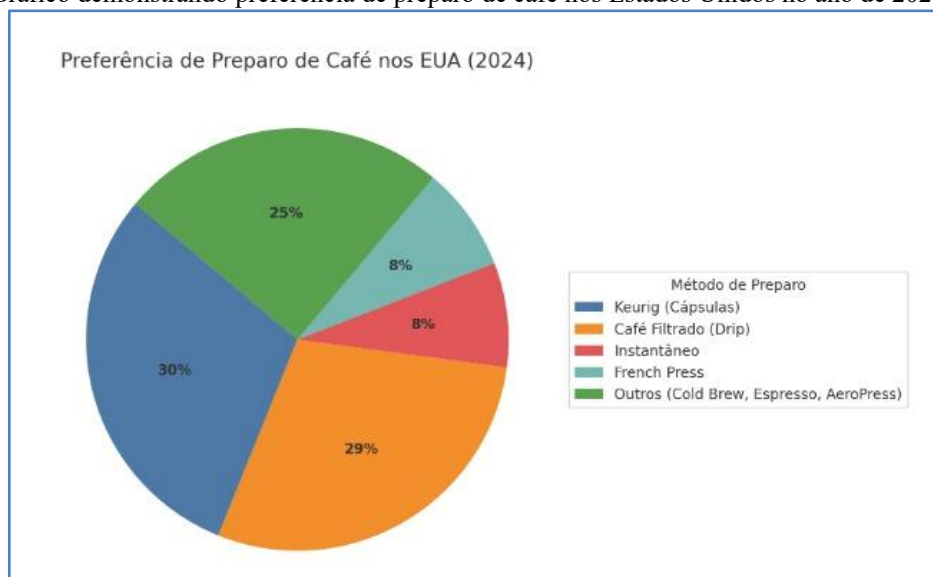


Figura 5

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da Drive Research (2024).

No mercado dos Estados Unidos a busca por conveniência é um dos principais vetores de transformação do consumo de café, que é um aspecto importante, especialmente no consumo de café. A ascensão das cápsulas exemplifica essa transição do café de uma commodity para um bem de consumo industrializado com alto valor agregado. Essa transição está ligada à um modelo de produção pautado pela padronização e eficiência logística, onde

¹ A expressão "*cold brew*" refere-se a um método de preparo da bebida que envolve a infusão de café moído em água fria por um período prolongado, geralmente de 12 a 24 horas.

os fluxos produtivos, a distribuição e consumo são integrados e otimizados. (GAMA, 2021; LEÃO, 2010)

Além disso, a pandemia da COVID-19 impulsionou o crescimento do consumo de café em ambientes domésticos, popularizando ainda mais as cápsulas de café e cafés premium no varejo. Conseqüentemente, esse cenário alterou a lógica de distribuição e força o setor produtivo a adotar uma abordagem mais direcionada ao consumidor, através do uso de plataformas digitais e redes sociais como ferramentas estratégicas.

Segundo Boaventura *et al.* (2017), o café encapsulado exige uma cadeia produtiva altamente eficiente e contínua, capaz de assegurar o fornecimento regular e padronizado desde a produção agrícola até o momento do consumo. Tal exigência advém da necessidade de cumprir padrões de qualidade e conveniência impostos, o que, por sua vez, implica em processos industriais específicos e logística integrada. Em razão disso, é essencial que se adotem estoques gerenciados de maneira dinâmica, contratos de fornecimento a longo prazo e sistemas de certificação que sejam capazes de garantir a rastreabilidade e uniformidade do produto. No caso do Brasil, apesar dos avanços significativos na cadeia de produção, em especial nas regiões produtoras voltadas à exportação, a presença do café encapsulado nacional no mercado estadunidense também depende da superação de desafios que estão relacionados à percepção de qualidade e, inclusive, posicionamento competitivo perante marcas já consolidadas.

Prosseguindo, de acordo com dados na National Coffee Association (NCA, 2024), cerca de 67% dos adultos estadunidenses consomem café diariamente, representando algo superior a 150 milhões de consumidores. Essas informações são importantes porque segundo Gama (2021), os consumidores estadunidenses, em especial, têm demonstrado uma crescente preocupação com atributos intangíveis, como impacto ambiental e responsabilidade social, maior valorização da rastreabilidade e origem do produto. Tal mudança é explicada pela extensão do modelo tradicional de utilidade para trazer a inclusão de valores éticos, sociais e simbólicos.

Gama (2021) apresenta dados sobre a segmentação do público, dividindo-os em tradicionalistas, que valorizam o preço e o hábito, exploradores, que buscam novas experiências, e conscientes, focados em sustentabilidade e origem. O que leva à conclusão de que o consumidor moderno não busca apenas cafeína, mas sim uma experiência ligada à história do grão e à ética de produção, conceito conhecido como consumo simbólico.

3.3 Territorialidade: O Café Como Produto Cultural e de Origem

A territorialidade no consumo de café está diretamente relacionada à valorização da origem geográfica, cultural e simbólica da bebida, ou seja, o café sai de um ponto onde é considerado como mercadoria padronizada, e se torna um produto identitário, agregando um valor econômico, simbólico e sensorial. Tal mudança está alinhada ao movimento global de valorização da autenticidade e da rastreabilidade na alimentação, especialmente em meio aos consumidores de maior poder aquisitivo e os mais atentos à procedência dos produtos que consomem. (IGBE, 2017)

Segundo Gama (2021), no cenário estadunidense, os consumidores que estão dispostos a pagar mais por cafés de origem valorizam não apenas a qualidade do produto, mas também o vínculo afetivo e social com a produção. Isso significa que a territorialidade impacta diretamente o comportamento de compra, reforçando assim o posicionamento premium de determinados cafés e permitindo sua inserção em nichos como cafeterias gourmet, lojas de produtos orgânicos, redes hoteleiras de alto padrão e clubes de assinatura.

Essa tendência se confirma através da evidência de que a divulgação da origem funcional como fator de qualidade e confiança tem grande impacto no comportamento de compra de café pelo consumidor estadunidense, independente de seu preço ser mais elevado. Esse conceito de café de origem única se consolidou como sinônimo de pureza, autenticidade e qualidade.

3.4 Requisitos e Barreiras Para Exportação de Café aos Estados Unidos

A observância de um conjunto complexo de requisitos técnicos, regulatórios e comerciais é de grande importância para a inserção do café brasileiro no mercado dos Estados Unidos. Esses requisitos não são meramente formais, além de funcionarem como uma barreira à exportação, eles representam o alinhamento a padrões de qualidade, segurança alimentar, rastreabilidade, sustentabilidade e ética exigidos por consumidores, compradores e órgãos reguladores estadunidenses. Essas exigências, quando bem atendidas, também podem ser convertidas em vantagens competitivas estratégicas, permitindo assim a diferenciação do produto em mercados exigentes.

As certificações, por exemplo, funcionam como uma espécie de “passaporte comercial” de cafés. As principais certificações incluem: Fair Trade, UTZ/Rainforest Alliance, USDA Organic e a BSCA (Brazilian Specialty Coffee Association), cada uma delas representando uma especificidade distinta. (GAMA, 2021)

A certificação *Fair Trade*, por exemplo, é exigida por diversas redes de supermercados e cafeterias nos Estados Unidos, e assegura preços mínimos ao produtor, e práticas comerciais éticas; a certificação Rainforest Alliance garante boas práticas agrícolas e preservação ambiental; a USDA Organic é uma certificação obrigatória para comercialização de cafés intitulados orgânicos nos Estados Unidos; e a BSCA é uma certificação nacional voltada para cafés especiais e mercados premium, e tem rastreabilidade total e selos reconhecidos internacionalmente. (GAMA, 2021)

A rotulagem dos produtos alimentícios destinados ao mercado estadunidense é regulamentada pela FDA (Food and Drug Administration), sendo essa uma condição obrigatória para sua entrada no país. No caso do café, a rotulagem deve apresentar a identificação do produto, país de origem, composição, processo de torra, lista de ingredientes, dados do fabricante, data de validade e lote de produção. Em determinados casos também há exigência de certificações reconhecidas e até mesmo *QR codes* que forneçam informações adicionais sobre rastreabilidade e boas práticas. Ademais, exportadores brasileiros devem estar cadastrados junto à FDA e cumprir os requisitos do FSMA (Food Safety and Modernization Act), que estabelece exigências de controle preventivo ao longo da cadeia de suprimentos. (SUPLIFUL, 2025)

Para mais das exigências formais, ainda existem barreiras não tarifárias, por vezes relacionada à cultura do consumo, contratos logísticos, acordos de fornecimento e exigências particulares de compradores institucionais como cafeterias, hotéis e redes de supermercado. Nesse sentido, as exigências do mercado dos Estados Unidos estão voltadas para um fornecimento contínuo e pontual, padrões sensoriais consistentes e lotes homogêneos e padronizados. Tais exigências formam uma barreira de entrada que apesar de sutil, causa um forte impacto à competitividade de pequenos produtores ou de exportadores mal preparados.

Apesar de aparentarem um entrave, essas barreiras de exportação devem ser vistas mais como um filtro estratégico que distingue os produtos básicos daqueles de alto valor agregado. Quando combinadas com estratégias de marketing, *storytelling* e uso de tecnologias de rastreabilidade, essas exigências se transformam em elementos de vantagem competitiva. E nesse cenário, o Brasil tem potencial para não apenas atender ao mercado estadunidense, mas

também para liderar segmentos de valor como cafés especiais e sustentáveis, à medida que investir em certificações, rastreabilidade e comunicação. (GAMA, 2021; LEÃO, 2010)

Mesmo considerando que os produtores brasileiros de café participem de 35% do mercado dos Estados Unidos é possível observar uma vantagem comparativa brasileira ao se considerar a diversidade climática, extensão territorial, logística portuária e *know-how* produtivo, o que faz com que o Brasil seja o país que possui as melhores condições para uma oferta estável, com diversidade de território. No entanto, as dificuldades que enfrenta também são consideráveis, no sentido de conquistar posições de destaque nos segmentos premium e superpremium por, historicamente, associar o café a uma commodity. (GAMA, 2021; LEÃO, 2010)

No intuito de minimizar essas dificuldades e expandir sua presença no mercado dos Estados Unidos, o Brasil tem buscado estratégias baseadas na qualificação e reposicionamento de sua oferta de café, visando manter sua liderança em volume e conquistar espaço nos segmentos de maior valor agregado. Dentre as principais ações destacam-se a segmentação de origem, a certificação, rastreabilidade e divulgação da qualidade dos cafés brasileiros em feiras internacionais e programas de capacitação de exportadores. (EMBRAPA, 2024).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo a análise das potencialidades de inserção e ampliação do consumo do café brasileiro no mercado dos Estados Unidos que, historicamente, ocupa o papel central nas exportações brasileiras de café. No decorrer da análise, verificou-se que o Brasil construiu sua posição como maior exportador mundial de café através de fatores como a expansão territorial, a diversidade climática e a introdução de inovações tecnológicas, o que permitiu uma produção em larga escala e uma crescente padronização.

Contudo, o cenário contemporâneo pós-desregulamentação trouxe novos desafios. A reestruturação institucional do mercado cafeicultor a partir dos anos 1990, combinada com a liberalização do mercado internacional ampliou a concorrência com países produtores como Vietnã e Colômbia principalmente.

Em relação ao Vietnã, que se consolidou como grande produtor e exportador de café, especialmente a qualidade robusta, estabeleceu novos padrões de concorrência de custo com Brasil. Enquanto a Colômbia, estabeleceu estratégias de diferenciação e consolidou sua imagem de qualidade no exterior, que se destaca no mercado estadunidense por seu posicionamento em segmentos *premium*. Determinando mudanças importantes na condução da produção brasileira de café estabelecendo o segmento de cafés especiais. Apesar de o Brasil manter a liderança quantitativa nas exportações, essa vantagem não se traduz, precisamente, em domínio qualitativo nos nichos mais valorizados pelo consumidor.

A estrutura do mercado de café estadunidense se caracteriza pela concorrência monopolística, apresentando ampla variedade de agentes vendedores que oferecem produtos não homogêneos e com alto grau de diferenciação. Já sobre o consumo verificou-se ampliação especialmente no segmento de cafés em cápsulas. O segmento de cafés em cápsula exige uma cadeia produtiva altamente eficiente, que seja capaz de garantir regularidade de oferta, rastreabilidade e padronização da qualidade, fatores esses que são desafiadores para os produtores brasileiros. Por outro lado, consumidor estadunidense também apresenta um perfil cada vez mais exigente, demandando atributos como sustentabilidade, certificações de origem, consistência sensorial, além da conveniência no preparo com os cafés em cápsula.

A partir da análise realizada considera-se que a ampliação da participação do Brasil no mercado dos Estados Unidos não se limita ao aumento do volume exportado, mas requer capacidade de adaptação estratégica às exigências qualitativas daquele mercado. A

experiência produtiva consolidada, a diversidade regional e a capacidade de atender grandes volumes são, inegavelmente, pontos fortes do Brasil. Mas, é necessário avançar em iniciativas de diferenciação e posicionamento.

Dessa maneira, a manutenção da relevância brasileira no mercado estadunidense dependerá, principalmente, da capacidade de alinhar os diferenciais produtivos do país com as demandas específicas desse público consumidor. Investimentos em certificações de origem, rastreabilidade, *marketing* internacional e inovação no modelo de apresentação dos produtos, são pontos que podem fortalecer a imagem do café brasileiro enquanto produto confiável e competitivo. Por fim, sugere-se uma exploração posterior mais aprofundada do comportamento do consumidor estadunidense com maior segmentação por faixa etária, padrões regionais e até disposição a pagar por cafés com atributos diferenciados, ademais de investigar os impactos das novas plataformas digitais no processo de decisão de compra. Tais análises poderão contribuir para o aprimoramento de políticas comerciais e estratégias que consolidem o Brasil não somente como maior exportador quantitativo, mas também como referência em qualidade e valor agregado no cenário internacional.

5 REFERÊNCIAS

AKIYAMA, Takamasa; VARANGIS, Panayotis N. *Impact of the International Coffee Agreement's Export Quota System on the World's Coffee Market*. Washington, DC: World Bank, 1989. (World Bank Working Paper, International Economics Department).

ALVES, Maria de Fátima; SILVA, João Pedro; CARNEIRO, Ana Lucia. Competitividade na cadeia produtiva do café: uma revisão bibliométrica. *Custos e Agronegócio On Line*, Recife, v. 15, n. 4, p. 93–117, 2020. Disponível em: <http://www.custoseagronegocioonline.com.br/numero4v15/OK%2017%20bibliometrico.pdf>. Acesso em: 19 jul. 2025.

ANDRADE, Carlos Eduardo de. *Análise dos excedentes econômicos gerados pelos Acordos Internacionais do Café*. 1995. Dissertação (Mestrado em Economia Rural) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG, 1995.

ATLAS HISTÓRICO DO BRASIL. *A economia na Era Vargas: gráfico – O café de 1906-1950*. Fundação Getúlio Vargas – FGV, 2023. Disponível em: <https://atlas.fgv.br/marcos/economia-na-era-vargas/mapas/grafico-o-cafe-de-1906-1950>. Acesso em: 12 jul. 2025.

BARÃO, Vera. Café impulsiona a economia da região da Alta Mogiana. *Conexão Agro*, São Paulo, 23 jun. 2022. Disponível em: <https://conexaoagro.com.br/cafe-impulsiona-economia-da-regiao-da-alta-mogiana/>. Acesso em: 14 jul. 2025.

BOAVENTURA, Patrícia Silva Monteiro; ABDALLA, Carla Caires; ARAÚJO, Cecília Lobo; ARAKELIAN, José Sarkis. *Cocriação de valor na cadeia do café especial: o movimento da terceira onda do café*. *Revista de Administração de Empresas (RAE)*, São Paulo, v. 58, n. 3, p. xx–yy, maio–jun. 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/DbDJVh6VGQYY4KkNKhpLtgh/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 14 jul. 2025.

CANO, Wilson. *Raízes da concentração industrial em São Paulo*. 5. ed. Campinas: Unicamp, 2007.

CONAB - COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO. *Boletim Café – 4º Levantamento da Safra 2023*. Brasília, 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/conab/pt-br/atuacao/informacoes-agropecuarias/safra/safra-de-cafe/4o-levantamento-de-cafe-safra-2023/boletim-cafe-dezembro-2023>. Acesso em: 14 jul. 2025.

CONCEIÇÃO, Júnia Cristina P. R. da; ELLERY JUNIOR, Roberto Goes de; CONCEIÇÃO, Pedro Henrique Zuchi da. Cadeia agroindustrial do café no Brasil: agregação de valor e exportação. *Boletim de Economia e Política Internacional*, Brasília, n. 24, 2019.

DRIVE RESEARCH. *Coffee statistics: consumption, preferences, & spending*. Syracuse, NY: Drive Research, jan. 2024. Disponível em: <https://www.driveresearch.com/market-research-company-blog/coffee-survey/>. Acesso em: 13 jul. 2025.

EMBRAPA. *A importância do café nosso de todos os dias*. 2005. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/17987068/a-importancia-do-cafe-nosso-de-todos-os-dias>. Acesso em: 12 jul. 2025.

EMBRAPA - EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. *Produção dos Cafés do Brasil ocupa área de 1,9 milhão de hectares em 2024*. Brasília, 2024. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/90420863/artigo---producao-dos-cafes-do-brasil-ocupa-area-de-19-milhao-de-hectares-em-2024>. Acesso em: 14 jul. 2025.

FRANCK, Alison Geovani Schwingel. Análise da competitividade do mercado exportador brasileiro de café. *Desafio Online*, Campo Grande, v. 4, n. 3, art. 1, set./dez. 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufms.br/index.php/deson/article/view/2669/1998>. Acesso em: 19 jul. 2025.

FURTADO, Celso. *Formação econômica do Brasil*. 16. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1968.

GAMA, Laura Corrêa Saldanha da. *Potencialidades de consumo do café brasileiro nos Estados Unidos*. 2021. Monografia (Graduação em Relações Internacionais) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2021.

GUERRA, A. F.; SANTOS, J. de F.; FERREIRA, L. T.; ROCHA, O. C. *Cafés do Brasil: pesquisa, sustentabilidade e inovação*. In: TELHADO, S. F. P.; CAPDEVILLE, G. de (Ed.). *Tecnologias poupa-terra 2021*. Brasília: Embrapa, 2021. p. 63–75. Disponível em: <https://www.alice.cnptia.embrapa.br/alice/bitstream/doc/1131625/1/Cafe769s-do-Brasil.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. *Produção de café no Brasil*. [s.d.]. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/explica/producao-agropecuaria/cafe/br>. Acesso em: 19 jul. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. *Epag – Levantamento Sistemático da Produção Agrícola: maio de 2025*. Rio de Janeiro, maio 2025.

Disponível em:

https://www.biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/2415/epag_2025_maio.pdf.

Acesso em: 14 jul. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. *A Geografia do Café: Dinâmica Territorial da Produção Agropecuária*. Rio de Janeiro-RJ, 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. *Levantamento Sistemático da Produção Agrícola: comentários – dezembro 2013*. Rio de Janeiro, dez. 2013.

Disponível em:

https://ftp.ibge.gov.br/Producao_Agricola/Levantamento_Sistematico_da_Producao_Agricola_%5Bmensal%5D/Comentarios/lspa_201312comentarios.pdf. Acesso em: 12 jul. 2025.

INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION. *Coffee Report and Outlook – December 2023*. Londres: International Coffee Organization, 2023. Disponível em:

<https://www.icocoffee.org/documents/cy2023->

[24/Coffee_Report_and_Outlook_December_2023_ICO.pdf](https://www.icocoffee.org/documents/cy2023-24/Coffee_Report_and_Outlook_December_2023_ICO.pdf). Acesso em: 14 jul. 2025.

KRUGMAN, Paul R.; OBSTFELD, Maurice; MELITZ, Marc J. *Economia internacional*. 10. ed. São Paulo: Pearson, 2015.

LEÃO. *A produção de cafés especiais no Brasil e a emergência de novos padrões de competitividade*. 2010. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2010.

NAPOLEONI, Claudio. *O pensamento econômico do século XX*. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

NESTLÉ. *Specialty Coffee, The New Normal*. 2016

PHOTIUS. *The coffee economy*. [s.d.]. Disponível em: https://photius.com/countries/brazil/economy/brazil_economy_the_coffee_economy~215.html. Acesso em: 14 jul. 2025.

PONCIANO; SOUZA; NEY. Ajustamentos na cadeia agroindustrial do café brasileiro após a desregulamentação. *Revista IDEAS – Interfaces em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade*, Rio de Janeiro, v. 3, n. 2, p. 256–287, jul./dez. 2009.

PORTER, Michael. *Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior*. 23. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1985.

PINDYCK, Robert; RUBINFELD, Daniel. *Microeconomia*. 8. ed. São Paulo: Pearson, 2013.

RIBEIRO, Fernando. A política econômica e o Convênio de Taubaté na economia cafeeira (1889–1906). *Pesquisa & Debate*, São Paulo, v. 22, n. 1, p. 75–93, 2011.

SUPLIFUL. What Does The FDA Require For Coffee Labeling: Avoid These Costly Mistakes. 23 abr. 2025. Disponível em: <https://supliful.com/blog/what-fda-require-for-coffee-labeling>. Acesso em: 14 jul. 2025.

TRABOCCA. *Coffee futures: the basics for coffee roasters*. 2021. Disponível em: <https://www.trabocca.com/coffee-knowledge/coffee-supply-chains/coffee-futures-the-basics-for-coffee-roasters/>. Acesso em: 12 jul. 2025.

UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE – USDA, Foreign Agricultural Service. *Production – Coffee (Commodity code 0711100)*. Washington, DC: USDA–FAS. Disponível em: <https://www.fas.usda.gov/data/production/commodity/0711100>. Acesso em: 12 jul. 2025.

VALDES, Constanza; ZAHNISER, Steve. *U.S. demand for coffee stimulates imports from Latin America*. Washington, DC: United States Department of Agriculture – USDA, 2024. Disponível em: <https://www.ers.usda.gov/data-products/charts-of-note/chart-detail?chartId=110079>. Acesso em: 14 jul. 2025.

WORLD BANK. *Coffee: Policies in Producing Countries*. Washington, DC: The World Bank, 1989. (World Bank Technical Paper, no. 72).

Zylbersztajn, D., & Farina, E. M. (2001). Projeto: Diagnóstico sobre o sistema agroindustrial de cafés especiais e de qualidade superior do estado de Minas Gerais: Relatório final. São Paulo, SP: Sebrae.