



Maria Sylvia Macchione Saes

Economista, doutora em Economia pela USP, professora da FEA/USP e pesquisadora do PENSA.

E-mail: ssaes@usp.br



Douglas Nakazone

Economista, mestrando e pesquisador da FIPE e do PENSA.

E-mail: dnakazone@terra.com.br

O AGRONEGÓCIO CAFÉ DO BRASIL NO MERCADO INTERNACIONAL

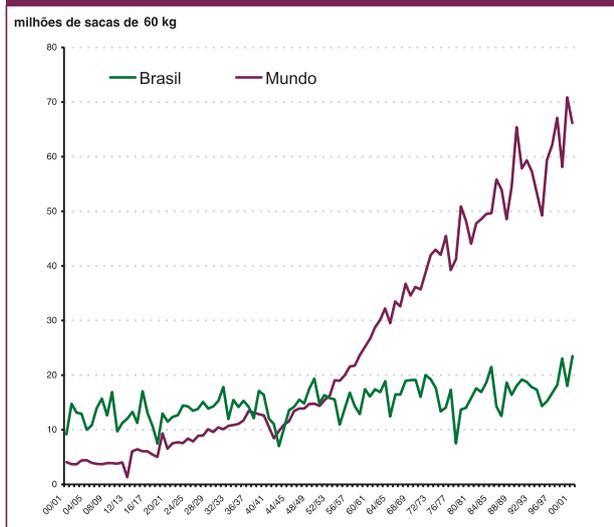
MAIOR EXPORTADOR DE CAFÉ DO MUNDO, O BRASIL PRECISA QUALIFICAR SUA PRODUÇÃO PARA CONQUISTAR MERCADO DE CAFÉS ESPECIAIS

Desde meados da década de 1990, a produção mundial de café tem apresentado aumentos significativos não acompanhados pela respectiva elevação do consumo. Houve expressivo crescimento do parque cafeeiro na maioria dos países produtores, com destaque para Vietnã e Brasil. As cotações, por sua vez, iniciaram uma prolongada queda, que culminou em 2001 quando o preço do café arábico desvalorizou-se e ficou abaixo dos 50 cents a libra e o do robusta, a menos de 400 dólares a tonelada. Desde então, houve uma redução do parque cafeeiro e os preços se recuperaram um pouco, mas ainda estão em patamares inferiores aos de seis anos atrás. Na safra 2002/03, por exemplo, a produção alcançou o recorde de 125 milhões de sacas, ao passo que a demanda foi de 109 milhões de sacas. A safra 2004/05 deve ficar em torno de 112 milhões de sacas, segundo a Organização Internacional do Café - OIC (USDA, 2004).

O Brasil é o maior produtor e exportador de café, com participação média de 24% nas exportações mundiais. Em 2002, as exportações brasileiras bateram o recorde de 27,9 milhões de sacas, o que representou *market-share* de 32%, o maior dos últimos 12 anos. Mesmo com o crescimento significativo da quantidade exportada, o café deixou de ser o principal produto da pauta brasileira de exportação agrícola, ficando atrás do complexo soja, açúcar e carne de frango. Em 2003, as exportações recuaram para 25,5 milhões de sacas.

Apesar do crescimento da participação do Brasil no mercado de café, não há como voltar à posição monopolista que o país detinha no passado recente (gráfico 1).

Gráfico 1 - Evolução das exportações de café em grão do Brasil e demais países produtores - Safra 1900/01 - 2000/01



Fontes: Bocha (1992), USDA



Este é o contexto no qual se pretende discutir a inserção brasileira no agronegócio café, explorando os três segmentos – café verde, solúvel, e torrado e moído.

• GRÃO VERDE

Tomando como indicador de competitividade o grau de inserção no mercado internacional, não há dúvidas de que o Brasil conquistou um espaço significativo nos últimos dez anos, a despeito do crescimento de novos países produtores.

A Colômbia, tradicional concorrente do café brasileiro, apresentou queda de cerca 5 pontos percentuais de participação nos últimos cinco anos com relação aos primeiros anos da década de 1990. Em compensação, o Vietnã teve um aumento espetacular na participação total, tornando-se o segundo maior produtor de café.

O Brasil tem vantagens com relação aos outros produtores por possuir um parque cafeeiro complexo e diverso, que produz uma grande variedade de tipos de bebidas. Além disso, tem liderado o processo de desenvolvimento tecnológico, com destaque para a fertirrigação e mecanização.

O elemento tradicional de competitividade do café verde é o custo de produção, que determina as vantagens comparativas de um determinado país em relação aos demais.

Na produção do café arábica, o Brasil é o país que possui menor custo, o qual, aliado à produtividade, tem garantido a manutenção e o crescimento da participação no mercado internacional.

Além do custo de produção, uma outra variável que determina a competitividade do café é a diferenciação por qualidade. O Brasil é tido como um fornecedor de quantidade, ao passo que Colômbia, Guatemala, Costa Rica e Quênia, entre outros, são reconhecidos pelos cafés mais valorizados e recebem um "prêmio" pela qualidade.

Apesar de, atualmente, produzir uma grande variedade de café, o Brasil deixou cristalizar uma imagem de grande produtor de um único tipo de café ("Santos"). A Colômbia, porém, investiu pesadamente em imagem e qualidade, valorizando os cafés suaves de uma forma geral. Como resultado, o mercado passou a considerar o café arábica brasileiro mais um bem substituto do que complementar ao café robusta (menos valorizado) na composição dos *blends* (misturas).

Isso em um momento em que as vendas de cafés de qualidade tem apresentado maior crescimento. Só para se ter uma idéia, no varejo americano os cafés especiais movimentaram mais de US\$ 10 bilhões em 2002. Cerca de 27 milhões de pessoas consomem a bebida diariamente no país, o que equivale a 14% da população local (National Coffee Drinking Trends 2002, apud LEMOS, 2002, p. 3).

Embora ainda exista, em geral, uma visão negativa do Brasil no mercado internacional, observa-se um movimento intenso em busca de qualidade e capacitação tecnológica em todas as regiões produtoras do país. A introdução de uma nova forma de beneficiamento que resulta no café "cereja descascado" tem possibilitado a melhora substancial na qualidade da produção,

inclusive em regiões tidas como não propícias para isso.

Estima-se que o Brasil tenha condições de dominar pelo menos 20% do mercado mundial de cafés especiais. Entretanto, do total de 16 milhões de sacas de café verde embarcadas pelo Brasil em 2000, apenas 300 mil foram destinadas aos mercados de cafés de qualidade (SAES e NAKAZONE, 2002).

• SOLÚVEL

A década de 1990 não foi das melhores para a indústria de solúvel. No início dela, o principal importador do Brasil – a União Soviética – praticamente interrompeu as compras de café, por problemas econômicos internos. Em seguida, a diminuição da produção brasileira de robusta e a dificuldade de exportação desse produto reduziram significativamente a competitividade do Brasil. Além disso, em 1992 o café solúvel brasileiro passou a sofrer barreiras tarifárias na União Européia (UE), enquanto o das indústrias dos países concorrentes estava isento das taxas de importação (sob alegação de uma política de cooperação ao combate do narcotráfico) ou era taxado em uma menor alíquota, como no caso do México e da Índia.

De 1991 a 2000, as exportações européias de solúvel aumentaram 59% (totalizando cerca de 4 milhões de sacas), as do países não taxados cresceram 54%, mas as exportações brasileiras para a UE despencaram 45%.

A desvalorização cambial em 1999 e o estreitamento da margem entre os preços dos cafés no mercado interno e externo a partir da safra 2000/01, devido ao crescimento da produção brasileira de robusta, significaram a retomada das exportações brasileiras nesse período, conforme gráfico 1.

Em 2001, o Brasil também conseguiu obter da UE cota livre de taxa, após ter recorrido à Organização Mundial do Comércio (OMC). A cota é fixa em 87,4% sobre os seguintes volumes importados pela UE sem tarifa: 10 mil toneladas em 2002; 12 mil em 2003 e 14 mil toneladas em 2004. Fora desta cota, o produto brasileiro continua submetido à tarifa de 9%.

• TORRADO E MOÍDO

A indústria de café torrado e moído, por sua vez, está voltada para o mercado interno e tem sofrido um grande processo de consolidação com o ingresso de empresas multinacionais. A grande atratividade do mercado brasileiro deve-se ao fato de o Brasil ser o segundo maior consumidor de café mundial. Dispondo

O Brasil é o maior produtor e exportador de café, com participação média de 24% nas exportações mundiais. Em 2002, as exportações brasileiras bateram o recorde de 27,9 milhões de sacas, o que representou market-share de 32%, o maior nos últimos 12 anos



de vantagens de capital e gerenciais, companhias estrangeiras têm entrado no país por meio de aquisições de empresas nacionais de expressão. A americana Sara Lee – que recentemente comprou a Café do Ponto, a Seleto e a União – é hoje a empresa líder do mercado, com 24% de participação (RIBEIRO, 2001). Um outro motivo de atratividade para as empresas internacionais são as facilidades decorrentes de estar ao lado dos fornecedores de matéria-prima, uma vez que as novas competidoras do mercado nacional são grandes compradoras de café verde brasileiro.

O país tem condições de dominar pelo menos 20% do mercado mundial de cafés especiais. Entretanto, do total de 16 milhões de sacas de café verde embarcadas pelo Brasil em 2000, apenas 300 mil foram destinadas aos mercados de cafés de qualidade

milhões, que representam menos de 0,5% do total que é comercializado em forma de grãos.

Há três importantes barreiras à entrada do café torrado e moído brasileiro no mercado internacional: 1) alta concentração da indústria de café e do varejo nos países desenvolvidos, processo que tem se acelerado nos últimos anos; 2) tarifas de importação incidentes sobre as exportações brasileiras de café torrado e moído (incidem sobre o café tarifas de 7,5% na UE e de 20% no Japão); e 3) falta de conhecimento do funcionamento das regras do mercado internacional.

• AJUSTE CÍCLICO

O mercado internacional de café entrou no século XXI enfrentando um novo ajuste cíclico de oferta em razão dos baixos preços vigentes. Nessa conjuntura, o Brasil, de forma geral, tem demonstrado uma significativa capacidade de adequação da sua produção e competitividade. A década de 1990 foi marcada por mudanças tecnológicas e de gestão que possibilitaram esse desempenho.

Dessa forma, o Brasil tem se mostrado bastante competitivo na exportação de café verde, possuindo vantagens significativas em relação a demais países produtores. A despeito dos esforços, resta ainda explorar melhor os mercados de cafés especiais, que têm se tornado os mais dinâmicos.

Com relação à indústria de solúvel, apesar da sua grande competitividade no mercado internacional, a discriminação tarifária

O mercado internacional de café entrou no século XXI enfrentando um novo ajuste cíclico de oferta em função dos baixos preços vigentes. Nessa conjuntura, o Brasil tem demonstrado capacidade de adequação da sua produção para manter-se competitivo

e a dificuldade de importação são fatores inibidores do potencial desse mercado.

No caso do café torrado e moído, a pequena participação no mercado internacional está mais relacionada ao histórico da indústria, que esteve sempre voltada ao mercado interno. A baixa capacitação gerencial das empresas nacionais e o ambiente competitivo externo são fatores importantes na estratégia de inserção nesses mercados. Vale, entretanto, ressaltar que se trata de um segmento de grande potencial e que deve ser mais bem explorado. A maior inserção do Brasil no mercado internacional de torrado, além de agregar valor ao produto nacional, poderia permitir uma identificação da qualidade do café brasileiro e uma melhor remuneração ao produtor. ☞

REFERÊNCIAS

BACHA, E. Política brasileira do café. In: Marcellino Martins; Johnston Exportadores Ltda. (Ed.). **150 anos de café**. Rio de Janeiro, 1992. p.15-122.

LEMONS, M. U. S. Coffee consumption rises in 2002, led by gourmet sector - NCA. **Oster Dow Jones Essential Coffee**, March 2002.

RIBEIRO, M. Sara Lee quer ganhar mercado com Café Pílo. **Gazeta Mercantil**, São Paulo, 9, 10 jun. 2001. Administração e Marketing, C6.

SAES, M. S. M.; NAKAZONE, D. **Estudo da competitividade de cadeias integradas no Brasil: impactos das zonas de livre comércio**. Cadeia: Café. Campinas: UNICAMP-IE-NEIT/MDIC, 2002. Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br/cadeiasprodutivas>>. Acesso em: 15 jul. 2004.

USDA - United States Department of Agriculture/Foreign Agriculture Service. Disponível em: <<http://www.fas.usda.gov>>. Acesso em: 7 ago. 2004.

