

PRODUÇÃO DE CAFÉ NOS PAÍSES CONCORRENTES DO BRASIL E TENDÊNCIAS DO CONSUMO MUNDIAL¹

Luiz Moricochi²
Nelson Batista Martin²
Celso Luis Rodrigues Vegro²

1 - INTRODUÇÃO E OBJETIVOS ¹

O café movimenta atualmente mais de US\$40 bilhões no mercado mundial, sendo importante atividade para a geração de emprego e renda em muitos países. Estima-se que mais de 20 milhões de pessoas no mundo dependem diretamente dessa atividade para a sua sobrevivência econômica.

Este estudo tem como objetivo geral delinear as principais condicionantes da cafeicultura dos países concorrentes do Brasil bem como analisar os aspectos de consumo relacionados com essa atividade no mercado mundial. Mais especificamente, pretende-se verificar as condições atuais e potenciais desse segmento econômico em termos de produção e de consumo.

A hipótese subjacente é que novas variáveis estão surgindo tanto do lado da oferta como da demanda e que devem ser levadas em consideração pelo Brasil na formulação de sua política cafeeira na qualidade de principal produtor mundial.

2 - METODOLOGIA

Para a realização dessa pesquisa foram analisadas pelos autores várias publicações especializadas e disponíveis nas bibliotecas de diversos institutos de pesquisa e universi-

dades. Publicações do Departamento de Agricultura Americano (USDA), da Universidade de Montpellier na França e do Centro Nacional de Investigaciones Cafeteras (CENICAFÉ) da Colômbia foram de grande utilidade. Entre os periódicos especializados pode-se citar: Coffee & Cocoa International; World Coffee & Tea, Coffee Trade Journal; Complete Coffee Coverage e F. O. Licht's International Coffee Report. A participação dos autores em Congressos e Seminários Nacionais e Internacionais do café também constitui fontes úteis de informação.

3 - PRODUÇÃO MUNDIAL

A produção mundial de café foi de 100,5 milhões de sacas em 1996 (ano civil), 11,79% superior em relação a 1995 (89,907 milhões de sacas) (Tabela 1). A América do Sul, com Brasil e Colômbia somados, respondeu por mais de 37,75% da produção, sendo a principal região produtora. América Central e do Norte e África e Ásia apresentaram em 1996 produção oscilando em torno de 18,60% e 19,70% do total. No conjunto, deve ser destacado o grande desenvolvimento que a cafeicultura vem apresentando na Ásia em relação às demais regiões (Figura 1).

A seguir serão analisadas separadamente, para efeito didático, as produções de café nos Continentes Americano, Africano e Asiático.

3.1 - Américas

A Colômbia, segundo produtor mundial de café, apresentou pico de produção em 1991/92 com cerca de 18 milhões de sacas (Figura 2), declinando até se estabilizar em torno de 12-13 milhões. O USDA estimou em 10,25

¹Os autores agradecem ao Pesquisador Científico Sebastião Nogueira Jr. a leitura e crítica do texto bem como as sugestões apresentadas. Igualmente agradecem aos Engenheiros Agrônomos José Luiz Mello Monteiro e Roberto Gonçalves de Abreu, respectivamente, Diretor e Coordenador do Departamento Nacional do Café, do Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo, as informações disponibilizadas.

²Engenheiro Agrônomo, MS, Pesquisador Científico do Instituto de Economia Agrícola.

TABELA 1 - Produção Mundial de Café por Continentes e Países, 1994-97

Continente/país	1994		1995	
	Quantidade (em milh o de sacas)	%	Quantidade (em milh o de sacas)	%
América do Norte/Central	17,3	17,62	19,3	21,47
Costa Rica	2,5	2,55	2,6	2,89
El Salvador	2,3	2,34	2,3	2,56
Guatemala	3,5	3,56	3,8	4,23
Honduras	2,3	2,34	2,2	2,45
México	4	0,41	5,4	6,01
Outros	2,6	2,65	2,9	3,23
América do Sul	46,1	46,95	34,9	38,82
Brasil	28	28,50	16,8	18,69
Colômbia	13	1,32	12,9	14,35
Equador	2,5	2,55	1,9	2,11
Peru	1,4	1,43	1,8	2,00
Outros	1,1	1,12	1,4	1,56
África	18,2	18,53	18,4	20,47
Costa do Marfim	3,7	3,77	2,9	3,23
Etiópia	3,8	3,87	3,8	4,23
Qu"nia	1,6	1,63	1,6	1,78
Tanzânia	0,8	0,81	0,8	0,89
Uganda	3,1	3,16	4,2	4,67
Outros	5,2	5,30	5,1	5,67
Ásia/Oceania	16,7	17,01	17,2	19,13
Índia	3,1	3,16	3,7	4,12
Indonésia	6,4	6,52	6	0,67
Vietnã	3,5	3,56	4	0,44
Outros	3,7	3,77	3,60	4,00
Total	98,2	100,00	89,9	100,00
Continente/país	1996		1997 ¹	
	Quantidade (em milh o de sacas)	%	uantidade (em milh o de sacas)	%
América do Norte/Central	19,8	19,70	20,7	19,96
Costa Rica	2,3	2,29	2,4	2,31
El Salvador	2,4	2,39	2,6	2,51
Guatemala	4,1	4,08	4,2	4,05
Honduras	2,3	2,29	2,5	2,41
México	5,8	5,77	5,7	5,50
Outros	2,9	2,88	3,3	3,18
América do Sul	42,1	41,89	44,3	42,73
Brasil	27,5	27,36	28,0	27,00
Colômbia	10,3	10,25	11,3	10,90
Equador	1,8	1,79	1,9	1,84
Peru	1,5	1,49	1,8	1,74
Outros	1,0	1,00	1,3	1,25
África	18,7	18,61	19,5	18,80
Costa do Marfim	4,6	4,58	3,8	3,66
Etiópia	4,0	3,98	4,0	3,86
Qu"nia	1,3	1,29	1,7	1,64
Tanzânia	0,7	0,70	0,7	0,68
Uganda	4,0	3,98	4,0	3,86
Outros	4,1	4,08	5,3	5,10
Ásia/Oceania	19,9	19,80	19,2	18,51
Índia	3,4	3,38	3,7	3,57
Indonésia	7,6	7,56	6,8	6,56
Vietnã	4,2	4,18	5,0	4,81
Outros	4,7	4,68	3,7	3,57
Total	100,5	100,00	103,7	100,00

¹Informações preliminares divulgadas em junho de 1997.

Fonte: Elaborada a partir de dados básicos do USDA (1996) e FEDERAÇÃO (1997).

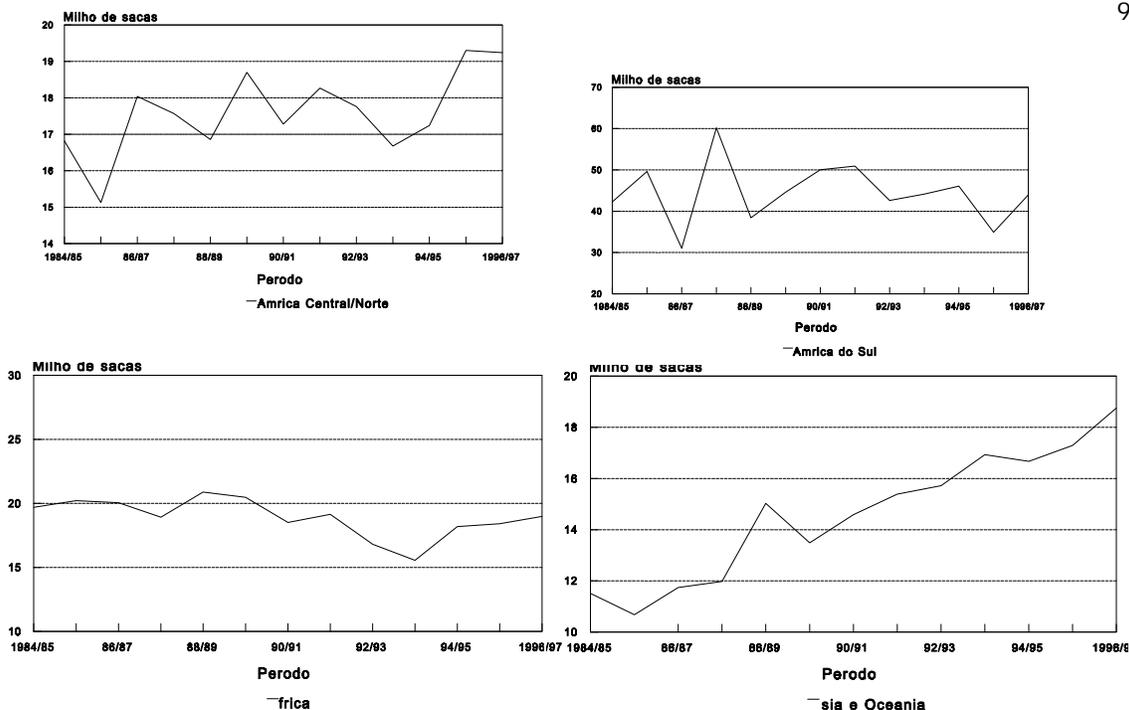


Figura 1 - Evolução da Produção de Café por Continente, 1984/85 a 1996/97.

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de dados básicos do USDA.

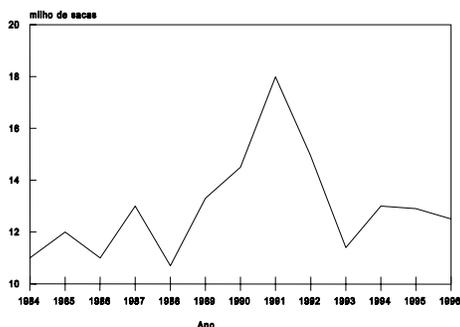


Figura 2 - Produção de Café na Colômbia, 1984-96.

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de dados básicos do USDA.

milhões de sacas a produção de 1996 e a expectativa é que a mesma se eleve para 11,3 milhões em 1997. A infestação da broca do cafeeiro (*Hypothenemus hampei*), que atinge cerca de 500 mil dos 940 mil hectares cultivados com a cultura, constitui grande desafio para a cafeicultura colombiana. A área apropriada para o cultivo

de café na Colômbia é estimada em 4,5 milhões de hectares.

O custo de produção nesse país é muito elevado, cerca de US\$0,95³/libra peso, o que equivale a mais de US\$125/saca de 60kg (COMPLETE, 1996a). A Federação Colombiana pretende implementar plano de reduzir, até o ano 2000, a área cultivada para 600 mil hectares, elevando a produtividade dos atuais níveis de 13,88 sacas para 22,64 sacas de 60kg de café beneficiado/hectare (produção projetada de 13,6 milhões de sacas), visando baixar os custos. Intensificar o controle da broca e o plantio adensado de café de acordo com nova tecnologia disponível poderá viabilizar o alcance dessa meta. O Centro Nacional de Investigação do Café (CENICAFÉ) tem sido pioneiro em realizar pesquisas relacionando densidade de plantio

³Em maio de 1997, o preço interno pago aos produtores foi de US\$173,72/saca, o que correspondia a US\$1,31/libra-peso.

com rendimento, em função de diferenças regionais de clima e solo (os experimentos têm variação de 2.500 a 30.000 plantas/hectare)⁴.

A Colômbia não tem programa agressivo de industrialização de café, a despeito de dispor de boa matéria-prima. Embora o café solúvel seja a principal forma de comércio exterior de café industrializado, esse país participou em 1994 com apenas 11,6% do comércio mundial desse produto, superado de longe pelo Brasil com 60,37% do total mundial exportado. Para justificar a pequena participação da Colômbia no comércio mundial de café industrializado, GUTIERREZ (1995) apresenta os seguintes argumentos:

- Excesso de capacidade instalada no mundo.
- Proteção industrial nos mercados compradores, através de tarifas e contingenciamentos.
- Estrutura concentrada do mercado.
- Necessidade de vultosos recursos para consolidar-se no mercado com uma marca.
- Concorrência com os próprios consumidores de café verde colombiano.

Esse mesmo autor, ainda acrescenta que a industrialização de café torrado na Colômbia apresentaria duas desvantagens importantes:

- Custos de processamento e embalagem seriam 75% maior na Colômbia do que no exterior, representando um sobrecusto de US\$0,43 por quilo de café torrado.
- Custo de transporte nacional e internacional representando sobrecusto de 82% relativamente ao torrador do exterior, o que corresponde a US\$0,31 por quilo.

Apesar desse discurso pessimista quanto às possibilidades de industrialização do café na Colômbia e de que seria preferível continuar realizando mais esforços ainda para manter sua posição já consolidada de fornecedor de produto *in natura* de boa qualidade, o que se observa na prática é o contínuo aumento no volume de café industrializado e exportado pelo país, levando-o a ter participação maior no volume total de café industrializado e comercializado no mundo, estimado atualmente em 4,5

⁴Deve-se ressaltar esse ponto pelo fato de o adensamento racional ser um sistema de manejo que poderá ser intensificado nos países que desejam aumentar a produtividade do café, respaldado, no entanto, em pesquisa agrônoma orientada para disponibilizar tecnologia com teste de validação.

milhões de sacas de café verde (Tabela 2).

TABELA 2 - Exportações de Café Industrializado por Tipo, Colômbia, 1989-96

(em mil sacos equivalentes de café verde)

Ano	Solúvel	Liofilizado	Extrato	Torrado e Moído	Total
1989	149	171	31	-	351
1990	197	189	35	-	421
1991	145	171	47	-	363
1992	211	183	34	9	437
1993	272	191	23	26	512
1994	303	172	42	26	543
1995 ¹	276	198	4	26	504
1996 ²	388	200	5	25	618

¹Estimado.

²Projetado.

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de GUTIERREZ (1995).

A Colômbia é muito eficiente na condução de política externa, no sentido de salvaguardar seus interesses, consolidando, internacionalmente, a imagem de seu produto. Em 1993, o café colombiano atendia 18% do mercado americano de cafés especiais com certificado de origem (*straight coffee*)⁵ sendo o principal fornecedor para esse mercado (LEVIN, 1996).

O Fundo Nacional do Café, constituído para garantir preço mínimo aos produtores e efetuar a tradicional publicidade em torno do produto, apresenta-se deficitário. Antes da recente alta observada nos preços internacionais e em função do aumento nos custos de produção associado à valorização da moeda, as expectativas eram de que esse déficit seria superior a US\$460 milhões no final de 1997. Caso esse déficit seja confirmado (apesar dos preços extremamente favoráveis do café), o Fundo poderá ser obrigado a limitar sua atuação e muitos produtores poderão abandonar a atividade, causando fortes impactos sócio-econômicos internos com reflexos inclusive no mercado mundial do produto.

Aparentemente, observa-se um conflito entre as autoridades econômicas colombianas e

⁵Seguido pelo café da Guatemala (10%), Sumatra (9%), Quênia e Costa Rica (8% cada um).

lideranças cafeeiras, sendo que a posição do governo é de que a sociedade daquele país não deve continuar financiando produtores ineficientes a despeito do setor responder por 8% do emprego total, sendo, portanto, vital para a estabilidade social do país.

O México é o maior produtor de café da América do Norte com mais de 5,8 milhões de sacas em 1996, com perspectiva de elevar sua produção, favorecido pela sua participação no Acordo de Livre Comércio da América do Norte (NAFTA) (Tabela 1). Apesar do expressivo volume de produção, o café tem papel secundário na geração de receitas cambiais pelo país (menos de 1%), sendo essa a principal razão pela qual o México não tem se interessado em participar de acordos como o preconizado pela Associação dos Países Produtores de Café (APPC), além de sua produção poder ser integralmente absorvida pelos Estados Unidos.

Na América Central, a Guatemala é o principal país produtor (COMPLETE, 1996a), seguido de El Salvador, Costa Rica e Honduras, sendo que esse países juntamente com o México respondem por mais de 16% da produção mundial. Enquanto a área cultivada na Guatemala permanece estável, na Costa Rica, ela tem declinado. A evolução dos custos de produção e a falta de recursos financeiros (exceto em El Salvador) são os maiores problemas desses países. A política cafeeira é decisiva para o desenvolvimento dessa região, tendo em vista o peso que o café representa nas receitas de exportação⁶.

3.2 - África

Nesse Continente observa-se recuperação da produção cafeeira, sendo a liberalização em curso do setor o principal responsável pelo processo (COMPLETE, 1996b). Em 1991/92, participava com 18% da produção mundial, caindo para 16% em 1993/94 (14,7 milhões de sacas), voltando a representar cerca de 18,8% atualmente (19,5 milhões de sacas) (Tabela 1).

Continente Africano e café robusta

⁶Cerca de 34% na Nicaraguá; 31% em Honduras; 24% em El Salvador; 20% na Guatemala e 11% na Costa Rica (COMPLETE, 1996a).

normalmente constituem identidade para os analistas do mercado. Entretanto, também ali estão produtores de finos cafés arábicos, como Quênia e Tanzânia (café do grupo colombiano) e Etiópia (café do grupo arábica brasileiro), sendo que, no conjunto, o arábica representa 45% da produção africana. Os países que apresentam maior dependência do café na obtenção de receitas cambiais situam-se nesse Continente: Uganda (89,9%), Burundi (56,9%), Etiópia (56,6%) e Quênia e Tanzânia (10,4 e 20,3%, respectivamente).

Uganda e Etiópia apresentam resultados mais visíveis dessa tendência de recuperação da produção africana de café. Em Uganda, por exemplo, a produção de 1997 poderá alcançar 4,4 milhões de sacas (COMPLETE, 1997) frente aos 4,0 milhões obtidos no ano anterior. Cresce, também, a produção no Quênia, cuja exportação alcançou 1,4 milhão de sacas em 1996. Este foi o primeiro país africano a iniciar a liberalização da política cafeeira, porém, em ritmo mais lento (BRANDO, 1997). Observa-se também aumento de produção na Tanzânia, embora não se possa confirmar como tendência de longo prazo.

A produção africana de café poderá chegar a 22 milhões de sacas no ano 2000. Apesar do otimismo muito ainda tem a ser feito para melhorar o desempenho da atividade cafeeira, pois a produtividade média das lavouras no Leste Africano ainda é muito baixa (500kg/ha), a despeito dos esforços conduzidos nesse sentido como a criação de novas linhagens de robustas híbridas com potencial de duplicar a produtividade.

O grande interesse pelo café observado no Leste Africano não se verifica na parte ocidental do Continente, onde o maior interesse está centrado no cacau e outras culturas. Além dos problemas causados pela guerra civil em Angola, Ruanda e Zaire, falta o mínimo de apoio logístico em infra-estrutura (estradas, por exemplo), para que os investidores possam se interessar em aplicar recursos no desenvolvimento da cafeicultura. Os prejuízos causados pelas guerras internas nesse lado ocidental podem ser exemplificados a partir do caso angolano. Esse país chegou a produzir 4 milhões de sacas na década de 70 (o produto respondia por mais de 60% das receitas cambiais), caindo vertiginosamente a partir de 1983 e hoje produz apenas 90

mil sacas.

3.3 - Ásia

A Indonésia é o principal país produtor, entretanto, a produção dessa região vem aumentando em função do crescimento da oferta, principalmente no Vietnã, Papua Nova Guiné e Índia.

A Indonésia, embora equivocadamente seja citada como país emergente na produção de café, é na realidade um dos mais tradicionais produtores no mundo. Lidera a produção (e exportação) mundial de robusta, mais de 7 milhões de sacas em 1996, com algumas projeções indicando que chegará a 8-9 milhões de sacas no ano 2000 (COMPLETE, 1996c). O robusta da Indonésia é o insumo chave na industrialização do café enlatado japonês que representa hoje 1/3 do consumo de café naquele país. Apesar dessa condição o café tem participação pequena nas receitas de exportação desse país (É semelhança do México), sendo talvez essa a principal razão pela qual resistiu o mais que pode em participar do acordo da APPC, de limitação da oferta do produto no mercado mundial⁷.

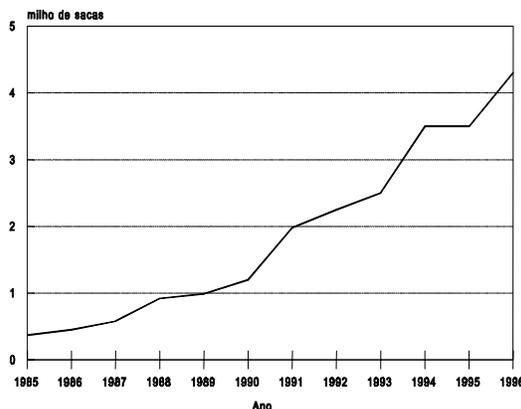
O Vietnã, este sim, pode ser considerado país emergente, já que produziu 4,2 milhões de sacas em 1996 (a previsão é de que esse número chegue a 5,0 milhões em 1997) quando há dez anos, não passava de 450 mil sacas (Figura 3). Existem projeções governamentais no sentido de esse país aumentar sua produção de arábica, que representa atualmente pouco mais de 3% (7.200ha) de sua área total com café de 230.000ha, dos quais 180.000ha em fase produtiva. A meta seria ter no futuro pelo menos 100 mil hectares de café arábica com produção correspondente de 3-4 milhões de sacas (BRAN-

⁷Inicialmente, a não participação do Vietnã foi o principal argumento das autoridades da Indonésia para a não adesão às metas de restrição das exportações formuladas pela APPC. Mas no acordo da APPC, celebrado em maio de 1996, o critério para o estabelecimento de cota à Indonésia foi meramente político, pois foi contemplado com um limite superior à sua capacidade de exportação, expediente utilizado para evitar a qualquer custo que esse país ficasse fora do acordo. Esse desfecho fez com que a Indonésia, na prática, não sofresse qualquer prejuízo de restrição na exportação ao mesmo tempo em que evitou que a APPC ficasse desgastada com sua não participação.

DO, 1997).

Figura 3 - Produção de Café Vietnã, 1985-96.

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de dados básicos do USDA



Alguns analistas são cépticos nesse sentido, já que o café arábica é mais exigente em termos de mão-de-obra para condução e colheita das lavouras, o que não seria compatível com a qualificação dos recursos humanos e de infra-estrutura de preparo e armazenagem daquele país. Por essa razão, acreditam que no Vietnã, a curto prazo, seriam poucas as chances de sucesso do plantio de arábica. Todavia, não se deve esquecer que o café arábica foi introduzido primeiro (1888) no Vietnã que o robusta pelos franceses, sendo que em 1930 havia 5.900ha em café, dos quais 4.700ha (80%) era arábica (TREBEL, 1996). Devido ao custo de produção do robusta ser baixo (menos de US\$35/saca), acredita-se que a sua produção continuará aumentando, porém em menor ritmo. Ainda assim, a produção vietnamita poderá ultrapassar 6 milhões de sacas de café robusta antes do ano 2000 (COMPLETE, 1996c).

A expectativa geral, portanto, é de que não deverá demorar muito para que a produção de café no Vietnã (robusta e arábica) supere a produção da Indonésia (3º produtor mundial). O fato de 3/4 do território vietnamita ser montanhoso, além da concorrência pela terra com o cultivo dos produtos básicos (necessidade alimentar da população, superior a 70 milhões de pessoas, com taxa de crescimento de 2,4% ao ano), poderá dificultar a expansão cafeeira no país.

A Índia é outro país asiático com potencial de aumento de sua produção, atualmente superior a 3,7 milhões de sacas, metade

das quais constituídas por café arábico. Com a desregulamentação em curso nesse setor, a expectativa é de que maiores investimentos sejam canalizados à cafeicultura por parte de investidores privados. O consumo indiano está estabilizado em torno de 1 milhão de sacas anuais.

Finalmente, na Tailândia e nas Filipinas a produção está estabilizada em torno de 1,300 milhão e 960 mil sacas respectivamente. Com relação à China, não se vê perspectivas a curto e médio prazos de desenvolvimento de sua produção. Especula-se que atualmente seria da ordem de 50.000 sacas, mas falta-lhe cultura cafeeira e infra-estrutura física e de serviços para sua expansão.

A produção na Ásia e Oceania (inclui Papua e Nova Guiné) poderá crescer 20% nos próximos cinco anos, aumentando sua participação nas exportações de café no mundo de 17% em 1995 para 21% na virada do século (COM-LETE, 1996c).

4 - CONSUMO MUNDIAL DE CAFÉ

O consumo mundial de café após sofrer redução em 1995, quando atingiu 96 milhões de sacas, 2,5% a menos que em relação a 1994 (98,5 milhões), voltou a crescer em 1996, estimando-se que atualmente seja da ordem de 98 a 100 milhões de sacas.

Quando se discute variação no consumo, deve-se distinguir bem se se está se referindo a causas conjunturais, de curto prazo, daquelas relacionadas com alteração de tendência. Não raro se verifica preocupação com queda no consumo refletindo um fenômeno de curto prazo para os bens normais⁸. O que ocorreu com o café entre 1994 e 1995 foi basicamente um fenômeno normal sobre uma dada curva da demanda, ou seja, aumenta-se o preço do café nesse período, reduz-se o volume consumido. Da mesma forma, o grande aumento na quanti-

⁸Quando os preços dos bens normais sobem, a quantidade consumida cai. Verifica-se, também, variação no consumo, quando há variação na renda nos gostos e preferências do consumidor. Do ponto de vista da teoria econômica, há grande diferença entre os dois fenômenos. No primeiro caso, está se verificando fenômeno (queda no consumo) ao longo da curva de demanda; já no segundo caso (variação na renda, gostos e preferências), observa-se o deslocamento da própria curva da demanda.

dade consumida em 1991 foi decorrente da queda de preços após suspensão das cláusulas econômicas. Por outro lado, o desinteresse da população jovem americana pelo café e o aumento da preferência pelos *soft drinks*⁹ provocam o deslocamento da própria curva de demanda para patamares inferiores de consumo. Esse movimento decorrente da alteração estrutural no mercado (renda, preferências, etc.) é que deveria preocupar os agentes econômicos da cadeia do café.

De acordo com HEDLEY (1996), os principais fatores que afetam o consumo de café são:

- crescimento da população;
- estrutura demográfica;
- preferência dos consumidores;
- disponibilidade de renda do consumidor;
- preços e
- fatores industriais.

Com relação ao crescimento populacional no mundo, as projeções indicam que até o ano 2000 ter-se-á incremento de 440 milhões de pessoas com a seguinte distribuição: 275 milhões na Ásia, 103 milhões na África, 43 milhões na América Latina, 13 milhões na América do Norte e 2 milhões na Europa. Para os analistas, as expectativas são de que a estrutura demográfica nos próximos anos deverá sofrer uma significativa alteração com a população de menos de 40 anos decrescendo de 71,5% em 1995 para 67,2% no ano 2010.

As preferências dos consumidores constituem outro fator de grande importância no consumo de café em relação ao consumo das demais bebidas. A esse respeito, como será visto no decorrer deste trabalho, os *softs drinks* (refrigerantes principalmente) constituem grande desafio para a indústria cafeeira tanto nos mercados já consolidados quanto nos mercados emergentes.

No que tange à renda dos consumidores, vai depender das políticas e desempenhos econômicos dos países consumidores de café. O Produto Interno Bruto (PIB) dos países da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCED) apresentou crescimento da ordem de 2,4% em 1996 e as projeções indicam

⁹*Soft drinks* são basicamente refrigerantes, sucos de frutas, bebidas isotônicas e água mineral.

que poderá crescer 2,9% ao ano até o ano 2000. Entretanto, entende-se que os segmentos da cadeia café têm que estar atentos para os fatos econômicos que estão ocorrendo nos países da Europa, sobretudo naqueles que deverão constituir a futura União Européia Monetária (UME). A Ásia continuará apresentando grande crescimento econômico (mais de 6,5% ao ano), representando forte fator para o aumento da demanda do café.

Com relação aos preços médios, a expectativa é de que apresentem, nos próximos anos, oscilações de menor amplitude, o que seria fator positivo, uma vez que a volatilidade dos mesmos é preocupante sobretudo naqueles mercados em que tradicionalmente os preços gerais da economia se mantêm estabilizados. Finalmente, com relação aos fatores industriais, mencionem-se as atividades de publicidade para manter o interesse pelo café nos países onde o consumo já está consolidado, e criação do hábito da bebida nos mercados emergentes. É claro que essas atividades devem correr paralelamente às atividades de geração de novos produtos relacionados com o café.

Feitas essas considerações serão analisados, separadamente, os mercados dos Estados Unidos, Europa, Japão, mercados emergentes e mercado dos próprios países produtores.

4.1 - Estados Unidos

Os dados apontam queda no consumo de café nas décadas de 60 e 70, estabilizando-se nos últimos anos. Em 1965 o consumo era de 21,9 milhões de sacas em contraposição aos 17,5 milhões observados em 1995 e de 17 milhões em 1996, mantendo-se como maior consumidor mundial. Em decorrência dessa queda, o consumo *per capita* que era de 3,2 xícaras/dia nos anos 60, alcança somente 1,8 xícara/dia em 1990 (HILTEN et al., 1992). Normalmente são citadas duas razões para essa queda: 1) perda de qualidade do café vendido no passado e 2) concorrência dos *soft drinks*.

Com relação à qualidade, isso tem a ver, em parte, com o tratamento de *commodity* dado ao café, ou seja, considerando-o como produto homogêneo/uniforme, caso em que interessa mais para geração de lucro a quantidade

e de não a qualidade do produto comercializado. Os que criticam esse procedimento adotado no passado, chegam inclusive a prognosticar que esse produto terá no futuro classificação semelhante àquela dada ao vinho. De fato, para um apreciador da bebida, o café não deve ser tratado como uma *commodity* convencional. As qualidades organolépticas relacionadas com a acidez, aroma, *bouquet*, etc. são bem diferenciadas em função da origem e dos cuidados dispensados ao produto em todas as fases do processo produtivo e comercialização. Essa preocupação, entretanto, com quantidade em detrimento da qualidade, provocou reação dos consumidores americanos que reduziram as aquisições em busca de novas formas de consumo de café, no caso os especiais.

Os *soft drinks* representam sério desafio para o aumento do consumo de café nos Estados Unidos, pois a tendência nesse mercado é de aumento do consumo relativo deste tipo de bebida (Tabela 3). Não se conhece na literatura trabalho econométrico estabelecendo relação causal entre consumo de café e de *soft drinks*. Frente a uma restrição de renda, maior satisfação ou utilidade é que norteia a decisão do consumidor em favor de determinado produto,

TABELA 3 - Consumo de Bebidas, Mercado Estadunidense, 1980, 1990-96

(litros <i>per capita</i>)				
Bebida	1980	1990	1991	1992
Refrigerantes	155	216	217	218
Café	124	109	106	104
Cerveja	110	119	121	120
Leite	94	88	88	87
Chá	33	33	37	34
Sucos	34	32	30	31
Água engarrafada	11	36	36	37
Bebida	1993	1994	1995	1996 ¹
Refrigerantes	223	230	235	240
Café	104	103	100	99
Cerveja	115	106	98	93
Leite	86	86	85	85
Chá	39	40	41	42
Sucos	31	32	31	31
Água engarrafada	40	47	51	56

¹Dados preliminares.

Fonte: VEGRO et al. (1996) a partir de dados básicos de UNITED (1996).

mesmo que criada pela publicidade. Nesse sentido, o café tem sido, nos Estados Unidos, vítima indireta da grande competição que se estabelece entre as gigantes do ramo de refrigerantes. A forma apelativa/atrativa como são conduzidas as propagandas em favor de determinada marca de refrigerantes acaba afetando o consumo de café, embora o alvo tenha sido outra marca concorrente de refrigerantes.

Excluindo as ações de publicidade, o consumo dos *soft drinks* tem aumentado também em função do crescimento das redes de *fast food* nos Estados Unidos, onde no preço das refeições padronizadas já está incluído um copo de refrigerante.

Outras duas razões são citadas para explicar a redução do consumo de café no mercado estadunidense: a) a tendência geral de menor consumo de bebidas quentes e maior de bebidas frias/geladas¹⁰ e b) preferência pelos jovens por bebidas já “prontas”, isto é, que possam ser tomadas de imediato, como é o caso dos refrigerantes, contrariamente ao que se verifica com café. Isso aparentemente estaria de acordo com VIGLIO (1996), que constatou tendência nos países desenvolvidos em diminuir o tempo gasto na preparação do alimento em função da incorporação da mulher no mercado de trabalho.

Essa queda de consumo nos Estados Unidos foi parcialmente compensada pelo surgimento do segmento de mercado de cafés especiais. Incluídos nessa classificação estão: os *gourmets* com certificado de origem (puros ou com diferentes *blends*); outros cafés que diferem no ponto de torra; os com diferentes sabores; os descafeinados; os orgânicos, etc., especificação que os torna produto diferenciado. Só para exemplificar, na categoria dos cafés *gourmets*, estão incluídos os melhores cafés (para o paladar americano) produzidos no mundo, como da Colômbia, Centro-americanos e alguns da África, com pequena participação brasileira nesse segmento por falta de publicidade, apesar da disponibilidade de cafés brasileiros de excelente qualidade.

As vendas de cafés especiais nos anos 60 eram avaliadas em US\$45 milhões chegando a US\$75 milhões em 1990, US\$2,2 bilhões em

¹⁰É o que estaria explicando o aumento do consumo de chá gelado nos Estados Unidos.

1996 (STURDIVANT, 1997), e as perspectivas são que esse valor alcance US\$3 bilhões no final desta década, sendo que os aromatizados, isoladamente, poderão responder por 30% do mercado¹¹ (Figura 4).

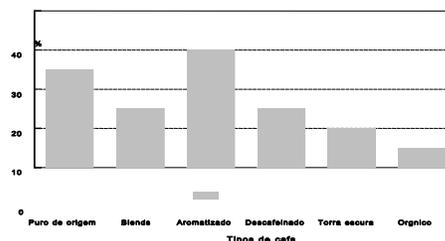


Figura 4 - Mercado dos Cafés Especiais nos Estados Unidos, Previsão para 1999.

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de dados básicos de HEDLEY (1996).

Os nichos de mercado atendidos por microtorrefações são um dos componentes desse crescimento. Essas empresas se encarregam de processar e compor os *blends*, aromatizá-los de acordo com as preferências dos consumidores/clientes finais de cafés especiais. Estima-se que existem nos EUA cerca de 6.000 companhias envolvidas com processamento e comércio de café especial (HEDLEY, 1996). O dinamismo desse segmento permitiu a criação de fundação de pesquisa com recursos exclusivamente privados, objetivando dar apoio técnico aos membros de Associações Americanas de Cafés Especiais¹².

¹¹As informações relativas aos cafés especiais nos Estados Unidos são abundantes, decorrente do número elevado de Associações. Os números mencionados, que variam de 1,8 a 2,5 milhões de sacas de consumo de cafés especiais, constituem diferença significativa num mercado de 17 a 18 milhões de sacas. De qualquer forma, esse segmento tem crescido muito nos Estados Unidos.

¹²Essa Fundação tem por meta desenvolver pesquisas de aplicação imediata, a partir dos conhecimentos tecnológicos gerados pelas instituições estadunidenses. A criação da referida Fundação demonstra que para os consumidores exigentes as características organolépticas do café devem ser preservadas e ressaltadas, daí o cuidado que se deve dedicar ao produto em todas as fases desse agronegócio.

Uma boa notícia para o setor: informações mais recentes indicam que os Estados Unidos estão voltando a tomar café, estimando-se que atualmente cerca de 50% dos americanos bebem café diariamente, número que há dois anos era da ordem de 47%. LODDER (1997) aponta crescimento do consumo estadunidense de 1% ao ano até o ano 2000, o que pode ser facilitado pelo dinamismo no mercado de cafés especiais.

4.2 - Mercados Tradicionais Europeus

De modo geral, o consumo desse mercado estaria estabilizado após experimentar período de crescimento nas décadas de 70 e 80. Em 1995, de acordo com HEDLEY (1996), os maiores consumidores *per capita* estavam localizados entre os países escandinavos, sendo a lista encabeçada pela Finlândia e terminando com a França, tomando por base lista dos oito maiores países consumidores europeus (Figura 5). Os dados se referem a 1995, podendo portanto ter apresentado alguma alteração mais recente como é o caso, por exemplo, da Finlândia, onde o consumo *per capita* atual estaria em níveis mais baixos.

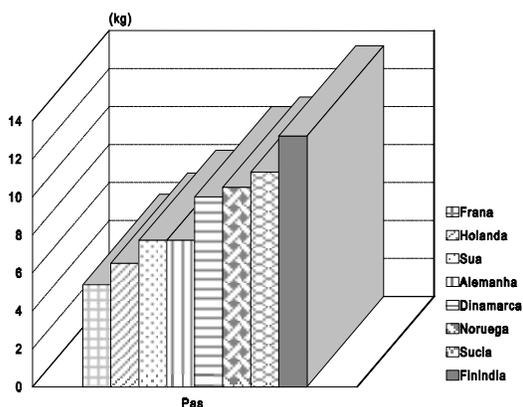


Figura 5 - Consumo de Café, *per capita*, em Países Europeus Seleccionados, 1995.

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de HEDLEY (1996).

Nos países europeus, o hábito de se tomar café está bastante arraigado na cultura da população, sendo o produto consumido de excelente qualidade. Nos países escandinavos, por exemplo, são considerados do tipo *standard* os cafés que nos Estados Unidos são especiais. Abstraindo o fato de que em alguns países o

consumo é influenciado fortemente pelas condições climáticas (escandinavos), o alto consumo verificado parece validar observações segundo as quais o consumo *per capita* acima de 4kg reflete não apenas necessidades metabólicas, mas também um hábito de elevado conteúdo hedonista.

A Alemanha, principal consumidor europeu, que exige boa qualidade dos grãos¹³, foi até recentemente o segundo mercado consumidor do mundo (10 milhões de sacas), superado apenas pelos Estados Unidos. Embora as importações totais alcancem 13 milhões de sacas, a Alemanha coloca-se na posição de principal país reexportador de café (3 milhões de sacas) (Figura 6).

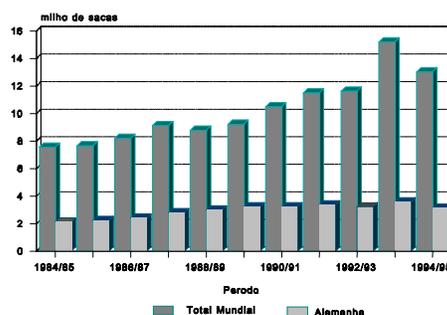


Figura 6 - Evolução das Reexportações Alemãs e Total Reexportado no Mundo, 1984/85 a 1994/95.

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de AHLFELD (1996).

Cerca de 90% dos alemães tomam café, considerado uma bebida saborosa e barata. Segundo ROTZOLL (1997), na Alemanha, o consumo de café está em torno de 6,9kg *per capita*. Outros analistas, como NAGEN (1997), prognosticam que o consumo deverá crescer 1,4% ao ano nos próximos anos em função do potencial de consumo da parte oriental do país e da expectativa de que continue crescendo a demanda por café instantâneo aromatizado, principalmente entre a população jovem, e o consumo de café capuccino e expresso. De acordo com o Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA), o café instantâneo participa hoje com 10% do mercado germânico que, talvez pela agressiva propaganda colombiana-

¹³ Abastendo-se, principalmente, de cafés suaves colombianos e outros suaves centro-americanos.

na, tem dado preferência pela bebida do tipo suave. A Alemanha é um bom exemplo que se menciona na literatura segundo o qual a elasticidade-preço da demanda de café é mais baixa (entre 0,2 e 0,3) nos países de renda alta (AHL-FELD, 1996). A expectativa para o ano 2000 é de que o consumo alcance 11 milhões de sacas.

A Itália é outro importante mercado de café na Europa, não só pelo volume consumido (4,6 milhões de sacas em 1995), mas sobretudo por ser referência para outros países consumidores que desejam um bom preparo de bebida. O consumo *per capita* de café na Itália gira ao redor de 4,9kg por ano e dada a taxa de crescimento do consumo da ordem de 2,3%, espera-se que o consumo atinja mais de 5 milhões de sacas no ano 2000 (LODDER, 1997). A indústria italiana de café tem sido impulsionada pelo sucesso do café expresso italiano nos últimos anos. De 1985 a 1995 houve crescimento de mais de 600% na reexportação de café na forma processada, passando de 100 mil sacas para 700 sacas no período (LODDER, 1997). O Oriente Médio é mercado promissor para as exportações italianas pela similaridade entre o café aí tomado (estilo turco) e os *blends* fortes, característica do café expresso. É uma forma de preparo de café bastante popular desde a década de 40 na Itália que, além de ativar o consumo naquele país, vem ganhando adeptos em vários outros países.

Outro grande mercado de café na Europa é a França, com volume de importação superior a 5,3 milhões de sacas em 1995. Cerca de 95% da população adulta da França toma café diariamente, principalmente na parte da manhã. O consumo *per capita* nesse país é da ordem de 5,5kg e com perspectiva de aumento em função, sobretudo, do aumento no consumo de café expresso. Essa tendência, todavia, poderá ser neutralizada com os problemas econômicos enfrentados por esse país que tendem a inibir o consumo. Outros dois grandes consumidores de café da Europa são Espanha e Reino Unido com importações, respectivamente, de 2,7 e 2,2 milhões e consumo *per capita* de 4,2kg e 2,3kg em 1995. A Espanha apresentou uma das mais elevadas taxas de crescimento *per capita* entre 1984 e 1995, da ordem de 50%, enquanto no Reino Unido, essa bebida enfrenta

As expectativas são de grande crescimento de consumo nos mercados emergentes,

a forte barreira cultural que é o hábito do consumo de chá.

Resumindo, o consumo de café na Europa apresenta-se com a seguinte tendência: queda ou estabilidade nos países do norte e centro-oeste, onde o aumento do consumo só poderá ocorrer com a criatividade das indústrias na elaboração de novos produtos; bom crescimento potencial na Europa Central e aumento do consumo no sul da Europa, sobretudo naqueles países onde já está consolidado o hábito de consumo de café (Portugal e Espanha, por exemplo).

4.3 - Japão

Com volume de importação superior a 6,2 milhões de sacas em 1995, esse país apresentou crescimento no consumo de café acima de 1.000% entre 1965 e 1994, sendo citado como exemplo para justificar investimentos na abertura de novos mercados. O mercado nipônico é resultado de investimentos em propaganda feita nas décadas de 60 e 70 pela OIC e empresários japoneses, envolvendo recursos de US\$12 e US\$9 milhões respectivamente. Tal dinamismo deve ser atribuído à infra-estrutura logística na sua distribuição, através de milhares de máquinas automáticas de venda direta ao consumidor espalhadas por todo o país e ainda pelo grande número de formas diferentes de apresentação do produto à disposição do público. Entre essas formas merece ser citado o café enlatado e gelado de grande aceitação principalmente entre a população jovem. Caso essa forma de consumo de café fosse aceita entre os demais países consumidores não seria desprezível o aumento global que poderia se verificar no consumo de café, pois estima-se que o diferencial de consumo entre os meses de inverno e verão é da ordem de 27% (NEVES, 1997).

Apesar desse dinamismo apresentado pelo mercado japonês, a expectativa é de que o consumo cresça menos que 1% a.a. até o ano 2000 (LODDER, 1997).

4.4 - Países Emergentes

principalmente nos países asiáticos. Os seguintes dados ilustram o desempenho desse merca-

do: 78% de aumento no consumo total de café no período de 1989 a 1994 se verificou nos países emergentes, correspondendo a 2,25 milhão de sacas. Apenas o volume de 0,65 milhão de sacas (22%) foi o incremento observado nos países de consumo tradicional. Esses dados foram analisados por HEDLEY (1996) que estima para o ano 2000 um aumento no consumo mundial de café da ordem de 11,25 milhões de sacas de café, das quais cerca de 48% deverá ocorrer nesses mercados emergentes. Deve-se chamar atenção que nesse número não está considerada a expectativa de que no Brasil o consumo de café deverá crescer a uma taxa superior ao observado nos últimos anos, esperando chegar a 15 milhões de sacas no ano 2000, e também os esforços que a Organização Internacional de Café deverá empreender destinando cerca de US\$4 milhões para incentivar o consumo de café, principalmente na Rússia e China, sendo que nesse último país o potencial de mercado a curto e médio prazos é representado por uma população acima de 100 milhões de habitantes. Deve-se, entretanto, mencionar que em muitos países desses mercados emergentes não se tem qualquer conhecimento sobre o preparo de café na forma convencional, razão por que representam grande potencial para o mercado de café solúvel. Assim, pode-se estimar que 70% do consumo desses mercados emergentes nos próximos anos deverá ser na forma de café solúvel, cuja estimativa de comércio mundial hoje equivale a mais de 4 milhões de sacas de café verde, contra 72 milhões de sacas na forma convencional.

4.5 - Países Produtores de Café

O consumo total de café nos países produtores do produto é da ordem de 23-24 milhões de sacas, destacando-se o Brasil com mais de 11 milhões de sacas em 1996, o segundo consumidor mundial. Baseado apenas nas tendências de crescimento do consumo, da ordem de 4% ao ano, espera-se que esse consumo alcance 13 milhões de sacas até o ano 2000 (LODDER, 1997). Essas projeções não levaram em consideração os esforços que estão sendo desenvolvidos pela Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC) de se atingir o consumo de 15 milhões de sacas ao final desse século.

Além do Brasil, observa-se aumento significativo no consumo de café apenas na Indonésia, que consome cerca de 1,8 milhão de sacas (24% de sua produção), enquanto em 1991 consumia apenas 1,25 milhão de sacas (Tabela 4). Outro país cujo consumo interno representa uma parcela significativa de sua produção é a Etiópia, atualmente da ordem de 1,6 milhão de sacas. Na Colômbia tem-se observado consumo estabilizado em torno de 1,5 milhão de sacas (13% de sua produção). Entretanto já se verificam ações no sentido de elevar esse consumo para 3,5 milhões de sacas através de uma agressiva campanha de promoção; no Vietnã o consumo é da ordem de 200 milhões de sacas/ano basicamente de arábica, apesar de ser grande produtor de robusta.

De acordo com o USDA, o consumo de café nos países produtores mostra-se estabilizado, com aumento de apenas 2,6% no período 1991-96. Assim, o exemplo do Brasil, visando ampliar o seu consumo interno, deveria ser tomado como referência pelas lideranças dos demais países produtores de café, pois mercado interno forte dará maior estabilidade no próprio mercado externo, contribuindo para sua ampliação além de favorecer o próprio poder de barganha nas negociações com os importadores.

5 - COMPORTAMENTO DOS PREÇOS

No período compreendido entre 1984 e 1996, observa-se a ocorrência de dois picos de preços elevados. O primeiro no final de 1985 e início de 1986, decorrente da seca verificada no Brasil no segundo semestre de 1985, prejudicando severamente a florada e conseqüentemente a produção de café do ano seguinte¹⁴. No segundo semestre de 1993, teve início novo período de alta de preços no mercado. Deve-se destacar que esse processo começou mesmo antes da criação da APPC, em setembro de 1993, devido à tendência de redução dos estoques mundiais de café que já se observava nos países consumidores. A ocorrência de geadas na cafeicultura brasileira, em 1994, representou mais um fator a intensificar esse ciclo de alta já que um mês

¹⁴De fato, a produção de 1986, no Brasil, foi de 13,9 milhões de sacas, 58% menor que a de 1985 (33 milhões de sacas).

TABELA 4 - Consumo de Café nos Principais Países Produtores, 1991-96

(em mil sacos de 60kg)

País	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Costa Rica	375	375	375	289	215	215
El Salvador	180	230	230	230	270	270
Guatemala	300	300	310	310	310	300
Honduras	257	240	230	253	161	168
México	1.200	1.300	1.070	950	1.005	1.080
Brasil	8.500	8.900	9.100	9.300	10.100	11.100
Colômbia	1.400	1.300	1.400	1.375	1.500	1.600
Equador	350	350	350	350	350	300
Peru	190	250	250	200	200	200
Costa do Marfim	50	50	50	50	50	50
Etiópia	1.400	1.300	1.300	1.250	1.250	1.500
Quênia	50	50	50	50	50	50
Tanzânia	4	19	18	18	14	17
Uganda	75	75	75	80	80	80
Índia	1.000	775	1.000	1.000	1.000	1.000
Indonésia	1.250	1.327	1.917	2.312	1.800	1.800
Vietnã	100	250	267	167	250	200

Fonte: COMPLETE (1997).

antes (em junho), os arábicos brasileiros eram cotados em Nova Iorque a US\$179,90/sc. (140% superior à cotação de junho/93 - US\$74,08/sc.).

Para exemplificar essas oscilações de preços, tomaram-se as estatísticas sobre preços médios para os tipos arábica colombiano e robusta. Os arábicos colombianos, normalmente, situam-se em posição superior no espectro de preços médios do mercado de café. O tipo robusta é intrinsecamente o que alcança menores preços médios dentro das categorias desse mercado. Os preços médios anuais dos demais tipos (outros suaves e brasileiros e outros arábicos) tendem a se enquadrar entre esses dois tipos. Assim, visando simplificação analítica apresentaram-se, exclusivamente, tendências para esses dois extremos (Figura 7).

Entre 1984 e 1996, os preços médios anuais do tipo arábico colombiano apresentaram oscilações bastante acentuadas. O pico de preços no período foi observado em 1986 (225 cents/libra peso) e o mínimo em 1992 (54 cents/libra peso) (Figura 7). De qualquer modo, a série de preços comporta-se dentro do padrão já estabelecido de grandes ciclos, variando apenas as amplitudes entre os máximos e mínimos.

Após os elevados preços observados

em 1986, o tipo colombiano passa a apresentar acentuada deterioração nas cotações que somente é interrompida em 1993. A desregulamentação do mercado internacional e a acelerada transferência de estoques dos produtores para os consumidores entre 1989 e 1992¹⁵ foram os principais responsáveis por essa queda nos preços. Esses baixos preços não significaram, necessariamente, descapitalização dos cafeicultores, particularmente, na Colômbia, pois o sistema interno de regulação do mercado impediu que, em nível de produtor, fossem repassados os baixos preços verificados nesse subperíodo, contrariando o que ocorreu, por exemplo, no Brasil, onde os produtores chegaram a receber menos de US\$45 por saca em 1992.

A partir de 1993, como se mencionou, inicia-se a fase de recuperação dos preços, sendo que em 1994 já alcançava 150 cents/libra peso. Para 1997, face ao quadro de escassez de café arábico (principalmente os suaves centro-americanos), espera-se que suas cotações tenham substancial aumento frente à média de

¹⁵Os estoques nos países consumidores chegaram a atingir 20,5 milhões de sacas em 1992.

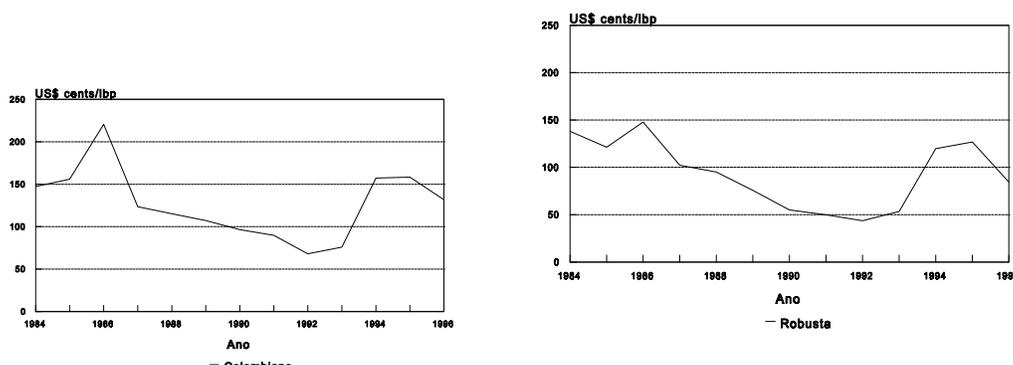


Figura 7 - Preços Médios Anuais de Cafés Arábicos Colombianos e Robusta, 1984-96.

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de dados básicos da Organização Internacional do Café (OIC) (1988 e 1996).

Analisando o tipo robusta, percebe-se que o padrão cíclico para a tendência de preços se repete, porém, para esse caso, com menor amplitude de variação entre cotações máximas e mínimas (Figura 7). São coincidentes também os subperíodos de declínio e recuperação das cotações, 1986-92 e 1993-95 respectivamente.

Durante o período analisado, a diferença entre os preços praticados para o colombiano e robusta permaneceu praticamente constante, com exceção de 1992 e 1993. Esse diferencial de preços se alargou muito no final de 1996 e começo de 1997, resultante de uma clara configuração no mercado da existência de excedente de café robusta e escassez de arábica. Mesmo as elevadas cotações alcançadas pelo arábica no final de maio, induzindo, também, uma alta nos preços do café robusta, não foram capazes de reduzir aquele diferencial para níveis considerados normais no mercado, isto é, em torno de até 35 cents e não 120 cents por libra peso como ocorreu no referido período.

Segundo DELFIM NETO (1979), o mercado de café é inerentemente instável¹⁶. Para o autor, as flutuações dos preços do café não devem ser explicadas somente pela inelasticidade de oferta e demanda do café, mas principalmente pelo "tempo" de ajuste da oferta aos estímulos dessa flutuação dos preços. Esse

"tempo" de ajuste é influenciado por: a) biologia da planta, que proporciona rigidez de oferta no período de alta dos preços (o cafeeiro leva 3 anos para iniciar a produção) e b) variável econômica responsável pela rigidez na oferta no período de preços baixos (o produtor de café não se desfaz facilmente das lavouras, devido ao alto investimento realizado na sua implantação).

Para MORICOCCHI e MARTIN (1994), certos tipos de acordos internacionais firmados no passado (estabelecendo limites de preços máximos e mínimos e volume obrigatório a ser comercializado) correm risco de acentuar as amplitudes das variações cíclicas de preços, decorrente do efeito renda sobre a curva de demanda, tornando-a mais inelástica fora desses limites. Conseqüentemente, a procura por café será maior do que seria sem o acordo quando o mercado estivesse em alta e menor do que seria quando o mercado estivesse em baixa. Mas como o mercado fixaria o preço fora do intervalo do acordo (quando o mesmo estivesse em alta), num patamar superior ao que seria num mercado livre, isso induziria os cafeicultores a plantar mais café do que plantariam num mercado sem o acordo. Contrariamente ocorreria quando o mercado estivesse em baixa: os preços fora do intervalo do acordo seriam estabelecidos pelo mercado num patamar inferior, induzindo os produtores a plantarem menos café do que plantariam num mercado livre.

Nos últimos anos, a participação dos fundos de *commodities* nesse mercado aumentou, chegando a negociar até 70% dos seus contratos futuros (HEUMAN, 1996). Esses fundos estão mais interessados na rentabilidade

¹⁶Essa característica despertou atenção de outro teórico do desenvolvimento econômico, Schumpeter, que chegou a detectar, em suas análises econométricas, vários ciclos associados à atividade cafeeira. O fato de ser atividade sensível às geadas e à seca explica grande parte dessas fortes oscilações.

relativa dessas *commodities* (além do café, petróleo, açúcar, metais preciosos, etc.), e é isso que explica por que muitas vezes os preços de mercado de café caminham em sentido oposto às apontadas pela análise das condições de oferta e demanda. Essa é a principal dificuldade de se fazer análise prospectiva de preços a curto prazo, embora a médio e longo prazos ainda prevaleçam os fatores fundamentais de mercado.

Baseado nas expectativas do comportamento futuro das variáveis que afetam o mercado, população, renda, produção, consumo, etc., HEDLEY (1996) simulou o comportamento dos preços futuros do café para o período 1996-2004. Essa simulação confirma a hipótese sobre os preços médios cíclicos, porém com amplitude de variação menos acentuada, constituindo, portanto, cenário de relativa estabilidade no mercado de café, com preços sempre superiores a 120 cents/libra peso (Figura 8). Deve-se chamar a atenção para o fato de que, embora esse modelo tivesse antecipado a atual fase de alta nos preços, ele não conseguiu prever que as cotações chegassem aos níveis observados em maio deste ano (acima de 250 cents/libra peso).

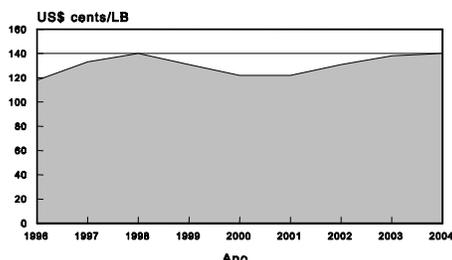


Figura 8 - Simulação de Preços Médios Futuros para o Café, 1996-2004.

Fonte: HEDLEY (1996).

Pela simulação os preços de café tenderiam a permanecer favoráveis até 1998, quando poderá ter início um novo ciclo de baixa até o ano de 2001, a partir de então se iniciaria nova fase ascendente. Nesse modelo não está sendo levada em consideração a possibilidade de ocorrência de qualquer tipo de choque do lado da oferta (geadas e secas, por exemplo) e possível alteração do lado da demanda (substituição à bebida, por exemplo). Por se tratar de

uma simplificação do mundo real, o modelo de HEDLEY (1996) deve ser utilizado com cautela para efeito de tomada de decisão.

6 - CONCLUSÕES

A pesquisa indica que há uma clara tendência de aumento da produção de café nos continentes asiático e africano. Nos países da América Central e Colômbia, a pesquisa detectou tendência de estagnação e mesmo de queda de produção que, no entanto, poderá ser revertida em função dos elevados preços atualmente em vigor no mercado mundial. Esses resultados não contradizem informações divulgadas pela imprensa de uma possível redução da safra mundial de café em 1997/98 em relação ao ano anterior. Essas informações poderiam estar refletindo apenas uma situação conjuntural associada principalmente a problemas climáticos verificada em alguns países, enquanto o presente estudo está mais preocupado em analisar os fatores estruturais ligados à produção.

A partir de 1996 tem início um processo de recuperação do consumo mundial de café. É possível que em 1997 se observe até queda em relação a 1996 devido aos preços elevados, mas o importante é constatar a tendência de aumento que poderá alcançar a taxa anual de até 2% a.a. durante os próximos anos. Esse aumento deverá se verificar não só em função do aumento do consumo nos países emergentes, da criação de novos produtos (diferenciados), como também da mudança de postura em relação ao hábito de se tomar café, ou seja, ligando-o mais a idéia de "inovação" ao invés de "bebida de gente velha". Esse conceito vem ganhando espaço principalmente nos países do Leste Europeu e Asiáticos.

Com relação aos preços, a tendência é de que se mantenham atrativos até 1998. A partir daí poderá ter início novo processo de baixa que poderá durar de dois a três anos, devendo-se, todavia, destacar que está afastada quaisquer possibilidades dos preços caírem aos níveis observados em 1992 e primeiro semestre de 1993.

Nesse cenário da cafeicultura mundial, o Brasil desfruta de situação privilegiada. O País dispõe de imensas vantagens comparativas e competitivas que devem ser potencializadas em

benefício do setor. O seu grande mercado interno e a posição do café no contexto macroeconômico do País conferem grau de liberdade maior em relação aos países concorrentes no tocante ao manejo dos instrumentos de políticas comerciais visando o mercado externo. Nesse sentido, de acordo com MORICCHI e MARTIN (1994), são equivocadas as posições defendidas por alguns setores de restringir a oferta do produto visando o aumento de preços a curto prazo. Tanto DELFIM NETO (1979) como SAYLOR e FREITAS (1974) defendem que o País teria obtido maiores ganhos no passado (e também os próprios produtores a médio e longo prazo), em termos de receita cambial, se tivesse aproveitado melhor as oportunidades do mercado ao invés de criar restrições às exportações em nome da inelasticidade da demanda global pelo produto. FARINA e SAEZ (1996) argumentam que não sejam obstruídas as iniciativas de empresários que visualizam explorar nichos de mercados, por restrições de cotas de exportação. Caso não seja adotada pelo País uma política agressiva de exportação de café, os esforços visando mudar o patamar médio de produção para níveis superiores a 30 milhões de sacas serão frustradas, apesar da meta estabelecida de elevar o consumo interno do produto para mais de 15 milhões de sacas anuais após o ano 2000.

O Brasil precisa aproveitar melhor sua condição de produtor de café de qualidade tão boa ou até melhor que o café da Colômbia e dos países Centro-Americanos. Deve aproveitar, também, sua condição de atender as mais diferentes exigências dos consumidores em termos de paladar, devido a sua grande extensão territorial e variabilidade de clima e solo que possibilita produzir os mais diferentes tipos de café.

Assim, o Brasil tem total condição de se

colocar na posição "vendida" e não "comprada", como alerta BARROS e GOLDSTEIN (1997), ao defender uma postura mais agressiva de vendedor por parte dos empresários brasileiros no tocante a uma participação maior do País no comércio mundial de bens e serviços. É claro que isso envolveria não só uma alocação de recursos para promoção de produtos no exterior, mas, também, a montagem de uma estrutura técnica dinâmica e eficiente com recursos humanos ligados aos objetivos que se propõem atingir.

Dentro desse enfoque, visando melhorar a competitividade do produto brasileiro, não deve ser ignorada a medida governamental que reduziu o ICMS nas exportações e contribuiu para dar novo impulso ao comércio de café, e nem as ações diplomáticas que resultaram na diminuição e eliminação das barreiras tarifárias incidentes sobre o café verde e industrializado brasileiro, respectivamente, nos principais mercados da Europa e Argentina. Entretanto, as autoridades precisam estar atentas para as dificuldades enfrentadas pela indústria de café solúvel que, além de pagar preço superior pela matéria-prima (em relação aos competidores internacionais), teve as barreiras tarifárias dos países importadores da Europa aumentadas de 9,0% para 10,1%, enquanto para o México e Índia, essas alíquotas foram reduzidas para 5,4% e 5,2% respectivamente.

Finalmente, não deve ser descartada a possibilidade de os países produtores se unirem visando controlar a produção de café no mercado mundial. Entende-se que essas ações são válidas e até mesmo desejáveis desde que o objetivo seja evitar grandes oscilações de preços e renda nos segmentos produtores, mas que não impeçam que os consumidores sejam beneficiados (produto de qualidade e preços acessíveis), através da ampliação da produção em países que apresentam vantagens competitivas.

LITERATURA CITADA

- AHLFELD, Helmut. Coffee in 1995/96. **F.O.LICHT International Coffee Yearbook**, Ratzeburg, 1996.
- BARROS, José R. M. de; GOLDENSTEIN, Lídia. Como avançar na política de investimento. **Gazeta Mercantil**, São Paulo, 7 abr. 1997. p.A-6.
- BRANDO, Carlos H.J. **Produção de café na África, Ásia e Colômbia**. São Paulo, 14 fev. 1997. (Palestra proferida no Instituto de Economia Agrícola).

- COMPLETE COFFEE COVERAGE, New York, n.1172, 19 Sept. 1996-a.
- _____, New York, n.1182, 3 Oct. 1996-b.
- _____, New York, n.1175, 24 Sept. 1996-c.
- _____, New York, n.1340, 23 May 1997.
- DELFIN NETTO, Antonio. **O problema do café no Brasil**. Rio de Janeiro: FGV/SUPLAN, 1979. 259p.
- FARINA, Elizabeth M.M.Q.; SAES, Maria Sylvania M. A herança da viúva e os conflitos no sistema café. **Estado de São Paulo**, 9 set. 1996.
- FEDERAÇÃO BRASILEIRA DOS EXPORTADORES DE CAFÉ (FEBEC). **Produção, estimativas, USDA**. Rio de Janeiro, jun. 1997. 2p.
- GUTIERREZ, Jorge C. Consideración sobre la comercialización e industrialización de café colombiano. **Revista Cafetera de Colombia**, Bogotá, n.204, p.7-14, Enero-Diciembre 1995.
- HEDLEY, Don. **The world coffee market 1995-2000**. London: International Coffee Organization, jan. 1996. 87p.
- HEUMAN, John. "Challenges of the coffee market". **Tea & Coffee Trade Journal**, v.168, n.4, p.116-120, April. 1996.
- HILTEN, Hein J. Van et al. **Café: Guia del exportador**. Geneve: UNCTAD/GATT, 1992. 407p.
- LEVIN, Mike. Marketing single origins - straights talks. **Coffee & Cocoa International**, v.23, n.3, p.30-31, May 1996.
- LODDER, Celsus A. The outlook for coffee Consumption, 1997. In: INTERNATIONAL COFFEE SEMINAR. Rio de Janeiro, 20-22 jan. 1997.
- MORICOCCHI, Luiz; MARTIN, Nelson Batista. Acordos internacionais e mercados de café. **Informações Econômicas**, SP, v.24, n.7, p.17-30, jul. 1994.
- NAGEN, Robert. O panorama do consumo mundial. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DO CAFÉ 1997. Rio de Janeiro, 20-22 jan. 1997.
- NEVES, Octávio R. Mudanças no cenário internacional do café. In: _____. Rio de Janeiro, 20-22 jan. 1977.
- ROTZOLL, Frieder. Europe's coffee consumption outlook - Brasil 1997. In: INTERNATIONAL COFFEE SEMINAR. Rio de Janeiro, 20-22 jan 1977.
- SAYLOR, R.G.; FREITAS, CLAUSS F.T.de. Preço, qualidade e procura de café. **Agricultura em São Paulo**, SP, v.21, t.2, p.25-54, 1974.
- STURDIVANT, Shea. Specialty coffee trends. **Tea & Coffee Trade Journal**, v.169, n.3, p.28, mar.1997.
- TREBEL, M. "La caféiculture Vietnamienne". **Plantations, Recherche, Développement**, Montpellier, p.5-10, Jan./Fev. 1996.
- UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE (USDA). **World Coffee situation (Dec. 96)**. Washington, DC., 1996.
- VEGRO, Celso L.R. et al. **Projeto cadeias produtivas: o agronegócio café**. São Paulo: SAA, 1996. No prelo.
- VIGLIO, Eliana C.B.L. Indústria de alimentação - características e tendências para o ano 2.000. **Agroanalysis**,

Rio de Janeiro, v.16, n.9, set. 1996.

PRODUÇÃO DE CAFÉ NOS PAÍSES CONCORRENTES DO BRASIL E TENDÊNCIAS DO CONSUMO MUNDIAL

SINOPSE: Esta pesquisa tem como objetivo analisar as potencialidades e limitações dos países produtores de café e concorrentes do Brasil, bem como as tendências do consumo mundial e dos preços. Através de análise de várias publicações especializadas internacionais, os autores concluíram que há tendência de grande crescimento da produção de café na Ásia, moderado crescimento na África e estagnação da produção nos países da América Central e Colômbia. O consumo deverá aumentar em termos globais, sobretudo em países do Leste Europeu e da Ásia. Os preços poderão passar por um novo ciclo de baixa, mas com uma intensidade bem menor que a verificada em 1992. Finalmente, os autores chamam atenção para o equívoco das políticas que visam limitar as exportações de café brasileiro, dadas as vantagens competitivas que o País apresenta em relação aos concorrentes.

Palavras-chave: economia cafeeira, produção e consumo do café.

BRAZIL'S COMPETITORS IN THE WORLD COFFEE PRODUCTION AND THE WORLD TRENDS IN CONSUMPTION

ABSTRACT: This study analyzes the potentialities and the restraints of coffee producing countries, their competitors, as well as the world tendency in consumption. By analyzing several specialized international publications the authors could verify a large growth tendency in the Asian and East European coffee production; moderate growth tendency in Africa and stagnation in Central America and Colombia. Consumption shall increase in global terms, particular in the Eastern european and Asian countries. Prices shall have a new slump cycle, but to a much lesser degree than one verified in 1992. Finally, the authors criticize policies that aim to limit the Brazilian coffee exports, given its competitive advantages.

Key-words: coffee economy, coffee production and consumption.

Recebido em 26/05/96. Liberado para publicação em 16/06/97.