

# PONTOS CRÍTICOS NO CONTROLE DA QUALIDADE DO CAFÉ NO BRASIL

A BLISKA JR., Feagri/Unicamp; PHN TURCO, DDD/APTA; PAM LEAL, Feagri/Unicamp; FMM BLISKA, Centro de Café/IAC.

A demanda mundial de café de alta qualidade é crescente, principalmente no mercado internacional, que procura reconhecer, valorizar e promover a qualidade do campo à xicara do consumidor. A competitividade do segmento cafeeiro tem ocorrido sobretudo através da diferenciação de processos e produtos, aumentando a eficiência, reduzindo custos e favorecendo a adoção de tecnologias apropriadas para pré e pós-colheita, específicas às condições regionais. A criação de mecanismos de gestão interna é essencial ao aumento da qualidade da bebida e da competitividade do segmento, especialmente para as micro e pequenas empresas, base da produção mundial de café.

O objetivo deste estudo é identificar os pontos fracos da gestão da qualidade de processos e produtos no segmento agrícola cafeeiro, nas principais regiões produtoras do Brasil, fornecendo subsídios para ações corretivas, contribuindo para aumentar a eficiência produtiva, a qualidade do café e os rendimentos agrícolas, por meio da agregação de valor, com consequente aumento da competitividade e da sustentabilidade do segmento.

Os indicadores de controle da qualidade no segmento cafeeiro foram identificados por meio do Método de Investigação do Grau de Gestão para Café – MIGG Café (Bliska Jr. *et al.*, 2014). O levantamento de dados baseou-se em planejamento amostral, de acordo com procedimentos estatísticos recomendados na literatura, por meso e microrregião geográfica, em função do número de propriedades cafeeiras (IBGE, 2006), por meio de formulários impresso e eletrônico. Foram avaliados individualmente os estados de Minas Gerais (400 questionários), Espírito Santo (175), São Paulo (80), Bahia (91) e Paraná (170). Incluindo Rondônia, Rio de Janeiro e o Distrito Federal foram avaliados 932 empresas.

## Resultados e conclusões

Na tabela 1 são apresentadas as porcentagens médias dos indicadores diretamente relacionados à qualidade de processos e produtos que são atendidos de forma positiva nas 932 empresas analisadas no Brasil. Esses resultados indicam que os principais pontos fracos do segmento produtivo, com relação à qualidade, estão relacionados à:

- Ausência de definição clara sobre sua razão de existir (Missão), seu futuro em período definido (Visão) e sobre os princípios organizacionais que orientam como os colaboradores devem agir no seu dia-a-dia (Valores).
- Deficiência ou ausência de inspeções regulares de controle de qualidade e padrão dos grãos beneficiados, prontos para a comercialização, bem como na qualidade da bebida.
- Deficiência ou inexistência de planejamento visando o controle da qualidade e a redução de conferências e inspeções.
- Baixa utilização de instrumentos de precisão no manejo da lavoura.
- Deficiência ou ausência de registros e protocolos de procedimentos das tecnologias, métodos e processos de produção. Isso pode dificultar a reprodução dos processos produtivos na ausência do responsável, bem como dificultar a identificação da origem de algum problema na qualidade final do produto.
- Baixa preocupação com a utilização de variedades diferentes, que possam contribuir para obtenção de bebidas diferenciadas e manejo mais eficiente da lavoura.
- Baixa preocupação com a incorporação de inovações, como “cereja descascado”, colheita seletiva, certificação agrícola, separação de lotes (variedade, porcentagem de cereja, tamanho de grãos, método de secagem, dentre outros).
- Dificuldade na identificação dos clientes. Grande parte dos cafeicultores pensa no consumidor final e assume que não é viável obter o retorno de sua satisfação, se esquecendo das cooperativas e corretores. O histórico do relacionamento com clientes se refere basicamente às notas fiscais de venda, sem registro sistemático de outras informações.
- Deficiência no monitoramento do relacionamento da empresa com os clientes diretos e com o mercado em geral, o que resulta em pouca preocupação com o pós-venda, sem preocupação em fazer ou relatar aos clientes ações corretivas.

Por sua vez, em geral os compradores não dão retorno sobre a sua satisfação. Informam apenas o tipo de bebida e a renda do café, no momento da venda. Muitos compradores informam apenas se o café “bebeu” ou “não-bebeu”.

Deficiências no relacionamento com clientes e baixa preocupação em monitorar sistematicamente a qualidade de grãos e de bebidas dificultam a definição de valores de venda em função dos custos e da qualidade de seus produtos.

A porcentagem elevada de indicadores atendidos de forma positiva, relativos ao controle de parâmetros da colheita, pós-colheita e armazenamento é observada nas principais regiões cafeeiras do país. Esses indicadores, quando não são incorporados de maneira regular na gestão da atividade cafeeira, podem comprometer os objetivos de elevação da qualidade e sustentabilidade da atividade. Os resultados mostram o receio na utilização, mesmo que em pequena escala, de novas variedades genéticas. A não adoção de inovações tecnológicas retarda o avanço e o alcance de patamares mais elevados de produtividade e, principalmente, de patamares mais elevados de qualidade do produto final.

Os indicadores que relacionam liderança (organizacional ou gerencial) com qualidade e sustentabilidade, mostram capacidade empreendedora e comprometimento elevados com a atividade produtiva. Mas podem estar sendo em grande parte desperdiçados pela baixa aptidão ao planejamento, bem como baixo índice de registros e protocolos das tecnologias, métodos e processos. O planejamento, no médio e longo prazo, é um dos fatores que se refletem diretamente na capacidade de continuidade e perpetuação do negócio, a tão almejada sustentabilidade. A redução dos riscos e superação de períodos de crise, como variações de preços de mercado e/ou intempéries climáticas, como a

seca enfrentada recentemente pela atividade cafeeira, em boa parte do território nacional, precisa ser enfrentada de forma racional.

Em resumo, ano após ano, há um dispêndio de energia e trabalho da organização na realização de atividades produtivas que não se refletem em maior produtividade, qualidade ou agregação de valor ao produto final na fase de comercialização. O baixo índice de registros também denota não somente uma deficiência administrativa, mas provavelmente também uma baixa capacidade de uso de informações sistematizadas para a tomada de decisões.

Alguns indicadores de qualidade apresentaram comportamentos regionais diferenciados. Há muitas questões críticas a serem superadas, a fim de alcançar a qualidade durante todo o processo de produção. Apesar do sucesso de muitas estratégias competitivas, a maior parte das empresas cafeeiras brasileiras não tem sistema de gestão interna e não tem informações para sustentar decisões racionais. Logo, há muito a ser melhorado no processo de qualidade do café.

Políticas públicas adequadas às necessidades regionais, em função do perfil e do grau de gestão das propriedades, estratégias de aumento de competitividade, agregação de valor e sustentabilidade da atividade cafeeira, formação de recursos humanos, capacitação de novas lideranças e sucessão familiar deveriam ser itens de pauta das entidades governamentais, cooperativas e associações de empresários rurais. Mas se esses pontos fracos não são nitidamente identificados como tal pelo segmento cafeeiro, conseqüentemente persiste a dificuldade em atacá-los de forma adequada.

**IBGE.** Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo Agropecuário 2006. Disponível: [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br). Acesso em 21 de Setembro de 2015.

Quadro 1. Porcentagem (%) dos indicadores de gestão da qualidade atendidos de forma positiva em relação às 932 propriedades cafeeiras analisadas no Brasil, 2014-2015.	
Indicadores de gestão da qualidade	(%)
19 - Colaboradores e responsáveis pela produção tem preparo adequado para realizar a colheita?	95,49
20 - O procedimento de colheita evita o contato dos grãos com o solo?	92,27
24 - O armazenamento do café em coco ou beneficiado é feito em local apropriado?	89,16
9 - A organização busca informações junto aos serviços público e privado para aprimorar processos de produção?	87,98
17 - No controle nutricional as análises químicas são realizadas regularmente e as recomendações de laboratórios e/ou profissionais especializados são aplicadas?	86,91
10 - A organização ou representante qualificado participa regularmente de eventos ou visitas técnicas?	85,73
2 - A administração se informa dos fatores que influenciam aspectos produtivos e comerciais da organização?	83,15
22- A organização dispõe de unidade de pós-colheita adequada?	80,69
11 - A organização ou representante qualificado, mantém estreito relacionamento com os clientes?	78,65
8 - A organização utiliza controle biológico e ou usa racionalmente os agroquímicos nos processos produtivos?	76,93
21 - Os produtos recém-colhidos são transportados de maneira rápida e adequada?	76,50
12 - A organização procura identificar e desenvolver novas oportunidades de mercado e protege canais já estabelecidos?	71,46
7 - Falhas de entrega são comunicadas aos clientes por pessoa de posição elevada na administração?	70,28
4 - Os produtos da empresa são avaliados regularmente de acordo com os padrões de classificação dos grãos e qualidade de bebida e comparados com a concorrência?	67,06
16 - A organização exige certificados de mudas e sementes ou utiliza substratos industrializados para garantir a sanidade e qualidade das mudas quando as produz?	65,56
6 - As reclamações são comunicadas à administração da empresa e encaminhadas com prioridade para serem solucionadas junto ao cliente e internamente na organização?	65,34
14 - A organização procura empresas e institutos de pesquisa visando o uso de material genético aprimorado?	63,30
25 - A organização avalia regularmente os parâmetros de armazenagem?	63,30
23 - Os parâmetros de umidade e temperatura são controlados no processo de secagem com equipamentos adequados e aferidos regularmente?	62,23
3 - A organização sabe definir valores de venda em função dos custos e da qualidade de seus produtos?	61,27
26 - São feitas regularmente inspeções de controle de qualidade e padrão nos seus produtos?	54,61
29 - No relacionamento com o mercado, a solução de problemas e a implementação de ações corretivas são registradas internamente pela organização e relatadas ao cliente interessado?	53,00
30 - O percentual de grãos colhidos dentro das classes de padrão mais elevado é avaliado regularmente?	51,07
27 - Existe planejamento que visa o controle da qualidade e a redução de conferências e inspeções?	47,42
15 - A organização procura usar e testar variedades buscando características agrônômicas e novas tendências?	47,00
28 - A satisfação dos seus clientes diretos é monitorada ou auferida de alguma forma?	46,89
5 - É mantido um registro ou banco de dados com o histórico de relacionamento com os clientes?	42,06
13 - A organização possui registros e protocolos de procedimentos das tecnologias, métodos e processos de produção e procura identificar, desenvolver e incorporar inovações aos seus produtos e serviços?	41,95
18 - A organização utiliza medidores de condutividade elétrica, pH ou umidade do solo?	29,08
1 - A organização possui em documento clara definição sobre sua razão de existir (Missão), seu futuro (Visão) e sobre os princípios organizacionais que orientam como os colaboradores devem agir no seu dia-a-dia (Valores)?	13,73