

SAULO DE SOUZA SANTOS CALLIARI

**O MERCADO BRASILEIRO DE CAFÉS ESPECIAIS:
INOVAÇÕES PROMOVIDAS NO SETOR**

**Monografia apresentada para a obtenção parcial
do grau de Bacharel em Ciências Econômicas do
curso de Ciências Econômicas, Setor de Ciências
Sociais Aplicadas, Universidade Federal do
Paraná**

CURITIBA

2010

TERMO DE APROVAÇÃO

SAULO DE SOUZA SANTOS CALLIARI

O MERCADO BRASILEIRO DE CAFÉS ESPECIAIS: INOVAÇÕES
PROMOVIDAS NO SETOR

Monografia aprovada como requisito parcial para a conclusão do curso de Ciências Econômicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, pela seguinte banca examinadora:



Orientador: Prof. Dr. José Guilherme Silva Vieira



Prof.ª Dra. Iara Vigo de Lima



Prof. Dr. Fernando Motta Correia

*A minha família,
Por cultivar a felicidade presente na vida,
Mantendo valores morais e éticos*

AGRADECIMENTOS

A todos os servidores da Universidade Federal do Paraná pelo trabalho duro para transformar a realidade da educação deste país.

A toda minha família por ajudar em todo este processo de formação acadêmica.

A todos os colegas e as boas lembranças que proporcionaram neste período.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
O PAPEL DA INOVAÇÃO NA ECONOMIA CAPITALISTA.....	3
1.1 REVISÃO SOBRE INOVAÇÃO.....	3
O HISTÓRICO DO CAFÉ NO BRASIL	7
2.1 O CAFEIRO	7
2.2 ORIGENS DO CAFÉ	8
2.3 A CHEGADA DO CAFÉ AO BRASIL	9
2.4 A PRODUÇÃO DE CAFÉ NO BRASIL	10
2.5 PRODUÇÃO E PRODUTIVIDADE DE CAFÉ POR REGIÃO	14
2.6 CONSUMO DE CAFÉ NO BRASIL	15
2.7 ANÁLISE CONJUNTURAL DO SETOR TORREFADOR	15
ANÁLISE TÉCNICA E SENSORIAL DO CAFÉ ESPECIAL	19
3.1 DEFINIÇÃO DE CAFÉ ESPECIAL	19
3.2 METODOLOGIA PARA ANÁLISE DE CAFÉS ESPECIAIS	19
3.2.1 Tipos de Cafés Especiais.....	21
3.3 INSTITUIÇÕES BRASILEIRAS EM PROL DO CAFÉ	24
3.4 CERTIFICADORAS DE CAFÉ	24
3.5 ETAPAS NO PROCESSAMENTO DE CAFÉ	26
3.6 MERCADO INTERNACIONAL DE CAFÉS ESPECIAIS	29
3.7 MÁQUINAS PARA PROCESSAMENTO DE CAFÉ	31
3.8 MÁQUINAS PARA EXPRESSO	32
3.8 TORREFADORA ILLY	33
CONCLUSÕES	34
REFERÊNCIAS.....	36

LISTA DE SIGLAS

°C	Graus Celsius
APEX	Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimento
BSCA	Brazil Specialty Coffee Association
CONAB	Companhia Nacional de Abastecimento
CNC	Conselho Nacional do Café
CDPC	Conselho Deliberativo de Política do Café
DNC	Departamento Nacional de Café
EPAMIG	Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
IAC	Instituto Agrônomo de Campinas
IAPAR	Instituto Agrônomo do Paraná
IBC	Instituto Brasileiro do Café
IBD	Instituto Brasileiro de Biodinâmica
ICO	International Coffee Organization
MDIC	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
NYBOT	New York Board of Trade
SCAA	Specialty Coffee Association of America
SECEX	Secretaria de Comércio Exterior
TECPAR	Instituto de Tecnologia do Paraná

LISTA DE FIGURAS

GRÁFICO 1 – Produtividade Mundial e Brasileira de Café	13
GRÁFICO 2 – Consumo nacional interno em sacas e per-capita	15
GRÁFICO 3 – Sondagem Conjuntural da Indústria de Café	17
GRÁFICO 4 – Evolução dos Estoques Certificado Nybot.....	29
FIGURA 1 – Ficha de avaliação sensorial SCAA.....	19
FIGURA 2 – Processamento do Café	26

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Exportações brasileiras em 2009 em US\$ Milhões	11
TABELA 2 – Estratificação das propriedades cafeeiras	12
TABELA 3 – Café Beneficiado em 2008.....	14
TABELA 4 – Produção e Participação de Empresas Associadas à ABIC	16
TABELA 5 – Quantidade Exportada de Cafés Preparados por Via Úmida, Brasil, 2005-2010	29

RESUMO

O presente trabalho objetiva revisar na literatura aspectos que demonstrem as inovações promovidas pelo fenômeno dos cafés no Brasil, analisando sua produção e distribuição, buscando conceituar tecnicamente o termo café especial e mostrando as mudanças promovidas, nestes últimos anos, no setor como um todo. Por fim analisarei as transformações ocorridas após a abertura comercial para os cafés brasileiros na bolsa de Nova Iorque.

Palavras-chave: Cafés Especiais, Inovação Agrícola, mercado brasileiro de café.

ABSTRACT

This paper aims to review in the literature, points that show innovations promoted by the trading of coffee in Brazil. By examining its production and distribution, defining the term technically “special coffee” and showing the changes made in recent years ~~industry-wide~~ And finally, I will examine the changes occurring after the commercial opening for Brazilian coffees in the New York Stock Exchange.

Key words: specialty coffee, Agricultural innovation, Brazilian coffee market

1. INTRODUÇÃO

O mercado de café vem sofrendo inúmeras mudanças com o passar dos anos, muitas destas tiveram impactos negativos para o setor, devido à queda de qualidade na busca constante de menores custos de produção. Contrário a este movimento surgiram alguns produtores, torrefadores e cafeterias que optaram pelo mercado de cafés especiais, atribuindo menos importância ao custo de produção e visando obter o melhor produto para servir a seus consumidores.

Considerando este quadro, este trabalho busca analisar as inovações adotadas para a entrada dos cafés especiais brasileiros no exigente mercado internacional, tentando dimensionar quais foram os fatores determinantes para sua regulamentação na Bolsa de Nova York e as vantagens para sua cadeia produtiva.

O processo de especialização e ganho de qualidade está revolucionando o setor cafeeiro mundial e promovendo a difusão de novas técnicas de plantio, secagem, torra e extração da bebida. Em consequência a estas mudanças, mais consumidores já optam por bebidas de maior qualidade e assim aumentam seu consumo *per capita*, que estava em queda à muitos anos devido a baixa qualidade das bebidas.

Esta busca incessante por menores custos de produção promovida pela concorrência oligopolista do setor levou a uma grande concentração industrial e queda da lucratividade em comparação com outros setores da economia.

Na busca por maior rentabilidade produtores passaram a buscar novos processos de plantio, colheita e secagem para melhor atender o mercado mundial de bebidas finas. As empresas nacionais de máquinas para o processamento, em resposta a esta onda, começaram a criar produtos específicos e, por isso, estão conquistando clientes globalmente.

Outro grande impulso deste nicho de mercado são as máquinas de café expresso atuais, que possibilitam aos baristas obterem bebidas com alto padrão de qualidade.

Este trabalho tem como objetivo analisar as mudanças promovidas no setor cafeeiro do Brasil pelos cafés especiais. A metodologia usada será a teoria de inovação schumpeteriana.

A divisão deste trabalho será feita da seguinte forma. Capítulo 1 conterà o referencial teórico que demonstrará, através da teoria schumpeteriana, como as inovações transformam setores da economia e quais são suas principais implicações ao setor em estudo.

O capítulo 2 terá como objetivo apresentar uma breve história da origem do café, sua vinda e evolução em solo brasileiro, seus dados estatísticos de produção e produtividade, e as instituições responsáveis por seu desenvolvimento no país.

O capítulo 3 explica o conceito de café especial e mostra as inovações do setor que promovem crescimento em toda a escala produtiva. Desde aspectos relativos à produção de máquinas para processamento específico de bebidas finas e inovações nos pontos de venda onde micro lotes de bebidas muito sofisticadas dão um novo rumo a cafeicultura brasileira.

Por fim será apresentada a conclusão do trabalho.

O PAPEL DA INOVAÇÃO NA ECONOMIA CAPITALISTA

1.1 REVISÃO SOBRE INOVAÇÃO

O mercado de café no Brasil apresenta uma grande concentração industrial, levando os torrefadores a uma guerra de preços no mercado varejista. Este fato impulsiona cada vez mais a busca por grãos com menor custo, para se produzir em escalas cada vez maiores e assim reduzir os custos totais.

A consequência direta destas políticas é a qualidade baixa do produto final, com o lucro marginal das torrefadoras perto de zero, alta concentração de mercado, barreira à entrada de pequenos produtores e baixo consumo per capita em comparação a países onde a qualidade da bebida é superior.

Tendo como necessidade aumentar a rentabilidade no setor, empresas buscam inovar em toda cadeia produtiva para diferenciar seus produtos e obter maiores ganhos.

Para Porter (1993), é competitiva toda empresa que consegue firmar sua posição superior as demais. Podendo a mesma optar por uma liderança em custos, na diferenciação do produto ou no enfoque do mesmo.

Na liderança por custos temos como foco a redução dos mesmos, no ramo cafeeiro ele se deu pelos novos sistemas de secagem e seleção dos grãos que permitiu aos produtores obter notas mais altas nos campeonatos.

Na diferenciação do produto a empresa foca atender especificidades do mercado visando receber o prêmio por qualidade pago aos agricultores que produzem bebidas finas com notas acima de 80 na avaliação sensorial SCAA. E finalizando temos o enfoque, que seria a atuação em áreas não atendidas dentro do setor como o cultivo de cafés orgânicos e de *fair trade*.

Para Schumpeter (1984), o “fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico” é a utilização de novos arranjos com os recursos produtivos, tais como:

novos produtos, novos processos de produção, novos mercados, novas fontes de oferta de matéria-prima e novas formas de organização industrial, ou seja “fazer coisas de forma diferente”, incluindo novas técnicas produtivas e de gestão à produção de bens, o que se denomina processo de inovação tecnológica. As inovações são diferentes das invenções, que podem não ser usadas e não ~~criar nada novo~~ criar nada novo. Uma inovação é algo novo que é usado para alterar as formas existentes de produzir.

As inovações geram o desenvolvimento capitalista a partir de dentro, sendo um fenômeno endógeno ao sistema capitalista, gerando “um processo de mutação industrial (...) que incessantemente revoluciona a estrutura econômica desde o seu interior, destruindo incessantemente a antiga, criando incessantemente uma nova. Esse processo de destruição criadora é o fato essencial a respeito do capitalismo”(Schumpeter 1984).

No processo de “Destruição Criadora”, Schumpeter (1984), leva em consideração a concorrência empresarial, não a concorrência perfeita usada na escola neoclássica, mas em uma baseada na introdução de inovações produtivas e organizacionais e na assimetria de informações entre os agentes, que acaba por gerar vantagens decisivas de custos, qualidade e proporciona no longo prazo, a expansão da produção e a redução dos preços.

Os empresários encontram-se em situação competitiva mesmo antes de outras empresas atacá-los, pois novos concorrentes e novas inovações podem surgir a qualquer momento.

Demonstra Schumpeter (1984) que o processo de “Destruição Criadora” não pode existir sem o “Empresário inovador”, definido como um indivíduo capaz de gerar e implementar inovações, mesmo sem capacidade e meios necessários para investir, pois pode ele utilizar o crédito bancário para adquirir os meios fundamentais para se produzir usando novas tecnologias e processos.

Ele indica que o desenvolvimento não ocorrerá sem a presença do empresário e a instituição de crédito capitalista, sendo necessária uma taxa de juros maior que zero para que exista interesse por parte dos bancos. Assim, ele pressupõe que os bancos também visam o lucro através dos empréstimos, o que os leva a interferir no desenvolvimento, pois eles procuram emprestar para indivíduos que tenham capacidade de pagar a quantia emprestada.

Para Schumpeter (1984), as inovações aparecem de forma esporádica e concentrada no tempo porque os agentes econômicos têm aversão ao risco e demoram a transformar invenções em inovações produtivas e organizacionais. As invenções ficam latentes até que outro empresário as utilize, este fator seria responsável pelo crescimento cíclico das economias capitalistas.

O aparecimento em onda das inovações leva ao aumento do gasto em investimento, induzindo ao aumento da produção industrial. Em um primeiro momento, os preços e os lucros das empresas aumentam, levando muitos empresários a se interessarem pela nova forma produtiva. Com o aumento da produção e a difusão da inovação, os preços e as margens de lucro tendem a cair, ajustando-se aos custos de produção.

Assim, a economia volta ao equilíbrio até que um novo empresário apareça e inicie um novo processo de crescimento, pois as inovações geralmente são implementadas por empresas novas, que aparecem isoladamente ao lado das já estabelecidas no mercado, concorrendo com elas e deslocando-as ao longo do tempo.

O empresário inovador tem um comportamento baseado na busca de lucros monopolistas que advém do uso das inovações que trazem o barateamento de produtos existentes ou a oferta de produtos ainda não produzidos. Mas com o passar do tempo, surgem os imitadores, que passam a concorrer com o inovador e promovem a redução das rendas monopolísticas. Com o decorrer do tempo, a difusão da inovação gera uma fase de desenvolvimento econômico, aumentando a renda geral da economia e levando à prosperidade. Ao final do processo, a economia volta ao estado de equilíbrio e as firmas não têm mais lucros monopolistas.

No caso do café a imitação é muito mais difícil e possivelmente impossível em muitos casos. Isso se deve ao fato de que produtos agrícolas são alterados pela região específica em que são produzidos, assim se cria uma barreira à entrada de concorrentes que imitariam seu produto.

O processo de inovação abrange cinco casos: (a) Introdução de um novo produto; (b) Introdução de um novo método de produção; (c) Abertura de um novo mercado; (d) Conquista de novas fontes de fornecimento; e (e) Realização de uma

nova organização da indústria, como a criação de uma posição de monopólio (SCHUMPETER, 1984).

O setor agrícola, costumeiramente é citado como um exemplo de mercado competitivo. Os muitos ofertantes, cada um deles produzindo uma ínfima parte da produção global, não conseguem, individualmente, afetar os preços ao manipular a sua própria oferta. O produtor é um tomador de preços, atuando como um mero expectador das forças do mercado.

Segundo Porter (1993):

“A luta para conquista de uma posição não é sujeita a controles de qualquer espécie e a entrada no setor é muito fácil. Essa espécie de estrutura industrial naturalmente oferece o pior panorama para a lucratividade no longo prazo”.

Ou seja, pode-se considerar o mercado de cafés extremamente concorrencial devido a poucas restrições à entrada no mercado e homogeneidade do produto comercializado em massa. Isto promove a constantes guerras por melhores preços baixando a qualidade da bebida consideravelmente com o passar dos anos.

O HISTÓRICO DO CAFÉ NO BRASIL

2.1 O CAFEIEIRO

Segundo a *INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION* (2010), o cafeeiro é um arbusto da família *Rubiaceae* do gênero *Coffea* L., da qual se catalogaram mais de 6000 espécies, mas comercialmente somente duas delas têm valor de mercado e representam juntas mais de 99% da produção mundial de café.

A espécie *Coffea Arabica* com mais de 60% do total produzido mundialmente, detêm 44 cromossomos e depende de altitudes ideais entre 1000 e 2000 metros para se obter um bom produto. Suas bebidas contém 0.8% a 1.4% de cafeína em seus grãos, é suscetível a maior parte das doenças que atacam os cafeeiros e produz uma média de 1500 a 3000 quilogramas de café por hectare. Existem mais de 1753 variedades classificadas atualmente, esta acima citada tem características organolépticas muito superiores a qualquer outra planta da família das *Rubiaceae* (ICO, 2010).

Devido a sua qualidade superior e maiores preços no mercado internacional, muitos países produtores como Costa Rica e Colômbia criaram leis que impedem o plantio de qualquer outro tipo de espécie de café, visando assim agregar o máximo de valor a sua *commodity*. Com isso estes países exportam a maior quantidade de café especial no mundo e mantendo classificações específicas na NYSE (GUIA DO BRASIL, 2009)

O *Coffea Canephora* com seus 22 cromossomos, e uma adaptação a altitudes entre zero e 700 metros, alta resistência a pragas e doenças, produtividade de 3000 a 4000 quilogramas por hectare, 1895 variedades, um teor de cafeína entre 1,7 a 4% e propriedades organolépticas muito inferiores à Arábica com sabor que lembra mofo e bolor. Países como Índia e Vietnã cultivam em grande escala tal espécie para atender ao mercado de cafés tradicionais de baixo custo, sendo atualmente responsável por baratear os *blends* comerciais (ICO, 2010).

2.2 ORIGENS DO CAFÉ

O café selvagem acontece na mata africana em quase todo seu continente, na lendária região de Kafa no interior da árida e tropical Etiópia, onde a planta foi descoberta pelos árabes, neste local hoje existe a cidade de Bonga. Até hoje, o arbusto do café é parte daquela vegetação natural. Os etíopes iniciaram seu consumo na forma de fruto. Alimentavam-se de sua polpa doce, por vezes macerada, ou a misturavam em banha, para refeição. E produziam um suco, que fermentado se transformava em bebida alcoólica. Suas folhas também eram mastigadas ou utilizadas no preparo de chá (ABIC, 2010).

Muitas lendas cercam a história da descoberta do café, porém provas históricas não foram encontradas para validar nenhuma das versões, o que se sabe com certeza, e que o primeiro povo a comercializar os grãos foram os árabes que também dominaram por anos a arte do plantio e preparo da bebida. Os mesmos o levaram para península arábica por volta de 575, sendo a região do Iêmen cultivada. Perto do ano 1000 seria conhecida sua infusão, com as cerejas fervidas em água, da qual se atribuía finalidades medicinais.

Monges e dervixes começaram a usar como bebida excitante que os auxiliava nas rezas e vigílias noturnas, postura que avalizou seu consumo e permitiu que se propagasse pelos povos de mesma cultura (GUIA DO BARISTA, 2009).

A primeira loja de café de que se tem registros era em Constantinopla em 1475, o Kiva Han. Em 1574 surgiram no Cairo e em Meca mais lojas especializadas em vender café, seu principal público era de poetas, músicos e artistas. Os árabes vendiam os grãos sem o pergaminho, para que os compradores não pudessem germinar e produzir em outras terras, assim eles e muitos outros povos tentaram manter o controle da comercialização deste produto.

O café chega à cidade de Veneza, no ano de 1615, onde era comercializado na *Botteghe del Caffè*, loja fina de especiarias e artigos de luxo. Assim o café começou sua franca expansão pelo território europeu, onde sofreria embates da Contra-Reforma, e seria alvo de ataques pelos defensores da tradição católica.

Controlando o comércio internacional e detendo a melhor frota naval da época, os Holandeses em 1616 trouxeram de Moka as primeiras mudas de café para

seu jardim botânico, onde posteriormente foram levadas para as suas colônias como caráter experimental. As primeiras colônias a receber foram Java, Sumatra, Timor, Bali, Malabar e Celebes e posteriormente o Suriname (GUIA DO BARISTA, 2009).

2.3 A CHEGADA DO CAFÉ AO BRASIL

A chegada do Café ao Brasil somente foi possível graças a Gabriel Mathieu de Clieu, oficial da marinha francesa que levou para a ilha de Martinica com a finalidade de desenvolver uma cultura lucrativa.

Em 1727, o sargento-mor Francisco de Mello Palheta teria recebido a missão oficial de trazer da Guiana Francesa as tão preciosas mudas. Conta-se que os portugueses eram proibidos de receber a planta. Palheta, porém, disposto a cumprir sua missão se aproximou intimamente da esposa do governador de Caiena, capital do Suriname. Ela, tomada pela paixão, ofereceu clandestinamente uma pequena muda do café Arábica que veio escondida na bagagem do brasileiro (ABIC, 2010).

Nos primeiros tempos o cafeeiro se desenvolvera apenas nas províncias do norte do país, em pequenas plantações. O café chegou ao Rio de Janeiro no início do século XIX, e foi plantado em chácaras na Tijuca, Gávea, Andaraí e Jacarepaguá. Da cidade maravilhosa o café expandiu-se pela Serra do Mar até atingir, em 1825, o Vale do Paraíba, alcançando logo depois São Paulo e Minas Gerais e norte do Paraná.

Uma curiosidade é que o café tipo santos, muito conhecido no mundo, nada tem a ver, como muitos pensam, com a cidade de Santos, porto exportador de café. Na verdade, a marca Santos deriva de Alberto Santos Dumont, que além de ter sido um pioneiro da aviação, foi também considerado "o rei do café".

Depois de avançar pelo Vale do Paraíba e chegando a Campinas, o Brasil, em 1860, torna-se uma grande potência exportadora de café com 26 milhões de pés plantados. O café torna-se o principal sustentáculo de uma aristocracia rural tão

opulenta quanto a dos senhores de engenho, composta de ricos fazendeiros que passam a ser chamados de barões do café.

O café também traz progresso. O escoamento da safra era de fundamental importância, por isso, em 1867, inaugurou-se a Santos - Jundiaí, que unia Santos, principal porto de exportação de café, às zonas de produção. Outras ferrovias surgiram como a Paulista, a Mogiana, a Sorocabana e a Noroeste, cujos traçados orientaram a direção de novas lavouras; mais tarde os cafezais atingiram também o norte do Paraná.

Mas foi São Paulo que se tornou a Metrópole do café. O progresso atingiu também as cidades do interior, onde surgiram bancos e casas bancárias. A cultura cafeeira atraiu grande número de imigrantes, sobretudo italianos, que vieram em busca de novas perspectivas. Para incentivar a produção e suprir o problema da mão-de-obra, com o fim da escravidão, o governo incentivou a imigração, principalmente da Itália.

2.4 A PRODUÇÃO DE CAFÉ NO BRASIL

O Brasil por muitas décadas mantém o título de maior produtor mundial de café, no ano de 2008-2009 foram 39,4 milhões de sacas segundo dados do ICO (2010), em média anualmente dois terços desta produção se destinam a exportação, atualmente 281 bilhões de dólares são exportados por nosso país e deste montante 2,8% são oriundos do café e seus derivados conforme tabela abaixo.

TABELA 1 - EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS EM 2009 EM US\$ MILHÕES

	Valor	Δ 2008-2009	Participação Total- %
1 Complexo Soja	17.251	-4,1	11,3
2 Material de Transporte	16.160	-40,2	10,6
3 Petroleo e Combustiveis	14.947	-35,1	9,8
4 Minérios	14.453	-22,8	9,4
5 Carnes	11.471	-19,7	7,5
6 Produtos Metalurgicos	11.104	-42,8	7,3
7 Quimicos	10.877	-11,0	7,1
8 Acucar e Etanol	9.716	23,4	6,4
9 Maqs. e Equipamentos	6.256	-35,3	4,1
10 Papel e Celulose	5.001	-14,3	3,3
11 Equipamentos Eletricos	4.964	-23,6	3,2
12 Complexo Café	4.251	-10,2	2,8

FONTE: SECEX/MDIC, 2009

Após 1830 o café passa a ser um produto extremamente rentável ao império, incentivos ao seu cultivo elevam suas exportações ao patamar de 60% das exportações totais do país na última década do século XIX. Com a decadência dos engenhos devido à falta de competitividade com as Antilhas Holandesas, o Brasil passa a cultivar grandes áreas de café.

No período da primeira república entre 1889 e 1930, se caracteriza um sistema de agro exportações, onde o café tinha caráter principal chegando a representar perigosos 70% de todas as exportações do país. Serviu de motriz ao desenvolvimento do consumo interno e de toda a infra-estrutura que dava suporte a sua produção.

Com a quebra da bolsa de valores em 1929 e suas conseqüências diretas no consumo mundial, o café passa a ter uma política de valorização e incentivo a sua produção. Na era Vargas entre os anos 1930 e 1945, o governo chega a comprar e destruir cerca de 80 milhões de sacas de café, tais medidas alimentaram um círculo vicioso de repetidas super safras, forçando a queda dos preços no mercado internacional.

Com o sistema cafeeiro em crise, muitas famílias produtoras vão à falência e outras migram para a produção industrial, criando assim um novo cenário econômico onde a balança de pagamentos permanece negativa e a inflação cresce a cada ano. Com o golpe militar a dívida externa e a inflação permanecem em crescimento, e as exportações de café só representam 10% das exportações totais do país.

Em julho de 1975 o café toma outro grande golpe com a grande geada, que destrói mais de 850 milhões de pés de café nos estados de São Paulo e Paraná. Tal fato levou a troca de cultura nas regiões promovendo uma grande mecanização da agricultura e mudança principalmente de cafezais para grandes áreas de soja, tal período ficou categorizado como revolução verde.

Com forte industrialização, este período retrata a mudança do foco na alocação dos recursos federais, o país já passa a exportar mais manufaturas que produtos primários e o café passa a ter menor impacto na balança comercial.

Atualmente o mercado brasileiro de cultivo de café é marcado pela agricultura de larga escala, contrário a política de muitos países de promover os pequenos produtores nossa estratégia para competir no mercado externo é a mecanização e a biotecnologia. Através da análise das tabelas 2 e 3 abaixo se percebe a participação de médios e grandes produtores em quase 75% do total colhido.

TABELA 2 - ESTRATIFICAÇÃO DAS PROPRIEDADES CAFEEIRAS

	MG				PR				SP			
	Área	%	Produção	%	Área	%	Produção	%	Área	%	Produção	%
Até 10 ha	231	32	3.021	28	18	11	212	10	44	21	994	29
10-50 ha	293	40	4.334	40	76	47	964	46	72	34	1146	34
> 50 ha	209	29	3.557	33	67	42	920	44	98	46	1246	37
Total	734	100	10.913	100	161	100	2.097	100	214	100	3387	100

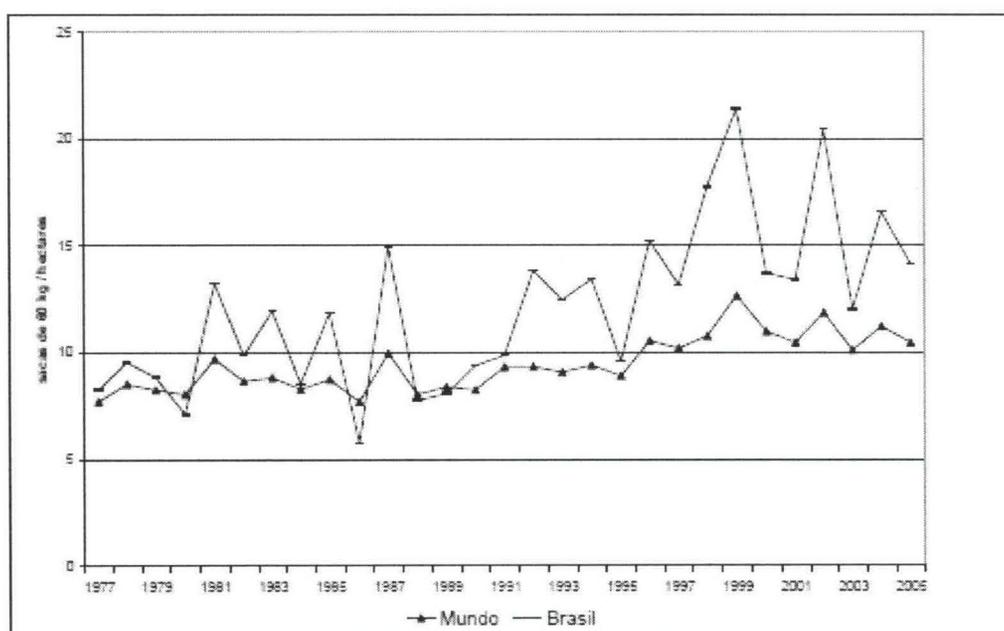
	ES				BA				Subtotal Brasil			
	Área	%	Produção	%	Área	%	Produção	%	Área	%	Produção	%
Até 10 ha	151	30	1213	29	8	9	74	9	452	27	5513	26
10-50 ha	239	47	1721	41	34	39	329	39	714	42	8496	40
> 50 ha	115	23	1244	30	46	52	442	52	535	31	7410	34
Total	506	100	4178	100	88	100	844	100	1701	100	21419	100

FONTE: CIC, 2008

Conforme podemos observar acima, 73% das propriedades cafeeiras são médias ou grandes. Produzindo somente 74% do total, assim podemos ver a capacidade de competição dos pequenos produtores no mercado global pela diferenciação de seus produtos. Até mesmo pequenos produtores podem obter tecnologia de ponta para suas propriedades.

O Brasil devido a enormes avanços na biotecnologia e grande mecanização de propriedades está à frente de seus concorrentes mantendo sua produtividade acima da média global conforme verificamos no gráfico abaixo. Para Saes (2008), este processo tem sido um dos fatores que promoveram a queda do preço da *commodity* nos últimos anos, que reduz custos pela escala produtiva que se estabelece com o uso de colheitadeiras, irrigadores automáticos e secadores rotativos. Reduzindo significativamente a necessidade de mão de obra e assim os custos totais.

GRÁFICO 1 - PRODUTIVIDADE MUNDIAL E BRASILEIRA DE CAFÉ



FONTE: SAES, 2008 APUD FAO (ÁREA COLHIDA) E ICO (PRODUÇÃO), (CIC), 2008.

Grande parte desta biotecnologia desenvolvida em prol do café chega a pequenos e médios produtores, promovendo uma maior lucratividade e competitividade ao Brasil frente a outros países produtores da mesma *commodity*.

2.5. PRODUÇÃO E PRODUTIVIDADE DE CAFÉ POR REGIÃO

Atualmente o estado de Minas Gerais detêm a maior parcela da produção nacional de café com 51,27% do total colhido. Suas terras altas e clima tropical promovem um ótimo desenvolvimento de cafés finos. Apesar deste fato, sua produtividade é inferior a do estado do Paraná em quase quatro sacas por hectare conforme verificamos na tabela abaixo.

TABELA 4 – CAFÉ BENEFICIADO EM 2008

UF/ Região	Produção (mil sacas de 60 Kg beneficiadas)			Produtividade e (sacas/ha)
	Arábica	Robusta	Total	
Minas Gerais	23.545	36	23.581	22,50
Sul/Centro-oeste	12.118	-	12.118	21,97
Triângulo/Alto Paranaíba/Noroeste	4.534	-	4.534	28,56
Z.Mata/Jequitinhonha/Mucuri/R.Doce/Central/Norte	6.893	36	6.929	20,50
Espírito Santo	2.867	7.363	10.230	20,89
São Paulo	4.420	-	4.420	23,45
Paraná	2.608	-	2.608	26,91
Bahia	1.566	576	2.142	17,13
Rondônia	-	1.876	1.876	12,03
Mato Grosso	12	126	138	9,20
Pará	-	233	233	18,04
Rio de Janeiro	253	13	266	19,61
Outros	213	285	498	20,64
BRASIL	35.484	10.508	45.992	21,20

FONTE: ABIC APUD SPAE / CONAB, 2010

Apesar do aumento da produtividade no país, os cafeicultores estão insatisfeitos com os rendimentos obtidos cultivando café. Isso se deve ao foco no custo de produção. Somente 10% dos cafés brasileiros exportados são especiais, e nossos produtores em áreas de montanha tendem a produzir cafés tradicionais com baixa qualidade. Este fato promove um baixo desenvolvimento destas regiões e uma manutenção destes produtores em situações de baixa competitividade (SAES, 2010).

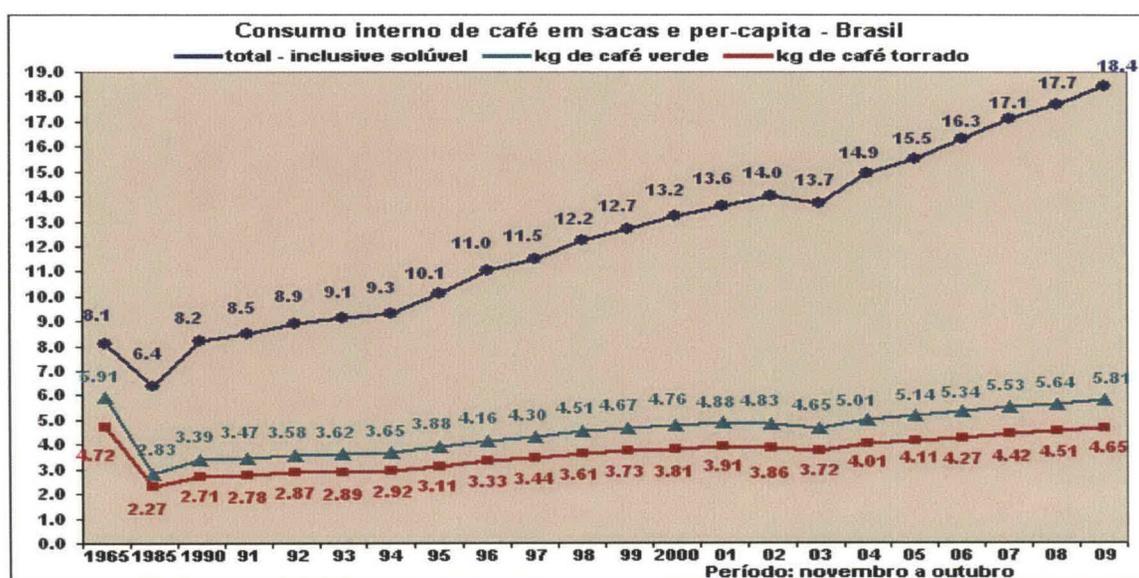
2.6 CONSUMO DE CAFÉ NO BRASIL

Segundo estudos da ABIC (2010), o consumo anual per capita no Brasil foi de 5,81 kg de café em grão cru ou 4,65 kg de café torrado, totalizando quase 78 litros para cada habitante por ano. Isso demonstra a grande aceitação do produto pelos brasileiros, que perde somente para água. Seu consumo esta em crescimento constante e quase triplicou nos últimos 20 anos, fato que se deve muito ao aumento da renda e do baixo preço promovido pela concorrência crescente no setor.

O café é a segunda bebida mais aceita no país com 97% de aceitação segundo pesquisa realizada pela ABIC (2010). Perdendo somente para água. Grande parcela destes consumidores estão começando a procurar bebidas mais elaboradas e certificadas, dando amplo suporte ao crescente mercado de cafés especiais.

O gráfico abaixo mostra a evolução do consumo per capita e em sacas, deixando claro o crescimento constante na demanda pelo produto.

GRÁFICO 2 – CONSUMO NACIONAL INTERNO EM SACAS E PER-CAPITA



FONTE: ABIC, 2010

Muito deste crescimento é promovido pelo crescimento da renda per capita e pela redução dos custos ligados aos ganhos em escala das torrefadoras. Apesar de sermos o maior produtor mundial de café verde em quantidade produzida, estamos atrás dos países desenvolvidos em quantidade de bebida consumida per capita em nosso país. Fato que tem origem na baixa renda da população, pois a aceitação do café como bebida é maior que 97%.

2.7 ANÁLISE CONJUNTURAL DO SETOR TORREFADOR

Conforme estudos da ABIC (2010), o setor de torrefação mostra uma concentração industrial excessiva, conforme tabela 1 abaixo 72,9% de todo café processado é feito por 10 empresas. Se exige uma escala produtiva cada vez maior, para assim reduzir custos e dar suporte a demanda por produtos de baixo valor. Isto leva a compra de menores torrefadores por grandes companhias e assim se criam, barreiras à entrada no mercado. O nicho que desponta com crescimento excepcional é o de pequenos torrefadores que trabalham com cafés especiais, pois com a qualidade das bebidas caindo no mercado tradicional, pela adição cada vez maior da espécie robusta nos *blends*, se cria um nicho para produtores de bebidas finas e exclusivas.

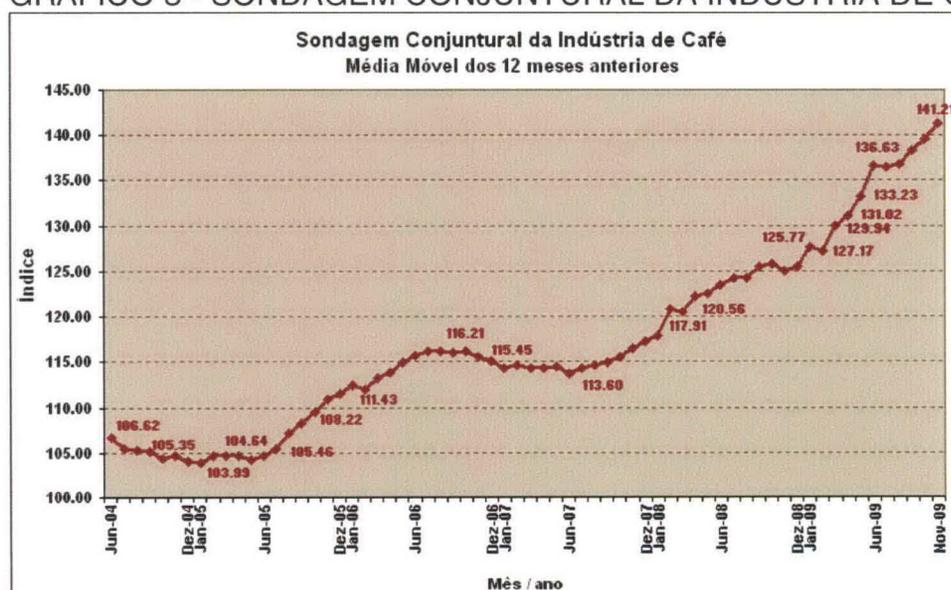
TABELA 5 - PRODUÇÃO E PARTICIPAÇÃO DE EMPRESAS ASSOCIADAS À ABIC

GRUPO	2008/2009		
	VOLUME MENSAL (sacas)	PARTICIPAÇÃO (%)	NÚMERO DE EMPRESAS
1-999 sacas	68.014	6,95	315
1.000-2.999 sacas	61.028	6,24	33
3.000-9.999 sacas	136.112	13,91	26
Acima de 10.000 sacas	713.147	72,90	10
Total	978.300	100	384

FONTE: ABIC, 2010

O gráfico 2 abaixo demonstra a atual concentração e oligopolização do setor de torrefação brasileiro.

GRÁFICO 3 - SONDAGEM CONJUNTURAL DA INDÚSTRIA DE CAFÉ



Fonte: ABIC, 2010

A Atual conjuntura industrial nos mostra possíveis fusões no médio e longo prazo e um processo de concentração de mercado por parte destes grandes torrefadores. Fato que possivelmente se mostrará ruim para toda cadeia produtiva, com queda da lucratividade, baixo preço pago aos produtores, queda na qualidade das bebidas e redução do consumo interno conforme se observou nos Estados Unidos que passaram pelo mesmo fenômeno nos anos 80 e 90.

Segundo CAFEPOINT, (2010) a saca com 60 quilogramas de café classificado como AA do Quênia, está sendo negociado a U\$ 900 dólares americanos, o que demonstra a forte progressão do mercado de cafés especiais pelo mundo. Tais grãos são produzidos no Brasil, com a mesma qualificação e são vendidos com preços muito abaixo disso, devido a fraco incentivo governamental a regulamentação de nossos grãos e pouco investimento na marca Café do Brasil.

O papel das agências promotoras do café será de imensa necessidade para formar um novo paladar aos consumidores e lhes fornecer informação suficiente para que optem por bebidas especiais. É através da criação de novas torrefadoras de menor escala, focadas em qualidade e atendimento excepcional aos clientes que promoverá maior lucratividade ao setor que se encontra em extrema concorrência e grande oligopolização.

ANÁLISE TÉCNICA E SENSORIAL DO CAFÉ ESPECIAL

3.1 DEFINIÇÃO DE CAFÉ ESPECIAL

Apesar de não existir conceito global de café especial, alguns pontos são importantes. Somente grãos da espécie arábica podem estar no produto, e a quantidade de defeitos deve ser abaixo do recomendado pela certificadora.

Segundo dados de 2001 dos pesquisadores Zylbersztajn e Farina, se definiu cafés especiais assim:

O conceito de cafés especiais está intimamente ligado ao prazer proporcionado pela bebida. Destacam-se por algum atributo específico associado ao produto, ao processo de produção ou ao serviço a ele associado. Diferenciam-se por características como qualidade superior da bebida, aspecto dos grãos, forma de colheita, tipo de preparo, história, origem dos plantios, variedades raras e quantidades limitadas, entre outras. Podem também incluir parâmetros de diferenciação que se relacionam à sustentabilidade econômica, ambiental e social da produção, de modo a promover maior equidade entre os elos da cadeia produtiva. Mudanças no processo industrial também levam à diferenciação, com adição de substâncias, como os aromatizados, ou com sua subtração, como os descafeinados. A rastreabilidade e a incorporação de serviços também são fatores de diferenciação e, portanto, de agregação de valor (Zylbersztajn et AL, 2001, p.68 - 69).

3.2 METODOLOGIA PARA ANÁLISE DE CAFÉS ESPECIAIS

O Brasil usa a metodologia Norte Americana para qualificação de cafés especiais estabelecida pela SCAA (*Specialty Coffee America Association*), que qualifica o produto conforme dez atributos a serem verificados: Fragrância/Aroma, Uniformidade (cada xícara representa estatisticamente 20% do lote avaliado), Ausência de Defeitos, Doçura, Sabor, Acidez, Corpo, Finalização, Equilíbrio e Conceito Final.

É considerado um Café Especial todo aquele que atingir numa criteriosa folha de avaliação no mínimo 80 (oitenta) pontos SCAA, como podemos ver na figura 1 abaixo.

FIGURA 1 – FICHA DE AVALIAÇÃO SENSORIAL SCAA



AVALIAÇÃO SENSORIAL DE CAFÉ

Nome: _____

Data: _____

Qualidade do Café

92 - Extrapecial	72 - Muito Bom
88 - Especial	70 - Bom
	67 - Regular

Amostra No	Fragrância Aroma	Uniformidade	Ausência Defeitos	Doçura	Sabor	Acidez	Corpo	Finalização	Equilíbrio	Final	Total
Saco 10 9 8 7 6 Ponto de Torra  Notas:	Saco 10 9 8 7 6 Quedas 10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	10 9 8 7 6 Intencidade Baixo Alto Diluido Denso	10 9 8 7 6 Nivel Diluido Denso	10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	Defeitos (subtrair) Leve=2 Forte=4 Qtd Intensd <input type="text"/> x <input type="text"/> = <input type="text"/> Pontuação Final <input type="text"/>
Saco 10 9 8 7 6 Ponto de Torra  Notas:	Saco 10 9 8 7 6 Quedas 10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	10 9 8 7 6 Intencidade Baixo Alto Diluido Denso	10 9 8 7 6 Nivel Diluido Denso	10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	Defeitos (subtrair) Leve=2 Forte=4 Qtd Intensd <input type="text"/> x <input type="text"/> = <input type="text"/> Pontuação Final <input type="text"/>
Saco 10 9 8 7 6 Ponto de Torra  Notas:	Saco 10 9 8 7 6 Quedas 10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	10 9 8 7 6 Intencidade Baixo Alto Diluido Denso	10 9 8 7 6 Nivel Diluido Denso	10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	10 9 8 7 6 2 pontos-xícara	Defeitos (subtrair) Leve=2 Forte=4 Qtd Intensd <input type="text"/> x <input type="text"/> = <input type="text"/> Pontuação Final <input type="text"/>

FONTE: SCAA, 2010

Um Café Especial, sob a ótica da qualidade sensorial SCAA, deve corresponder a um café com Bebida Mole, segundo critérios do COB, isto significa que é uma bebida adocicada, sem ocorrência de asperezas ou adstringência.

A análise deve ser feita segundo critérios específicos de umidade, quantidade de defeitos, torra e degustação. Logo acima da Bebida Mole, apresenta-se a Bebida Estritamente Mole, que possui os atributos percebidos na Bebida Mole, só que de forma amplificada. Cafés excepcionais, de preciosos micro lotes, situam-se nesta faixa.

Abaixo da Bebida Mole, tem-se a Bebida Apenas Mole que é quando se admite de discreta a leve aspereza na bebida, porém com predominância do sabor adocicado. É onde se enquadram lotes de cafés commodities denominados *Fine Cup*, mas que não são cafés especiais.

Então por protocolo, o café que promove sensação de adstringência como ao comer um caqui ou banana verde, não pode ser considerado de alta qualidade, muito menos especial.

Dessa forma, fica assim a equivalência:

- 85 pontos SCAA e acima: Bebida Estritamente Mole – CAFÉ ESPECIAL, excepcional.
- 80 a 84 pontos SCAA: Bebida Mole – CAFÉ ESPECIAL, *Gourmet*.
- 79 pontos SCAA e abaixo: Bebida Apenas Mole – NÃO ESPECIAL.

Sendo a classificação objetiva, expressa numericamente, é mais fácil e transparente a transação comercial, porque há uma clara identificação dos parâmetros envolvidos. A adoção de padrões é muito subjetiva, pois eles podem ter grande flexibilidade, criando dificuldades na identificação de sua real qualidade. O café repete a numeração criada ao dar nota aos vinhos para demonstrar com maior facilidade a relação custo-benefício.

Há um crescente interesse de consumidores por técnicas de análise sensorial de café, tal fato exige do mercado maior instrução e conhecimento pelos produtos que

revende. Estes consumidores estão forçando o mercado a se aperfeiçoar e aumentar seu conhecimento disponível aos clientes.

3.2.1 Tipos de Cafés Especiais

Existem dentro do mercado de cafés especiais cinco categorias, que definem características específicas de cada produto, são elas:

a) Cafés de Alta Qualidade ou *Gourmet*

Estes cafés podem ser obtidos por diversos processos de secagem e processamento, porém tem muitas coisas em comum. Somente grãos de variedades da espécie Arábica constam nesta lista, sua nota deve ser superior a 80 na escala COB e a quantidade de defeitos por amostra deve ser de no máximo 4 por amostra de 300 gramas.

Este tipo de bebida tem ganhado muita expressividade nos Estados Unidos, promovido por uma queda na qualidade das bebidas tradicionais e por uma tomada de mercado das cafeterias que operam com torra e preparo de bebidas finas.

b) Cafés de Origem

São conhecidos também como *Estate Coffee*, pois tem sua origem conhecida e garantida por certificadoras específicas. Todo seu processo produtivo é controlado e feito na mesma propriedade ou região, um bom exemplo deste tipo de café é o da fazenda Pessegueiro em São Paulo que foi premiado em 2005 com o título de

tesouro escondido da Associação Européia de Cafés Especiais e produz cafés na mesma propriedade desde 1870.

Outro café de origem são os de selo, café do cerrado, o qual tem reconhecimento mundial. O processo de certificação promoveu melhoria da rentabilidade dos associados e maior inserção no mercado global (SAES, 2008).

Analisando os resultados das vendas dos cafés colombianos percebemos que investir em diferenciações promove ágio na venda do produto, assim se prova que quanto mais se investir em estratégias de marketing para fixar a marca, maiores serão os resultados para os produtores no longo prazo (SAES, 2008).

c) Cafés Sombreados

São cafés plantados em sinergia com outras espécies de plantas, para assim promover maior resistência ao frio, geadas e pragas. Com este tipo de cultivo pode se obter uma boa adubação vegetativa somente com as plantas vizinhas, e obter lucro com as outras culturas associadas.

Estes cafés são conhecidos como amigos da natureza pois promovem manutenção da fauna e flora nativas. Certificadoras para este tipo de café são a SMBC e a Alianza para El Bosque Tropical. Ambas promovem prêmios para produtores que conseguem certificar seus produtos.

d) Cafés Orgânicos

Estes cafés exigem cuidados especiais, não podem conter contaminação alguma por fertilizantes químicos e agrotóxicos. É sempre associada a pequenos produtores devido a necessidade de cuidados especiais e muita mão de obra disponível.

Segundo dados da ICO (2010), sua exportação cresceu de 2004 a 2008, mais de 600% o que demonstra a global conscientização para aspectos ambientais. Os maiores consumidores são os Estados Unidos e a Alemanha com mais de 57,5% das importações, em terceiro lugar temos a Suécia que aumentou no mesmo período quase 800% suas importações.

Os cafés orgânicos são bem remunerados no mercado, mas demandam um cuidado grande e podem sofrer com safras muito boas que promovem a queda dos preços no mercado mundial.

e) Cafés *Fair Trade*

Neste segmento de cafés especiais o comércio solidário é a preocupação maior, devido a baixa renda e qualidade de vida dos produtores na grande maioria dos países subdesenvolvidos, se criou selos que garantem que o produto comprado não tem origem na exploração humana.

Surgiu na Holanda nos anos 50 e começou no setor cafeeiro, atualmente inúmeros produtos estão certificados para garantir melhor qualidade de vida às populações antes exploradas pelo mercado tradicional altamente competitivo.

Cafés *Fair trade* já representam 1% da produção mundial, 52% deles são também certificados como orgânicos. Sendo os cafés mais caros negociados na bolsa de Nova York, promovendo incremento de renda de aproximadamente 30 milhões de dólares em 2008 as associações produtoras (FAO, 2009).

3.3 INSTITUIÇÕES BRASILEIRAS EM PROL DO CAFÉ

Dada à importância do café nas exportações brasileiras muitas instituições cuidaram de seus interesses, criou se em 1931 o Conselho Nacional do Café (CNC),

que logo após em 1933 foi substituído pelo Departamento Nacional de Café (DNC), autarquia federal subordinada ao Ministério da Fazenda, que permaneceu com o controle do setor até 1946. Em 1952 é criado o Instituto Brasileiro do Café (IBC), composto em grande parte por cafeicultores, que definiram as diretrizes da política cafeeira até 1989.

Com o fim do IBC foi criado em 1996 o Conselho Deliberativo de Política do Café (CDPC), vinculado ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, que formula políticas públicas em prol da produção, comercialização, exportação e marketing, bem como para estabelecer um programa de pesquisa agrônômica e mercadológica de suporte técnico e comercial ao desenvolvimento da cadeia agroindustrial do café.

Atualmente os principais institutos de pesquisas que atendem o setor são: IAC (Instituto Agrônômico de Campinas), EPAMIG (Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais), IAPAR (Instituto Agrônômico do Paraná) e Embrapa (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária).

3.4 CERTIFICADORAS DE CAFÉ

Atualmente inúmeras empresas trabalham no setor de certificação de cafés, muitas delas têm foco no desenvolvimento sustentável, outras na qualidade da bebida e algumas em promover regiões produtoras. Mas todas têm o objetivo de melhorar a qualidade das bebidas e do setor como um todo.

Uma destas empresas é a *UTZ KAPEH*, que em seu programa de certificação baseado em um código de conduta próprio, contém um conjunto de critérios sociais e ambientais relativos a práticas de produção responsável de café e gestão eficiente de fazendas. Os produtores de café certificados pela *UTZ CERTIFIED* possibilitam a seus clientes total rastreabilidade de seu produto.

Outra grande no ramo da certificação é a *FAIR TRADE CERTIFIED*, que tem como meta certificar o café que não tem origem na exploração humana. Isso se

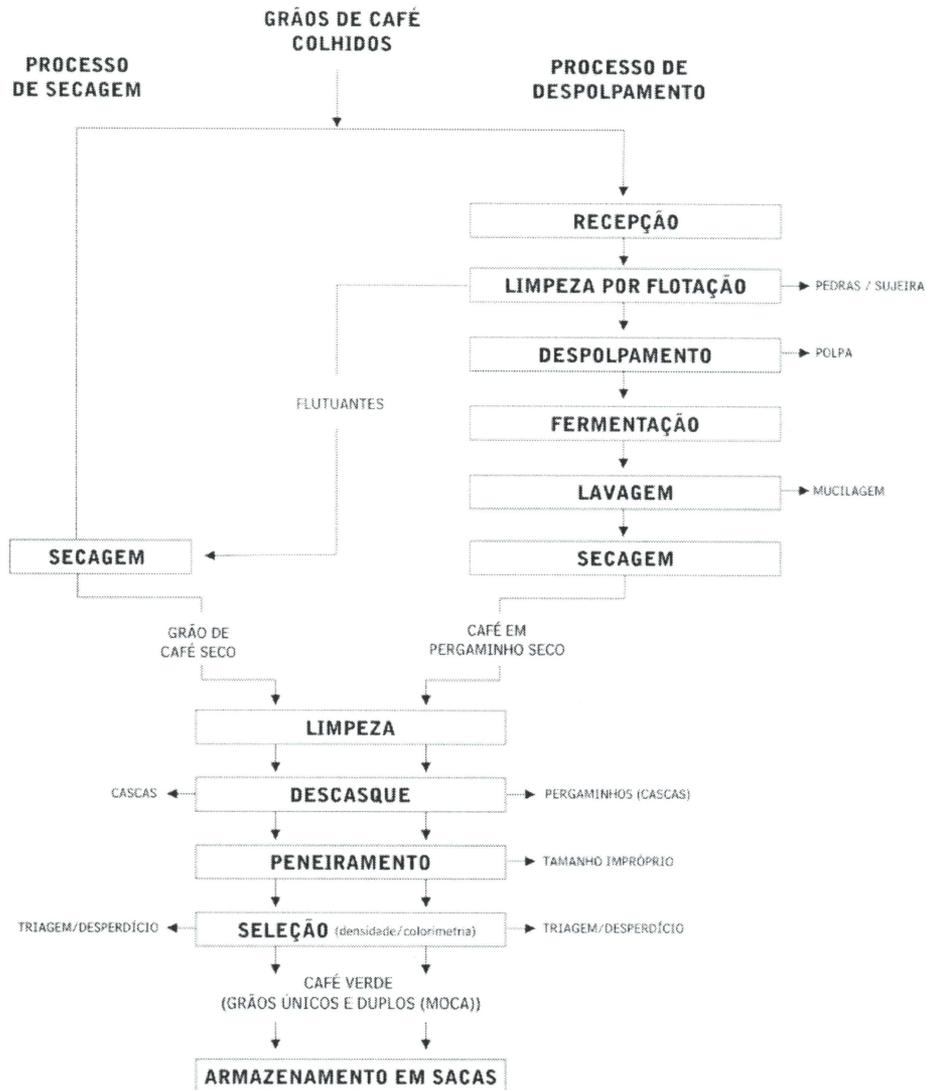
deve ao fato de que nos mais de 50 países produtores de café, quase todos são subdesenvolvidos e precários em direitos humanos. Com esta certificação se restringe a compra de cafés oriundos de serviço escravo e exploração por parte dos comerciantes internacionais, levando mais renda a comunidades pobres que produzem para subsistência.

No ramo da certificação orgânica temos muitos selos, ECOCERT, TECPAR, IBD, *RAINFOREST* e outros, todos ligados a aspectos de não adição de fertilizantes químicos ou defensivos na lavoura. No Brasil temos mais de 10 certificadoras. O selo de certificação de um alimento orgânico fornece ao consumidor muito além da certeza de estar levando para a casa um produto isento de contaminação química. Garante também que esse produto é o resultado de uma agricultura capaz de assegurar qualidade ao meio ambiente, qualidade nutricional e biológica de alimentos e qualidade de vida para quem vive no campo e nas cidades. A certificação orgânica é símbolo não apenas de produtos isolados, mas também de processos mais ecológicos de se plantar, cultivar e colher alimentos.

3.5 ETAPAS NO PROCESSAMENTO DE CAFÉ

Com a crescente disputa internacional pela qualidade excepcional de seus grãos, alguns produtores optam por processos distintos de secagem e processamento. Basicamente se pode deixar um café secar com seu fruto ou despolar o mesmo como segue na figura 2 abaixo.

FIGURA 2 – PROCESSAMENTO DO CAFÉ



FONTE: (CLARKE, MACRAE, 1987)

A qualidade da bebida segunda a GUIMARÃES (2009), esta diretamente ligada a como ela é secada, processada e armazenada. O café pode ter sua colheita feita de 3 maneiras:

- Escolha, onde cada grão maduro é retirado manualmente do pé e colocado em uma cesta. Está técnica é feita na Colômbia a muitos anos e deu a eles por muito tempo a fama de melhor café do mundo. A grande vantagem deste processo é a qualidade da bebida final, que devido a não presença de grãos

imperfeitos ou verdes será muito superior as bebidas de outras formas de colheita. Mas seu custo com mão de obra é elevadíssimo.

- Derrixa, são colhidos todos os grãos do pé ao mesmo tempo puxando do caule para as pontas. Este processo colhe muitos grãos verdes, o que torna sua bebida inferior e requer processamento posterior a colheita para retirada de inconformidades. Sua vantagem é a menor necessidade de mão de obra
- Colheita mecânica, os pés de café são podados e criados para se adaptarem as colheitadeiras, as máquinas retiram todos os grãos da árvore sem escolha alguma e com muita quebra de galhos. Sua vantagem é a redução de custo por não demandar mão de obra no campo, mas a qualidade da bebida é ruim e os pés de café têm de ser replantados devido a quebra constante.

Após a colheita pode se optar por despolar o café ou não, as vantagens de se despolar o café são questionáveis e remetem ao gosto de cada um pois são premiadas tanto bebidas naturais como despolidas. Uma coisa pode se afirmar sobre cafés despolidos, eles não tem a migração de açúcares do fruto para o grão na secagem e com isso serão bebidas com menor doçura.

Os antigos processos de secagem em terreiro de chão batido promovem a proliferação de bactérias e fungos que acabam por destruir qualquer potencial que a bebida tenha de se tornar especial. Os tipos de secagem existentes são:

- Terreiro de piche, onde um terreno plano e recoberto com uma lama asfáltica de 5 mm de espessura serve de piso para a secagem dos grãos de café por um período que varia entre 10 e 25 dias dependendo do clima e do processamento. Vantagem de ter médio custo e acelerar o processo de secagem em comparação com o terreiro de cimento, as desvantagens seriam o aparecimento de vegetação e a alta porosidade da superfície.
- Terreiro de terra, um terreno de chão batido serve de piso para a secagem dos grãos que ficam até 30 dias expostos. A única vantagem é o baixo custo, enquanto as desvantagens podemos citar: a péssima qualidade da bebida, falta de padrão de higiene mínimo e dependência de tempo adequado.
- Terreiro de cimento, um terreno recebe uma camada de concreto de 3 a 5 cm, onde os grãos são dispostos ao sol e secam em um período entre 10 e 25 dias. Uma grande vantagem deste processo é a qualidade e tempo de

secagem dos grãos, porém fica dependente de variações climáticas e tem custo elevado de construção.

- Terreiro suspenso, caixas de malha de arame suspendem o café acima da superfície permitindo fluxo de ar entre os grãos. Leva de 10 a 25 dias para secar e sua grande vantagem é a qualidade da bebida que tende a não desenvolver micro organismos indesejáveis, porém seu carregamento é lento e difícil exigindo muita mão de obra.
- Secador rotativo é um equipamento mecânico que em seu cilindro tubular rotativo se injeta ar quente, oriundo de uma fornalha. Sua grande vantagem é o tempo reduzido que fica entre 20 e 72 horas de processo, promove uma boa uniformidade nos grãos porém exige alto investimento e constante controle da temperatura e distribuição do ar
- Terreiro com estufa é um terreiro de cimento coberto com lona plástica transparente. Uma de suas vantagens é o tempo de seca que fica entre 7 e 21 dias mesmo em regiões extremamente úmidas. Porém seu custo é elevado e exige exaustores caso não se consiga fluxo de ar constante.
- Burareiro é uma tela firme sustentada por uma base de tijolos que será aquecida por uma fornalha. Leva até 27 horas para secar o café oferece um baixo custo para pequenos produtores porém é pouco difundido no Brasil.
- Terreiro Híbrido é o terreno coberto com concreto e tubos onde o café seca longe da incidência direta dos raios solares. Em dias chuvosos gás natural promove a secagem dos grãos, leva até 5 dias para secar o que representa uma grande vantagem, mas seu custo ainda é elevado.

3.6 MERCADO INTERNACIONAL DE CAFÉS ESPECIAIS

Atualmente o mercado de cafés especiais mundial, se pauta em negociações de contratos feitas na bolsa de Nova Iorque, sendo esta praça a formadora de preços no âmbito global. O intenso trabalho das empresas e associações ligadas ao café no Brasil deram resultado após uma luta de sete anos para se ter aceitação do café brasileiro lavado e semi-lavado na *NYBOT*, contratos que chegam a ser

negociados com ágio de até 43% em relação aos cafés brasileiros naturais (REVISTA CAFEICULTURA, 2010).

TABELA 6 - QUANTIDADE EXPORTADA DE CAFÉS PREPARADOS POR VIA ÚMIDA, BRASIL, 2005-2010

Ano	Preparo via úmida (lavado + CD)			Part. (%)	Cotação (US\$/sc)	BM&F
	sc 60kg	US\$ FOB	US\$/sc			
2005	2.186.220	338.288.175,78	154,74	10,2	134,05	
2006	1.969.866	311.235.028,59	158,00	8,6	129,59	
2007	2.011.132	333.542.713,16	165,85	8,6	146,93	
2008	3.096.432	598.321.929,42	193,23	12,9	160,59	
2009	2.560.233	478.509.397,34	186,90	9,8	148,25	
2010 (jan-jul)	1.668.942	341.340.456,75	204,53	11,7	166,82	

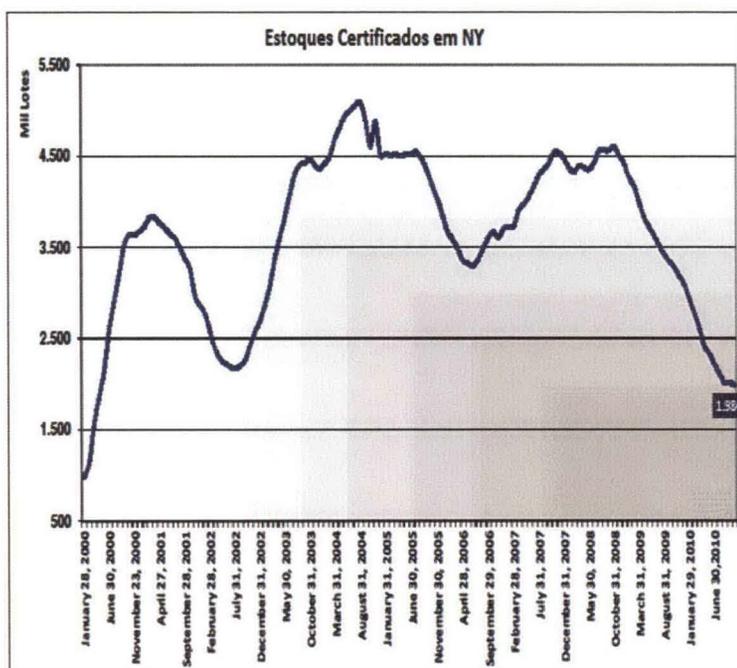
Fonte: CECAFE, 2010

Na tabela acima vemos a crescente produção de cafés preparados por via úmida no Brasil nos últimos 5 anos.

A batalha para certificarmos nossos grãos demorou a ser vencida, pela existência de cartéis formados por grandes produtores de cafés finos, como Colômbia, Guatemala, Costa Rica, El Salvador, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Venezuela, Peru, Equador, Republica Dominicana, Índia, Burundi, Ruanda, Uganda, Tanzânia, Papua Nova Guiné, Quênia. Inúmeras tentativas de negociação para se classificar o produto lavado e semi lavado brasileiro não foram atendidas e muito prejuízo ao crescimento deste mercado foi causado.

O consumo de bebidas de alto padrão cresce porém sua produção depende de inúmeros fatores climáticos para que se concretize em quantidade e qualidade de bebida nos padrões atuais de demanda. Com isso se expande o universo de exportadores interessados em captar grãos premiados em países ainda não classificados ou aceitos como detentores de bebidas de alto padrão, muitas vezes pagando preços mais baixos do que os praticados nos mercados tradicionais de cafés finos.

GRÁFICO 4 –EVOLUÇÃO DOS ESTOQUES CERTIFICADOS NYBOT



FONTE: NYBOT, 2010

Mas com a crescente falta de grãos especiais no mercado internacional, como podemos ver no Gráfico 4 acima, a demanda por cafés finos brasileiros rompeu as alegações infundadas promovidas por países que praticavam oligopólio, permitindo que nossos grãos adentrassem a este restrito mercado.

3.7 MAQUINAS PARA O PROCESSAMENTO DE CAFÉ

Atualmente no Brasil existem algumas empresas que se beneficiaram do crescimento mundial do mercado de cafés especiais, uma delas é a Pinhalense que

a mais de 60 anos produz equipamentos para processar café, nos últimos anos seu crescimento teve impulso com as máquinas que despulpam os grãos, isso porque o café despulpado tem maior cotação do que outros que não receberam este processo. Esta exigência do mercado é fundamentada na qualidade dos cafés colombianos, que são despulpados e colhidos por escolha a muitos anos. Uma exigência do mercado consumidor promoveu a inovação da indústria de máquinas para processamento, isso demonstra a capacidade inovadora dos cafés especiais.

Segundo CAFÉPOINT (2010), a empresa líder mundial em equipamentos para processamento de café a Pinhalense, teve aumento somente neste ano de 55% nas vendas de máquinas para processamento de café cereja descascado e despulpadores. Deste aumento 40% nas vendas foram para benefícios úmidos, para clientes em todas as regiões produtoras brasileiras, o que denota a preocupação do produtor em investir em produtividade com qualidade.

3.8 MÁQUINAS PARA EXPRESSO

O fenômeno atual do café expresso se deve ao grande inventor húngaro Francesco Illy, ele criou e patenteou em 1934 a máquina de extração de café com atmosfera diferenciada. As atuais máquinas usam caldeiras para promover uma atmosfera de 9 bar e temperaturas entre 90 e 92 graus Celsius para se extrair a bebida perfeita.

A grande diferença entre uma bebida extraída por um método convencional e por máquinas de expresso é a quantidade de óleos essenciais extraídos. A máquina de expresso consegue retirar muito mais elementos do café, assim propicia uma maior quantidade de sabores e cheiros.

Atualmente existem inúmeras marcas de máquinas de café expresso, mas a inovação é constante e inúmeras patentes são destinadas a estes equipamentos. Empresas cada vez maiores brigam por espaço no competitivo mercado global, e a necessidade de mão de obra especializada aumenta a cada ano.

Um fenômeno a ser percebido é o crescente mercado de equipamentos para extração de expresso residencial, as elegantes máquinas de café da *Nespresso*

invadiram milhões de cozinhas europeias na última década e mudaram a maneira como as pessoas fazem café, tomando uma fatia de US\$ 2,6 bilhões no mercado de cafés (CAFÉPOINT, 2010).

3.9 TORREFADORA ILLY

A torrefadora italiana Illy, fundada em 1933, tem em seu *blend* café de vários países. Seu produto é feito com mais de 60% de cafés brasileiros e sua busca por um café perfeito é constante. Com o programa de qualidade do café promovido por eles a partir de 1991, muitos produtores começaram a estruturar suas fazendas para atender as necessidades da torrefadora. Obviamente visavam os ganhos de 25 a 30% maiores pagos como premiação por bebidas moles e estritamente moles, assim a Illy deu força a um mercado que nascia após a desregulamentação do setor com a extinção do IBC.

Em 2000, é fundada a Universidade Illy que tem como objetivo ajudar a difundir técnicas de cultivo e processamento de cafés com maior qualidade. Assim promoveram uma constante melhoria em seu produto e maior satisfação dos produtores.

Com um conceito baseado na bebida perfeita, surgem as pequenas cafeterias especializadas em micro lotes de cafés especiais.

Segundo Couto (2010), já estão consolidados em países como Escandinávia, EUA e Japão torrefadoras de cafés com notas acima de 88, porém somente 0,2% da produção brasileira de café atende a estes padrões de qualidade. Sendo pagos até 15 mil reais por uma saca de café vencedora no concurso de *Cup of Excellence*, concurso que serve de referência ao setor de cafés especiais nacional.

3. CONCLUSÃO

Este trabalho foi guiado pela indagação: quais foram as mudanças promovidas por cafés especiais ao seu setor? A resposta adentrou o campo da avaliação sensorial das bebidas mostrando a diferença química entre elas e as inovações promovidas para se obter tais produtos.

Muitos cafés especiais contem aromas e sabores singulares à sua região, criando uma exclusividade muito difícil de ser igualada pelos concorrentes, este fato promove o aumento no preço das bebidas oriundas de únicas fazendas ou regiões específicas.

O mercado de cafés especiais no Brasil é representado somente por 10% de toda nossa produção total, fato que facilmente poderia ser alterado com incentivos a pequenos produtores como foi feito na Colômbia. A grande vantagem do café especial é o aumento da rentabilidade por hectare, a exclusividade do produto no mercado e a onda de novas máquinas e equipamentos para o processamento e o preparo destas bebidas.

Com a atual inclusão de nossos grãos na NYBOT teremos no médio prazo um aumento da liquidez aos produtores e uma melhor apropriação da quase-renda promovida pelos cafés lavados e semi-lavados aos produtores. Possibilitando a regiões menos propícias para obtenção de cafés finos a utilizarem máquinas para processamento via úmida para exportar seu produto com maior rentabilidade.

A qualidade superior de bebida promove maior satisfação nos consumidores, aumento do consumo per capita, maior preservação ambiental e menor concentração de renda, pois promove o pequeno produtor e pequenos torrefadores.

A crescente demanda nacional por máquinas para tratamento úmido de café, mostra que estamos tentando inovar através de despoldadores automáticos de café, diferentes do método colombiano de lavar o café manualmente em pequena escala e produzir pouca quantidade de café com elevado custo, que empregam maior tecnologia para aumentar a produtividade e reduzir custos na produção de cafés lavados. Esta inovação criou a atual disputa entre cafés brasileiros e colombianos na bolsa de Nova York, estes cafés chegam a ter prêmio por qualidade de até 40% sobre o valor negociado na instituição. Reações por parte da Colômbia tentando

impedir a entrada dos cafés lavados nacionais demonstram que existe qualidade e competitividade suficiente para que os produtores brasileiros entrem nesta disputa.

As crescentes inovações no mercado de torra de cafés especiais em micro lotes premiados, mostram que o consumidor está apto a distinguir tais diferenças de produto. Na última década se notou a crescente demanda por cafeterias com alto padrão de qualidade e a ascensão de grandes redes como a *Starbucks*, todas ligadas a inovar e diferenciar seus produtos do velho mercado de cafeterias tradicionais. Dando maior atenção a qualidade das bebidas e sua apresentação aos clientes, tornando o momento da degustação do café algo especial.

O Brasil se adapta as demandas internacionais de cafés finos e segue dominando a produção mundial, agora também interessado em ganhar maior expressividade no mercado de cafés especiais mundial.

Um fato a ser discutido são as políticas macroeconômicas brasileiras para promover inovações, atualmente são poucas e ineficientes. Comparando com outros países, se percebe a grande dificuldade dos produtores brasileiros para se obter dinheiro destinado a pesquisa e desenvolvimento de novos métodos e processos produtivos. É uma falta de compromisso estatal com a tomada de nichos de mercado específicos que promoveriam um aumento da quase-renda de muitos pequenos e médios produtores em âmbito nacional.

REFERÊNCIAS

ABIC – Associação Brasileira da Indústria do Café. **Estatísticas**. Disponível em: <www.abic.com.br>. Pesquisado em: 22 de maio de 2010.

ABIC – Associação Brasileira da Indústria do Café. **Pesquisas**. Disponível em: <www.abic.com.br>. Pesquisado em: 16 de abril de 2010.

CAFÉPOINT – Rede Agripoint. **Giro de Notícias**. Disponível em: <www.cafepoint.com.br>. Pesquisado em: 22 de junho de 2010.

CAFÉPOINT – Rede Agripoint. **Giro de Notícias**. Disponível em: <www.cafepoint.com.br>. Pesquisado em: 18 de maio de 2010.

CECAFE – Conselho dos Exportadores de Café do Brasil. **Dados Estatísticos**. Disponível em: <<http://www.cecafe.com.br>>. Pesquisado em: 25 de junho de 2010.

COUTO, C. **Cafés nacionais produzidos em pequenos lotes e com notas altas em concursos internacionais viram atração em cafeterias do país**. Folha de São Paulo, São Paulo, 18, fevereiro, 2010. Ilustrada, p.E7. Jornal Folha de São Paulo, 15 de junho de 2010.

CLARKE, R.J.;MCRAE,R. – **Coffee Technology**. Vol 2. Essex, Inglaterra: Editora Elsevier 1988.

EDGARD, B. **Guia do Barista: Da Origem do Café ao Espresso Perfeito**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Café, 2009.

FAO – Food Agriculture Organization of the United Nations. **The Market for Organic an Fair Trade Coffee**. Roma, 2009. Disponível em: www.fao.org. Pesquisado em 13 de junho de 2010.

GUIMARÃES, H. **Seguindo o Sol de Cada Dia**. Revista Espresso, nº 25. São Paulo, set-nov, 2009., p.108-111.

NYBOT – **Markets**. Disponível em: <[wwwtheice.com](http://www.theice.com)>. Pesquisado em 28 de outubro de 2010.

OIC – Organização Internacional do Café. **Séries de Dados – Trade Statistics**. Disponível em: <www.ico.org>. Pesquisado em: 20 de maio de 2010.

OIC – Organização Internacional do Café. **História do Café – Story of Coffee**. Disponível em: <www.ico.org>. Pesquisado em: 13 de abril de 2010.

OIC – Organização Internacional do Café. **Aspectos Botânicos – Botanical Aspects**. Disponível em: <www.ico.org>. Pesquisado em: 16 de abril de 2010.

OIC – Organização Internacional do Café. **Dados Históricos – Historical Data**. Disponível em: <www.ico.org>. Pesquisado em: 25 de maio de 2010.

PORTER, M. E. **Estratégia Competitiva**. 16 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

REVISTA CAFEICULTURA - “**Independência ou Morte**” Disponível em: <<http://www.revistacafeicultura.com.br/index.php?tipo=ler&mat=34379>>. Pesquisado em: 28 de outubro de 2010.

SAES, M. S. M. **Brasil deve apostar na qualidade do café para oferecer diferencial a importadores**. Folha de São Paulo, São Paulo, 8, junho, 2010. Mercado, p.B7. JORNAL FOLHA DE SÃO PAULO, 19 de junho de 2010.

SAES, M. S. M. **A Estratégias de Diferenciação e Apropriação da Quase-Renda na Agricultura: a Produção de Pequena Escala**. 2008. 168f. Tese (Livre- Docência) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo.

SCHUMPETER, J.A. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

UNILLY - Universidade Illy do Café. Universidade Corporativa. Disponível em: <unilly.com.br>. Pesquisado em: 18 de junho de 2010.

ZYLBERSZTAJN, D.; FARINA, E. M. Q (Coords.) **Diagnóstico sobre o Sistema Agroindustrial de Cafés Especiais e Qualidade Superior do Estado de Minas Gerais**. Relatório Final PENSA/USP. 174p. São Paulo: SEBRAE-MG, 2001.