

## 4

### Panorama mundial do agronegócio do café verde

O café é um produto estratégico para muitas economias emergentes, visto que as balanças comerciais desses países dependem da sua produção e comercialização. Constitui-se em uma atividade geradora de emprego e de renda, sobretudo quando se consideram as demais atividades ao longo de toda a cadeia do produto, pelo fato de ser uma cultura que utiliza tecnologia intensiva em trabalho. Além disso, o café é uma importante fonte de divisas para geração de receitas necessárias à importação de outros bens essenciais e os superávits das balanças comerciais dos países produtores são favoráveis ao desenvolvimento dessas economias.

O setor exportador é fortemente impactada pelas mudanças das regras no mercado mundial de café e também pelas práticas protecionistas de alguns países consumidores. Expõe-se aos padrões de consumo externo e à prática competitiva de grandes corporações internacionais, como será discutido na Seção 4.6 deste Capítulo.

Nos últimos anos ocorreram mudanças drásticas nos países envolvidos no seu cultivo, cuja produção depende fortemente de vários fatores, dentre os quais citam-se: (i) as cotações do café na bolsa de Nova Iorque e Londres; (ii) as mudanças climáticas nas regiões cafeeiras; (iii) os preços dos insumos; (iv) a oferta e a demanda no mercado mundial; (v) o nível de produção anual e (vi) o volume dos estoques. A modificação em uma ou mais destas variáveis interfere diretamente no aumento ou diminuição da produção, alterando de forma substancial o cenário do mercado para este produto.

Dentre as muitas crises pelas quais passou o agronegócio do café verde, destaca-se a seca nas regiões cafeeiras, ocorrida em 1986 e em 1987, que provocou uma queda nos estoques em nível mundial e um aumento considerável nos preços. Em 1989, a quebra do Sistema de Cotas da Organização Internacional de Café (OIC) deixou o mercado sem um sistema de regulamentação. Desde

meados da década de 90, a produção mundial apresentou um aumento significativo, o que não foi acompanhado pelo aumento do consumo, fazendo com que a oferta excessiva superasse em quase 10% a demanda neste período. E as variações nas condições climáticas no Brasil, como as geadas em 1994 e a seca em diversas regiões do país em 1997, provocaram uma queda substancial na produção mundial e fortes restrições ainda que temporárias na oferta do produto, com redução dos estoques internacionais. O nível de estoques é também afetado pelo temor do café de tipo arábica escassear por consequência dos fenômenos climáticos gerados pelo El Niño,<sup>1</sup> o que promove altas temporárias nos preços (UNCTAD, 2003).

O aumento gradual da produção mundial de café deve-se ao aumento na capacidade dos países produtores, com destaque para o Brasil e o Vietnã, o que, fora dos choques no curto prazo, vem provocando acumulação de estoques internacionais e uma prolongada queda nas cotações (USDA, 2004).

Em 2001, os preços do café verde sofreram a maior queda da história, chegando a um nível muito baixo. O café do tipo arábica desvalorizou-se até ficar abaixo de um dólar por quilo e o do tipo robusta, a menos de 40 centavos de dólar por quilo (USDA, 2004). Esses preços não cobriram os custos de produção da última safra, gerando grandes perdas para os produtores de café em nível mundial. Nos anos seguintes, a produção do café teve novamente uma queda que colaborou para o equilíbrio entre a oferta e a demanda. A partir de 2003, os preços do café tiveram uma melhoria que se manteve até recente crise financeira.

Para muitos países, as exportações de café constituem-se numa fonte importante de moeda estrangeira. A participação do produto no total das receitas das exportações de sete países produtores excedeu a 10% durante o período 2000 a 2007: Burundi com uma participação de 57%; a Etiópia, 34%; Ruanda, 28%; Uganda, 19%, Honduras, 20%, Nicarágua, 17% e a Guatemala, 12% (UNCTAD, 2003).

Além da geração de renda, o agronegócio de café é um dos setores com maior capacidade de geração de empregos nos países produtores. A título de ilustração, em 2001 este mercado empregou 3,5 milhões de pessoas só no Brasil (IBGE, 2002), e em 2006 gerou 330.000 empregos na Guatemala (Anacafé,

---

<sup>1</sup> Mudança cíclica dos padrões de chuvas e da temperatura da superfície do Oceano Pacífico nos países da América Latina (Silva, 2000).

2006). Estima-se que no mundo, 25 milhões de pessoas dependem da produção de café para sobreviver e 100 milhões de pessoas estão envolvidas no setor desde a produção rural até o processamento e a comercialização (Zambolin, 2007).

Neste Capítulo, busca-se traçar um panorama do mercado mundial de café, iniciando-se por uma breve descrição da atuação dos principais organismos envolvidos no agronegócio do café, como a Organização Internacional do Café (OIC). Na seqüência, analisa-se a evolução da produção em países exportadores selecionados, da exportação e do consumo mundial de café. Apresentam-se nas últimas seções os resultados da análise competitiva do agronegócio mundial do café verde, segundo o modelo das cinco forças de Porter (1986).

#### **4.1. O agronegócio do café e as organizações**

Destacam-se quatro organizações que têm uma participação relevante no agronegócio do café verde em nível mundial e regional, respectivamente: a Organização Internacional do Café (OIC); a Organização Mundial do Comércio (OMC); a Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO, sigla em inglês) e, em nível regional, o Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA).

A Organização Internacional do Café foi estabelecida em 1963 para gerenciar o primeiro Convênio Internacional do Café, que teve a duração de cinco anos (UNCTAD, 2004). Desde então, ela vem funcionando ininterruptamente como órgão executor de sucessivos convênios (OIC, 2009), a saber:

- Convênio de 1968 e suas duas prorrogações;
- Convênio de 1976, com uma prorrogação;
- Convênio de 1983 e suas quatro prorrogações;
- Convênio de 1994, com uma prorrogação;
- Convênio de 2001, com duas prorrogações.

Em 2007 foi assinado o novo Acordo Internacional do Café objetivando: (i) promover a cooperação internacional nesse agronegócio; (ii) incentivar o desenvolvimento de um setor cafeeiro sustentável em termos econômicos, sociais e ambientais; (iii) promover a qualidade do café; e (iv) incentivar o desenvolvimento de procedimentos apropriados de segurança alimentar no setor cafeeiro (OIC, 2007).

A OMC foi estabelecida em 1º de janeiro de 1995 como um dos resultados da rodada de negociações do GATT realizada no Uruguai entre 1986 e 1994. Uma de suas atribuições é servir de foro para as negociações de acordos que procuram reduzir as barreiras ao comércio internacional, garantir as condições de igualdade para todos seus membros e contribuir para o crescimento econômico e desenvolvimento mundial (OMC, 2009). Ainda administram a implantação e operação de acordos comerciais multilaterais e administram todo um sistema de regras e procedimentos relativos à solução de controvérsias (Lambert, 2004).

A FAO foi criada em 1945 com o objetivo de desenvolver ações de combate a fome à pobreza, promover o desenvolvimento agrícola, melhorar a nutrição, buscar a segurança alimentar e o acesso de todas as pessoas (Campos, 2003). Atualmente promove a adoção das boas práticas agrícolas (BPAs), como ferramentas técnicas para produção agrícola sustentável em países em desenvolvimento (FAO, 2004). Junto à Organização Mundial da Saúde (OMS) têm promovido o uso de praguicidas que não representam um perigo para a saúde dos trabalhadores e nem para o meio ambiente (Anzuetto, 2007).

O IICA foi fundado em 1942 pelo Conselho Diretor da União Pan-Americana. Desde 1949 é reconhecido pela Organização dos Estados Americanos (OEA) como o organismo do Sistema Interamericano especializado em agricultura e bem-estar da população rural. (IICA, 2007). Particularmente para a cafeicultura, o IICA vem desenvolvendo um programa para seu desenvolvimento tecnológico e modernização na América Central (Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Honduras, Nicarágua e Panamá) e Caribe (Jamaica e República Dominicana).

#### **4.2.**

#### **Produção em países exportadores selecionados**

Setenta países da América Latina e Central, da África Subsaariana e da Ásia participam da produção mundial de café (UNCTAD, 2003).

Mundialmente, são produzidos quatro diferentes tipos de café: (i) colombiano suave, (ii) outros suaves, (iii) natural brasileiro e outras arábicas e (iv) robustas. No primeiro grupo destacam-se a Colômbia, o Quênia e a Tanzânia. No grupo dos outros tipos suaves, os países produtores são a Guatemala, El Salvador, a Costa Rica e o México. O Brasil e a Etiópia encontram-se no terceiro grupo de

exportadores (natural brasileiro e outras arábicas). Finalmente, no grupo das robustas, destacam-se a Indonésia, a Costa do Marfim, a Uganda e o Vietnã. O café arábico é o de maior qualidade e de maior preço na comercialização do produto na bolsa de Nova Iorque (ITD, 2007).

Apresentam-se na Tabela 4.1 as estatísticas de produção em países exportadores selecionados, compreendendo o período 2005 a 2008.

Tabela 4.1 – Produção em países exportadores selecionados: 2005 - 2008

Região e País	2005	2006	2007	2008	Varição entre 2007 e 2008 (%)
<b>África</b>	13.026	15.385	14.882	15.192	2,09
Camarões	849	836	795	833	4,78
Costa do Marfim	1.962	2.847	2.150	2.500	16,30
Etiópia	4.003	4.636	4.906	4.350	-11,33
Quênia	660	826	652	883	35,41
Tanzânia	804	822	810	917	13,20
Uganda	2.159	2.700	3.250	3.100	-4,62
Outros	2.588	2.717	2.319	2.609	12,50
<b>Ásia e Oceania</b>	30.215	34.446	31.087	32.344	4,04
Índia	4.396	5.079	4.148	4.372	5,40
Indonésia	9.159	7.483	7.777	8.638	11,08
Papua e Nova Guiné	1.268	807	968	1.028	6,19
Tailândia	999	766	653	825	26,26
Vietnã	13.542	19.340	16.467	16.000	-2,84
Outros	851	972	1.075	1.481	37,82
<b>América Central e México</b>	17.118	16.936	18.292	17.663	-3,44
Costa Rica	1.778	1.580	1.791	1.592	-11,11
El Salvador	1.502	1.371	1.621	1.400	-13,64
Guatemala	3.676	3.950	4.100	3.850	-6,09
Honduras	3.204	3.461	3.842	3.373	-12,20
México	4.225	4.200	4.150	4.650	12,04
Nicarágua	1.718	1.300	1.700	1.600	-5,88
Outros	1.016	1.074	1.089	1.198	10,02
<b>América do Sul</b>	49.822	61.142	53.822	62.089	15,36
Brasil	32.944	42.513	36.068	45.991	27,51
Colômbia	12.329	12.153	12.515	10.500	-16,10
Equador	1.120	1.167	1.110	691	-37,80
Peru	2.489	4.319	3.063	3.868	26,30
Outros	941	990	1.066	1.039	-2,56
<b>Total</b>	<b>110.181</b>	<b>127.909</b>	<b>118.083</b>	<b>127.288</b>	<b>7,8</b>

Fonte: OIC. Relatório sobre o mercado cafeeiro. Julho de 2009.

Nota: dados expressos em milhares de sacas.

Segundo a OIC (2009), a estimativa da produção anual no ano-safra de 2008/09 que está chegando ao fim, foi cifrada em torno de 127 milhões de sacas, o que representa um aumento de 7,8% em relação ao ano-safra anterior. Essa informação, porém, talvez necessite ser revisada com um acréscimo à atual

estimativa, devido ao forte desempenho das exportações do Vietnã, que ultrapassaram 14,6 milhões de sacas nos nove primeiros meses do ano cafeeiro (outubro de 2008 a junho de 2009). Considerando as exportações dos três próximos meses, a cifra relativa à produção total do Vietnã no ano-safra de 2008-2009 poderia chegar a 19 milhões de sacas. Em contrapartida, a produção colombiana sofreu uma redução considerável.

Devido a problemas climáticos e à implementação de um programa de renovação dos cafezais, prevê-se que a safra da Colômbia será menor no ano-safra 2008/09, devendo chegar a 10,5 milhões de sacas, o que representa um decréscimo de 16,1% em relação ao ano-safra anterior. Adicionalmente, o uso de fertilizantes nesse país diminuiu, devido a seus custos elevados.

Na América Central, as chuvas intensas e as limitações causadas pelos preços altos dos fertilizantes também impactaram negativamente a produção de café nesta região. Na Costa Rica, observa-se uma redução de 11,1%; em El Salvador, 13,6%; na Guatemala, 6%; Honduras, 12,2% e na Nicarágua, 5,9% em relação ao ano-safra anterior.

Em termos dos fatores fundamentais do mercado cafeeiro mundial, a redução da Colômbia e dos países exportadores da América Central contribui para criar uma fragilidade no equilíbrio oferta/demanda.

Se por um lado houve redução da participação da produção da Colômbia e dos países exportadores da América Central na safra 2008/09, por outro observa-se maior produção na África (2% em relação ao ano-safra 2007/08), na América do Sul (15,36%) e na Ásia e Oceania (4%).

No Brasil, maior produtor mundial, a produção de café verde deverá atingir cerca de 46 milhões de sacas no ano-safra 2008/09, representando um aumento de 27,5% da produção do ano-safra anterior.

Existem, porém, acentuadas oscilações na produção do tipo arábica no Brasil, visto que a cafeicultura instalada no país exibe ciclo bienal de produção, pelo efeito da alternância da safra. Esse efeito resulta da combinação do sistema de produção a pleno sol e da fisiologia do cafeeiro originário de sub-bosque.

A safra brasileira de 2009/10 será afetada pela fase de baixa do ciclo produtivo bienal, mas já avançou muito e cerca de 70% do café Arábica já foi colhido. As autoridades brasileiras prevêem uma produção total de 39,1 milhões

de sacas. Desse total, 28,3 milhões de sacas são de arábicas, em contraste com 35,5 milhões do ano-safra anterior (OIC, 2009).

A seguir, apresentam-se na Tabela 4.2 as estatísticas de produção por tipo de café, a saber: (i) suaves colombianos; (ii) outros suaves; (iii) natural brasileiro e outras arábicas; (iv) robustas.

Tabela 4.2 – Produção mundial por tipo de café: 2005 – 2008

Tipo de café	2005	2006	2007	2008	Varição entre 2007 e 2008 (%)
Suaves colombianos	13.487	13.488	13.685	11.970	-12,53
Outros suaves	25.264	27.187	27.008	27.299	1,08
Natural brasileiro	29.159	38.826	31.597	41.223	30,47
Robustas	42.271	48.409	45.793	46.796	2,19
<b>Total</b>	<b>110.181</b>	<b>127.909</b>	<b>118.083</b>	<b>127.288</b>	<b>7,87.80</b>
Arábicas	67.910	79.501	72.290	80.492	11,35
Robustas	42.271	48.409	45.793	46.796	2,19

Fonte: OIC. Relatório sobre o mercado cafeeiro. Julho de 2009.

Nota: dados expressos em milhares de sacas.

Observa-se na Tabela 4.2 que, dentre os tipos de café mais produzidos mundialmente, destacam-se o natural brasileiro e os tipos “robustas”. Esses tipos participaram, respectivamente, com 41 e 46 milhões de sacas no ano-safra de 2008/09.

A Tabela 4.3, abaixo, mostra as participações percentuais da produção dos quatro tipos principais de café no ano-safra de 2008/09, com destaque para os cafés arábicas, que representam 63,24 da produção mundial.

Tabela 4.3 – Produção mundial por tipo de café em termos percentuais: 2005 -2008

Tipo de café	2005	2006	2007	2008
Suaves colombianos	12,24	10,55	11,59	9,40
Outros suaves	22,93	21,25	22,87	21,45
Natural brasileiro	26,46	30,35	26,76	32,39
Robustas	38,36	37,85	38,78	36,76
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Arábicas	61,64	62,15	61,22	63,24
Robustas	38,36	37,85	38,78	36,76

Fonte: OIC. Relatório sobre o mercado cafeeiro. Julho de 2009.

### 4.3. Exportações

De acordo com a OIC (2009), no mês de junho de 2009, as exportações de café verde totalizaram 8,5 milhões de sacas, elevando o volume total exportado

durante os nove primeiros meses do ano cafeeiro de 2008/09 para 74,3 milhões de sacas, comparadas com 72 milhões no mesmo período do ano-safra anterior.

A Tabela 4.4 apresenta as estatísticas das exportações mundiais de café nos anos-safra de 2007/08 e 2008/09.

Tabela 4.4 – Exportações mundiais por tipo de café: anos-safra 2007/08 e 2008/09

<b>Tipo de café</b>	<b>2007/08</b>	<b>2008/09</b>	<b>Varição entre 2007 e 2008 (%)</b>
Suaves colombianos	10.097	8.243	-18,36
Outros suaves	16.202	15.996	-1,27
Natural brasileiro	20.496	23.419	14,26
Robustas	25.233	26.599	5,41
<b>Total</b>	<b>72.027</b>	<b>74.258</b>	<b>3,10</b>
Arábicas	46.794	47.659	1,85
Robustas	25.233	26.599	5,41

Fonte: OIC. Relatório sobre o mercado cafeeiro. Julho de 2009.

Nota: dados expressos em milhares de sacas.

O aumento das exportações totais (3,1%) do ano-safra 2008/09 em relação ao ano-safra anterior é um reflexo do aumento das exportações de naturais brasileiros e, em menor grau, de robustas e outros suaves. As exportações de suaves colombianos caíram 18,36% nos nove primeiros meses do ano cafeeiro de 2008/09, confirmando a insuficiência da safra colombiana e problemas conseqüentes com a disponibilidade para exportação (Tabela 4.4).

As exportações da Colômbia nos nove primeiros meses do ano cafeeiro (outubro de 2008 a junho de 2009) totalizaram 7,1 milhões de sacas (OIC, 2009). Considera-se muito improvável que as exportações médias mensais no restante do ano cafeeiro de 2008/09 ultrapassem os níveis de maio ou junho deste ano. Entretanto, na visão da OIC, os déficits de oferta de café colombiano, mostrados na Tabela 4.1, foram contrabalançados por maiores exportações do Brasil e do Vietnã (OIC, 2009).

Informações recebidas dos países exportadores indicaram que o volume dos estoques iniciais no ano-safra de 2008/09 foi estimado em 17,24 milhões de sacas, o volume mais baixo já registrado pela OIC (OIC, 2009). Os estoques de suaves colombianos no ano-safra de 2008/09 caíram substancialmente, registrando-se menos de 0,5 milhão de sacas. Considerando-se a atual situação de grande escassez da oferta desse tipo de café, é provável que em 2009/10 o volume de estoques iniciais seja ainda menor.

#### 4.4. Consumo mundial

A OIC estima que no ano civil de 2008 o consumo mundial de café atingiu 128,5 milhões de sacas, em comparação com 127 milhões em 2007 (OIC, 2009). As Tabelas 4.5 e 4.6 apresentam as estatísticas sobre o consumo mundial nos anos civis de 2005 a 2008.

Tabela 4.5 – Consumo mundial de café: 2005 - 2008

País	2005	2006	2007	2008
<u>Países produtores</u>	<u>30.915</u>	<u>32.505</u>	<u>34.516</u>	<u>35.810</u>
Brasil	15.390	16.133	16.927	17.931
Indonésia	2.375	2.750	3.208	3.333
México	1.556	1.794	2.050	2.200
Etiópia	1.833	1.833	1.833	1.833
Índia	1.272	1.337	1360	1.430
Filipinas	917	917	989	1.090
Colômbia	1.400	1.400	1400	1.050
Vietnã	500	604	938	1.021
Venezuela	703	723	760	760
Outros	4.969	5.015	5.052	5.192
<u>Países importadores</u>	<u>88.106</u>	<u>90.085</u>	<u>92.554</u>	<u>92.640</u>
<u>Comunidade europeia</u>	<u>39.277</u>	<u>40.951</u>	<u>40.543</u>	<u>39.859</u>
EUA	20.998	20.667	21.033	21.655
Japão	7.128	7.268	7.282	7.065
Outros países importadores	20.704	21.199	23.696	24.062
<b>Total</b>	<b>119.021</b>	<b>122.591</b>	<b>127.070</b>	<b>128.450</b>

Fonte: OIC. Relatório sobre o mercado cafeeiro. Julho de 2009.

Nota: dados expressos em milhares de sacas.

Tabela 4.6 – Consumo de café per capita em países exportadores selecionados: 2005 - 2008

País	2005	2006	2007	2008
Brasil	4,96	5,14	5,34	5,60
Honduras	2,00	1,96	2,41	3,77
Costa Rica	5,04	4,77	4,19	3,52
República Dominicana	2,38	2,35	2,31	2,28
El Salvador	1,78	2,05	2,20	2,25
Haiti	2,17	2,13	2,10	2,06
Nicarágua	2,09	2,06	2,04	2,01
Venezuela	1,58	1,59	1,65	1,62
Madagascar	1,59	1,55	1,51	1,47
Colômbia	1,95	1,92	1,89	1,40
Etiópia	1,47	1,44	1,40	1,36
Guatemala	1,42	1,38	1,35	1,31
México	0,89	1,01	1,14	1,22
Panamá	1,24	1,22	1,20	1,18
Cuba	1,20	1,20	1,20	1,16

Continua...

Tabela 4.6 – Consumo de café per capita em países exportadores selecionados: 2005 – 2008 (Cont.)

País	2005	2006	2007	2008
Costa do Marfim	0,99	0,97	0,94	0,92
Indonésia	0,65	0,74	0,86	0,88
Filipinas	0,64	0,63	0,67	0,70
Vietnã	0,36	0,43	0,65	0,70
Equador	0,69	0,68	0,67	0,67

Fonte: OIC. Relatório sobre o mercado cafeeiro. Julho de 2009.

Nota: dados expressos em quilogramas.

Estimativas preliminares para o ano civil de 2009 apontam para um consumo mundial da ordem de 129 milhões de sacas. Isso indica que a crise econômica mundial não impactou negativamente o consumo geral de café, embora haja sinais de mudanças de comportamento dos consumidores, em particular nos países emergentes da Europa oriental (OIC, 2009).

A Tabela 4.7 apresenta os dados de consumo per capita em países importadores selecionados, considerando-se o período de 2005 a 2008 (anos civis).

Tabela 4.7 – Consumo de café per capita em países importadores selecionados: período 2005 a 2008 (kg)

País	2005	2006	2007	2008
Comunidade europeia	4,81	5,00	4,93	4,83
Áustria	5,63	4,44	6,11	6,53
Bélgica	6,67	8,81	6,29	3,68
Bulgária	3,33	3,28	2,86	3,52
Chipre	4,97	3,92	4,89	5,39
República Tcheca	3,86	3,70	3,97	3,61
Dinamarca	8,80	9,09	8,52	7,71
Estônia	6,43	7,42	4,53	6,89
Finlândia	12,62	11,94	12,01	12,62
França	4,71	5,16	5,47	4,97
Alemanha	6,31	6,66	6,29	6,97
Grécia	4,72	4,63	5,48	5,27
Hungria	3,39	3,57	3,12	2,96
Irlanda	3,19	2,85	3,36	1,56
Itália	5,68	5,69	5,89	5,98
Letônia	3,78	4,76	3,46	3,06
Lituânia	3,39	3,78	4,11	3,68
Luxemburgo	11,66	15,40	16,17	25,55
Malta	2,44	4,22	2,33	3,33
Holanda	7,08	7,79	8,36	4,79
Polônia	3,56	3,07	2,41	1,872
Portugal	3,73	3,80	4,07	4,14
Romênia	2,38	2,33	2,30	2,27
Eslováquia	3,26	3,13	3,97	3,79
Eslovênia	5,44	5,24	5,82	5,77
Espanha	4,19	4,15	4,36	4,70

Continua...

Tabela 4.7 – Consumo de café per capita em países importadores selecionados: período 2005 a 2008 (Cont.)

País	2005	2006	2007	2008
Suécia	7,74	8,66	8,15	8,29
Reino Unido	2,67	3,03	2,78	3,01
Outros Importadores	3,85	3,89	3,97	4,04
EUA	4,16	4,16	4,06	4,09
Japão	3,36	3,42	3,43	3,33
Austrália	3,06	2,88	2,97	3,26
Canadá	5,19	5,70	5,91	5,80
Argélia	3,46	3,30	3,49	3,70

Fonte: OIC. Relatório sobre o mercado cafeeiro. Julho de 2009.

Nota: dados expressos em quilogramas.

Dentre os países exportadores selecionados, destacam-se o Brasil, com consumo médio anual de 5,6 kg de café per capita, seguido por: Costa Rica, 4,38 kg per capita; Honduras, 2,54 kg per capita; e República Dominicana, 2,33 kg per capita (Tabela 4.6).

Observam-se na Tabela 4.7 que os países importadores com maior consumo per capita médio anual são: Luxemburgo (17,2 kg); Finlândia (12,3 kg); Suécia (8,2 kg); Holanda (7,0 kg) e Alemanha (6,6 kg).

#### 4.5. Preços

As correções baixistas de preços no mercado de café observadas em junho deste ano prosseguiram na primeira metade de julho, mas na segunda metade não houve recuperação. De 108,58 centavos de dólar dos EUA por libra-peso no dia 10 de julho, o preço indicativo composto da OIC aumentou gradualmente e no final do mês registrou 117,71 centavos.

Durante o mês de julho de 2009, o valor do dólar americano caiu em relação ao das moedas de alguns países exportadores de café, em particular o real brasileiro e o peso colombiano.

A Tabela 4.8 mostra as diferenças entre os preços indicativos da OIC dos quatro grupos de café.

Tabela 4.8 – Diferenças entre os preços dos grupos de café em 2009

Mês /2009	Suaves colombianos e outros suaves	Suaves colombianos e naturais brasileiros	Suaves colombianos e robustas	Outros suaves e naturais brasileiros	Outros suaves e robustas	Brasileiros naturais e robustas	Bolsa de futuros de Nova Iorque e Londres
Janeiro	14,02	33,14	59,58	19,12	45,56	26,44	43,87
Fevereiro	46,53	80,90	122,53	34,37	76,00	41,63	62,81
Março	15,07	36,86	64,33	21,79	49,26	27,47	44,03
Abril	25,64	51,35	77,85	25,71	52,21	26,50	44,08
Mai	46,23	75,15	105,57	28,93	59,35	30,42	49,89
Junho	61,06	93,65	136,43	32,59	75,37	42,78	62,43
Julho	46,53	80,90	122,53	34,37	76,00	41,63	62,81
Malta	46,39	79,49	115,61	33,10	69,22	36,12	57,44
<b>Diferenças entre Jul e Jun/09 (%)</b>	<b>-0,30</b>	<b>-1,74</b>	<b>-5,65</b>	<b>-3,70</b>	<b>-8,92</b>	<b>-13,24</b>	<b>-8,55</b>

Fonte: OIC. Relatório sobre o mercado cafeeiro. Julho de 2009.

Nota: Dados expressos em centavos de dólar americano por libra-peso.

Os diferenciais entre os preços indicativos dos cafés suaves colombianos e os dos demais grupos continua grande, apesar de uma pequena redução em julho de 2009. Melhoras na situação da oferta de suaves colombianos e outros suaves poderiam contribuir para um retorno da configuração tradicional dos diferenciais de preços durante o ano-safra de 2009/10.

#### 4.6. Análise competitiva do agronegócio do café verde

Após a visão geral do mercado cafeeiro mundial apresentada nas seções anteriores, discute-se na presente seção a atratividade do agronegócio do café, segundo o modelo de análise competitiva de Porter (1986).

Segundo esse autor, a atratividade de um determinado ramo de negócio baseia-se nas regras da concorrência, determinadas por cinco forças competitivas, a saber: (i) rivalidade entre os concorrentes; (ii) ameaça de novos entrantes; (iii) ameaça de produtos substitutos; (iv) poder de barganha dos compradores; e (v) poder de barganha dos fornecedores.

Apresentam-se, a seguir, as respectivas análises de cada uma das forças, buscando-se identificar dentre elas quais as que determinam a rentabilidade do agronegócio do café verde. Ao final do Capítulo, apontam-se as estratégias genéricas a serem adotadas pelos chamados grupos estratégicos que atuam nos

diversos segmentos do agronegócio, conforme suas necessidades e interesses predominantes.

#### **4.6.1. Grau de rivalidade entre concorrentes**

A geografia do café abrange cerca de cinquenta países distribuídos na zona tropical, sendo os maiores produtores o Brasil, a Colômbia e o Vietnã, conforme as estatísticas apresentadas na Tabela 4.1. Como mencionado anteriormente, comercializam-se quatro tipos de café em nível mundial: suaves colombianos, outros suaves, natural brasileiro e robustas (Tabelas 4.2 e 4.3).

A oferta mundial de café é pulverizada por produtores de mais de cinquenta países e, pelo lado da demanda, o varejo internacional de café beneficiado está concentrado em cinco grandes torrefadoras, as quais respondem por cerca de 70% do mercado internacional de café industrializado (torrado e moído). Essas empresas compram quase a metade do café do mundo e, como consequência, os países produtores são tomadores de preço.

A concorrência entre produtores de cafés *commodities* tem aumentado nos últimos anos. Eles competem por preço, com políticas definidas para o desenvolvimento do agronegócio verde em seus respectivos países. Por exemplo, recentemente as autoridades brasileiras renovaram seu programa de apoio ao produtor, por meio de leilões cobrindo um volume máximo de 3 milhões de sacas de 60 kg, na forma de contratos de opções. A data da primeira entrega, que cobre 1 milhão de sacas a um preço mínimo de garantia de R\$303,50 a saca, é 1º de novembro de 2009. Outras datas estão marcadas para 2010 (OIC, 2009).

Uma característica dos grãos de café é a possibilidade de serem armazenados por vários anos, quando acondicionados em ambiente adequado. A perda de qualidade inicia somente a partir do segundo ano, porém a vida útil poderá ir além de 10 anos. Essa é uma característica que difere da maioria das plantas perenes, sendo uma das responsáveis pelos ciclos de crise prolongados. Característica essa que prejudica a capacidade dos cafeicultores de superarem os períodos de preços nos quais não são remunerados adequadamente.

O elemento tradicional de competitividade do café é o custo de produção, que determina as vantagens comparativas de um determinado país produtor em relação aos demais. Na produção do café arábica, por exemplo, o Brasil é o país

que possui menor custo, que, aliado à produtividade, tem garantido a manutenção e o crescimento da sua participação no mercado mundial. No caso do café robusta, o Vietnã, o segundo maior produtor mundial, supera em muito a produtividade média brasileira, devido ao seu sistema intensivo de cultivo. Este país também tem custo de produção mais competitivo. Como resultado, o café robusta tem se mostrado muito mais um bem substituto do que complementar ao café arábica na composição dos *blends* (Saes e Nakazone, 2002).

Um aspecto importante a ser considerado é a estrutura produtiva dos principais países produtores. A estrutura desses países, à exceção do Brasil, indica que a maior parte deles possui uma concentração do número de produtores em áreas menores que 2 hectares. Essa relação vem caindo ao longo dos anos, em decorrência da fragmentação da propriedade pela sucessão, após a morte do chefe da família. Tal fragmentação constitui um problema grave, pois tende a levar a unidade familiar à insustentabilidade.

Outro aspecto é a adoção de novas tecnologias e modernização dos processos de produção agrícola até o beneficiamento. Os investimentos em tecnologia estão limitados por dois fatores: o tamanho das propriedades e as condições edafoclimáticas. Por um lado, as pequenas produções inviabilizam escala de produção e, por outro, os produtores na maioria destes países estão localizados em regiões extremamente íngremes, inviabilizando a mecanização e resultando em insolação irregular e produção heterogênea. A colheita tem que ser realizada em vários períodos, de acordo com a maturidade do grão, a chamada colheita a dedo. Isso eleva os dispêndios com mão-de-obra, estimados em 70% do custo total (Saes e Nakazone, 2002).

Pelos aspectos analisados, considera-se o grau de rivalidade entre concorrentes bastante elevado, sendo esta uma força competitiva importante a ser considerada na definição das estratégias genéricas, segundo o modelo de Porter (1986).

#### **4.6.2. Ameaça de novos entrantes**

Os novos entrantes enfrentam dificuldades em relação a economias de escala e ao conhecimento sobre as técnicas de cultivo e beneficiamento do café verde. Exigências de capital também representam uma barreira importante, assim como a dificuldade de acesso aos canais de distribuição.

Devido às barreiras apontadas, considera-se que a ameaça de novos entrantes é baixa e, portanto, uma força competitiva menos importante ao se comparar com as demais.

#### **4.6.3. Ameaça de produtos substitutos**

O café é uma bebida com características específicas como descrito no Capítulo 3 – Seção 3.3. Alguns substitutos são a cevada, o chá, o chocolate e bebidas isotônicas, que podem oferecer efeitos energéticos semelhantes. Pelas características intrínsecas da bebida, como sabor e aroma, e pelos hábitos e preferências dos consumidores de café, a ameaça de produtos substitutos pode ser considerada uma força competitiva menos importante, quando comparada às demais.

#### **4.6.4. Poder de negociação dos compradores**

Como mencionado, no mundo existem cinco grandes torrefadoras (Nestlé, Phillip Morris, Procter & Gamble, Sara Lee e Tchibo), que respondem por cerca de 70% do mercado internacional de café industrializado (torrado e moído). Compram quase a metade do café do mundo e, conseqüentemente, os países produtores são tomadores de preço. Pelo seu poder de negociação, os compradores estabelecem os preços, deixando, em geral, margens muito baixas de lucro para os produtores rurais.

Em função do aumento da oferta do café robusta em relação ao café arábica e o aumento do deságio entre eles, as torrefadoras internacionais passaram a substituir o café arábica pelo robusta. Uma prática bastante comum é a utilização da tecnologia de “vaporização” do robusta, que utiliza o mesmo equipamento da descafeinização, permitindo reduzir a aspereza do paladar dessa matéria-prima e neutralizar seu impacto nos *blends* (Café, 1998, p. 5).

Pela alta concentração dos compradores e pela baixa diferenciação do produto (cafés *commodities*), o poder de barganha dos grandes compradores internacionais é alto. Esta é uma das forças competitivas que determinam a rentabilidade do agronegócio mundial do café verde.

#### **4.6.5. Poder de negociação dos fornecedores**

O agronegócio do café verde caracteriza-se pela ampla oferta e diversidade de fornecedores de insumos (sementes, fertilizantes e compostos fitossanitários) e de máquinas e equipamentos agrícolas. Essas condições favorecem o comprador e diminuem significativamente o poder de barganha dos fornecedores e a conseqüente fixação dos preços de insumos, máquinas e equipamentos empregados, desde o cultivo até a comercialização do café verde. Não há tampouco ameaça de integração vertical por parte dos fornecedores insumos, máquinas e equipamentos.

Além desses aspectos, deve ser levada em consideração também a possibilidade dos grandes produtores rurais ou cooperativas de pequenos produtores poderem comprar grandes quantidades de insumos e implementos agrícolas.

Isso posto, considera-se que o poder de barganha dos fornecedores é baixa e, portanto, uma força competitiva menos importante, quando comparada às demais.

#### **4.7. Considerações finais sobre o capítulo**

O agronegócio do café verde compreende uma diversidade de grupos estratégicos entre todos os seus segmentos<sup>2</sup>. A grande concorrência entre produtores e o poder de barganha dos compradores são forças competitivas determinantes da atratividade deste setor.

De uma forma geral, o agronegócio do café é um ramo difícil de obter rentabilidade elevada, não obstante três das forças analisadas serem favoráveis: baixo poder de barganha dos fornecedores (de insumos fitossanitários, fertilizantes, sementes, máquinas e implementos agrícolas) e elevadas barreiras à entrada, como por exemplo o conhecimento acumulado sobre práticas agrícolas e tecnologias adotadas em toda a cadeia produtiva. Assim, são necessárias estratégias de redução de custos ou de diferenciação capazes de neutralizar os impactos negativos das referidas forças, como preconizado por Porter (1986).

---

<sup>2</sup> Grupo estratégico é definido como um agrupamento de empresas dentro de um segmento que seguem um mesmo padrão de concorrência e incorrem em ativos específicos semelhantes.

Vale ressaltar que no caso do agronegócio do café, pela sua complexidade e segmentação, tais estratégias variam em função dos interesses e demandas dos diversos grupos estratégicos atuantes nesse mercado. Os grupos voltados para o mercado de quantidade (cafés *commodities*) têm interesses diferenciados daqueles que estão voltados para os segmentos de cafés especiais.

Os grupos estratégicos que atuam no mercado de quantidade (cafés *commodities*), centram-se na estratégia genérica de redução de custos, segundo Porter. Nesses casos, a competitividade é estabelecida, fundamentalmente, por baixos custos, em função da não diferenciação do produto final. Essa condição permite uma lucratividade para a cadeia, mesmo quando os preços dos produtos são baixos. Nos cafés com atributos sem diferenciação, as formas tradicionais de produção e comercialização se mostram, de modo geral, eficientes.

Em contraposição à estratégia genérica de redução de custos, há aqueles grupos estratégicos que buscam oferecer cafés diferenciados, os chamados cafés especiais. Tais cafés destacam-se por algum atributo específico associado ao produto, ao processo de produção ou a serviço a ele relacionado. Diferenciam-se por características como qualidade superior da bebida, aspecto dos grãos, forma de colheita, tipo de preparo, história, origem dos plantios, variedades raras e quantidades limitadas, entre outras. Podem também incluir parâmetros de diferenciação que se relacionam à sustentabilidade econômica, ambiental e social da produção, de modo a promover maior equidade entre os elos da cadeia produtiva.

A importância dos certificados de origem, da rastreabilidade e da adoção de boas práticas sustentáveis *vis-a-vis* a valorização dos fatores organolépticos intrínsecos do café<sup>3</sup> podem ser entendidas melhor pelo esquema apresentado na Figura 4.1.

De acordo com Fitter & Kaplinsky (2001), os ganhos da diferenciação dependem da percepção pelos consumidores, de quem é o agente ou o responsável pela diferenciação (torrefadores e varejistas ou produtores rurais). Se os consumidores atribuírem maior importância às marcas ou à qualidade decorrente desta marca, a firma processadora ou varejista receberá os ganhos. Isso porque há uma redução da importância de cafés especiais, diminuindo o custo para as

---

<sup>3</sup> Fatores organolépticos intrínsecos são aqueles que dependem do clima, solo, cultivares e práticas agrícolas adotadas pelos cafeicultores.

empresas, ao permitir a substituição de diferentes tipos de matéria-prima. Por outro lado, se a diferenciação estiver associada ao território (origem) ou, mesmo, à qualidade intrínseca de uma região ou produtores reconhecidos pelos cuidados com o meio ambiente, por exemplo, o agente de diferenciação será o cafeicultor (Saes, 2004).

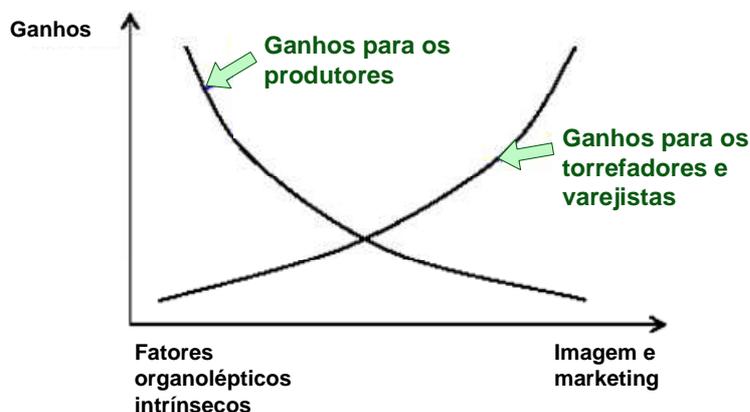


Figura 4.1 – Estratégias de diferenciação e percepção da qualidade  
Fonte: Fitter e Kaplinsky (2001)

A diferenciação por qualidade é uma estratégia que busca fugir da concorrência via preços e, por isso, é um recurso também para os pequenos produtores. Por ter um valor agregado superior ao tradicional, a margem de lucratividade é maior. Essa estratégia pressupõe, porém, mudanças no processo industrial e de comercialização que levarão à diferenciação, sendo as certificações, a rastreabilidade e a adoção de boas práticas agrícolas (BPAs) importantes mecanismos de suporte à estratégia genérica de diferenciação, como discutido no Capítulo 3.

Procurou-se neste Capítulo apresentar o panorama mundial do agronegócio do café como pano de fundo para a análise competitiva do setor cafeeiro, segundo o modelo de Porter (1986). A análise das cinco forças competitivas permitiu identificar quais determinam a rentabilidade do setor em nível mundial. A partir desse entendimento, discutiram-se no contexto do mercado cafeeiro mundial as estratégias genéricas de redução de custos e de diferenciação pela qualidade, com destaque para a segunda pela sua importância para o desenvolvimento do estudo de caso da Fedecocagua (Capítulo 6).