

VOLUME 15

N. 1  
2025



REVISTA  
**agro em questão**

**Estratégia de promoção  
comercial do café  
brasileiro na união  
europeia: sobre o projeto  
Brazil the coffee nation**

## **Estratégia de promoção comercial do café brasileiro na União Europeia: sobre o projeto *Brazil The Coffee Nation***

Ismael Maciel Da Silva<sup>1</sup>  
<http://lattes.cnpq.br/8507967646464938>

Thamara De Paula Vieira Santos<sup>2</sup>  
<http://lattes.cnpq.br/4283515580648942>

Thiago Siqueira Masson<sup>3</sup>  
<http://lattes.cnpq.br/7196233131687658>

### **1. INTRODUÇÃO**

O Brasil é o maior produtor mundial de café. Em 2023, o país exportou um total de 39,2 milhões de sacas de café, conforme dados da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) – o que representou mais de 2% do valor total das exportações nacionais e um terço da produção mundial (Embrapa, 2023).

Desde sua chegada ao país, em 1727, o café foi um dos maiores geradores de riquezas e o produto mais importante da história nacional. A produção anual de café é um indicador importante da demanda do mercado e na capacidade de fornecimento (Embrapa, 2023).

A cultura do café é considerada uma parte integrante da estratégia de promoção. Ela auxilia na educação dos consumidores sobre os diferentes aspectos do café, como sua origem, métodos de preparação e benefícios para a saúde. Isso pode aumentar o apreço do consumidor

---

<sup>1</sup> Estudante da Faculdade CNA

<sup>2</sup> Estudante da Faculdade CNA

<sup>3</sup> Docente da Faculdade CNA. E-mail: thiago.siqueira@faculdadecna.edu.br



pelo produto e influenciar positivamente a decisão de compra.

A promoção comercial também é crucial para aumentar a visibilidade do café no mercado global, atrair mais clientes e impulsionar as vendas. Além disso, percebe-se que ajuda a diferenciar um produto dos demais, destacando suas qualidades únicas.

É que os diversos tipos de café - cada um com suas características únicas - oferecem uma variedade de opções para os consumidores. Promover esses diferentes tipos variados de café pode ajudar a atender às preferências variadas dos consumidores e expandir o alcance do produto.

Portanto, entende-se que a estratégia de promoção comercial do café, sua cultura, seus diversos tipos e sua produção anual são todos elementos vitais para o sucesso no mercado comercial do café. Eles trabalham juntos para criar uma marca forte, satisfazer os clientes e garantir a sustentabilidade do negócio de café.

Entende-se que o artigo, ao abordar a estratégia de promoção do café brasileiro na União Europeia, contribui, significativamente, para o estudo do setor na economia e no comércio internacional. E pode ser de interesse de várias disciplinas acadêmicas – a exemplo de agronegócio, marketing e relações internacionais.

### **1.1 Objetivo Geral**

Analisar a estratégia de promoção comercial do café brasileiro na União Europeia.

### **1.2 Objetivo Específico**

Investigar as estratégias específicas de promoção comercial de café pela ApexBrasil entre 2019 e 2023.

## **2. METODOLOGIA**

A abordagem específica deste estudo compreende a análise de dados científicos coletados por meio de artigos acadêmicos e pesquisas relacionadas ao mercado de café, juntamente com a utilização dos dados disponibilizados pelas instituições Conab, Cecafé e Mapa.

Entende-se que a metodologia científica é o estudo dos métodos ou dos instrumentos necessários para a elaboração de um trabalho científico. É o estudo dos métodos das



ciências. Assim é um processo utilizado para dirigir uma investigação, no estudo de uma ciência ou para alcançar um fim determinado.

Para a análise qualitativa, consideram-se as opiniões de dois autores: Maria Cecília de Souza Minayo (2011) e Marina Marconi (2011).

No ponto de vista de Maria Cecília de Souza Minayo, entende-se a análise qualitativa como um processo que busca aprofundar a reflexão sobre o processo de análise na pesquisa qualitativa a partir de autores referenciais e da experiência da própria autora. Acredita-se que uma análise, para ser fidedigna, precisa conter os termos estruturantes da investigação qualitativa, o qual são os verbos: compreender e interpretar; e os substantivos: experiência, vivência, senso comum e ação social (Minayo, 2011).

Na opinião de Marina Marconi (2011), por outro lado, a pesquisa qualitativa é uma abordagem de pesquisa que estuda aspectos subjetivos de fenômenos sociais e do comportamento humano. Os objetos de uma pesquisa qualitativa são fenômenos que ocorrem em determinado tempo, local e cultura.

Quanto à análise de fontes secundárias, consideram-se as opiniões de Rodrigo e Nalbert Rosa.

Segundo Rodrigo, fontes secundárias são aquelas que reúnem informações de documentos primários, portanto, não são originais. Elas compõem um conteúdo a partir da revisão e interpretação dos trabalhos originais. Sempre há um intermediário no acesso às informações tratadas.

Já para Nalbert Rosa acrescenta que as fontes secundárias são aquelas que se baseiam nas fontes primárias como seu ponto de partida. Na fonte secundária, o foco está na revisão e no entendimento das fontes primárias, que servem como base para a criação de conteúdo sobre determinado assunto

### **3. REFERENCIAL TEÓRICO**

#### **3.1 Agronegócio**

O agronegócio é um setor estratégico da economia que engloba todas as atividades relacionadas à produção, processamento e distribuição de produtos agrícolas. No Brasil, o agronegócio representa uma parcela significativa do Produto Interno Bruto (PIB) e exerce grande influência nas exportações. Segundo Zylbersztajn (2018), o agronegócio



envolve não apenas a produção agrícola em si, mas também a indústria de insumos, a logística, a comercialização e o financiamento, criando uma cadeia de valor que integra o campo à cidade.

A cafeicultura é uma parte essencial do agronegócio brasileiro, desempenhando um papel fundamental na geração de empregos, no desenvolvimento de regiões rurais e na sustentabilidade ambiental. A produção de café, especificamente, envolve diversas etapas que vão desde o cultivo até a comercialização internacional, sendo uma atividade de extrema importância para a economia brasileira.

De acordo com Moraes e Martins (2020), o agronegócio cafeeiro não apenas gera divisas para o país, mas também promove a imagem do Brasil como líder global na produção de alimentos e bebidas de qualidade.

### **3.2 Promoção Comercial**

A promoção comercial é um conjunto de estratégias voltadas para aumentar a visibilidade e as vendas de um produto ou serviço em mercados-alvo. No contexto internacional, a promoção comercial envolve a participação em feiras, a realização de campanhas de marketing, a certificação de produtos e o estabelecimento de redes de contato entre exportadores e compradores.

Kotler e Keller (2016) destacam que a promoção comercial internacional é vital para diferenciar um produto em mercados altamente competitivos e para fortalecer a imagem de uma marca no exterior.

No caso do café brasileiro, a promoção comercial tem sido coordenada por órgãos como a ApexBrasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos), que desempenha um papel crucial ao articular produtores e exportadores com o mercado internacional.

A ApexBrasil promove eventos como feiras e exposições, como a World of Coffee, onde a imagem do Brasil como "The Coffee Nation" (A Nação do Café) é trabalhada com ênfase na qualidade, sustentabilidade e diversidade do café brasileiro. Segundo Lopes (2023), essas ações ajudam a consolidar a presença do café brasileiro em mercados como a União Europeia, que demanda produtos sustentáveis e de alta qualidade.



#### 4. DESENVOLVIMENTO DA ANÁLISE

É importante destacar que a produção anual de café no Brasil é um indicador chave da capacidade de fornecimento e da demanda do mercado. Em 2023, o Brasil exportou 39,2 milhões de sacas de café, representando mais de 2% do valor total das exportações nacionais e um terço da produção mundial. Esses números demonstram a importância econômica do café para o Brasil e a sua posição de destaque no mercado global (CONAB, 2023).

O café desempenha um papel fundamental na economia brasileira e mundial, sendo uma das commodities mais importantes e amplamente consumidas. O Brasil é o maior produtor e exportador de café do mundo, com uma significativa contribuição para a balança comercial do país (Cafeicultura, 2023).

A produção anual de café no Brasil caracteriza-se por variações influenciadas por condições climáticas, avanços tecnológicos na agricultura, políticas governamentais e flutuações nos preços internacionais. Concentra-se principalmente em Minas Gerais, Espírito Santo, São Paulo e Bahia, regiões que somam a maior parcela da produção do país (Embrapa, 2023).

No que diz respeito às exportações para a União Europeia, o Brasil é um dos principais fornecedores de café para os países europeus. A UE é um mercado crucial para as exportações brasileiras de café, sendo responsável por uma parcela significativa das vendas externas do produto. A demanda por café brasileiro na UE é impulsionada pela qualidade reconhecida internacionalmente e pela diversidade de tipos de café produzidos no Brasil (Cecafé, 2023).

**Figura 1.** Exportações brasileiras de café

Período	volume em sacas de 60 Kg						Exportações Totais de Café (sacas 60Kg)	Receita Cambial US\$ FOB Mil	Preço Médio (US\$ / saca)	Receita Cambial R\$ FOB Mil
	Café Verde			Café Industrializado						
	Robusta	Arábica	Total Café Verde	Torrado & Moído	Solúvel	Total Café Industrializado				
jul-19 a jun-20	4.457.787	31.731.751	<b>36.189.538</b>	26.141	4.040.267	<b>4.066.408</b>	40.255.946	5.153.856	128,03	23.030.409,37
jul-20 a jun-21	4.730.981	36.958.084	<b>41.689.065</b>	32.408	3.953.757	<b>3.986.165</b>	45.675.230	5.851.954	128,12	31.511.403,20
jul-21 a jun-22	2.610.819	32.392.433	<b>35.003.252</b>	53.518	4.055.150	<b>4.108.668</b>	39.111.920	8.025.486	205,19	42.080.369,87
jul-22 a jun-23	1.468.179	30.353.654	<b>31.821.833</b>	47.938	3.761.980	<b>3.809.918</b>	35.631.751	8.142.076	228,51	42.037.540,55
jul-23 a jun-24	8.238.350	35.431.343	<b>43.669.693</b>	45.445	3.585.099	<b>3.630.544</b>	47.300.237	9.826.050	207,74	49.127.046,29
Var. % 23/24 x 22/23	<b>461,1%</b>	<b>16,7%</b>	<b>37,2%</b>	<b>-5,2%</b>	<b>-4,7%</b>	<b>-4,7%</b>	<b>32,7%</b>	<b>20,7%</b>	<b>-9,1%</b>	<b>16,9%</b>

Fonte: Cecafé (2023)



Fatores como acordos comerciais, barreiras tarifárias, tendências de consumo e questões relacionadas à sustentabilidade também influenciam as exportações de café do Brasil para o mercado europeu. O país busca constantemente atender aos padrões de qualidade e sustentabilidade exigidos pelos consumidores europeus, a fim de manter e expandir sua presença nesse mercado tão importante (Mapa, 2023).

Essa relação comercial entre o Brasil e a UE no setor do café demonstra a relevância do produto para ambas as partes e evidência a importância da cafeicultura brasileira no contexto econômico global.

### **3.1 Sobre a estratégia de promoção comercial do café no exterior: a atuação da Apex-Brasil**

A estratégia de promoção comercial do café brasileiro na União Europeia visa à expansão da presença do produto no mercado global, priorizando qualidade, sustentabilidade e diversidade. Realiza-se, pela ApexBrasil em parceria com a BSCA, ressaltando-se a variedade robusta e as certificações de qualidade e sustentabilidade (ApexBrasil, 2023).

A sustentabilidade socioambiental constitui-se como pilar fundamental nas estratégias de promoção da ApexBrasil, objetivando-se não apenas o aumento das exportações, mas também a consolidação do Brasil como produtor de café responsável e de alta qualidade (ApexBrasil, 2024).

Apoiam-se iniciativas que fomentam práticas agrícolas sustentáveis e a inclusão social, evidenciando-se pelo enfoque em cafés produzidos por mulheres e pequenos produtores. Tais ações contribuem para a construção de uma narrativa positiva em torno do café brasileiro, ressaltando-se o compromisso com a responsabilidade ambiental e social. (ApexBrasil 2024)

### **3.2 O Brasil na *Coffee Europe* e o projeto “*The CoffeeNation*”**

O projeto "Brazil. The Coffee Nation", desenvolvido pela BSCA em parceria com a ApexBrasil, concentra-se na promoção do café especial do Brasil no mercado global. Foca em valores de qualidade, diversidade e sustentabilidade. Seu propósito é evidenciar o país como uma nação rica em recursos naturais ideais para produzir os melhores cafés, destacando o compromisso ativo em alcançar padrões de qualidade excepcionais de



modo sustentável, segundo rigorosas normas sociais e ambientais (APEX, 2024).

Na última edição da *World of Coffee Europe* (Copenhague, 27 a 29 de junho 2024), 27 empresários brasileiros que estiveram na feira através do projeto setorial "*Brazil. The Coffee Nation*" divulgaram que a participação resultou no potencial de negócios de US\$ 146,320 milhões.

Durante o evento, foram estabelecidos 782 contatos comerciais, sendo 463 com novos parceiros, o que gerou uma receita de US\$ 24,518 milhões (ApexBrasil, 2024). A expectativa é que esse montante aumente para mais US\$ 121,802 milhões em negócios até junho de 2025, quando a feira será realizada em Genebra, na Suíça. Caso essa projeção se concretize, representará um crescimento de 9% em relação aos US\$ 134,131 milhões alcançados com a participação na feira em 2023 (ApexBrasil, 2024).

A presença do Brasil no principal evento de cafés especiais da Europa foi marcada por sua participação em dois estandes distintos. Um deles foi dedicado a produtores, exportadores e cooperativas que fazem parte do projeto "*Brazil. The Coffee Nation*", os quais puderam mostrar suas marcas em bancadas individuais.

Já o outro estande foi destinado a atividades como degustação de cafés, reuniões comerciais em salas privadas e a exibição de cafés arábica e canéfora de 15 regiões produtoras brasileiras com Indicação Geográfica (IG), os quais foram servidos aos participantes em um brewbar. (ApexBrasil, 2024)

#### 4. CONCLUSÃO

A estratégia de promoção comercial do café brasileiro na União Europeia, entre 2019 e 2023, foi fundamental para reiterar a posição do Brasil no mercado global de café. Graças à atuação da ApexBrasil e às colaborações com organizações do setor, como a BSCA, o país não só ampliou sua presença, mas também fortaleceu a imagem do café brasileiro como um produto de elevada qualidade, sustentável e diversificado.

A valorização dos cafés especiais, que possuem certificações de qualidade e adotam práticas sustentáveis, se destacou como um diferencial importante, respondendo às demandas de um mercado europeu que prioriza a sustentabilidade socioambiental.

A narrativa sobre a produção responsável e da inclusão social, evidenciada em eventos como a *World of Coffee Europe*, foi essencial para estabelecer uma marca forte e



respeitável.

O projeto "*Brazil. The Coffee Nation*" ilustra como a combinação de tradição e inovação pode gerar novas oportunidades de negócios e solidificar a presença do Brasil em feiras internacionais.

Essa estratégia pautou-se em critérios de sustentabilidade e valorização da tradição cafeeira no Brasil. Os esforços conjuntos entre produtores, governo e setor privado tem auxiliado a conquistar o paladar exigente dos europeus, fortalecendo a relação comercial entre o Brasil e o bloco europeu.

A promoção do café brasileiro não só impulsionou as exportações, mas também cimentou a posição do país como um líder global na produção de café de qualidade, ético e sustentável. Essa abordagem, além de seu reflexo econômico, enriqueceu a cultura do café e fortaleceu a imagem do Brasil na edição de 2024 da feira de cafés especiais de Copenhague.

## Referências

EMBRAPA, A IMPORTÂNCIA DO CAFÉ NOSSO DE TODOS OS DIAS. Disponível em: [www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/17987068/a-importancia-do-cafe-nosso-de-todos-os-dias](http://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/17987068/a-importancia-do-cafe-nosso-de-todos-os-dias)>. Acesso em: 11 de maio de 2024 às 22:30.

O BRASIL E O MAIOR PRODUTOR MUNDIAL E O SEGUNDO MAIOR CONSUMIDOR DE CAFÉ. Disponível em: <<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias/brasil-e-o-maior-produtor-mundial-e-o-segundo-maior-consumidor-de-cafe>>. Acesso em: 11 de maio de 2024 às 22:50.

A CULTURA DO CAFÉ: ANÁLISE DOS CUSTOS DE PRODUÇÃO E RENTABILIDADE NOS ANOS SAFRA 2008 A 2017. Disponível em: <[http://www.sapc.embrapa.br/arquivos/consorcio/publicacoes\\_tecnicas/A\\_cultura\\_do\\_cafe\\_Analise\\_dos\\_custos\\_de\\_producao\\_e\\_rentabilidade\\_nos\\_anos\\_safr\\_2008\\_a\\_2017.pdf](http://www.sapc.embrapa.br/arquivos/consorcio/publicacoes_tecnicas/A_cultura_do_cafe_Analise_dos_custos_de_producao_e_rentabilidade_nos_anos_safr_2008_a_2017.pdf)>. Acesso em: 09 de maio de 2024 às 13:30.

ESTRATEGIAS PARA COMPETITIVIDADE DO CAFÉ BRASILEIRO. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/en/busca-de-noticias/-/noticia/1986517/universidade-de-brasilia---unb-e-universidade-de-lavras---ufla-pesquisam-estrategias-para-a-competitividade-do-cafe-brasileiro>>. Acesso em: 12 de maio de 2024 às 06:30.

ESTUDANDO FONTES SECUNDÁRIAS. Disponível em: <<https://pt.estudyando.com/fonte-secundaria-definicao-e-exemplos/>>. Acesso em: 18 de maio de 2024 às 08:30.

METLZER. FONTES PRIMÁRIAS E SECUNDÁRIAS. Disponível em: <<https://blog.mettzer.com/fontes-primarias-e-secundarias/>>. Acesso em: 18 de maio de



2024 às 11:30.

PRODUÇÃO DO CAFÉ CRESCE. Disponível em:  
<<https://www.conab.gov.br/ultimas-noticias/5323-producao-de-cafe-cresce-8-2-em-2023-e-chega-a-55-1-milhoes-de-sacas>>. Acesso em: 18 de maio de 2024 às 21:30.

IMPLANTAÇÃO DE NOVAS LEIS ANTIDESMATAMENTO. Disponível em:  
<<https://www.cecafe.com.br/publicacoes/noticias/cafe-brasil-e-referencia-da-ue-para-implantacao-da-nova-lei-antidesmatamento-20230710>>. Acesso em: 19 de maio de 2024 às 08:30.

APEXBRASIL E BSCA FIRMAM NOVA PARCERIA PARA PROMOÇÃO DO CAFÉ BRASILEIRO. Disponível em:  
<<https://apexbrasil.com.br/br/pt/conteudo/noticias/apexbrasil-e-bsca-firmam-nova-parceria-para-promocao-do-cafe-bra.html>>. Acesso em: 19 de maio de 2024 às 09:30.  
GOV., ALCKMIN ASSINA ACORDOS PARA PROMOÇÃO DO CAFÉ BRASILEIRO NA MAIOR REDE DE CAFETERIAS DA CHINA E PARA CRIAÇÃO DE HUB DE INOVAÇÃO EM XANGAI. Disponível em: <<https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/noticias/2024/junho/alckmin-assina-acordos-para-promocao-do-cafe-brasileiro-na-maior-rede-de-cafeterias-da-china-e-para-criacao-de-hub-de-inovacao-em-xangai>>. Acesso em: 20 de maio de 2024 às 09:30.