

mercado internacional. Os importadores dos cafés brasileiros passaram a exigir garantias de fornecimento, induzindo as autoridades do setor cafeeiro a tomar medidas de caráter residual com respeito ao consumo interno⁽⁵⁾. Assim, com a Resolução 539 de 16/12/1971 o IBC se decidiu pela extinção da Campanha de Aumento do Consumo Interno, liberando totalmente o fornecimento às vias tradicionais e eliminando o tabelamento de preços.

O que se observou no período de 1959 a 1971 foi a criação de um mercado interno para o café brasileiro, pois até 1959 a venda de café no país não ultrapassava 2,8 milhões de sacas e, após o estímulo, o Brasil passou a ser o segundo mercado consumidor de café do mundo, seguindo-se aos Estados Unidos. Entretanto, a facilidade de obtenção da matéria-prima e o preço tabelado desestimularam a concorrência entre os torrefadores, que se descuidaram da melhoria do produto e de sua própria apresentação. Isto impediu uma diversificação de qualidade e um aprimoramento de marketing.

A indústria nacional, habituada à proteção do governo em relação à matéria-prima, teve de se adaptar às condições do mercado, sem estar, no entanto, preparada para tal, esbarrando com problemas de fontes de fornecimento e qualidade de café⁽⁶⁾ (7).

Porém, a liberação total do mercado não perdeu por muito tempo. A ocorrência de geada em 1972 e a concorrência pela matéria-prima elevou rapidamente os preços dos cafés de baixa qualidade, que passaram a ser adquiridos pela Indústria⁽⁸⁾. Essa, por sua vez, tentou repassá-los ao consumidor, sendo barrada pela reintrodução do tabelamento dos preços de varejo⁽⁹⁾. Sendo assim, apesar de

⁽⁵⁾ A este respeito ver OIC (23).

⁽⁶⁾ Numa tentativa de amenizar os efeitos da liberação do mercado, o Conselho de Desenvolvimento Industrial adotou política de incentivos fiscais para o setor (redução do IPI). Com esta mesma finalidade, o IBC passou a promover cursos de classificação e degustação de café.

⁽⁷⁾ Para superar a fase de adaptação à nova conjuntura, os industriais do setor de torrefação decidiram se unir e fundaram a Associação Brasileira das Indústrias de Torrefação e Moagem de Café (ABIC).

⁽⁸⁾ Além de serem usados cafés de baixa qualidade, geralmente do tipo 8, começou-se a misturar outros produtos, como soja, cevada e, principalmente milho.

⁽⁹⁾ Portaria 02 da Sunab, de 1972.

reconhecida a necessidade da liberação do mercado, por parte da Indústria e do Governo, decidiu-se pelo retorno ao fornecimento via IBC, a preços subsidiados, já em maio de 1973. Esse fornecimento foi de caráter parcial, vindo apenas complementar o mercado e perdurou até agosto de 1974 quando, então, a safra brasileira recuperou-se, colhendo-se 28,1 milhões de sacas.

O consumo de café reduziu-se mais de 2 milhões de sacas em 1972 relativamente a 1971, não mais recuperando o nível anterior até o final do período analisado. Em termos de consumo per capita houve grande redução a partir de 1972, situando-se em 4,12 quilos, contra uma média de 5,52 quilos verificada no período 1960/71 (quadro 2).

A partir de 1975, o consumo per capita passa a se situar abaixo de 4,0kg. Os preços reais de varejo apresentaram-se crescentes já a partir de 1968, sendo a tendência reforçada até 1977.

Apesar de os preços de varejo (e também de atacado) terem-se elevado excessivamente, houve um estreitamento do markup do atacadista, o que tornava em alguns períodos inviável a manutenção do preço tabelado para o produto final, dado o crescimento dos preços da matéria-prima (quadro 3). Diante disto, era forçosa a complementação do mercado pelo IBC a preços subsidiados, nos períodos de grande escassez de produção.

Nesse período, ocorreram inúmeras fusões e incorporações de indústrias ligadas ao setor de torrefação e moagem de café, com a finalidade de superar os problemas ligados aos custos de distribuição do produto⁽¹⁰⁾. Em 1974, o número de indústrias situava-se em torno de 1756, com redução de mais de 1.000 firmas em um período de 10 anos.

De agosto de 1974 a junho de 1976, o consumo interno foi entregue à livre concorrência do mercado, encarregando-se, a Indústria, de garantir seu próprio fornecimento e de formar seu preço de venda⁽¹¹⁾.

⁽¹⁰⁾ Exemplos foram a tradicional Café Caboclo, que passou ao controle da Copersucar e as Indústrias Bhering, para o Grupo Barreto.

⁽¹¹⁾ A Indústria necessitava apenas justificar os reajustes de preços à Assessoria Econômica do Ministério da Fazenda.