

DIRECT TRADE: ANÁLISE PRELIMINAR E AGENDA DE PESQUISAS

Elisa Reis Guimarães¹; Eduardo Cesar Silva², Luiz Gonzaga de Castro Junior², Felipe Bastos Ribeiro² ¹Universidade Federal de Lavras/Departamento de Administração e Economia, elisarguimaraes@yahoo.com.br; ²Universidade Federal de Lavras/Departamento de Administração e Economia.

O Direct Trade (DT) é um movimento iniciado por cafeterias norte-americanas que compram o café diretamente dos produtores (SILVA; GUIMARÃES, 2012). Não se trata de uma certificação, por isso não existem auditorias para os cafeicultores. No entanto, os participantes do DT buscam cafés de qualidade excepcional e que tenham sido produzidos de forma sustentável, embora, mais uma vez, não existam regras específicas para determinar essa sustentabilidade. De acordo com Silva e Guimarães (2012) “*não existe um preço fixo, mas são valores acima do mercado, negociados diretamente entre o produtor e comprador. Os compradores de café que participam do Direct Trade buscam pagar valores que remunerem o cafeicultor pelo seu trabalho e estimulem a continuidade da produção de cafés de qualidade*”. Os autores citam o exemplo da rede de cafeteria norte americana Intelligentsia Coffee que paga 25% a mais que o preço do café certificado Fairtrade.

Com base nessas informações, o objetivo do estudo foi realizar uma análise preliminar do DT, identificando suas vantagens e desvantagens, de modo a orientar regiões produtoras no Brasil ou cafeicultores individuais que possuem interesse em explorar essa nova modalidade. A partir dessa análise, são sugeridas pesquisas para o futuro que ajudem a compreender melhor a dinâmica do DT. Esse tipo de pesquisa é denominado “exploratório” (MALHOTRA, 2006).

Vantagens do Direct Trade: Trata-se de uma nova modalidade de comércio de café em que há proximidade entre compradores e vendedores. Tipicamente, os compradores visitam as propriedades para conhecer o processo de produção e selecionar os melhores lotes. Essa proximidade é vantajosa ao cafeicultor, pois permite que ele obtenha informações diretamente do seu comprador, que pode dar informações sobre as expectativas dos consumidores. Além disso, o preço pago é consideravelmente superior ao do mercado. Outro ponto a ser destacado é que o café obtido dessa forma é vendido com referência à sua fazenda de origem. Os empresários do Direct Trade vendem os lotes obtidos dessa forma como raros e especiais, informando ao consumidor o nome do produtor, a localização da propriedade e outras informações, como altitude, método de beneficiamento, variedade etc. Isso cria um canal de marketing para o cafeicultor, que passa a ser reconhecido individualmente pelo trabalho. As empresas que utilizam os DT também buscam estabelecer um relacionamento de longo prazo com os cafeicultores de quem compram os grãos.

Desvantagens: O Direct Trade é uma tendência recente, por isso o volume de café comercializado dessa forma ainda é pequeno, mas pode crescer no futuro. Além disso, os cafés produzidos para o DT devem ser de qualidade excepcional. Geralmente, a obtenção dessa qualidade só é possível em micro lotes de café, o que pode tornar a modalidade inviável para alguns cafeicultores. Outra ressalva que deve ser feita é que, para os pequenos produtores interessados no DT, pode ser muito difícil entrar em contato com alguma das empresas que participam do movimento.

Agenda: Por se tratar de uma tendência recente, existem poucas informações disponíveis sobre o DT, o que constitui uma boa oportunidade para pesquisas futuras, que podem ser feitas nas seguintes linhas:

- 1-Estudos de caso com cafeicultores brasileiros que já participam do DT. Essas pesquisas podem contribuir para a melhor compreensão da relação entre cafeicultores e compradores e da viabilidade econômica da venda de micro lotes.
- 2-Avaliação do potencial de pequenos cafeicultores para o fornecimento de micro lotes de cafés especiais.
- 3-Levantamento da situação atual do DT no Brasil: Principais regiões com cafeicultores participantes da iniciativa e principais compradores.

Conclusões - Essa pesquisa exploratória sobre o Direct Trade mostrou que as vantagens dessa modalidade superam as desvantagens, mas se trata de uma opção de comércio restrita com relação ao volume. O DT atende apenas à um nicho de mercado, mas pode trazer bons lucros aos cafeicultores participantes. No entanto, por ser algo ainda muito recente, novos estudos são necessários de modo que se possa compreender melhor a dinâmica entre compradores e cafeicultores dentro dessa modalidade.