



## Estoques baixos e oferta justa

**C**om os armazéns brasileiros cada vez mais vazios e uma produção sem ritmo para acompanhar o consumo, o mercado de café deverá passar nos próximos anos por um período de oferta perigosamente apertada, afirmam representantes da indústria, traders, analistas e produtores. O quadro de oferta justa vale tanto para o Brasil, maior produtor, como para o mercado mundial.

A Conab (Companhia Nacional de Abastecimento) previu em meados de dezembro que:

- Os estoques de passagem devem atingir o menor nível em décadas - 5,6 milhões de sacas.
- A produção de café na safra 2006/07 será de 40 milhões a 43 milhões de sacas.

Bem próxima da colheita, a escassez tende a levar a uma alta dos preços. Está descartada uma antecipação da colheita. O custo aumenta para o produtor, mas o preço pode não compensar.

No cenário de oferta apertada nos próximos dois anos ou três anos, deverá ocorrer um marco histórico para a cafeicultura nacional: o fim dos estoques do Funcafé, criados na década de 1950 para regular a oferta do produto. Desde a extinção do IBC (Instituto Brasileiro do Café), em 1990, os estoques foram diluídos pelo governo em leilões destinados, sobretudo, à indústria. Nos últimos anos, foram leiloados entre 1 milhão e 1,5 milhão de sacas anuais desse estoque. Segundo a Conab, havia em

janeiro 3,6 milhões de sacas desse café nos armazéns governamentais.

O fim dos estoques do governo alterará a estratégia de abastecimento. O trabalho ficará concentrado no produto da safra. Os estoques governamentais, apesar de hoje representar 6% do consumo do setor e ser de baixa qualidade, pressionam negativamente os preços.

### EMBARQUES

Apesar de o volume embarcado ter sido levemente menor, a receita gerada pelas exportações cresceu em 2005. Os ganhos foram os maiores desde 1977. Para 2006, os embarques poderão crescer mais 10%, com preços firmes no mercado internacional. Com uma previ-

são de crescimento da demanda mundial para 146 milhões de sacas, nos próximos 10 anos, hoje estimado em 119 milhões de sacas, o Brasil precisará elevar gradualmente sua produção para 60 milhões de sacas/ano, a fim de atender às necessidades do mercado mundial, ou seja, 24 milhões de sacas para o consumo interno e 36 milhões para exportação.

Em 2005, o Funcafé liberou R\$12 milhões para pesquisas e este ano serão alocados mais R\$18 milhões. Em promoção, foram destinados no ano passado R\$4,5 milhões. Para 2006, já estão garanti-

maior participação nos mercados mundiais com suas marcas.

O Brasil sempre foi conhecido por ser o maior produtor e exportador mundial de café verde, *in natura*, e um tradicional exportador de café solúvel. Afinal, até 2002, o País nunca tinha exportado café torrado e moído. Os industriais não tinham conhecimento do funcionamento dos mercados estrangeiros, da sua distribuição, do nível de concentração em cada região e das características de qualidade dos cafés em cada país, e que atendem ao gosto popular local.

A tarefa de conquistar a prefe-

umentar as vendas em pelo menos 75%. O PSI APEX-Brasil (Agência de Promoção de Exportação do Brasil), executa um projeto desde 2002, para estimular a vocação exportadora das indústrias de café.

O café em grãos, cujas exportações lideravam a pauta comercial brasileira até a década de 60, hoje divide sua importância com inúmeros produtos do agronegócio e da indústria de transformação.

A participação nas feiras mundiais de alimentos e bebidas, bem como naquelas específicas do segmento de café, mais voltadas aos interesses dos cafeicultores, tem sido uma constante entre os empresários brasileiros nos últimos cinco anos. Isto é prova de maturidade e determinação na busca de clientes.

O Brasil, que há mais de um século é o maior produtor e exportador de café do mundo, expande seus negócios em outras direções. Houve aumento na produção média anual, a produtividade dobrou e o País se tornou o maior vendedor de grãos de alta qualidade no mundo. Programas inovadores, como o Selo de Pureza e o novo PQC-Programa de Qualidade do Café, da ABIC, ampliam o consumo interno e são estudados e copiados em outras regiões produtoras do Planeta, e iniciamos nossas exportações de café torrado e moído, com sucesso especial na oferta de cafés tipo gourmet.

Além de abrirem novos mercados para uma atividade que era incipiente na pauta das exportações brasileiras, as vendas externas de café industrializado permitem maior agregação de valor. O preço médio do quilo registrou em 2005 um crescimento de 26,98% (de US\$3,15 para US\$4,00). Esse aumento comprova que os produtos exportados ganham cada vez mais espaço no segmento de cafés de alta qualidade.

Com mais de 40 empresas par-

#### Brasil: exportação de café

Ano	Valor - bilhão	Quantidade - toneladas	Preço por tonelada
2004	US\$ 1,750	1,411 milhão	US\$ 1.240
2005	US\$ 2,516	1,352 milhão	US\$ 1.861

Fonte: MDIC

dos R\$5,6 milhões, mas o Mapa está pleiteando suplementação de mais R\$20,0 milhões

O melhor preço médio das exportações foi registrado para o Japão: US\$ 2.161/t. O crescimento mais expressivo em receita cambial, em termos percentuais, também ocorreu com o Japão: 76,64%, de US\$ 132,739 milhões para US\$ 234,473 milhões. Também foi significativo o crescimento da receita com exportação para Suécia (70,45%) e Espanha (68,94%). Maior produtor mundial de café, o Brasil trabalha para consolidar sua participação no mercado externo, que, no ano passado, superou 28%; "isso não ocorria há 30 anos".

#### ALEMANHA LUCRA ALTO COM O CAFÉ

Embora a Alemanha não plante nenhum pé de café, é a maior exportadora de café industrializado. A expressão é citada rotineiramente nos eventos ligados à rubiácea. Uma crítica às empresas brasileiras que não possuem

#### Principais importadores de café

País .....	Valor
Alemanha .....	US\$ 513
Estados Unidos .....	US\$ 447

Fonte: MDIC

#### Brasil: exportação de café torrado e moído

Ano	Valor - mil
2004 .....	US\$8.341
2005 .....	US\$16.591
2006 .....	US\$29.000

Fonte: MDIC

rência de consumidores estrangeiros com café torrado em grãos, ou com café torrado e moído, para o consumo doméstico ou fora do lar, que representa quase 80% do consumo mundial, sempre foi olhada de longe e com um pouco de receio pelas empresas brasileiras.

Agora, consumidores do mundo inteiro também são conquistados pelo café nacional torrado em grãos ou torrado e moído. Após fecharem com ótimo crescimento nas exportações, as indústrias de torrefação e moagem de café estão otimistas com 2006, e pretendem

ticipantes, o PSI APEX-Brasil é um projeto que integra diversas ações, como a promoção das marcas e da qualidade do café brasileiro em eventos especializados; em grandes feiras mundiais ou multi-setoriais, como Anuga, Sial em Paris e a Foodex, ou mesmo em estratégias exclusivas e únicas, como no "Ano do Brasil na França". Outra estratégia que vem sendo realizada é o Projeto Comprador, que consiste em trazer para o Brasil profissionais de compra de diversos países para um contato direto com as indústrias de torrefação.

Das 4.149 toneladas de café industrializado exportadas em 2005, 55% foram adquiridas pelos Estados Unidos, seguidos por países europeus, com 28%, e pelo Japão, com 9%, internacionalizando-as e fixando padrões de consumo e de qualidade.

O grande destaque em volume de vendas no período foram as importações feitas pelos Estados Unidos, que apresentaram um crescimento de 157,56% em relação ao mesmo período de 2004 (de US\$3.571.483 para US\$9.198.786). O consumidor americano reconhece a qualidade do produto brasileiro. As encomendas partem de grandes redes varejistas como Sam's Club e Cosco, focadas em cafés tipo Gourmet, Orgânicos certificados e grãos para expresso.

A Europa também apresentou um crescimento de 56,96% em relação ao mesmo período de 2004 (de US\$2.914.200 para US\$4.574.029). Nesse continente, a Itália detém 77% das exportações, e a França, 14%.

O maior índice de crescimento continua com o Japão, que importou 246,53 % a mais do que no mesmo período de 2004 (de US\$276.847 para US\$959.354). A comunidade de kassegui, composta por imigrantes brasileiros, tem sido a compradora desses cafés nacionais. ■



## Cresce a venda de solúvel

As indústrias de solúveis, além de suprirem as indústrias americanas e européias, com a venda a granel, ganham mercados com produtos de marcas próprias. A internacionalização ocorre de diversos modos. Há registro de sucesso na construção de marcas novas brasileiras em mercados maduros, como os EUA ou o Japão, principalmente, na oferta de cafés de alta qualidade e maior valor agregado. Uma sofisticada loja de gastronomia e especialidades da França, a Hediard, colocou 4 marcas de café brasileiras em suas vitrines, no Ano do Brasil na França - 2005. A qualidade do café brasileiro, que não era reconhecida até há bem pouco tempo, passa a ser admirada e disputa a preferência de consumidores exigentes.

A Rússia foi o principal destino do café processado brasileiro em 2005, contribuindo com receita de US\$86,724 milhões, ou mais 49,01% sobre o ano anterior (US\$58,201 milhões). O segundo principal mercado no período foram os Estados Unidos, com US\$51,729 milhões (mais 64,08%, ante os US\$31,526 milhões de 2004). O preço médio recebido da Polônia teve maior elevação no período: 51,38%, para US\$6.071/t. Também foi expressivo o aumento do preço médio para El Salvador (43,46%).

O crescimento da receita cambial foi mais significativo, em termos percentuais, para: Turquia (165,94%, para US\$4,029 milhões), Polônia (163,59%, para US\$7,188 milhões) e El Salvador (98,63%, para US\$7,945 milhões). Nota-se, ainda, que houve queda de 1,95% na receita recebida com os embarques para a Ucrânia, para US\$30,476 milhões, um dos principais mercados do solúvel nacional.

Os resultados dos últimos três anos mostram a vocação, produto e qualidade das torrefadoras brasileiras para a exportação. Aumentar cada vez mais a participação do café industrializado na pauta das exportações brasileiras é um objetivo factível.

### Brasil: exportação de café solúvel

Ano	Valor - milhão	Quantidade -toneladas	Preço por tonelada
2004	US\$ 275,153	71.241	US\$ 3.862
2005	US\$ 362,638	77.053	US\$ 4.706

Fonte: MDIC