

SXC.HU

Mercado em transformação

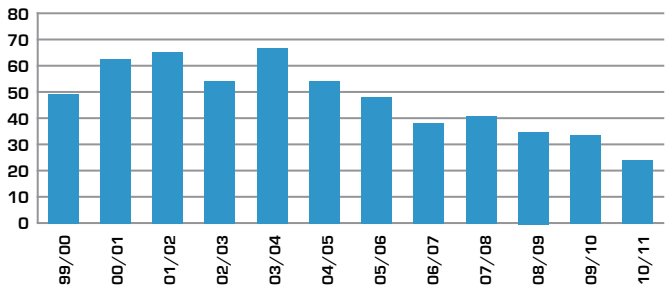
Desde o começo da década passada, o panorama da produção global de café mostra crescimento constante, mas não o suficiente para abrir folga em relação ao consumo. Neste período, em termos de taxa média anual, enquanto a produção cresceu em 1,6%, o consumo anual avançou 2,5%.

De uma forma geral, não se assiste à expansão na área ocupada pela rubiácea. Os resultados econômicos apurados não estimularam os agricultores a investirem na ampliação da lavoura. O aumento ocorrido na produção, ao redor de 25 milhões de sacas, reflete basicamente os ganhos de produtividade, em razão de melhores práticas culturais, adensamento dos cafezais e substituição de pés antigos.

Entre as temporadas 2000/01 e 2011/12 (ano safra de julho a junho), segundo as estatísticas da Organização Internacional do Café (OIC), houve um encolhimento dos estoques em torno de 26 milhões de sacas, com uma dramática queda na relação entre estoque *versus* consumo, de 63% para 23%.

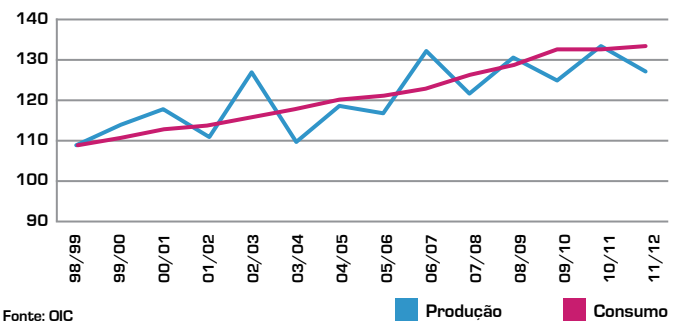
Um fato interessante é a inversão ocorrida com relação aos detentores dos estoques entre 2000/01 e 2008/09. Os importadores ficaram com uma participação maior: passaram de 25% para 60%. Nesse período, os estoques mundiais caíram de 73 milhões de sacas para 43 milhões de sacas. Já nas últimas três safras, esse movimento se intensificou, com os estoques caindo para 31,3 milhões de sacas.

Mundo: Relação entre consumo e estoque de café (%)



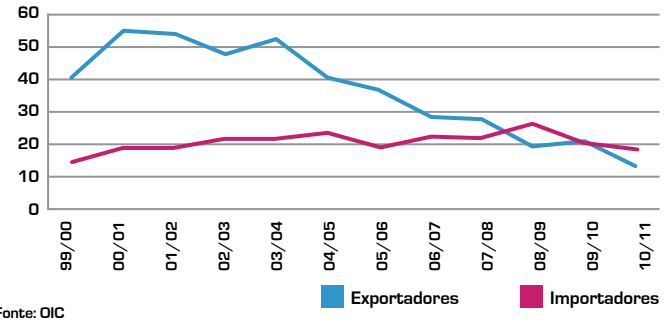
Fonte: OIC

Mundo: Evolução da produção e do consumo de café (milhões de sacas)



Fonte: OIC

Mundo: Evolução dos estoques em países exportadores e importadores (milhões de sacas)



Fonte: OIC

No documento do 7º Acordo Internacional do Café, firmado em fevereiro último, as perspectivas de preços em alta para o mercado de café nos próximos anos ditarão novas tendências de consumo. A produção terá de encontrar resposta, em quantidade e qualidade, para o novo mapeamento geográfico da produção e do consumo do produto.

Os países produtores, com as suas moedas valorizadas em dólar, dependerão da tendência altista das cotações para auferirem receitas acima dos custos de produção. Enquanto a mecanização das lavouras é um fator de competitividade relevante, mas que exige investimentos, nas áreas montanhosas e de relevos ondulosos a inovação terá de imperar.

Arábica *versus* robusta

Nos anos 90 do século passado, as torrefadoras dos países importadores de café passaram a usar uma matéria-prima bem mais barata na constituição das suas ligas: o café robusta. Grande beneficiado dessa estratégia empresarial, o Vietnã, em poucos anos, passou a ser o segundo maior produtor de café do mundo.

Em contrapartida, como houve queda de demanda, o café arábica enfrentou longo período de depressão nos preços. A capacidade de investimento de seus produtores ficou baixa, com erradicação sem reposição do parque cafeeiro.

Recentemente, o mercado tomou outro rumo. A exigência da qualidade segmentou o consumo. Com isso, os preços dos cafés finos descolaram do robusta e dos produtos inferiores. Esse movimento decorreu porque a indústria teve de desenvolver estratégias para enfrentar o poder de barganha das grandes redes varejistas, bastante voltadas para as bebidas superiores.

Passados mais de dez anos da extinção do Acordo Internacional do Café, o mercado mundial de torrefação teve uma intensa concentração. Em 2009, cinco empresas detinham 45% de participação: Nestlé (21,6%), Kraft Foods (13,6%), Sara Lee (5,4%), Tchibo Gmbh (3,1%) e JM Smucker (2,4%), segundo a Euromonitor 2010.

Da parte dos países produtores, movimento similar de concentração também ocorreu. As estatísticas da OIC mostram que quatro países detêm quase dois terços do mercado: Brasil (36%), Vietnã (15%), Indonésia (7%) e Colômbia (7%).

Com a mudança do mercado para a percepção da qualidade, aparece a pergunta sobre o espaço da participação da variedade robusta na produção anual. Como ficará a sua combinação com o arábica em produtos como o expresso e o solúvel? O ponto desse limite ainda é uma incógnita.

Mundo: Consumo de café arábica e robusta (%)

Café	1990	2001	2010
Arábica	74	66	62
Robusta	26	34	38

Fonte: OIC

Ciclo de alta

Na presente temporada 2011/12, a colheita mundial de café sofre redução em comparação com a passada. A principal causa está na bianualidade de baixa da lavoura brasileira: a rubiácea alterna ano entre fraca e forte safra. Além disso, condições adversas de clima foram registradas na América Central e Indonésia, sendo que a Colômbia corre o risco de ter uma quarta safra consecutiva abaixo da média.

Entre as temporadas 2003/04 e 2011/12, o saldo entre produção e consumo de café foi negativo em oito anos. Desde 2006/07 não há uma sobra expressiva. Em 2008/09 ficou praticamente empatado. Assim, os preços do café atravessam com firmeza a crise econômica pós-2008 na zona do euro e nos Estados Unidos. Os fundamentos de mercado são consistentes em termos de oferta, demanda e estoque. Com aperto na disponibilidade do produto, o cenário é de pouca probabilidade de mudança no curto e no médio prazo.Na verdade, o cenário é de céu de brigadeiro para a cafeicultura, enquanto as cotações do café seguem em patamares historicamente elevados.


SXC.HU

A questão-chave é a expansão na demanda global, mesmo com as turbulências econômicas. Esse contexto prevalecerá até 2014, quando entram em produção novos cafezais agora plantados. Até lá, a oferta está inelástica, pois não há capacidade de produção.

Na última década, o avanço no consumo dos países produtores foi responsável por quase 60% da expansão mundial. Na Indonésia, no Vietnã, na Índia, no México, nas Filipinas, na Tailândia, em Uganda e em alguns outros países africanos, a taxa média anual de crescimento foi de 5,9%. O Brasil, maior produtor e exportador mundial de café, também mostra excelente desempenho, com taxa média anual de 4,3% ao ano.

Nos últimos anos, o custo de produção teve pressão com a subida dos preços dos fertilizantes e da mão de obra. Esse aumento, de certa forma, foi repassado para o consumo, diante das mudanças nos hábitos de consumo. Nos mercados emergentes, mesmo sendo considerado um bem de luxo, os segmentos de maior renda consomem mais café. Já nos mercados maduros, apesar da volta pela alimentação dentro de casa e da procura por marcas mais baratas, o café é um produto consolidado.

Em curto prazo, para maximizar a produção, existem duas saídas para os produtores:

1º Incrementar a aplicação de fertilizantes e o melhoramento dos tratos culturais, já que os preços elevados são convidavwtivos para tornar a lavoura mais produtiva;

2º Expansão das áreas com a cafeicultura. No Brasil, é grande a fila de espera para comprar muda, que leva, no mínimo, seis meses para atingir o ponto ideal de plantio. Neste ano, muitos viveiristas foram tomados de surpresa, enquanto os preços das mudas subiam à medida que a procura aquecia. Essa tendência prosseguirá.

Safra 2010/11: virada para valer

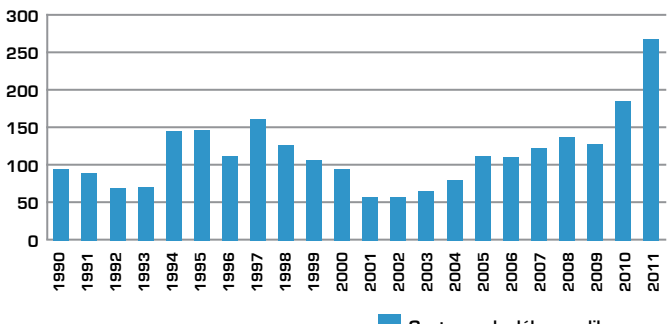
Na entrada das safras novas do café, é normal ocorrer, sazonalmente, queda nas cotações, em razão do "avanço de produto novo e a troca de safra". Esse padrão foi quebrado na safra 2010/11, quando os preços no mercado físico brasileiro tiveram ligeira elevação. O destaque foi o café cereja descascado e despolpado: sua comercialização evoluiu de R$ 320,00 para R$ 360,00 entre o segundo e o terceiro trimestre de 2010.

O pregão da Bolsa de Nova York assistiu na temporada 2010/11 aos maiores patamares de preço dos últimos 13 anos. Em setembro de 2010, alcançou 188,65 centavos de dólar por libra peso. Esse valor foi superado em fevereiro de 2011 com 252 centavos de dólar por libra peso, para chegar em 270 centavos de dólar por libra peso em maio de 2011.

Na verdade, o aumento dos preços registrados reflete o acúmulo de problemas na produção de café durante vários ciclos, principalmente nos últimos oito anos. Antes disso, os estoques acumulados supriram o mercado quando o tamanho da safra era inferior à demanda. Agora, em anos recentes, o consumo passou a crescer consistentemente acima da oferta.

É importante pegar o fio da meada. Ao longo do tempo, a falta de preços remuneradores, a escassez de mão de obra e a pressão nos custos de produção levaram os produtores a abandonar as lavouras e a reduzir o uso de insumos. Somaram-se a isso as mudanças climáticas, com aumento na altitude mínima de plantio, a competição de outras explorações, como a fruticultura, a cana-de-açúcar e o eucalipto, e o crédito inoportuno e insuficiente.

Evolução do preço do café no mercado internacional



Fonte: Bolsa de Nova York

As condições climáticas desfavoráveis nos principais países produtores, como Vietnã, Indonésia, Colômbia, Costa Rica e Índia, significaram a gota derradeira para as cotações transbordarem em patamares historicamente elevados, principalmente nos arábicas de boa qualidade e nos finos. Os outros tipos, que representam a maior parte da colheita nacional, são vendidos em faixas menores.

No balanço de 2010, quando se considera o movimento da Bolsa de Nova York, como balizadora dos preços mundiais de café, a elevação chegou a 70%. Foram os níveis mais altos nos últimos treze anos. Com essa disparada nos preços, os produtores puderam fechar bons negócios, afastando o risco de baixa, em face do avanço da oferta brasileira ou pela correção técnica.

Essa evolução significativa, principalmente nos preços dos arábicas de qualidade, influenciou diretamente o mercado físico brasileiro de café ao longo de 2010. A expectativa do cafeicultor, de conseguir um preço base de R$ 300,00 pela saca de 60 quilos para os melhores cafés, foi superada de longe. Os compradores fecharam o ano com pagamentos superiores a R$ 400,00.

A notícia de que o café arábica brasileiro (lavado ou semilavado) poderia ser negociado na Bolsa de Nova York fechou 2010 com chave de ouro. A Bolsa de Nova York é o principal mercado de formação de preços dos cafés lavados. Dezenove países produtores são certificados para emissão de contratos para essa variedade: Burundi, Colômbia, Costa Rica, El Salvador, Equador, Guatemala, Honduras, Índia, México, Nicarágua, Nova Guiné, Panamá, Peru, Quênia, República Dominicana, Ruanda, Tanzânia, Uganda e Venezuela. No Brasil, o café arábica natural, principal variedade produzida no país, é negociado na BM&F/Bovespa, e o café robusta, no London Terminal Market.

Visão fortalecida

Em meio às variações nas cotações do café, na virada de 2010 para este ano, ficou evidente uma curva ascendente, com a tendência de prevalecer no transcorrer de 2011, em razão do movimento do dólar, dos fatores de oferta e demanda e da ação do governo nacional.

Os agentes de mercado estavam com a convicção fortalecida de um cenário firme, com pequenas alterações de percurso. Os compradores encontram dificuldades para adquirir os produtos, principalmente os de qualidade superior. As análises refletiam a entrada de um ciclo de oferta deficitária, com preços de venda favoráveis.

Nessa perspectiva, o preço internacional do café arábica atingiu, na Bolsa de Mercadorias de Nova York, em fevereiro, os níveis mais elevados em 34 anos e meio.

Além desses aspectos mencionados, também ajudou na alta dos preços o maior consumo no período de inverno no Hemisfério Norte e por países produtores, como a Colômbia e da América Central, que, em razão de problemas climáticos, não puderam garantir uma oferta adicional.

A temporada 2011/12

Na presente temporada, 2011/12, a produção mundial de café sofre redução em comparação com a passada. A OMC reviu para baixo a sua estimativa no mês passado. Isso reforçará novas ondas especulativas nas bolsas.

Três variáveis reforçavam a tendência de aquecimento nas cotações internas e externas nesta safra:

1º O tamanho menor da colheita, de acordo com o ciclo bienal produtivo da planta;

2º A escassez dos cafés arábica lavados de alta qualidade, como os produzidos na Colômbia e na América Central, que enfrentam, respectivamente, problemas de excesso de chuvas e de tempestades tropicais, consiste em fato real;

3º O aumento no consumo interno.

Os sólidos fundamentos do mercado sustentaram os preços do café desde a entrada da safra, no segundo trimestre, sustentados pelas incertezas climáticas e pela vulnerabilidade na oferta. Em todo momento, o foco das atenções dos operadores esteve dirigido para o clima e o comportamento da economia mundial.

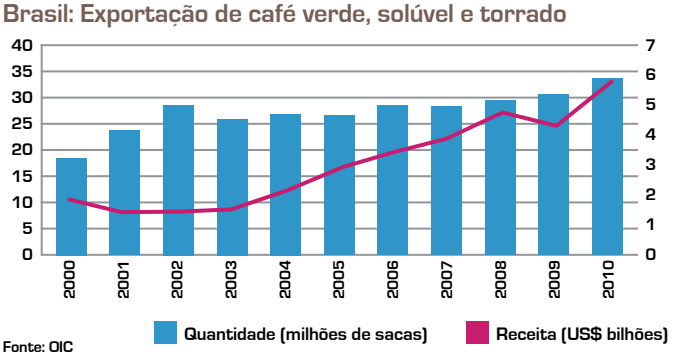
Com os armazéns vazios, o Brasil deverá bater recorde histórico de exportação de café na atual temporada (1º de julho de 2010 a 30 de junho de 2011). Os números dos embarques de janeiro a outubro ratificam essa previsão. Sem assistir a um crescimento dos estoques nos países consumidores, a expectativa é de aquecimento na ponta compradora.

Brasil: Exportação de café (janeiro a outubro)

Ano	Quantidade (sacas de 60 kg)		Receita (US$ mil)
	Verde	Solúvel	
2010	26.427.353	2.694.320	4.347.450
2011	24.735.665	2.621.355	7.017.581

Fonte: Cecafé (café verde) e Abics

Brasil: Exportação de café verde, solúvel e torrado



Fonte: OIC

Demanda crescente

De certa forma, o café atravessa com firmeza a turbulência dos mercados e a crise econômica na zona do euro e nos Estados Unidos. Os fundamentos de seu mercado mostram muita consistência quando se analisam os números de oferta, demanda e estoque. O cenário é de aperto na disponibilidade do produto, sem probabilidade de mudança significativa no curto e no médio prazo.

Assim, o estoque de passagem do café para o ano safra 2012/13 permanecerá em nível historicamente baixo. No caso de problemas com a produção, o impacto sobre o abastecimento será forte. O "colchão" está pequeno. Isso explica o nervosismo e a alta nas cotações do grão no mercado internacional.

Com o mercado interno a exigir mais qualidade e quantidade, a procura por cafés naturais bons e lavados fica mais aquecida. É o caso do segmento de máquinas caseiras, de cafés expressos, justamente os mais preferidos pelos importadores, mas que também ganha a preferência do consumidor nacional.

O café é uma das bebidas preferidas da população brasileira, com consumo *per capita* próximo ao da Alemanha (5,86 kg/habitante/ano) e acima dos índices da Itália e da França. Os países nórdicos (Finlândia, Suécia, Noruega e Dinamarca) lideram o consumo *per capita*, com 13 kg/por habitante/ano.

O incremento no índice de consumo para 2011 varia de 5% a 6% sobre o ano passado, segundo previsões da Associação Brasileira da Indústria de Café (Abic). O nacional passará de 20 milhões de sacas em 2011. Isso aproximará o Brasil dos Estados Unidos, o principal consumidor mundial, com 21,4 milhões de sacas, em 2009, segundo a OIC.

Com o consumidor cada vez mais exigente, a qualidade passa a ser uma das principais preocupações do segmento industrial nacional, uma vez que as certificações e os selos ajudam a reduzir as fraudes da indústria. A implantação, em fevereiro de 2011, da Instrução Normativa 16, com a determinação de um padrão mínimo de qualidade do café torrado e moído, foi um passo para frente.

O mercado global

Para acompanhar a evolução da demanda, a produção terá de estar próxima de 164 milhões de sacas em 2020. Isso significa um incremento de 32 milhões de sacas em relação à safra 2010/11, correspondentes a uma e meia safra do Vietnã, o segundo maior produtor mundial, ou a três vezes a colheita da Colômbia.

Em um cálculo bastante conservador, apenas para manter o precário equilíbrio atual entre consumo e produção global, a produção mundial nos próximos dez anos terá de crescer em mais de 20 milhões de sacas, ou um Vietnã, o segundo maior produtor de café do mundo. Aumentar a produção mundial em 20 milhões de sacas em apenas dez anos é uma meta ambiciosa e difícil de ser atingida. As mudanças climáticas e a competição por áreas e mão de obra com outras *commodities* agrícolas tornam a missão ainda mais difícil.

As grandes redes de varejo, com grande poder de barganha, estão presentes nos mercados tradicionais, emergentes e produtores. A marca própria é uma forma eficiente de diferenciação. A pressão para diminuir preço é constante, com a combinação de mais robusta e menos arábica.

Nas projeções de demanda, o comportamento verificado de 2000 a 2008 mostra resultados promissores. A grande novidade está por conta dos países emergentes, cuja taxa de crescimento foi de 4,5% ao ano. Nos países importadores desenvolvidos, o café faz parte da cesta básica da população, e o seu consumo está consolidado, com aumento de apenas 0,9% ao ano.

Conceito e imagem

O café está arraigado no hábito alimentar dos consumidores, além de ter características associadas ao prazer e à sociabilidade, com atributos positivos de estimular, animar e aguçar a concentração das pessoas. De percepção espontânea, o conceito de qualidade está associado à pureza, ao aroma e ao sabor do produto.

Os cafés

Especiais: possuem maior preço nos mercados de varejo tradicional. Passam a imagem de qualidade e apelo para o consumo em xícara. Identifica a origem da produção e estreita a relação entre o ponto de venda e o consumidor.

Certificados: transmitem a defesa de uma causa e são rastreáveis. A agregação de valor depende do apelo passado ao consumidor. Parte do prêmio adicional é transferida para o produtor. Possuem a propriedade de fidelizar o cliente.

A segmentação do mercado de café

Expresso: representa a forma de preparo com maior expansão global. Como significa maior qualidade, o consumidor aceita um preço mais elevado. É oferecido em locais agradáveis (Fran´s, Starbucks etc.) e consumido por doses, em xícara e copo alto. De elaboração prática, a bebida também aprece em misturas com leite e *hot/iced*, para atrair a população mais jovem.

Máquinas: permitem o consumo da dose em recintos fechados (escritórios, restaurantes, hotéis etc.). O atendimento é mais customizado, ao gosto do consumidor. Oferecem conveniência e qualidade. As máquinas podem ser multiuso (chocolate, sopa, chás, carioca, cappuccino etc.). O acesso às máquinas fica mais acessível em termos de preço.

Solúvel: possui bastante praticidade e oferece baixo custo. Surgem novas e sofisticadas formas de apresentação, com certificações especiais e selos *fair trade*. É uma excelente estratégia para entrar em mercados novos e emergentes.

Bebidas prontas: em fase incipiente e de lançamento, mas com boas perspectivas de crescimento. Oferecem alta agregação de valor.

Apesar de estar com consumo crescente e ter baixa rejeição no Brasil e no mundo, o café enfrenta a concorrência de outras bebidas, como água (pura e com aditivos em diferentes sabores), bebidas isotônicas, energéticos, refrigerantes (grande variedade – *diet*, *light* e zero –, atende a toda camada de público e com preço muito competitivo), chás e sucos em garrafa e lata, dentre outros.

O mercado tradicional atingiu maturidade e consolidação, com crescimento de apenas 0,9% ao ano. A sua tendência é de perder participação, mas continua a ser o mais importante em termos de consumo. Os Estados Unidos são os maiores consumidores mundiais, e a Alemanha é a maior consumidora na Europa.

O mercado dos emergentes representa uma grande oportunidade. Possui uma grande população em rápido crescimento. O chá é a bebida tradicional, enquanto o café é considerado produto de luxo. O café solúvel representa a abertura da porta de entrada, impulsionada pela influência do estilo de vida ocidental e expansão da rede de cafeterias.

No mercado dos produtores, os governos procuram organizar o setor, com programas para aumentar o consumo. De uma maneira geral, as redes de cafeterias estão em expansão.

Mundo: Consumo de café por grupo de países, em 2010 (milhões de sacas)

Tradicional		Emergentes		Produtores	
País	**Sacas**	**País**	**Sacas**	**País**	**Sacas**
Europa	39,8	Rússia	3,7	Brasil	18,0
EUA	21,6	Algéria	2,1	Indonésia	3,3
Japão	7,1	Ucrânia	1,7	México	2,2
		Sérvia	0,7	Etiópia	1,8
		China	0,5	Índia	1,5
		Coreia do Sul	1,6	América Central	1,4
		Outros	15,2	Colômbia	1,2
				Vietnã	1,0
				Outros	5,4
Total	**68,5**	**Total**	**25,2**	**Total**	**36,7**

Fonte: OMC

Participação na demanda mundial (%)

Países	2000	2008	2020
Tradicionais	60	54	47
Produtores	24	28	35
Emergentes	16	18	18

Fonte: OIC



SXC.HU

Café e cérebro

Darcy Lima*

O aroma do café desperta e dá bom humor. O *coffee-break* é uma das melhores partes de reuniões, congressos e palestras. O olfato é o mais importante dos sentidos para a escolha de comida, bebida, perfume, lençol e edredom. Tudo mais cheiroso é mais gostoso. O olfato desperta o desejo e regula a fisiologia da paixão. O recém-nascido reconhece a mãe pelo cheiro de seu leite.

Guardamos na memória o cheiro ruim de algo estragado acima que da imagem, como, por exemplo, um ovo podre. O cheiro do café causa efeitos misteriosos no cérebro, como o cheirinho do amor. Os alimentos funcionais possuem substâncias benéficas para o corpo humano: os antioxidantes de frutas e legumes previnem contra o câncer.

Mas o aroma pode trazer prazer e saúde? Qual comida e bebida faz viver mais? Devemos nos guiar pelo cheirinho gostoso, como fazemos com o prazer e o amor?

Cerca de 90% da dieta humana são oriundos do reino vegetal. As plantas mais consumidas no mundo são o café (*Coffea arabica*), bebidas tipo cola (*Cola acuminate*) e o chá (*Thea sinensis*). O café é um dos únicos alimentos sem a descrição de sua composição na embalagem. O café preto também é uma "caixa preta".

A bebida café possui, em seu teor final, compostos estáveis como sais minerais, niacina, cafeína e os polifenóis antioxidantes (ácidos clorogênicos). No processo de torra, eles dão origem aos quinídeos, não especificados nas embalagens. O café possui um número de compostos voláteis (já foram identificados quase mil) superior ao encontrado em qualquer outro alimento ou bebida. Isso lhe confere aroma e sabor, com um teor calórico mínimo, pois os açúcares, lipídeos e aminoácidos não estão presentes na bebida. Desta forma, um bom conhecedor de café pode obter da bebida o máximo de prazer aliado à saúde.

A ciência dos alimentos possui conhecimentos avançados, mas parciais, sobre a complexidade química do café, que, por sinal, é bastante superior à da uva e dos vinhos.

Dentre as iniciativas para entender melhor a complexa mistura química da bebida do café, existe a Unidade Café e Coração, estabelecida no Instituto do Coração em São Paulo. A parceria com o Instituto D'Or de Pesquisa e Ensino (ID'Or) desencadeou no desenvolvimento de estudos dos efeitos cognitivos relativos ao aroma e paladar do café, com dados pioneiros sobre a experiência olfativa e gustativa do café utilizando uma das mais modernas técnicas de neuroimagem, a Ressonância Magnética Funcional (RMf). Os voláteis de cafés *gourmet* de excelente qualidade estimulam regiões vitais para o prazer no sistema límbico, como amígdala, área tegmental ventral e núcleo accumbens, da mesma forma como o amor e o bem-estar de uma amizade o fazem.

Esta relação inversa entre doenças e consumo de café cria um grande entusiasmo nos seus impactos positivos nas matérias que envolvem saúde pública. Especialmente em razão de seu baixo custo, largo acesso e aceite universal.

O prazer do aroma e do gosto de café guarda mistérios. A ciência ousa desvendá-los para um melhor conhecimento da própria natureza humana, da planta café e da sua complexa, saudável e prazerosa interação.

* Junto com a Equipe Café e Cérebro do Instituto D'Or de Pesquisa e Ensino: Fernando Paiva, Marcelo Cossenza, Roseane Santos, Fernanda Tovar-Moll, Ivanei Bramati, Ricardo de Oliveira-Souza e Jorge Moll

Pesquisas com café

- Refrigerantes do tipo Cola (uma garrafa de dois litros possui teor de cafeína equivalente a três xícaras grandes de café) parecem estar associados à epidemia de obesidade nos EUA;
- O consumo regular de três a quatro xícaras diárias café pode exercer um efeito profilático sobre doenças do sistema nervoso central como a depressão, o suicídio e o alcoolismo;
- Associação inversa entre o consumo crônico de café e a incidência de Mal de Parkinson. O consumo de café previne os déficits motores bem como a neurodegeneração;
- Consumo de café está inversamente associado ao declínio cognitivo relacionado ao envelhecimento, bem como a incidência de doença de Alzheimer; baseado em uma evidência de reduzir a formação da placa β-amilóide;
- A cafeína antagoniza os receptores de adenosina, especialmente o receptor A2A, fortemente associado à neuroproteção. Esta característica aumenta o potencial terapêutico-preventivo em diferentes patologias do sistema nervoso central, com destaque como agente modificador de humor (o que o qualifica como candidato ao uso suplementar em terapias antidepressivas), e com reais impactos no desempenho cognitivo e mnemônico;
- Subprodutos do grão de café podem ser de úteis para a prevenção e o tratamento de doenças como cirrose e diabetes.

Embrapa Café

O Conselho Nacional do Café (CNC), em parceria com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) e a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), pretende delinear um Plano de Desenvolvimento e Utilização de Indicações Geográficas para a Cadeia Produtiva do Café.

Trata-se de um projeto estruturante, com foco na valorização das diferentes regiões produtoras de café, por meio de sinais distintivos, como marcas coletivas, indicações geográficas, certificações e selos.

O projeto também pretende diagnosticar e identificar as regiões produtoras com:

- Potencial para utilização dos sinais distintivos;
- Estabelecimento e aplicação das estratégias de sensibilização aos produtores;
- Construção de processos para obtenção de sinais distintivos;
- Ações de apoio para a sustentabilidade;
- Mensuração dos resultados (controle).

Com abrangência ampla no território nacional, presente em vários biomas, a cafeicultura brasileira possui tradição e valor histórico por sua importância econômica e cultural. A tendência da segmentação do mercado em termos de especiais demanda investimento e estratégias na agregação de valor.

O momento atual é muito propício para a cadeia produtiva nacional acelerar o desenvolvimento das estratégias comerciais e mercadológicas, com o objetivo de introduzir características de especialidades para o produto, mediante vendas em embalagens diferenciadas, com diferenciação de marca, origem ou qualidades decorrentes de uma procedência determinada ou de produtor distinto.

O instituto jurídico da denominação de origem ajuda a proteger o produto brasileiro, com a identificação dos cafés especiais, em termos de plantação, cultivo e processamento, de forma a obter melhores condições de preço e colocação nos mercados consumidores mundiais.

No Brasil, a primeira iniciativa do gênero ocorreu em maio de 1993, com a criação do Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado (Caccer), sediado na cidade de Patrocínio, no Estado de Minas Gerais. O trabalho reuniu oito associações de produtores da região do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba. No início, compreendia cerca de 3.500 produtores e 160 mil hectares de área plantada. Em 14 de maio de 2005, o Caccer recebeu do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (Inpi) a concessão de Indicadores de Procedência (IP).

No fim do ano passado, a Federação dos Cafeicultores do Cerrado entrou com pedido de Denominação de Origem no Instituto Brasileiro de Propriedade Industrial (Inpi). Com o apoio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), a ação agrega a credibilidade aos cafés produzidos por cerca de quatro mil produtores de 55 municípios das regiões do Triângulo Mineiro, Alto Paranaíba, de parte do Alto São Francisco e Noroeste, nos limites entre Minas Gerais e Goiás.

Juntos com os técnicos do Mapa, participaram o gerente-geral Paulo César Afonso Junior e os pesquisadores Aymbiré Fonseca e Helena Alves, da Embrapa Café; o pesquisador Sérgio Parreiras, do Instituto Agronômico de Campinas (IAC) e Maria Carolina Bazilli, representante da CNA.

Dez benefícios com a obtenção de sinais distintivos

- Proteção dos consumidores e produtores;
- Melhoria da organização dos produtores;
- Promoção das especificidades regionais;
- Evolução qualitativa dos produtos;
- Ampliação e manutenção de renda, emprego, preços, mercados;
- Promoção da imagem e resgate turístico e cultural da região;
- Desenvolvimento do turismo local;
- Preservação e valorização do patrimônio cultural;
- Valorização da gastronomia tradicional;
- Amadurecimento e organização da cadeia produtiva do café.

Glossário

Sinais distintivos: nomes ou elementos gráficos (logotipos) que distinguem produtos ou serviços por sua origem, qualidade, fabricante ou outra característica própria.

Indicação de procedência: nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

Denominação de origem: nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço, cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

Marcas coletivas: identificam produtos ou serviços provindos de membros de uma determinada entidade.

Marcas de certificação: representam conformidade de produtos a determinadas normas e padrões específicos. Não distinguem produtos, e, sim, atestam quanto ao atendimento de regras.