

# TENDÊNCIAS DO MERCADO DO CAFÉ & PADRÕES DE QUALIDADE

**Hans Christian Schmidt**  
**Coordenador Projeto Café Sustentável - ES**

PROJETO CAFÉ  
SUSTENTÁVEL-ES



**50 Anos**  
**Incaper**  
Instituto Capixaba de Pesquisa,  
Assistência Técnica e Extensão Rural

**gtz**



Neumann Kaffee Gruppe





# O Projeto Café Sustentável - ES

O Projeto visa desenvolver estratégias e ações, com base em um modelo gerencial e tecnológico, com enfoque no aumento da produtividade e na diversificação da produção, na melhoria da qualidade e na comercialização para agregação de valor ao café e no manejo sustentável dos recursos naturais.

Leva em consideração os diversos padrões existentes e as ações são desenvolvidas por meio da participação de diversos agentes – governamentais, sociais e empresariais –, tornando a cadeia produtiva da cafeicultura capixaba mais competitiva e baseada em critérios de sustentabilidade.



O projeto abrange 200 famílias de produtores em 13 municípios nas regiões de café arábica e conilon.



# O Mercado Regional e Nacional

- **O Brasil é o segundo maior consumidor de café sendo que em 2005 foram consumidas 15,8 milhões de sacas no mercado interno. Até 2010 o Brasil deve se tornar o maior consumidor de café;**
- **Constata-se que o mercado consumidor nacional não tem valorizado suficientemente a qualidade do produto, necessitando de campanhas educativas, marketing para aumentar o consumo de um produto diferenciado.**
- **Em grande parte da população a tomada de decisão de compra é influenciada basicamente pelo fator preço...**
- **Porém nos últimos anos a procura por cafés de maior qualidade vem aumentando no Brasil;**



# O Mercado Internacional

- Os maiores importadores/ consumidores de café no mundo são Estados Unidos, Alemanha, Japão, França, Itália, Espanha, Bélgica, Luxemburgo, Holanda e Inglaterra. Os cinco primeiros consomem em torno de 70% do café exportado.
- O mercado internacional de café no varejo encontra-se oligopolizado. Atualmente, as cinco maiores indústrias de torrefação (Nestlé, Kraft Foods, Procter & Gamble, Sara Lee e Tchibo) adquirem quase a metade da oferta mundial de café verde.



# **Evolução do Mercado Internacional**

**No início da década de noventa, as vendas mundiais de café no varejo eram da ordem de US\$ 30 bilhões por ano; desse montante, os países produtores ficavam com um terço (US\$ 10-12 bilhões).**

**Em 2001, quando as cifras chegaram a cerca de US\$ 70 bilhões, os mesmos países produtores ficaram com apenas US\$ 5,5 bilhões desse montante (8%).**



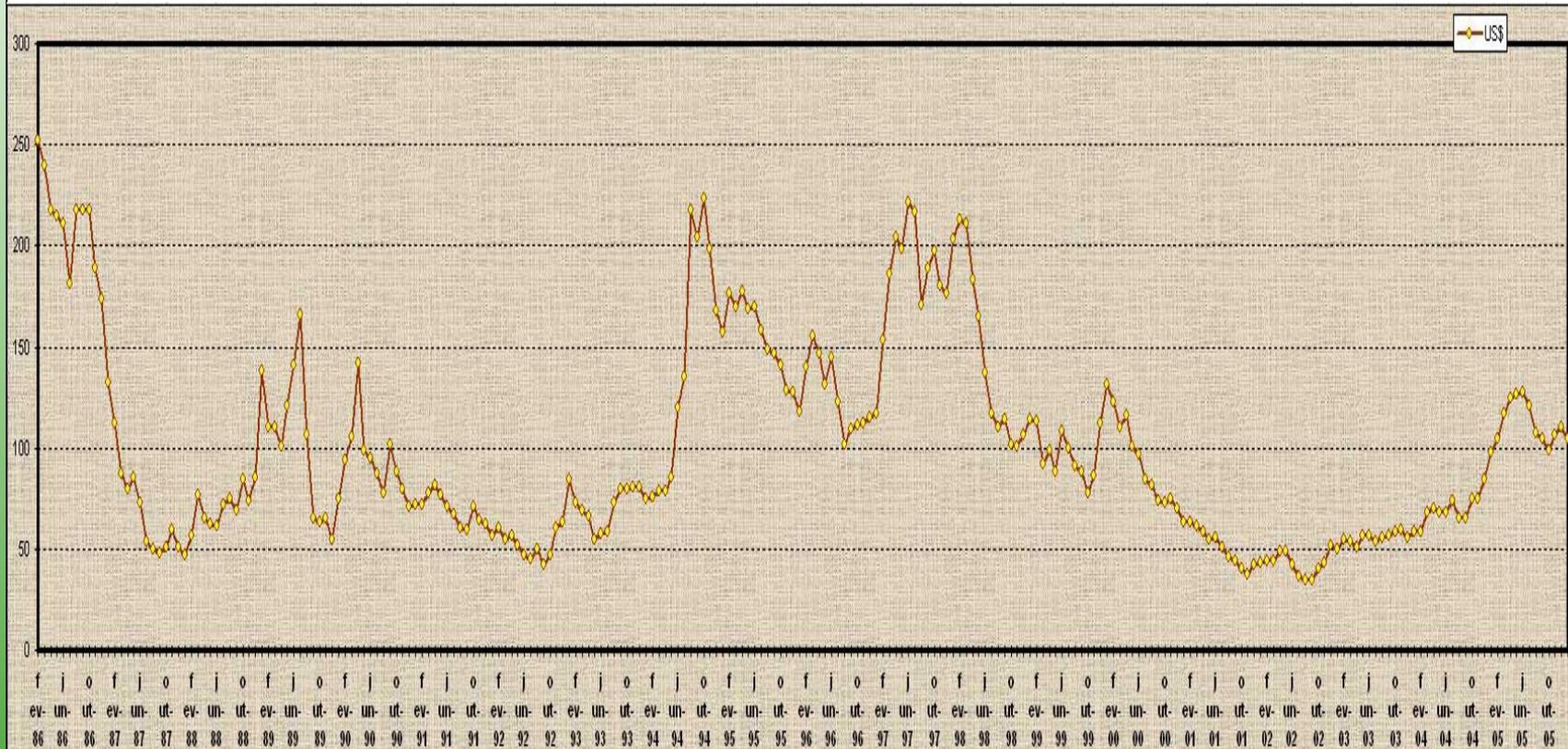
## **Evolução do Mercado Internacional**

**Pode se observar uma diminuição dos estoques a nível internacional e nacional e uma produção sem fôlego para acompanhar o consumo. Com isso o mercado de café deve passar nos próximos anos por um período de oferta perigosamente apertada, o que leva a uma tendência de alta de preços. (consumo mundial em 2005 foi de 115,1 e produção de 115,04 milhões de sacas, para 2006 está projetado um consumo em torno de 119 milhões de sacas e produção estimada em 108 milhões de sacas.**

**Um outro fenômeno que merece destaque é o mercado crescente para conilon/ robusta em função do crescimento do mercado de café solúvel, principalmente em mercados de consumo emergentes como China e Rússia. Além disso também se observa que houve um aumento de conilon/ robusta nos blends do café torrado nos países importadores.**

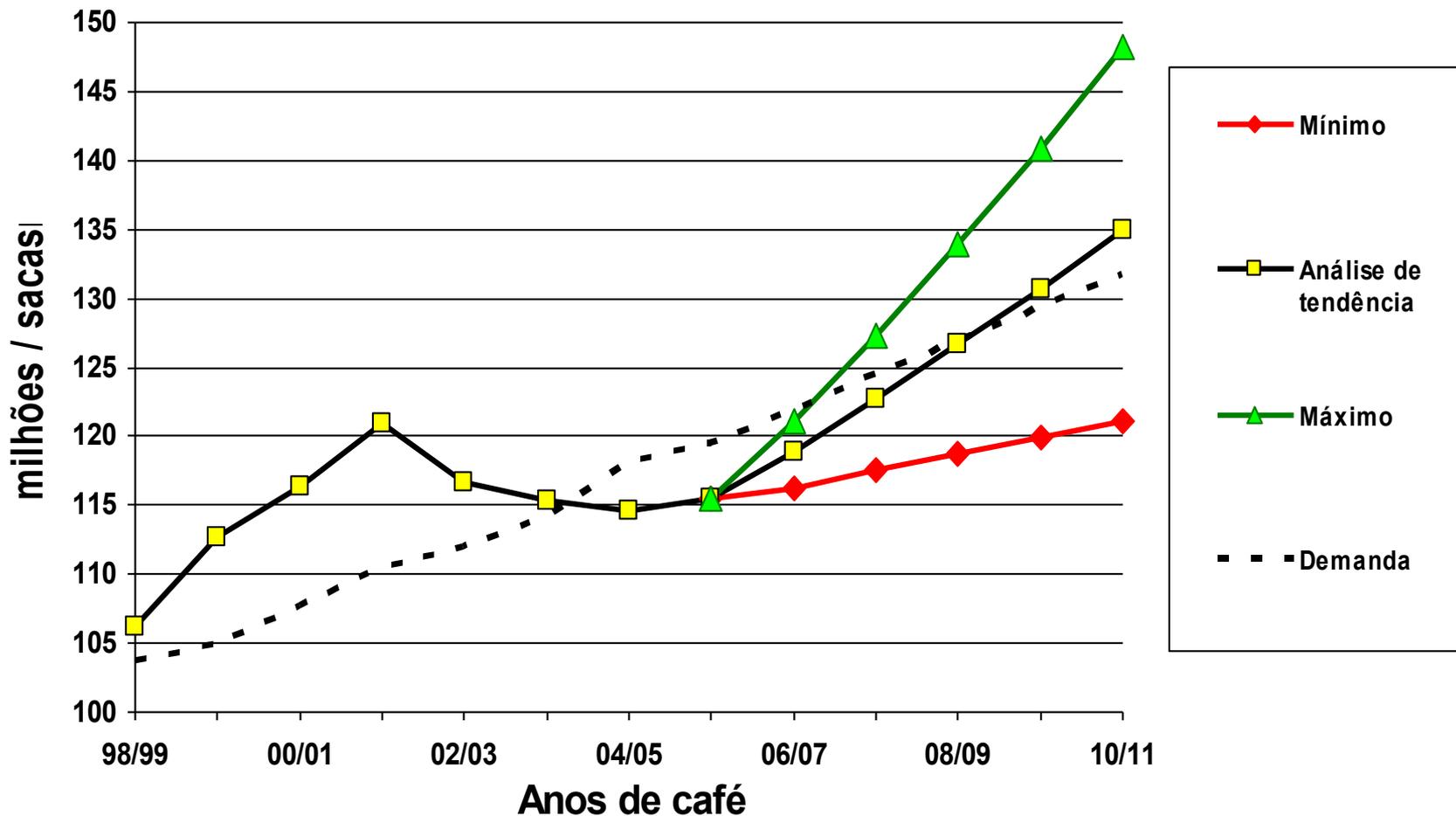


# Evolução do Preço Internacional 1986 -2005





# Evolução do Mercado Internacional



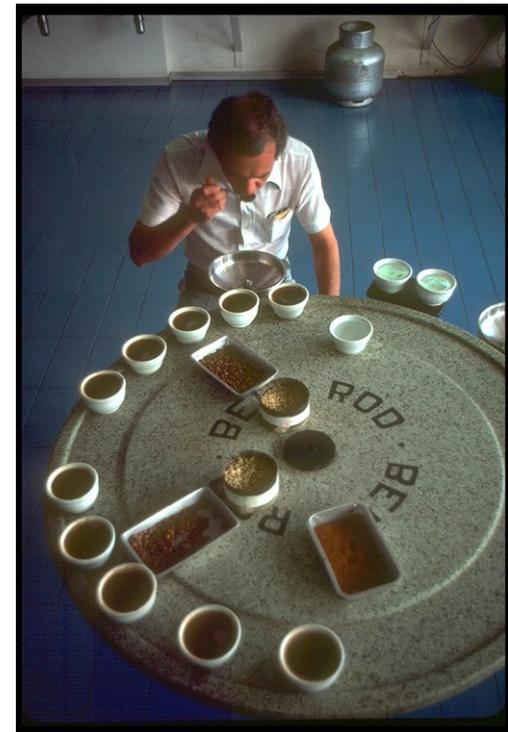
**O consumo mundial em 2005 foi de 115,1 para uma produção de 115,04 milhões de sacas. Para 2006 está projetado um consumo em torno de 119 milhões de sacas para uma produção estimada em 108 milhões de sacas.**



# Remuneração do café

**Básicamente a remuneração do café se baseia em um sistema de classificação baseada em:**

- **Tipo (numero de defeitos e impurezas)**
- **Bebida (Rio Zona, Rio, Riada, Dura e Mole)**
- **Peneira (tamanho do grão)**
- **Cor**





# Segmentação e Especialização do Mercado

Ao longo dos últimos anos o mercado do café tem passado por profundas transformações. Surgem assim uma série de novos segmentos de mercado:

- **Café de qualidade superior/ finos/ gourmet**
- **Café de origem (geográfica)**
- **Café Orgânico**
- **Café Fair Trade (Justo e solidário)**
- **Café e Conservação dos Recursos Naturais (florestas, biodiversidade, água)**
- **Café Sustentável**
- **Outros (Kopi Luwak, Koscher)**



A classificação se dá geralmente através da certificação, emissão de selos de qualidade e análises de bebida.



# A Qualidade Agregando Valor

Os cafés de qualidade superior tendem a naturalmente, agregarem valor, como prêmio à qualidade.

O mercado de cafés especiais tem sido grandemente estimulado pela realização de concursos de qualidade, como aqueles patrocinados pela BSCA, Illycafé e Ueshima Coffee Company (UCC).





# A Qualidade Agregando Valor

**Investimentos em técnicas de colheita seletiva e de equipamento e estruturas de pós-colheita tem contribuído para melhoria da qualidade.**





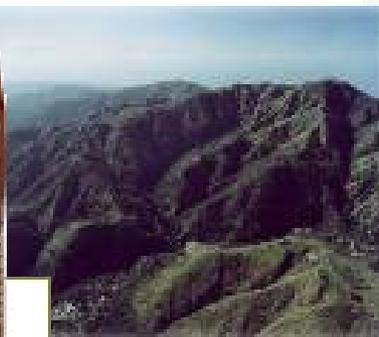
# A Origem como Diferenciação

Alguns países, estados e empresas tem optado pela origem como característica de diferenciação e agregação de valor;

Essa estratégia só tem perspectivas quando associado a altos investimentos em marketing.



Café de Colombia



R\$  
300,00/kg



R\$ 19,00/kg



# Mudança do Conceito de Qualidade

**A nível mundial conceito sobre a qualidade do café está mudando – não se considera mais apenas o padrão e características sensoriais – cada vez mais são levados em consideração também aspectos sociais e ambientais;**

**Os consumidores estão mais informados sobre a situação crítica vivida nos países produtores, sendo que a indústria do café reage a isso buscando desenvolver o conceito da produção sustentável;**

**A nível mundial os cafés especiais representam em torno de 12% da produção, sendo que 5% referentes à certificação sócio-ambiental. No Brasil o segmento de cafés especiais representa 2,5%.**



# Mudança do Conceito de Qualidade

**Dentro desse processo, o comércio internacional vem sendo afetado por exigências que visam qualidade e uniformidade de produtos (inspiração nas normas de qualidade ISO 9000, ou ISO 14000 - meio ambiente);**

**Por outro lado, multiplicam-se mecanismos que procuram controlar todos os procedimentos ao longo da cadeia produtiva, com o objetivo de garantir, além do resultado econômico, a preservação ambiental, a adequação social do processo produtivo e a segurança dos produtos (segurança alimentar), inclusive permitindo a rastreabilidade das práticas adotadas.**



# Café Orgânico

O café orgânico talvez seja um dos nichos de mercado mais conhecido.

Existem normas bem claras de produção que se baseiam em legislações e certificações nacionais e internacionais.



**U\$ 150,00 – 160,00/ saca no mercado nacional**

**U\$ 160,00 - 200,00 / saca no mercado internacional**



# Fair Trade – Justo e Solidário

Fair Trade é uma parceria comercial baseada em diálogo, transparência e respeito, que oferece a pequenos produtores melhores condições de comercialização e assegura aos trabalhadores os seus direitos.



No Espírito Santo a FACL comercializa a saca por U\$ 160,00

R\$ 40,00 /kg torrado e moído na Europa (aprox.)



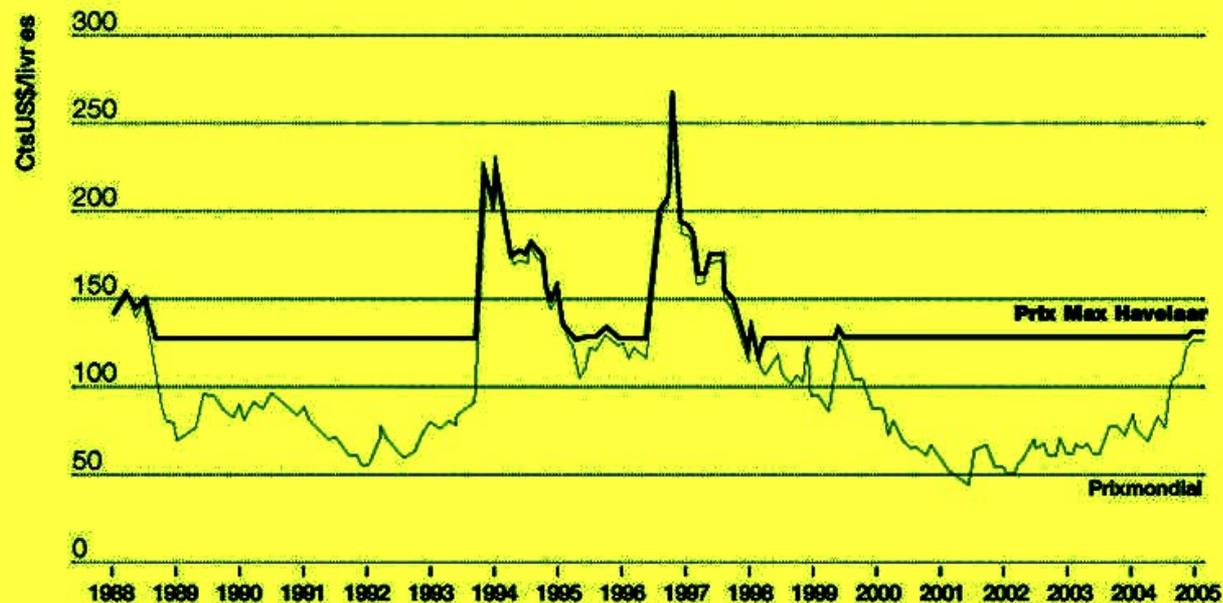
# Fair Trade – Justo e Solidário

## Recapitulativo vendas FT café

	Volume			Valor (USD)		
	Nao organico	Organico	Total	Nao organico	Organico	Total
2002	0	13.8	13.8	0.0	40940	40940.0
2003	296.7	47.3	344.0	704217.5	121072.1	825289.5
2004	533.4	52.4	585.8	1250242.9	150156.0	1400398.9
2005	1127.7	0	1127.7	2636714.2	0	2636714.2
	1957.8	113.54	2071.34	4591174.5	312168.05	4903342.6

## Comparaison du cours du café arabica et du prix garanti 1988-2005

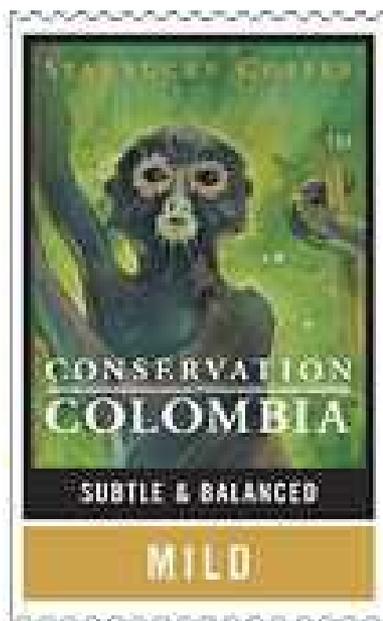
Bourse de New York





# Café e Conservação dos Recursos Naturais

**Baseia-se na promoção da agricultura sustentável e o uso de um marketing ambiental como estratégia de conservação do meio ambiente e da biodiversidade e da promoção social.**





# Café Sustentável

**Os padrões de sustentabilidade atualmente existentes estão restrito a nichos de mercado (Café Orgânico, Fair Trade, Rainforest Alliance, Utz Kapeh, etc totalizam 5%) embora com crescimento gradual - o mercado de Café Orgânico está em torno de 2 milhões de sacas/ ano (3,5 %);**

**A crise de imagem, atrelando o café com pobreza, à degradação ambiental e baixa qualidade de produto leva o segmento do mercado principal (*mainstream*) e principalmente os setores do comércio e da indústria do café a reagirem buscando desenvolver o conceito da produção sustentável. Diversas iniciativas voltadas a implementação e viabilização de uma cafeicultura sustentável surgem após 2002.**



# Café Sustentável

**Segundo pesquisas há um enorme mercado potencial para o café sustentável, o que dependerá do estabelecimento de um padrão amplamente aceito e aplicável. Chega-se a cogitar que nos próximos algo em torno de 40 a 50% do mercado mundial deverá ser de café sustentável;**

**Porém a qualidade do café é decisivo, aspectos ambientais e sociais são componentes adicionais;**



# Café Sustentável

**Não há garantias de recebimento de melhores remunerações – o estímulo deve vir da redução de custo do sistema de produção, agregação de valor através de melhoria do produto, gestão da comercialização, diversificação e benefícios ambientais e sociais.**

**Foca nas “Boas Práticas Agrícolas” fundamentadas na manutenção de 3 práticas principais: segurança alimentar, preservação do meio ambiente e responsabilidade social.**

- **Manejo e conservação do solo e da água**
- **Manejo da cultura**
- **Nutrição vegetal**
- **Manejo de pragas, doenças e plantas invasoras**
- **Manejo de resíduos**
- **Colheita, armazenamento, transporte e comercialização**



# Códigos de Conduta para a Cadeia do Café

Em 2003 a GTZ e a DKV criaram um projeto articulado entre atores de toda a cadeia de produção do café para estabelecer um código de conduta regulando a sustentabilidade ao longo da cadeia (CCCC);

Existem outras iniciativas que vão nessa direção como o protocolo de café EUROGAP (parceria com Utz Kapeh) e a plataforma empresarial SAI (Sustainable Agriculture Initiative) e no Brasil a Produção Integrada de Café - PIC

Projetos Pilotos para trabalhar os diferentes aspectos da sustentabilidade e aportar experiências para o desenvolvimento dos "Códigos de Conduta" estão sendo identificados e implementados em diversos países;

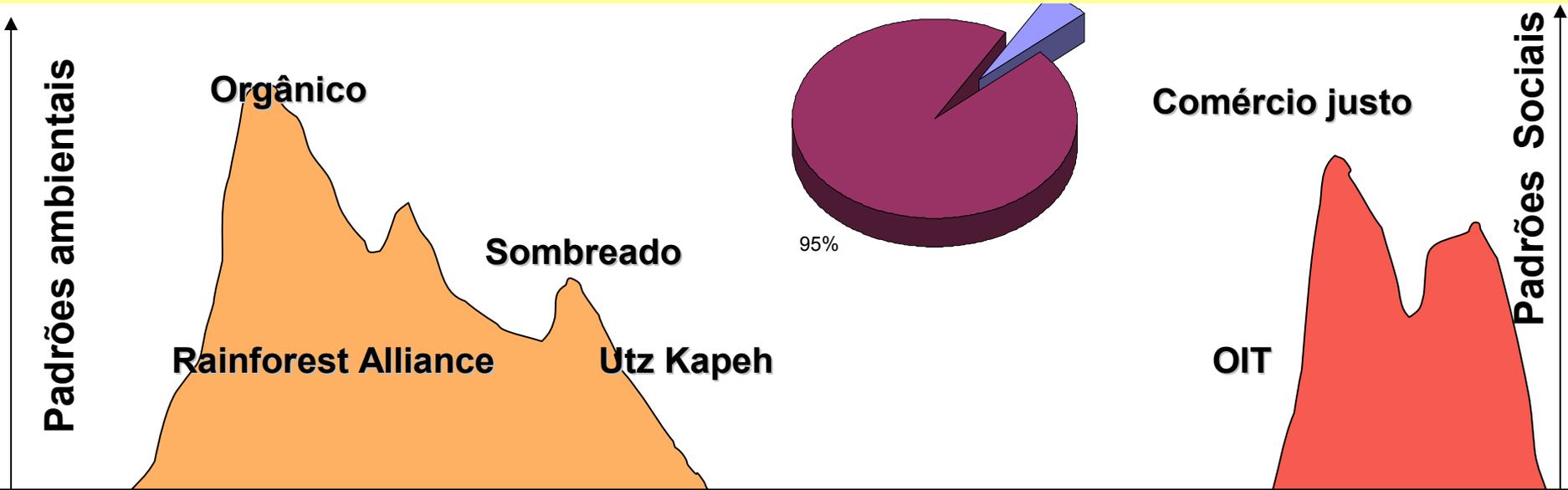


**EUREPGAP®**



**PIC**

# O 4C na Cadeia do café



**Código Comum da Comunidade Cafeeira**

**Práticas inaceitáveis**

# Os Códigos de Conduta - Critérios Ambientais

<b>Princípio</b>	<b>Critério verde</b>	<b>Critério amarelo</b>	<b>Critério vermelho</b>
<b>Manter a fertilidade do solo e prevenir a erosão</b>	<b>Prática de uma Agricultura Conservacionista</b>	<b>Valorização da gestão e manejo de solo /plano de conservação</b>	<b>Degradação contínua do solo</b>
<b>Proibição / eliminação gradual dos pesticidas mais perigosos conforme definido pelas leis internacionais e nacionais</b>	<b>Não são utilizados agrotóxicos proibidos para o uso na agricultura tanto no país de uso, no país de origem ou pelos acordos internacionais</b>	<b>Terminar com o uso de Endosulfan</b>	<b>Uso dos pesticidas mais perigosos (a serem definidos)</b>
<b>Uso apropriado de fertilizantes</b>	<b>Aplicar fertilizantes de acordo com as necessidades das plantações derivadas de um monitoramento e análise promovendo o uso de subprodutos orgânicos</b>	<b>Adubação baseada em análise de solo</b>	<b>Uso excessivo de fertilizantes contaminando os recursos hídricos</b>
<b>Conservação dos recursos hídricos</b>	<b>Incremento da capacidade de reposição de água/ tecnologia que permite melhorar o uso da água</b>	<b>Implementação de práticas de conservação dos recursos hídricos</b>	<b>Consumo de água além de sua capacidade de reposição</b>

# Os Códigos de Conduta – Critérios Sociais

<b>Princípio</b>	<b>Critério verde</b>	<b>Critério amarelo</b>	<b>Critério vermelho</b>
<b>A carga de trabalho respeita a legislação trabalhista nacional e as convenções internacionais</b>	<b>1. horas extras apenas nos períodos de colheita; 2. remuneração adequada para as horas extras</b>	<b>1. horario de trabalho transparente; 2. horas de trabalho efectivas e registradas individualmente</b>	<b>1. horas extras não são remuneradas; 2. ausência de um horario de trabalho</b>
<b>Todos os trabalhadores, incluindo os temporários, devem receber um salário condizente e justo, pelo menos o salário mínimo</b>	<b>Todos os trabalhadores recebem mais que o salário mínimo incluindo o pagamento de benefícios sociais</b>	<b>Os trabalhadores recebem pelo menos o salário mínimo</b>	<b>Parte dos trabalhadores no recebem um salário mínimo</b>
<b>Os produtores melhoram suas habilidades e capacidades</b>	<b>Os produtores melhoram continuamente suas habilidades e capacidades para aplicar o código</b>	<b>Os produtores melhoram parcialmente suas habilidades e capacidades para aplicar o Código</b>	<b>Os produtores não melhoram suas habilidades e capacidades</b>
<b>Não está permitido o trabalho infantil abusivo</b>	<b>As crianças têm o direito de viver sua infância e acesso a educação</b>	<b>Existem esforços para retirar as crianças do trabalho e encaminhar para a escola</b>	<b>O trabalho é seguramente prejudicial para a saúde, a segurança ou moral das crianças</b>

# Os Códigos de Conduta – Critérios Econômicos

Princípio	Critério verde	Critério amarelo	Critério vermelho
<p>Cooperativas/exportadores/ associações melhoram a capacidade dos produtores, para que tenham acesso adequado à informações de mercado, capacitação, crédito e fornecimento de insumos.</p>	<p>Cooperativas/exportadores/ associações melhoram sistematicamente a capacidade dos produtores para que tenham acesso à serviços agrícolas adequados.</p>	<p>Cooperativas/exportadores/ associações desenvolvem um sistema para que os produtores tenham acesso à serviços adequados.</p>	<p>Os não tem acesso a informações adequadas de mercado, capacitação, crédito financeiro e fornecimento de insumos.</p>
<p>A qualidade em relação ao cumprimento dos aspectos sociais e de meio ambiente se aplica a todos os níveis da cadeia de produção.</p>	<p>Foi implementado um monitoramento em todos os níveis da cadeia – a informação é difundida e usada para o melhoramento do processo.</p>	<p>Um monitoramento foi implementado porém algumas vezes é limitado a certos níveis ou aspectos.</p>	<p>Não se estabeleceu um monitoramento ativo na cadeia de produção do café.</p>
<p>Os preços refletem a qualidade produzida</p>	<p>A qualidade é compensada por um prêmio/sobrepço conforme acordo entre as partes e comprovada pela certificação.</p>	<p>Um processo de melhoria de qualidade é desenvolvido e avaliado pelas partes e comprovada pela certificação .</p>	<p>Não existe relação evidente entre qualidade (CCCC) e preço.</p>



## Considerações finais

- O desenvolvimento de competências empreendedoras e capacidade de gestão e comercialização são centrais para o empoderamento dos produtores;
- Informações sobre produção e mercado e recursos financeiros (crédito) tem que estar acessível ao produtor para viabilizar seu sistema de produção;
- Estratégias de auto-consumo, agregação de valor ao produto (qualidade e processamento), diversificação de produção e canais de comercialização são fundamentais para a viabilização econômica;
- O processo de articulação entre os diversos atores da cadeia é fundamental e deve ser baseado em transparência e em parcerias “ganha – ganha”;
- Parcerias com o segmento privado (industrial e comercial) podem ser uma alternativas para associações e cooperativas;
- Políticas públicas municipais, estaduais e federais de fortalecimento de assistência técnica, crédito e comercialização para a AF devem ser incrementadas;



# Considerações finais

## Palavras Chaves

- Diversificação (produção, comercialização e parcerias);
- Melhoria de Qualidade de produto e serviços;
- Fortalecimento da Organização dos produtores
- Promover maior Articulação de redes, da cadeia produtiva e políticas públicas;
- Profissionalização da Gestão (produção, beneficiamento e comercialização);

- **NÃO EXISTE MILAGRE !**
- **NÃO EXISTE RECEITA DE BOLO !**



**Obrigado!**

**Hans Christian Schmidt**  
**Coordenador Café Sustentável-ES**  
**Tel.: 27 3345 5385 Fax.: 3225 9217**  
**E-mail: [prorenda@incaper.es.gov.br](mailto:prorenda@incaper.es.gov.br)**  
**Homepage: [www.incaper.es.gov.br/dls-es](http://www.incaper.es.gov.br/dls-es)**