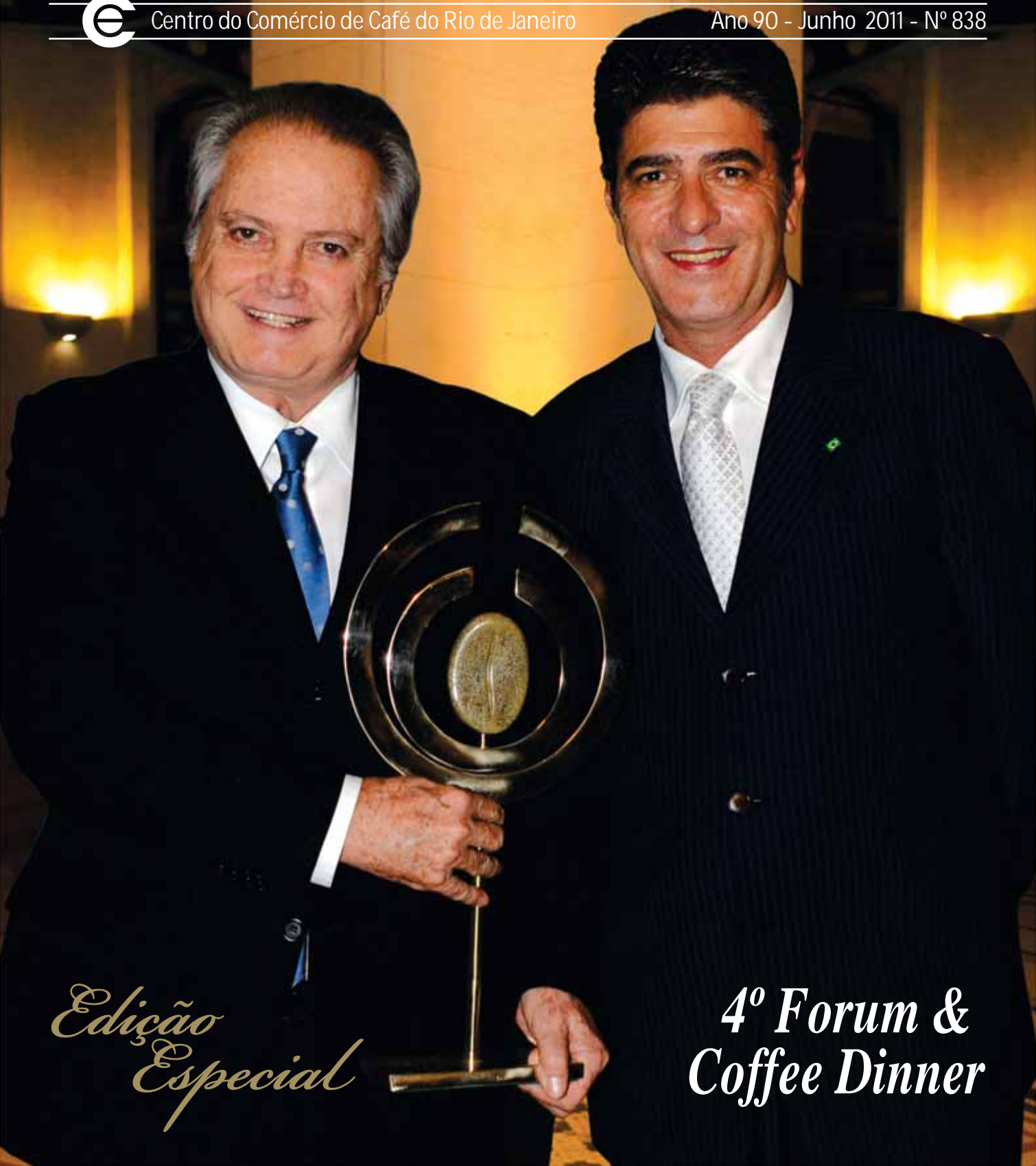


# Revista do Café



Centro do Comércio de Café do Rio de Janeiro

Ano 90 - Junho 2011 - Nº 838



*Edição Especial*

*4º Forum & Coffee Dinner*



Integrity and Faithful Relationship.

On Balcoffee's 15<sup>th</sup> Anniversary,  
we would like to thank all our trading  
partners for their continued support  
through these volatile times.

Balcoffee remains committed to  
deliver its services with integrity  
and faithful relationship.

We look forward to a bright future  
as we strive to help you to develop  
your vision and meet your  
objectives in Brazil.

Ed. Palácio do Café Av. N. S. dos Navegantes, 675/801  
Enseada do Suá Vitória ES Brazil Zip Code 29.056-900  
P (27) 3345 7545 F (27) 3325 4158  
[www.balcoffee.com.br](http://www.balcoffee.com.br) [balcoffee@balcoffee.com.br](mailto:balcoffee@balcoffee.com.br)  
AIM BALCOFFEE Skype BALCOFFEE

**BALCOFFEE**  
TRADING INTERMEDIações LTDA

# Café tem previsão otimista para a próxima década

A 4ª edição do Forum & Coffee Dinner, realizada no último dia 31 de maio, constituiu-se novamente em palco de grande interesse para o negócio café e de discussão de temas relevantes. O evento contou com a presença expressiva da comunidade cafeeira nacional e internacional, que nesta oportunidade concentrou os debates na avaliação das perspectivas do setor para a próxima década, 2011 a 2020.

Indiscutivelmente o café atravessa um período de prosperidade. Os preços situam-se em patamares justos, cobrem os custos de produção – os quais, reconheça-se, sofreram aumentos reais consideráveis nos últimos anos - e remuneram o esforço de produção. Mas é importante lembrar que nesse tipo de cultura permanente costuma ser frequente, ou mesmo inevitável, que os ciclos de bons preços sejam seguidos por ciclos menos favoráveis. E que, neste caso, a grande virtude dos agentes econômicos está em criar condições no sentido de que os períodos de bons preços, como os de agora, se prolonguem pela consolidação de estruturas capazes de proporcionar desenvolvimento sustentado ao mercado. Não há como se falar, por exemplo, em expansão do consumo sem que se cuide, igualmente, da expansão correspondente da oferta. Ou, ainda, que se subestimem impactos eventuais e temporários sobre os mercados de Bolsa, decorrentes dos efeitos de globalização.

As conclusões que, de modo geral, convergiram para uma perspectiva otimista quanto à continuação do quadro de equilíbrio entre produção e consumo, de estabilidade de preços, de expansão moderada do consumo e de melhoria de qualidade, alicerçaram-se em avaliações objetivas dos fundamentos e da estrutura do mercado.

Do lado da produção, as manifestações de representantes de países líderes na produção de café arábica, Brasil e Colômbia, e a apresentação global sobre a posição dos cafés robustas, mostraram prudência e preocupação quanto ao aumento da produção, sustentando-se que ocorra a partir de investimentos na melhoria da tecnologia de produção, portanto,

produtividade, e não na expansão desmesurada de plantios em novas áreas. No caso do consumo, ficou evidente a importância de ações voltadas para o seu incremento nos próprios países produtores, e a atenção, nos mercados importadores, para as implicações trazidas pela situação econômica atual, que impõe novas práticas.

E, acima de tudo, a impressão generalizada e praticamente unânime de que o tema da sustentabilidade está definitivamente incorporado às relações de produção e de mercado na atividade cafeeira. Produzir em condições sustentáveis, de respeito ao meio ambiente e ao valor do trabalho, e preços justos, torna-se crescentemente um fator de acesso aos mercados. O CECAFÉ, que vem desenvolvendo há anos ações claras nessa área, por decisão de seu Conselho Deliberativo, continuará a perfilar o caminho do crescimento sustentável, ampliando as suas iniciativas de melhoria da educação e de acesso à informação nas áreas rurais.



**Guilherme Braga Abreu Pires Filho é  
Diretor Geral do CECAFÉ**

*Edição Especial*

Organizada pelo CECAFÉ - Conselho dos Exportadores de Café do Brasil alusiva ao

*4º Forum & Coffee Dinner*

## Revista do Café

**Coordenadora:**  
Alessandra Rodrigues de Almeida

**Reportagens:**  
Miguel Barbosa

**Capa:**  
Ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Wagner Rossi e João Antonio Lian

**Crédito da Capa:**  
Cláudio Arouca / Edu Cesar

**Diagramação e Arte:**  
José Eduardo Costa Gialaim

**Design e Projeto Gráfico:**  
GSB2 Propaganda  
Praça Rio Branco 13  
Espírito Santo do Pinhal - SP  
(19) 3661 1313 - [www.gsb2.com.br](http://www.gsb2.com.br)

**Impressão Gráfica:**  
Gráfica Mundo  
[www.graficamundo.com.br](http://www.graficamundo.com.br)

Miguel Barbosa

# Com perspectivas de preços firmes,



4



# cafeicultura discute o seu futuro



No dia 31 de maio, numa terça-feira, a cidade de São Paulo tornou-se o cérebro da cafeicultura mundial, reunindo centenas de representantes de um setor que vive um período de bastante otimismo, com projeção de uma conjuntura positiva para os próximos anos, de preços estáveis, com perspectivas de altas moderadas, e produção equilibrada com a demanda. Foi a quarta edição do Forum & Coffee Dinner, evento organizado pelo Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (Cecafé).

O Fórum teve início com uma breve solenidade no auditório do Hotel Maksoud, seguida de palestras, ministradas por grandes nomes do agronegócio. Na mesa de abertura, sentaram-se Guilherme Braga, diretor-executivo do Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (Cecafé); Ricardo Villaveces, representando a Federação de Cafeicultores da Colômbia; Manoel Bertone, secretário de Produção e Agroenergia do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento; João Antonio Lian, presidente do Conselho Deliberativo do Cecafé; José Dauster Sette, diretor-executivo da Organização Internacional do Café (OIC); Antonio Chinelatto Neto, diretor de negócios do Bradesco; e Robério Silva, diretor do Departamento de Café do Ministério da Agricultura e candidato brasileiro à vaga de próximo diretor-executivo da OIC.

Após um rápido discurso de boas vindas de João A. Lian, cumprimentando e agradecendo o público, o apresentador chamou Fernando Honorato Barbosa, diretor do departamento de pesquisas e estudos econômicos do Bradesco, para ministrar uma palestra sobre o panorama econômico no Brasil e no mundo. Em seguida, houve palestras de José Carlos Grossi, grande cafeicultor no cerrado mineiro, sobre as perspectivas da produção brasileira; de Ricardo Villaveces, sobre a atual situação da cafeicultura colombiana; de Raja Saoud, que fez uma brilhante análise sobre o futuro do mercado mundial do café robusta; de Vincenzo Sandalj, que falou das peculiaridades do consumo de café na Itália; de Carlos Brando, o mago do marketing de café, cujo talento para elaborar estratégias de aumento de consumo tem sido disputado em todo mundo; e, finalmente, dois especialistas em mercado futuro, Oscar Schaps e Luiz Eduardo de Paula. As palestras foram disponibilizadas no site do Cecafé <http://www.cecafe.com.br/CoffeeDinner2011/Downloads.aspx>

À noite, confraternizaram todos num magnífico evento realizado na Estação da Luz, onde assistiram entrega de prêmios, shows musicais, seguidos de coquetel e jantar.

Nas próximas páginas, você encontrará um resumo de cada uma das palestras, informações sobre os nomes premiados, e uma descrição da cerimônia de encerramento, que contou com discursos do presidente do Conselho Deliberativo do Cecafé, João Antônio Lian, e do ministro da Agricultura, Wagner Rossi. €



# Fernando Honorato ressalta oportunidades no mundo emergente

O painel apresentado pelo Economista do Bradesco dividia-se em duas partes: a primeira com o panorama geral das perspectivas econômicas globais, intitulada "Um Mundo em Transformação e em Desequilíbrio: os emergentes são os novos atores"; outra voltada para uma análise específica da conjuntura nacional, intitulada "Brasil: Ajuste Moderado em 2011 e Excelentes Perspectivas Adiante".

6

A principal mensagem de Honorato consistiu em mostrar aos agentes do agronegócio café que as grandes oportunidades da nova década encontram-se sobretudo nas economias emergentes. "O mundo desenvolvido segue lutando contra suas mazelas, com baixo crescimento e graves problemas de endividamento", explicou o economista, exibindo gráficos com taxa de desemprego, evolução da dívida em proporção ao PIB, e nível dos juros, referentes aos países desenvolvidos. Os números revelam economias absortas em crises financeiras estruturais e estagnação econômica. As economias emergentes, por outro lado, crescem de forma acelerada, vivendo um período de expansão que se afigura de longo prazo.

Segundo Honorato, a dinâmica dos dois grupos (desenvolvidos X emergentes) causa alguns desequilíbrios, notadamente nos preços de commodities, nas moedas e na inflação global.

Através dos gráficos projetados no telão, Honorato fez os participantes entenderem a diferença entre o acelerado crescimento dos países desenvolvidos e a lenta marcha

Revista do Café



das nações ricas, fazendo algumas previsões: ao final de 2011, o crescimento médio anual dos emergentes deverá ser de 6% , contra 2,1% do mundo desenvolvido. Ao final de 2012, os desenvolvidos poderão melhorar um pouco sua média, para 2,6% e os emergentes deverão se manter crescendo a 5,9%.

Um dado importante para compreender as mudanças profundas em curso na economia mundial é a participação dos emergentes nas vendas de automóveis. Segundo Honorato, os cidadãos das nações emergentes respondiam, no início de 2007, por menos de 30% das compras globais de carros. De lá para cá, vem aumentando sua participação gradualmente, ganhando market share em cima dos desenvolvidos; e os ultrapassaram este ano. Em abril de 2011, os emergentes compraram 51% dos carros produzidos no mundo!

DEPEC-BRADESCO: CENÁRIO MACROECONÔMICO (2008-2020)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013-2020 (média)
PIB%	8,2	-0,9	7,9	3,1	4,7	4,8
IPCA %	5,9	4,2	5,9	5,2	4,8	4,1
IDP-M%	9,8	-1,7	11,2	6,8	4,8	4,1
Taxa Selic	13,75%	8,75%	10,75%	12,50%	11,50%	8,5%
Produção Industrial %	3,1%	-7,4%	10,8%	3,6%	4,6%	3,9%
Taxa de desemprego %	7,9	8,1	6,7	6,4	6,1	5,8
Câmbio (R\$/US\$) - (Média Ano)	1,83	2,00	1,76	1,60	1,68	1,76
Câmbio (R\$/US\$) - (Final de período)	2,34	1,78	1,67	1,60	1,70	1,76
Exportações (em US\$ Bilhões)	197,9	153,0	201,9	256,7	297,2	447,9
Importações (em US\$ Bilhões)	173,0	127,6	181,7	237,2	295,9	426,6
Balança Comercial (em US\$ Bilhões)	24,9	25,4	20,2	19,5	11,2	21,4
Saldo em Trans. Correntes (US\$ bilhões)	-28,2	-24,3	-47,4	-64,5	-83,9	-119,9
Saldo em Trans. Correntes (% do PIB)	-1,7%	-1,6%	-2,3%	-2,6%	-2,9%	-2,3%
Reservas Internacionais (em US\$ Bilhões)	206,8	239,1	268,6	348,3	274,9	486,4
Investimento Direto Estrangeiro (US\$ bilhões)	45,1	26,9	48,5	58,0	61,4	106,1
CRB (Média)	366,1	246,0	279,5	348,1	n/a	n/a
Petróleo (WTI US\$/b) - Média	99,7	61,8	79,3	105,1	n/a	n/a
Déficit nominal sem câmbio (% PIB)	2,0	3,3	3,3	3,0	3,2	3,2
Dívida líquida (% PIB)	58,8	42,8	40,2	38,4	38,7	31,0
Crédito Geral (Cresc. em % aa.)	21,1	16,2	20,6	13,9	12,9	10,9
Índice de Inadimplência Total (em %)						
Índice de Inadimplência Pessoa Física (em %)	8,0%	7,7%	8,7%	8,7%	8,7%	8,6%
Índice de Inadimplência Pessoa Jurídica (em %)	1,8%	3,8%	3,9%	3,2%	2,8%	1,8%

Os números trazidos por Honorato visavam abrir os olhos aos empresários para as enormes potencialidades de negócios no mundo emergente, sobretudo porque o café, em particular, ainda registra consumo per capita muito baixo nesses países.

Enquanto os países em desenvolvimento já consomem 55% de todo carvão negociado no mundo, 52% do ouro, 44% da soja, o café ocupa o último lugar nessa lista, com os emergentes respondendo por somente 17% da demanda global da bebida.

No ranking global de consumo per capita, observou Honorato, há poucos países em desenvolvimento, constituindo isso mais uma prova do potencial dessas regiões para a indústria do café.

**MARKET SHARE DOS PAÍSES DESENVOLVIDOS E PAÍSES EMERGENTES NAS VENDAS DE VEÍCULOS DE PASSAGEIROS E COMERCIAIS LEVES-2007-2011**



FORNTE: BLOOMBERG, ECOWIN, ACEA, AMIA, FENABRAVE  
ELABORAÇÃO: BRADESCO



Honorato ponderou que o pico inflacionário que vivemos hoje acontece em quase todas as nações emergentes, não apenas no Brasil. Em abril de 2011, o índice de inflação na média dos países em desenvolvimento estava em 5,2%, contra somente 2% em meados de agosto de 2009 (mas depois de ter atingido 8,4% em junho de 2008). Nessa mesma época (abr/11), a inflação no mundo desenvolvido atingiu 2,7%, depois de ter registrado números negativos em meados de 2009 e permanecido pouco acima de 1% ao longo de 2010.

## O Brasil em 2011/12

Segundo Honorato, as condições macro-econômicas do Brasil dão pouca margem para uma mudança do atual

patamar cambial. O real continuará valorizando-se, segundo ele, por causa de fatores externos, como os juros baixos no mundo desenvolvido e o preço alto das commodities. Além disso, a pressão inflacionária no Brasil leva o governo a focar seus esforços nesse problema, considerado mais urgente, e o dólar fraco acaba ajudando as autoridades nessa guerra contra o aumento do custo de vida.

O índice de termos de troca – a diferença no preço dos produtos exportados em relação aos importados – atingiu marcas muito elevadas, recordes, nos últimos meses, colaborando também para a apreciação da moeda nacional.

Honorato pintou um quadro bastante otimista para o setor brasileiro de infra-estrutura, o qual, segundo ele, passará por uma revolução ao longo da próxima década. Para o período 2011-2015, ele estimou que haverá investimentos públicos e privados na ordem de R\$ 5,8 trilhões, valor que poderá subir para R\$ 6,7 trilhões nos cinco anos seguintes (2015 a 2020). A relação dos investimentos sobre o PIB, segundo Honorato, apresentará crescimento contínuo até 2016, quando deverá alcançar 23,46% (em 2003, era de somente 15,30%).

Entre os riscos que ele vê para o futuro, estão as despesas públicas, que teriam crescido além da conta durante os anos Lula. O novo governo, todavia, tem dado mostras de que pretende reduzir os gastos; aliás já os reduziu, avaliou Honorato, ao menos nos primeiros meses de gestão. A relação da dívida líquida do setor público sobre o PIB, por outro lado, não traz preocupações, por estar em queda, saindo de 60,4% ao final de 2002 para 39,4% em 2011, com previsão de chegar a 38,7% em 2012. Os maiores desafios para os empresários brasileiros ligados a exportação durante a próxima década, segundo o economista do Bradesco, serão resolver os imbróglis tributários; sobreviver à apreciação cambial (que deve durar um bom tempo, segundo ele); e dar solução ao problema de falta de mão-de-obra, que tem estimulado um forte aumento na importação de trabalhadores especializados de outros países. €

# Alta nos preços não tem sido suficiente para gerar expansão de plantio



8 José Carlos Grossi não é apenas proprietário de uma das maiores fazendas de café do mundo, cuja produção tem oscilado em torno de 100 mil sacas (segundo informou Manoel Bertone, moderador da mesa da qual Grossi fazia parte), ele também é dono de uma das opiniões mais balizadas do setor cafeeiro. Formado engenheiro agrônomo pela USP/Esalq em 1971, foi um dos pioneiros da cafeicultura no cerrado mineiro, mais especificamente na região de Patrocínio, onde se estabeleceu.

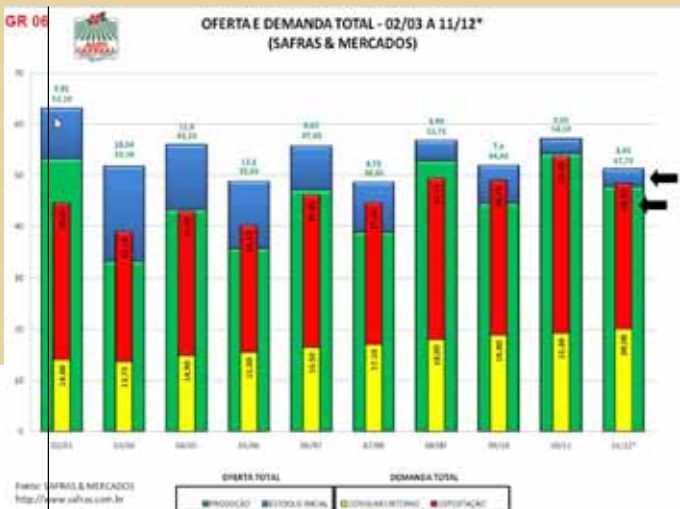
Em sua intervenção durante o Fórum promovido pelo Cecafé, Grossi analisou a evolução do cultivo de café no país, durante as últimas décadas e fez prognósticos sobre o futuro das lavouras em termos de quantidade, área plantada e produtividade. Grossi iniciou sua exposição observando que (sempre usando dados oficiais) a produtividade média da safra brasileira durante o período 1975/76 a 1996/97 foi de 9,50 sacas por hectare. Este número iria saltar para 12,70 sacas por hectare durante o ciclo que vai de 1997/98 a 2001/02, e para 18,60 entre os anos de 2002/03 até a safra atual, 2011/12. Do primeiro para o segundo período, houve um aumento de 34% no índice de produtividade; do segundo para o terceiro, de 96%.

Enquanto isso, a área cafeeira plantada, que chegou a ultrapassar 3 milhões de hectares ao final da década

de 70, hoje está em torno de 2 milhões de hectares. Essa queda de área não impediu que a produção média nacional seguisse aumentando substancialmente nas últimas décadas, em consequência do adensamento das lavouras e crescimento da produtividade.

Na última década, notou-se ainda um fenômeno original entre os produtores brasileiros: nem nos anos de preços altos, nem nos anos seguintes, detectou-se expansão da área plantada. As razões disso, segundo Grossi, são várias: em primeiro lugar, os produtores não têm se beneficiado muito do aumento dos preços, já que estes picos se dão sobretudo em época de entressafra, quando a maioria do setor já não tem café em mãos para vender; em segundo lugar, os custos tanto para implantação de novas lavouras como para manutenção das antigas, tem crescido consideravelmente. “O custo da terra explodiu nos últimos anos”, informa Grossi, acrescentando que há um problema cada vez mais grave de falta de mão-de-obra, que se torna particularmente grave para o café, pois é uma cultura que, mesmo em áreas fortemente mecanizadas, demandam uma quantidade enorme de trabalhadores.

Os preços das máquinas necessárias para tocar adiante uma lavoura de café também subiram tremendamente, segundo Grossi.



Um outro fator importante é que o índice de formalização fiscal e trabalhista de uma fazenda hoje é muito mais alto do que antigamente. O Ministério do Trabalho tem agido com muito rigor nas áreas rurais, mormente onde há cultivos agrícolas intensivos, como é o caso do cerrado mineiro. Esses custos, no passado, pareciam menos pesados para o setor como um todo em função da maior informalidade. Hoje pesam muito e interferem severamente na decisão dos produtores de priorizarem a renovação e melhoramento de suas lavouras ao invés de investirem em novos plantios.

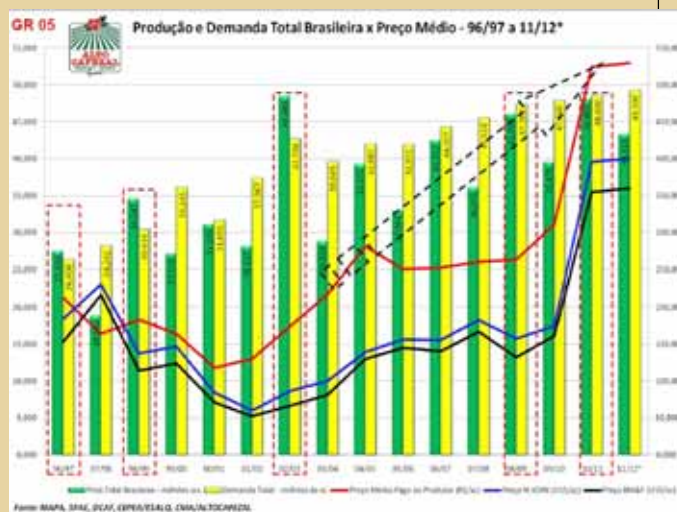
A área em produção no Brasil, mostrou Grossi, tem caído, enquanto a área em formação tem crescido, alcançando cerca de 10% da área cultivada total nos últimos três anos.

O café, além disso, enfrenta hoje forte concorrência de outros produtos agrícolas, sobretudo as culturas temporárias e anuais, onde o investidor não precisa esperar três anos (como é o caso com o café, cuja primeira produção acontece apenas no terceiro ano após o plantio) para auferir sua primeira renda. O cultivo de soja, milho e cana-de-açúcar, principalmente, tem recebido a maior parte dos capitais investidos na agricultura. É muito difícil, analisou Grossi, que investidores sem tradição no setor de café, optem pela rubiácea tendo alternativas que oferecem lucro mais rápido. Um aumento da produção de café, portanto, dependerá de investimentos dos produtores tradicionais, que tem preferido apostar no crescimento da produtividade.

Grossi pergunta-se até onde o aumento da produtividade poderá continuar respondendo pelo aumento da quantidade produzida. Estaria já perto de um limite natural? Entre os grandes produtores, provavelmente sim, afirma Grossi, mas entre os pequenos e médios ainda há um potencial grande. Celso Vegro, pesquisador do Instituto de Economia Agrícola do Estado de São Paulo (IEA), lembrou, antes da palestra de Grossi, que cerca de metade das propriedades cafezeiras do país não usam calcário, uma substância fundamental para reduzir a acidez do solo, e que, estatisticamente, causa um aumento forte no rendimento dos pés de café.

Grossi observa que a demanda pelo café brasileiro deverá chegar a 49,3 milhões de sacas no período 2011/12, contra uma produção de 43,3 milhões de sacas, fator que contribuirá de maneira determinante para um cenário de preços firmes e crescentes durante os próximos meses.

“A demanda pelo café é crescente e estável; a oferta não”, lembra Grossi. O produtor traz ainda estimativas de produção da empresa Safras & Mercado, com números para a safra brasileira maiores do que os da Conab. Mesmo assim, revela Grossi, pode-se notar que a oferta brasileira de café não atende a demanda. A Safras estimou a produção brasileira 2011/12 em 47,7 milhões de sacas (contra os 43,3 milhões de sacas, segundo a Conab), mas a soma do consumo interno de café com as exportações do grão totaliza 48,3 milhões de sacas. €



# Colômbia se esforça para recuperar produção perdida

O gerente técnico da Federação Nacional de Cafeicultores da Colômbia (Fedecafe), Ricardo Villaveces, fez uma palestra sobre a situação da cafeicultura em seu país. Segundo Villaveces, as lavouras de café colombianas espalharam-se por quase todo país, particularmente para o sul, de maneira que hoje há colheitas sendo realizadas praticamente durante o ano inteiro.

10

Villaveces resumiu a conjuntura econômica da Colômbia hoje. Segundo ele, a economia colombiana está crescendo, a classe média vem ampliando sua participação na pirâmide social, e o país recebe grande quantidade de investimentos estrangeiros, sobretudo nas áreas de mineração e petróleo, os quais estiveram represados por vários anos, em função dos problemas de segurança (leia-se guerrilha e paramilitarismo), que hoje registram sensível melhora.

A Colômbia também enfrenta um processo de valorização de sua moeda, que tem reduzido a competitividade dos exportadores do país, o que constitui uma dificuldade em particular para a cafeicultura, pois é uma atividade que tem alto custo de mão-de-obra. Entretanto, este seria um problema típico do desenvolvimento, segundo Villaveces.

95% dos cafeicultores colombianos plantam menos de 5 hectares de café, informou Villaveces; 3%, considerados médios, possuem lavouras de cinco a dez hectares; e somente 2%, os grandes, tem mais de dez hectares.



Esses dados ressaltam a importância sócio-econômica do café para a Colômbia, onde existem 553 mil cafeicultores registrados, cujas famílias correspondem a 2,7 milhões de pessoas, ou 33% da população rural do país.

O café responde, segundo Villaveces, por 16% do PIB agrícola colombiano; gera 726 mil empregos diretos e 1,4 milhão de empregos indiretos (32% do emprego agrícola na Colômbia).

Nos últimos cinco anos, informou o gerente, a Colômbia renovou 363 mil hectares de suas lavouras, o que correspondeu a cerca de 40% do parque cafeeiro total, e uma média de 70 mil hectares renovados anualmente.

Esta renovação, que é estimulada pela Federação, ajudou a reduzir a participação de lavouras velhas de 62% em 1997 para 19% em 2010, e o percentual das áreas consideradas “tecnificadas” hoje corresponde a 69% da área cafeeira total do país. A densidade média de uma área “tecnificada” cresceu de 5.198 plantas por hectare em 2006 para 5.905 em 2010. E a população cafeeira total da Colômbia subiu de 3,94 bilhões de pés em 2006 para 4,17 bilhões em 2010.

Outro dado importante fornecido pelo gerente da Federação foi sobre o aumento constante do número de

cafeicultores colombianos que possuem algum tipo de certificado que os classifiquem como produtores de grãos especiais. Em 2004, apenas 2 mil produtores possuíam documentação, agora já são 103 mil, ou 19% de todos os cafeicultores do país.


Em consequência disso, a estrutura das exportações colombianas sofreu importante mudança nos últimos anos, com ampliação dos percentuais dos cafés com valor agregado. Nos três primeiros meses de 2011, os cafés com valor agregado correspondiam a 32% da receita de exportação de café, sendo 6% para cafés industrializados e 26% para cafés especiais.

Villaveces lembrou que os últimos anos foram bastante difíceis para a cafeicultura colombiana. Em 2009, eles viveram o que se convencionou chamar de “tormenta perfeita”, ou seja, o pior dos mundos: crise social em função do efeito acumulado de um longo período de preços baixos; problemas de segurança; condições climáticas desfavoráveis (as chuvas cresceram 40% acima da média); explosão do preço dos fertilizantes, o que levou a uma redução de 30% no uso desses produtos; aumento de doenças, como broca e ferrugem. A consequência de tantos fatores negativos foi um forte tombo na produção, de 12,6 milhões de sacas em 2008, para 7,8 milhões em 2009 (queda de 32%) e 8,9 milhões em 2010.

Por causa disso, o grande objetivo dos formuladores das políticas cafeeiras na Colômbia é aumentar a produção. Uma boa notícia é o compromisso firmado pelo novo

presidente da república, Juan Manuel Santos, apenas 14 dias após assumir o mandato, de empreender um conjunto de ações políticas para gerar prosperidade nas regiões cafeeiras, como: programas sociais contra pobreza; formalização dos trabalhadores e empresários do setor; fortalecer as finanças do Fundo Nacional do Café.

Uma das metas da Federação é acelerar o ritmo de renovação das lavouras, para 130 mil hectares ao ano, com vistas a tecnificar todas as lavouras do país, introduzindo variedades mais resistentes a doenças e pragas. Segundo Villaveces, em função do reduzido tamanho das propriedades, pode-se imaginar como é difícil convencer os produtores a abrir mão de uma remuneração certa de um pedaço de suas lavouras por um benefício do qual só irão desfrutar daqui a três anos.

Villaveces observou que não é fácil gerir a representação para mais de 500 mil produtores. A Federação precisa organizar eleições em cada pequena comunidade cafeeira, que assim escolhe os comitês que irão representá-los nas instâncias superiores da entidade. O executivo informou ainda que 2.700 cafeicultores já estão georeferenciados, com suas lavouras monitoradas em detalhes, servindo de modelo para as políticas públicas setoriais. A Federação fez ainda investimentos sociais em 2010 da ordem de US\$ 510 milhões, sendo 68% para melhorar a competitividade da cafeicultura; 25,5% para apoiar a infra-estrutura das comunidades; 3,6% em infra-estrutura domiciliar; 1,6% em programas de proteção ao meio ambiente; e 1,6% em educação e capacitação. 



# Café robusta não é mais um coadjuvante

Apresentando um painel intitulado “2011-20: a década do robusta”, a palestra de Raja Saoud, alto executivo da Outspan, empresa que em 2010 foi uma das maiores exportadoras de café brasileiro, embarcando 1,824 milhão de sacas, fez uma análise detalhada da produção e demanda mundiais da variedade, resgatando dados históricos e fazendo projeções para o futuro.

Saoud iniciou sua intervenção lembrando que a participação do robusta à produção mundial de café cresceu de 30% para 40% nos últimos 10 anos, e isso aconteceu porque a oferta global de robusta tem crescido a taxas superiores às do arábica. De 1990/00 a 2010/11, a produção mundial de robusta cresceu em média 1,7% ao ano. Essa alta na produção, por sua vez, vem sendo puxada por um crescimento ainda maior do consumo, que no mesmo período registrou um aumento médio anual de 3,6%. Resumindo: o consumo de robusta tem crescido mais rapidamente que sua produção, o que aponta, segundo Saoud, para um balanço cada vez mais apertado entre a oferta e a demanda, e a consequente alta nos preços internacionais do robusta.

O executivo observou, porém, que o aumento da oferta mundial de robusta deu-se quase que exclusivamente através do Vietnã e Brasil. Não houve mudanças significativas de oferta em outras regiões do planeta. Atualmente, a oferta mundial de robusta está dividida da seguinte forma: Vietnã 39%; Brasil 25%; Indonésia 15%; África 13%, outros países da Ásia 8%. A Ásia tem o controle de 61% da produção mundial de robusta.

Já no consumo, temos o seguinte quadro: 39% é consumo na Europa Ocidental; 17% na Europa Central e do Leste; 18% nas Américas; 5% na Ásia; e 11% na África e Oriente Médio. Saoud lembrou que, mesmo apresentando taxas de crescimento muito baixas, o consumo de robusta na Europa Ocidental deve continuar impactando fortemente no mercado. Por causa da grande quantidade consumida, mesmo um aumento modesto, abaixo de 1%, faz enorme diferença.

A previsão de Saoud, com base em números da LMC/Olam, é de que o consumo de robusta siga crescendo 1% na Europa Ocidental; 3,1% nas Américas; 2,7% na Europa Central e do Leste; 3,5% na Ásia do Pacífico; e 2,8% na África e Oriente Médio.



Interessante notar que os mercados de maior potencial para o robusta são os próprios países produtores de café, conforme se pode ver num dos gráficos exibidos por Saoud: enquanto o consumo de robusta cresceu 2,2% em 2010 nas nações importadoras, esse percentual salta para 6,2% quando se olha para os países produtores. Na média dos últimos oito anos, o consumo de café arábica e robusta cresceu 3,7% nos países produtores; sendo que, considerando apenas o robusta, o crescimento médio anual foi de 7% de 2000 a 2010.

Uma das características da produção mundial de robusta é a sua maior concentração em poucos países. Apenas 3 produtores (Vietnã, Brasil e Indonésia) respondem por 79% da produção mundial da variedade. Um outro gráfico mostra que apenas as produções de Brasil e Vietnã tem apresentado crescimento nos últimos dez anos. A Indonésia ficou praticamente estagnada ao longo do período.

Interessante ainda estudar a profunda diferença nos níveis de produtividade entre os países produtores. Nesse quesito, o Vietnã é campeão absoluto, com produtividade em torno de 36 sacas por hectare, seguido do Brasil, cuja média nacional é de 27,66 sacas por hectare (vale notar que a média brasileira é puxada para baixo por regiões produtoras ainda bastante atrasadas, como Rondônia; as regiões do norte do Espírito Santo alcançam facilmente níveis “vietnamitas” de produtividade). Indonésia registra produtividade média de 7 sacas por hectare e a Índia, de 16 sacas.

O executivo observa que o consumo de robusta vem crescendo nos próprios países produtores de variedade; no grupo dos quatro principais produtores (Brasil, Índia, Indonésia e Vietnã), o percentual da produção consumida internamente subiu de 30% para 35% nos últimos cinco anos. Essa tendência deverá continuar, diz Saoud, a menos que o ritmo de aumento de produção se acelere. A produção de robusta do grupo cresceu 2,3% por ano, nos últimos cinco anos, enquanto o consumo da variedade aumentou 6,5%.

A arbitragem entre as cotações do café arábica na bolsa de Nova York e as do robusta na bolsa de Londres

## Robusta Acreage & Yield In Key Origins

Coffee Year	Vietnam			Indo.			India			Brazil		
	Pdn	Acreage	Yield	Pdn	Acreage	Yield	Pdn	Acreage	Yield	Pdn	Acreage	Yield
2007/08	18,000	497	36.22	6,500	1,154	5.63	2,825	202	13.99	11,225	510	22.01
2008/09	19,175	509	37.65	7,400	1,132	6.54	3,047	204	14.95	12,700	518	24.54
2009/10	19,167	531	36.10	7,700	1,058	7.27	3,250	205	15.87	13,475	521	25.84
2010/11	19,167	537	35.69	7,500	1,057	7.10	3,250	206	15.80	13,325	520	25.63
2011/12	19,000	540	35.19	7,500	1,059	7.08	3,300	207	15.97	14,300	517	27.66
CAGR		2.1%	-0.7%		-2.1%	5.9%		0.6%	3.4%		0.3%	5.9%

tem se ampliado bastante nos últimos meses, o que é um fator a mais a tornar o robusta ainda mais atrativo: ficando mais barato em relação à NY, há estímulo para um uso maior de robusta nos blends para evitar aumento nos preços finais ao consumidor.

Saoud lembra que o potencial de consumo nos mercados emergentes, particularmente na Ásia é muito grande, e o produto que pode introduzir o café nessas regiões é o solúvel, cuja matéria-prima principal é o robusta. Segundo o executivo, com base em projeções da LMC/Olam, o consumo de solúvel no mundo cresceu a uma taxa anual de 2,95% de 2005 a 2010, a qual deverá subir para 2,7% durante o ciclo 2011 a 2015.

Seis países tem mostrado um crescimento marcante no consumo de solúvel nos últimos anos e devem continuar apresentando taxas de crescimento acima de 3% até 2020: Brasil, Indonésia, Tailândia, Filipinas, Malásia, Índia e China.

Saoud estima que se o consumo mundial de robusta continuar crescendo no mesmo ritmo verificado nos últimos 10 anos (média anual de 3,6%), deverá saltar dos atuais 54,4 milhões para 77,6 milhões de sacas em 2020, um aumento de 23 milhões de sacas. Caso o crescimento arrefeça para uma taxa média anual de 2,5%, deverá atingir 69,74 milhões de sacas, ou 15 milhões de sacas acima do volume consumido hoje. Uma estimativa mais conservadora, que use uma taxa de crescimento baixa, de 1,75% ao ano, significaria um acréscimo de 10 milhões de sacas no consumo mundial de robusta, que chegaria a 64,8 milhões de sacas em 2020.

Portanto, mesmo a previsão mais pessimista embute a necessidade de o mundo aumentar sua produção em mais ou menos 10 milhões de sacas.

Que regiões poderiam suprir esse aumento da demanda? Saoud analisará caso a caso. Primeiro, o Brasil. Segundo o executivo, a área total cultivada com robusta tem se mantido estável no país. Há um aumento no sul da Bahia, estabilidade no Espírito Santo e queda em Rondônia.

A produtividade, todavia, tem registrado um crescimento importante nos últimos anos, com uso de espécies mais resistentes a doenças e mais produtivas, expansão das áreas irrigadas, melhores tratamentos culturais. O custo de produção de robusta no Brasil, segundo Saoud, está menor do que o arábica. Com base nestes dados, e considerando que a produção brasileira de robusta cresceu em média 4,4% ao ano de 2006/07 a 2010/11 (segundo a Conab), a projeção para os próximos dez anos é que a safra

nacional atinja 16,5 a 17,5 milhões de sacas em 2020. Isso representaria um acréscimo de aproximadamente 3 milhões de sacas na oferta atual da variedade, ou seja, ainda insuficiente para atender o crescimento do consumo global que se espera para o período.

Para o Vietnã, Saoud não vê potencial para aumento da área plantada e a produtividade no país já atingiu níveis além dos quais é difícil ir adiante. Mas há planos em marcha no país para renovação de 154 mil hectares de lavouras velhas, o que poderá puxar para cima o rendimento dessas áreas, levando a produção nacional chegar em 22 a 23 milhões de sacas, acrescentando mais uns 2 a 3 milhões de sacas à oferta mundial.

A Indonésia, por outro lado, tem um grande potencial para aumentar a produção em 3 ou 4 milhões de sacas, sobretudo com aumento da produtividade, que ainda é muito baixa no país, mas também com expansão da área cultivada. Para isso acontecer, porém, será necessário que o governo tenha vontade política e faça investimentos em treinamento, formação de mercado e infra-estrutura. Caso ações políticas não sejam feitas, a produção de robusta no país poderá inclusive cair, o que poderia ser desastroso para a balança global do robusta no mundo, especialmente à luz do acelerado aumento do consumo de robusta na própria Indonésia.

Para Índia, Saoud vê poucas chances de um aumento real na produção de robusta, em função da falta de terras disponíveis e das dificuldades de obtenção de mão-de-obra.

Outros países asiáticos (China, Laos, Myanmar, Tailândia, Filipinas e Cambodja) podem dar uma contribuição de até 1,25 milhão de sacas nos próximos anos, num cenário positivo.

A África, por sua vez, pode agregar apenas 1 milhão de sacas até 2020, segundo Saoud, devido a uma série de deficiências na área de infra-estrutura e estabilidade política.

Concluindo, as perspectivas reais de aumento de produção, e mesmo que o consumo creça a taxas muito modestas, apontam para um cenário de déficit. O consumo vem crescendo a taxas superiores à produção e, segundo Saoud, há necessidade premente de expandir os cultivos de robusta, o que só poderá ser feito através do pagamento, pelo mercado, de preços mais remunerativos e mais estimulantes. ☺

# Raio-X do mercado italiano

A palestra de Vincenzo Sandalj foi uma aula magna sobre um dos mercados de café mais exigentes e tradicionais do mundo. Ex-presidente (2003-2004) da Associação de Cafés Especiais da Europa e atualmente à frente da mais antiga associação de café da Itália, a Associação de Café de Trieste, Sandalj é uma das maiores sumidades no segmento de cafés especiais hoje no Velho Continente. Ele explicou que as profundas diferenças subjetivas dos mercados europeus dificultam a existência de uma definição precisa sobre o que seria um café especial. Cada país tem seus gostos e tendências, o que faz da Europa um “blend peculiar de diferentes tradições”.

No norte da Europa, os consumidores preferem o café filtrado, na Itália toma-se espresso, o café turco ainda predomina no sudeste europeu, e todos apresentam diferentes níveis de torra e métodos de extração (mais concentrados ou menos). A preferência dos consumidores, ressalta Sandalj, que determinará a criação de nichos para cafés especiais em cada um desses mercados.

O café espresso nasceu na Itália dos anos 50, vindo a se popularizar por toda Europa apenas nos anos 90. Atualmente, o espresso corresponde a 30% do café consumido no país. Os outros 70% são preparados na chamada “cafeteira italiana”, que na Itália é apelidada simplesmente de “Moka”, ou “macchinetta”.

Atualmente, o mercado italiano é dividido em três zonas, que apresentam características de consumo bem distintas, atendidas por aproximadamente 1.000 indústrias de torrefação.

No norte, a torração é mais leve e a extração do café na xícara é mais longa (café menos concentrado). O consumo de cafés com leite, como macchiato e cappuccino, é muito popular. Há muitos blends com 100% arábica, e outros



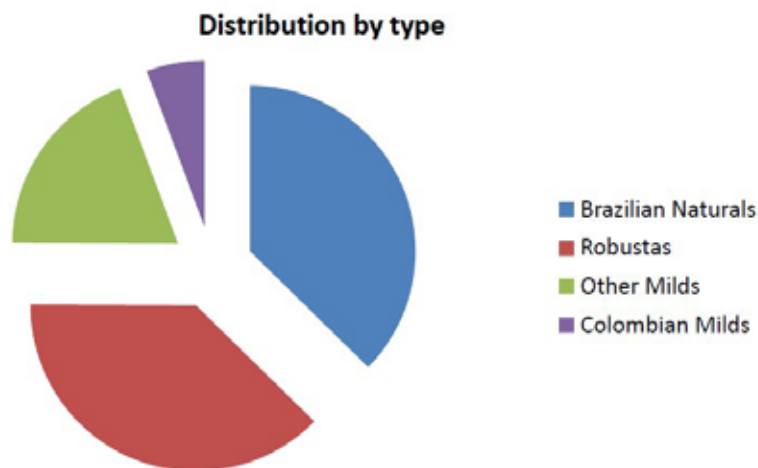
com pequeno percentual de robusta. Raro encontrar um blend 100% robusta no norte da Itália. Há também uma preferência por cafés mais ácidos em direção ao noroeste, enquanto o nordeste do país gosta de blends mais doces.

Na região central da Itália, o percentual de robusta usado nos blends começa a subir, atingindo 50% em Roma. A torração é mais escura e o nível de extração, mais concentrado. Uma camada espessa de espuma torna-se importante na medida em que desce o país em direção ao sul, enquanto o uso de leite cai substancialmente. O consumo de café fora de casa é maior do que no norte.

No sul do país, a torração é bastante escura e o espresso muito concentrado (ristretto). A espuma do café deve ser mais grossa que o próprio líquido, de maneira que o açúcar flutue sobre ela sem afundar. O uso de leite é quase irrelevante, e os blends tem predominância do café robusta, sendo muito comum os que apresentam até 100% da variedade. O consumo de café em bares é o dobro em relação ao norte.

O principal ingrediente dos blends usados em toda Itália é o arábica natural do Brasil, ao qual se acrescentam arábicas lavados e robustas. Os arábicas brasileiros e o café robusta possuem cerca de 37%, cada um, do mercado italiano; o restante é suprido por arábicas lavados. Este tem sido

# Green Coffee Imports into Italy



um padrão constante desde o início do consumo de espresso no país, aceito em todas as regiões, com poucas diferenças. Corpo e doçura são as características mais apreciadas num clássico espresso italiano, sendo esta a razão pela qual o grão brasileiro é tão estimado.

Os aromas de amêndoas, avelãs, cacau, chocolate e mel, típicos dos melhores arábicas brasileiros, são hoje muito procurados pelos consumidores mais especializados.

Durante muito tempo, observou Sandalj, os cafés de forte acidez foram considerados inadequados para um blend italiano tradicional, mas a crescente sofisticação dos consumidores levou torradores a quebrarem várias dessas regras.

Sandalj ressaltou ainda que enquanto outros países consideram o Brasil um mero fornecedor de cafés convencionais, os importadores italianos tem visto o país como uma de suas principais fontes de cafés finos.

“Os italianos foram os primeiros a mandar uma mensagem clara aos brasileiros, e para o resto do mundo: os cafés naturais também podem ser os melhores gourmet”, lembrou.

Nos últimos tempos, porém, tem havido algumas mudanças no mercado italiano de cafés gourmet. Em

linha com as tendências internacionais, alguns torradores ampliaram o percentual de arábicas lavados em seus blends. Robustas lavados também vem sendo bastante procurados por algumas indústrias. “Infelizmente, existem poucas fontes de robusta lavado no mundo”, observou.

Sandalj observou que os cafés chamados “éticos”, “orgânicos” ou “sustentáveis” tem um mercado reduzido na Itália, onde o sabor continua sendo o principal chamariz. Entretanto, em divergência com a tradição italiana de fazer blends com várias origens, o mercado de espresso tem começado a aceitar alguns cafés de origem única.

Existem hoje na Itália cerca de 130 mil bares onde se pode beber café espresso. Mas a tendência do consumo fora de casa tem sido declinante, por causa do surgimento das máquinas caseiras, sobretudo do tipo com “pods”, ou cápsulas, cujo consumo tem crescido em 20% ao ano e já responde por 5% do consumo total na Itália. O consumo fora de casa, em termos de quantidade, caiu de 30% para abaixo de 20% nos últimos 20 anos.

O consumo de cafés especiais, de maneira geral, tem crescido de maneira muito forte na Europa, mas especialmente na Itália, que lidera esse segmento. Sandalj lembrou que a Itália é hoje uma grande re-exportadora de cafés torrados, tendo embarcado no ano passado 2,35 milhões de sacas. A importação total de café em 2010 foi de 8,25 milhões de sacas, sendo que 6 milhões foram consumidas internamente.

O mercado de cafés especiais é calculado oficialmente em 25% do consumo total no país, mas na opinião de Sandalj este número é exagerado, e um percentual mais realista seria de 10%. O mercado de café no país, considerando os 1.000 torrefadores e 100 fábricas de máquinas de café espresso, movimenta hoje cerca de 3 trilhões de euros por ano na Itália. €

# O consumo de café nos países produtores

Carlos Brando tem sido disputado por governos e entidades cafeeiras, em muitos países produtores, para ajudá-los a elevar o consumo doméstico de café em seus países. Nesta palestra, o diretor da P&A Consulting explica as razões que o levam a acreditar que o potencial de aumento de consumo de café nos países produtores e em economias emergentes seja extremamente promissor. E dá muitas dicas sobre como levar a cabo esse objetivo.

Brando observou, em primeiro lugar, que o consumo mundial de café vem crescendo, nos últimos anos, a taxas bastante elevadas, bem acima da média histórica, calculada em torno de 1,5% ao ano. De 2009 para 2010, o consumo global subiu 2,4%. Em termos absolutos, a quantidade consumida no mundo passou de 130,9 para 134 milhões de sacas.

No mesmo período (2009 para 2010), o consumo de café em países produtores cresceu 3,3%, de 38,9 para 40,2 milhões de sacas, e já corresponde a 30% do consumo mundial da bebida.



Brando exibiu um gráfico comparando os números econômicos e de consumo per capita de diferentes países produtores. O Brasil, por seu consumo per capita campeão (6 quilos ao ano), é sempre a referência, o modelo a seguir. O México, que tem um PIB per capita superior ao brasileiro (US\$ 13.200, contra US\$ 10.100 no Brasil), possui um consumo per capita de café de somente 1,22 quilos. A população mexicana é de 114 milhões de habitantes e o país cresceu 7% em 2010: ou seja, o potencial de consumo de café no México é muito grande.

Outros países produtores que apresentam enorme potencial para elevarem seu consumo de café são Índia, Indonésia e Vietnã. A Índia, por exemplo, tem um consumo per capita de apenas 0,09 quilos per capita, embora já possua 300 milhões de consumidores formais (integrados ao mercado de consumo, por fatores culturais e poder aquisitivo).

Brando em seguida apresentou um gráfico bem impressionante, onde mostra como o consumo de café no Brasil começa a se descolar da estagnação observada em outros países produtores, a partir do início dos anos 90. Mostrou também como esses outros produtores tem igualmente visto um aumento do consumo doméstico desde 2004, com a aplicação de algumas políticas básicas sugeridas pela Organização Internacional do Café (OIC).

16

## CONSUMO DE CAFÉ CRESCE... ... EM PAÍSES PRODUTORES (E EMERGENTES)

PAÍS	PIB PER CAPITA (US\$)	CONSUMO (MILHARES SACAS)		CONSUMO PER CAPITA (Kg)	CRESCIMENTO		POPULAÇÃO (MILHÕES)
		2006	2010		PERÍODO	2010	
ÍNDIA	3.100	1.357	1.573	0,09	16,0%	5%	300*
INDONÉSIA	4.000	2.750	3.333	0,88	21,2%	9%	245
VIETNÃ	2.900	829	1.583	0,83	91,0%	15%	90
MÉXICO	13.200	1.794	2.240	1,22	25,0%	7%	114
BRASIL	10.100	16.133	18.950	6,00	17,0%	5%	190

\* Consumidores formais

Fontes: OIC, CIA e P&A

CONSUMO MUNDIAL CRESCE 2,5% AO ANO

© Copyright P&A

Brando informou que já foram criados programas voltados ao aumento do consumo doméstico, seguindo diretrizes da OIC e com auxílio da P&A Consulting na Índia (2006), México (2006), Indonésia (2006), El Salvador (2007), Costa Rica (2008/09) e Colômbia (2008/09/10).

Entre as dicas de marketing que deu para promover o café, estão estratégias distintas para mercados onde o café é novidade e onde a bebida já é tradicional. No primeiro caso, há um entusiasmo natural por parte dos consumidores, e a indústria consegue produzir interesse pelo produto quase espontaneamente, sobretudo entre o público jovem, ávido por novidades e influenciado pela cultura ocidental.

No segundo caso, é importante a instalação de programas institucionais, que visam gerar um novo entusiasmo num público entre o qual o consumo de café já se tornou tradição. A introdução de produtos voltados à juventude, sobretudo com acréscimo de leite, ou gelados, tem dado excelentes resultados.

Brando observou que o programa de promoção do consumo de café realizado no Brasil foi um dos mais bem sucedidos na história da indústria de alimentos e bebidas em todo mundo. O pilar do programa foi o selo pureza. Ele lembrou que o programa iniciou-se com recursos próprios das indústrias nacionais, através da Associação Brasileira da Indústria do Café (ABIC), e depois recebeu apoio do Funcafé.

Na Colômbia, informou Brando, a situação do café era preocupante em 2008. O consumo vinha apresentando queda contínua, com café sendo substituído, entre os jovens, por outras bebidas. Havia disseminação de muitos mitos errôneos sobre café & saúde que prejudicavam o consumo. Estruturado em 2009, o programa “Toma Café” foi lançado oficialmente em março de 2010, e já se observou, conforme pesquisa realizada recentemente pela Nielsen, que houve quebra da tendência declinante. Centenas de médicos foram visitados por agentes do programa e ministrou-se cursos de capacitação para pequenos varejistas, com 580 formados em 2010. Saliente-se que o café na Colômbia custa cerca de 4 vezes

mais que no Brasil, o que dificulta a sua popularização aos níveis que se vê por aqui.

Na Índia, a maior parte do consumo é feito na forma de solúvel, e as cafeterias é que tem impulsionado o consumo nas cidades e entre os jovens, com destaque para a rede Cafe Coffee Day, que já conta com mais de 2.000 unidades no país.

A China, por sua vez, continua uma grande incógnita. O número de consumidores formais (já integrados ao mercado de consumo) já chegou a 500 milhões. O consumo de café atingiu 1 milhão de sacas no ano passado, mas vem apresentando taxas de crescimento de 15% ao ano. Há ainda um movimento acelerado de plantio de café, o que é bastante positivo, segundo Brando, porque estimulará os chineses a consumirem maiores quantidades da bebida, e, em virtude de sua densidade populacional e da pouca disponibilidade de terra agricultável, os forçará a importar o grão dos países produtores tradicionais.

Por fim, entre os desafios para a próxima década, segundo Brando, está a conquista e consolidação dos mercados dos que ele chama de BIIIC – Brasil, Índia, Indonésia e China, países com população muito grande e com enorme potencial em termos de aumento do consumo de café. Para isso, será preciso adaptar as estratégias de marketing às novas classes médias que estão emergindo, entendendo-lhes os novos padrões de consumo.

Segundo Brando, os “BIIIC” podem vir a responder por até 30% do mercado mundial de café em apenas 10 anos. Lembrou ainda que o consumo não tradicional começa bebendo café através do solúvel, em função das facilidades no preparo, e que grande parte dos jovens tem ingressado no mercado de consumo de café através de produtos modernos, doces e frios, como o 3 em 1 (um tipo de café pré-pronto, solúvel), o capuccino, etc, e para copiar o estilo de vida ocidental que vêem no cinema e na televisão. Lembrou também que a qualidade do café é um conceito sempre relativo, correspondendo a renda e ao poder aquisitivo do consumidor. €

# Fundamentos e mercado futuro

Oscar Schaps, nascido na Guatemala, onde ainda possui fazenda de café, estudou e formou-se nos EUA, onde especializou-se na área de mercados futuros. Hoje é um dos diretores da Hencorp, importante operadora na Bolsa de Nova York e BVMF. É também presidente de CoffeeNetwork, website especializado em mercado de café. Nesta palestra, Schaps discorreu sobre a formação de preços do café nas bolsas internacionais.

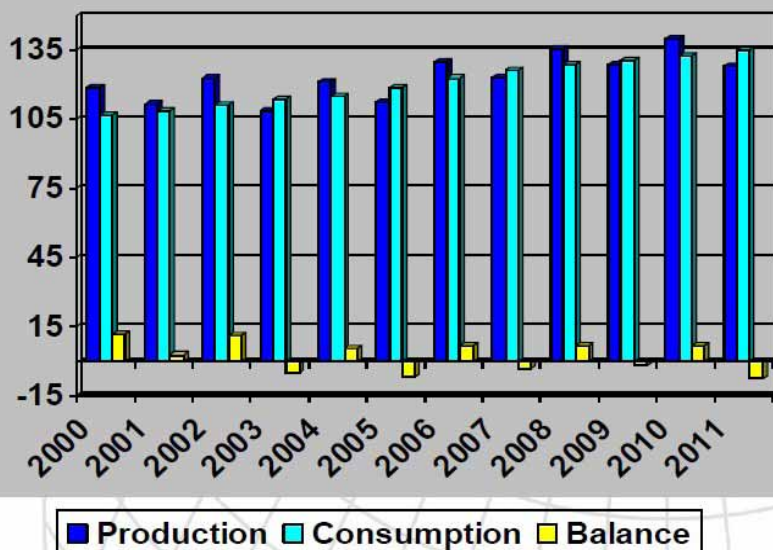


Ele lembrou que, de fato, é a primeira vez que o café chega a esse nível sem ter acontecido nada no Brasil. Brincou que os centro-americanos durante muito tempo torciam para acontecer alguma coisa por aqui, e que agora, felizmente, todos podem ganhar dinheiro juntos. Ele expôs um gráfico mostrando uma relação bastante apertada entre oferta e demanda, desde o início dos anos 00. Para 2011, teremos, pela quarta vez em dez anos, uma demanda superior à oferta. As outras vezes foram em 2004, 2006 e 2008.

Schaps observou que não tem ocorrido crescimento relevante de produção fora do eixo Brasil e Vietnam. Outro fator importante a ser avaliado por quem pretende construir uma visão sobre os preços é que, no caso do Brasil, não apenas a produção tem aumentado; o consumo doméstico também cresce, de maneira que, mesmo com safras maiores, não há aumento substancial da produção exportável.

18

Global Picture  
World Balance – [CoffeeNetwork.Com](http://CoffeeNetwork.Com) Estimates  
(million 60kg bags)



Ele lembrou que o problema de escassez tem sido particularmente grave para falta de certos tipos de café. Em 2010, faltou sobretudo o tipo Colômbia, o que levou as indústrias a lançarem mão dos estoques certificados da bolsa de NY, os quais, por isso, registraram forte queda nos últimos meses.

Schaps ressaltou que houve um boom no preço de todas as commodities, não apenas do café. “Há excesso de liquidez no mundo”, explicou, e como Dow Jones não oferecia remuneração adequada, os investidores decidiram aplicar em commodities. Apenas no primeiro trimestre deste ano, US\$ 412 bilhões foram investidos em commodities.

Em relação ao Contrato C, principal papel de café negociado na bolsa de NY, Schaps lembrou que 39% estão em mãos do mercado físico, o resto em mãos de especuladores. Informou também que o índice CRB, principal indicador para os preços de commodities na bolsa de NY, as chamadas soft commodities (café, cacau, açúcar, milho, trigo, soja e frutas) representam 21% do total. O café responde por apenas 5% da CRB. No índice Dow Jones, o café tem participação de 2,3%.


Schaps, em seguida, apresentou fatores “bullish” e “bearish” que podem influenciar os preços do café nos próximos anos. Entre os “bullish”, temos a queda nos certificados; a balança apertada entre oferta e demanda; a tendência de aumento do consumo mundial; a queda na produção da Colômbia.

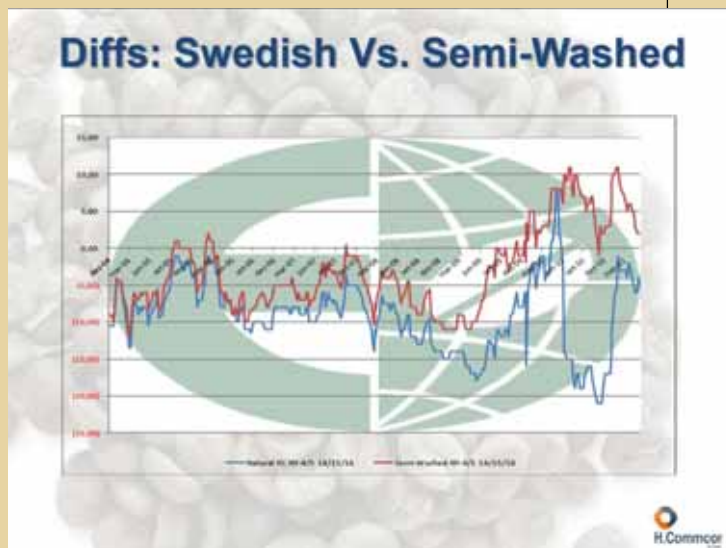
Entre os “bearish”, temos circunstâncias políticas (instabilidade no oriente médio, por exemplo), que pode levar o dinheiro a fugir dos mercados, gerando queda nos preços; há também uma possível mudança nos juros dos países desenvolvidos, que podem fazer o capital sair das commodities para investimento em juros. Por fim, um fator que pode prejudicar as cotações do café, sobretudo no longo prazo, é uma eventual queda no consumo, provocada por um aumento excessivo dos preços.

Luiz Eduardo de Paula, o “Batata”, sócio-diretor da Commcor, falou sobre o futuro do café lavado brasileiro. Ele lembrou que, dez anos atrás, os diferenciais entre um café lavado nacional e um natural eram pequenos, variando de -1 a 3 pontos. De uns cinco para cá, porém, houve reconhecimento e valorização dos lavados, fazendo os diferenciais destes evoluírem para 10 a 15 acima de um natural SFC (Swedish Fine Cup).

Em 2010, com o agravamento da broca na Colômbia, e problemas de crédito na América Central, houve uma diminuição na oferta de cafés suaves, fazendo com que os torradores buscassem novos fornecedores, que pudessem oferecer substitutos para esses grãos. Isso aqueceu fortemente a demanda pelos lavados brasileiros, que atingiram diferenciais de até 30 centavos acima do preço de um natural SFC.

Nos últimos meses, com a situação mais normalizada pela entrada da safra dos centro-americanos, os lavados brasileiros tem obtido prêmios de dez pontos sobre NY, o que constitui um valor superior ao de muitos cafés de origem centro-americana, os quais, historicamente, sempre registraram preços bem mais altos do que qualquer café brasileiro.

Segundo Batata, a safra brasileira de cafés lavados vem crescendo, e deve alcançar na próxima safra (2011/12) de 5 a 7 milhões de sacas. 





CREDIT SUISSE

CREDIT SUISSE HEDGING-GRIFFO

Nossa prioridade é manter  
você em 1º lugar

CSHG Commodities Agrícolas

1º Lugar no Ranking de Contratos de Café\* BM&F Bovespa (2010)

Desde 1981, assessoramos nossos clientes do setor de produção e negociação de café, para que atinjam com consistência seus resultados e objetivos. Para isso, adotamos uma postura diferente em cada decisão que tomamos e descobrimos as oportunidades implícitas em cada desafio. Mantemos nossos clientes sempre em primeiro lugar, o que explica nossa liderança no ranking de contratos de café negociados na BM&F Bovespa.

[www.cshg.com.br](http://www.cshg.com.br)

\*Fonte: BM&F Bovespa, dezembro 2010







**CAFÉ...**  
**OPERE COM**  
**A LÍDER DE**  
**MERCADO**



Há mais de dez anos, a Link Investimentos opera mercadorias agrícolas nas principais bolsas mundiais, seja café, açúcar, boi, milho ou soja. Link Investimentos, a primeira corretora no ranking de mercados futuros da BM&F BOVESPA desde 2002.  
[www.linkinvestimentos.com.br](http://www.linkinvestimentos.com.br)







**H.Commcor**  
DTVM



**H.Commcor** traduz solidez pelos seus 14 anos de sucesso conquistados através da qualidade e confiança dos serviços prestados junto aos seus parceiros e clientes.

**Atuação nas principais Bolsas no Mundo:**

<b>Brasil</b>	BM&FBovespa
<b>EUA</b>	Nybot/ICE, CME Group
<b>Europa</b>	Liffe



Disponibilizamos as melhores plataformas semi profissionais de negociação eletrônica via DMA.

**Entre em contato!**

H.Commcor DTVM Ltda.  
Av. Paulista, 37 - 11º andar  
Bela Vista - SP/SP - Cep: 01311-902  
Tel. (55-11) 2127-2777 - Fax (55-11) 3253-6888

[www.commcor.com.br](http://www.commcor.com.br) | [www.superacaoinvest.com.br](http://www.superacaoinvest.com.br)



**SuperAção Invest**  
O seu Home Broker

# Show, coquetel e jant

26



# tar na Estação da Luz



O café voltou à Estação da Luz. A bela estrutura, de inspiração inglesa, que por décadas recebeu milhões de toneladas dos cafés oriundos do interior de São Paulo, constituindo por isso na artéria econômica mais importante do país na primeira metade do século XX, abrigou, na noite do último dia 31 de maio, representantes do setor cafeeiro para uma inesquecível confraternização. Começava, em grande estilo, a noite 4º Forum & Coffee Dinner!

No saguão principal, uma exposição contava um pouco da história da imigração italiana. A Itália, aliás, foi o país estrangeiro homenageado nesta edição do Coffee

Dinner. Uma belíssima máquina de café, de fabricação italiana, ilustrava legendas que forneciam dados sobre a chegada ao Brasil, desde 1875, de mais de 1,5 milhão de imigrantes italianos, a maioria vindos do norte do país, atraídos pelas oportunidades oferecidas aqui, especialmente nas fazendas de café e nas indústrias do já então pujante estado de São Paulo.

Os participantes do evento lotaram o grande auditório da Estação, para acompanharem a entrega de prêmios do Cecafé às figuras de maior destaque da cafeicultura no último ano.



João Antônio Lian, presidente do Conselho do Cecafé, fez um discurso em que fez observações sobre o que havia sido discutido no fórum da manhã.

Lian constatou que as “opiniões e conclusões convergem para a consolidação de um cenário positivo para o café nos anos seguintes”, acrescentando que “a situação de equilíbrio entre a oferta e a demanda mundiais e a tendência de estabilização dos preços nos dão ânimo. E as estimativas de que o consumo do planeta deve saltar dos atuais 134 milhões de sacas para 165 milhões em 2020, atestando um crescimento acumulado de 2% ao ano, nos animam a criar condições cada vez mais viáveis para que o café continue a ser uma atividade que proporcione renda a seus produtores e demais integrantes da cadeia, e também que seja sempre um fator de prosperidade para os povos.”

Lian agradeceu o trabalho do ministro da Agricultura, Wagner Rossi, pela defesa firme dos interesses do agronegócio na questão dos índices de produtividade, “fator de insegurança crescente no campo pela

pressão que alguns setores do governo e da sociedade exerciam no sentido de seu constante aumento, não obstante a conhecida competência do agricultor brasileiro e os altos índices de produtividade de nossas lavouras”.

Lian elogiou também a sabedoria do ministro na forma como contornou as pressões advindas de um grupo produtor ligado à questão do envidamento e soube encontrar soluções técnicas e constitucionais, reduzindo tensões e criando ambiente propício para encaminhar políticas interessantes a todo o agronegócio.

O exportador lembrou ainda que, sob a gestão de Wagner Rossi, os lavados brasileiros foram incluídos no Contrato C de Nova York, uma demanda antiga do setor. Mencionou, por fim, a necessidade de reformulação do sistema tributário do PIS/COFINS incidente sobre as operações de café, que trouxe ao

conjunto da cadeia inúmeras distorções. Esse problema, segundo Lian vem afetando gravemente o desempenho de vários setores do agronegócio, mas adiantou que “os entendimentos com o governo federal estão adiantados” e trazem uma situação inédita: o setor privado desta vez é quem renuncia a créditos fiscais.

Depois de receber um prêmio do Cecafé, o ministro da Agricultura, Wagner Rossi, fez o último discurso da noite, onde declarou que o governo está “em vias de conseguir” uma solução definitiva para os problemas tributários, relacionados às cobranças de PIS e COFINS, que vem afetando as empresas brasileiras exportadoras.

Rossi ressaltou a importância da Embrapa, a principal agência federal de pesquisa agrícola, que segundo ele, vem cumprindo o papel de adaptar as diferentes culturas agrícolas à realidade concreta do Brasil.

O ministro apontou para Robério Silva, sentado na primeira fila da platéia, e disse que o governo e o setor cafeeiro irão se esforçar para elegê-lo para a cadeira de diretor-

executivo da Organização Internacional do Café (OIC).

“O Brasil é hoje o primeiro exportador de carne bovina e de carne de frango”, lembrou Rossi, ressaltando que o país em breve surpreenderá também o mundo no setor de carne suínas, após a abertura do mercado chinês, obtida recentemente em viagem da presidente Dilma àquele país. Coréia do Sul e EUA também deverão se tornar destinos importantes dos suínos brasileiros.

“Um grande negócio só é bom quando é bom para todos os participantes”, observou o ministro, após elogiar a organização e união dos diferentes setores do agronegócio café.

Por fim, lembrou que o Brasil exportou US\$ 81 bilhões em produtos agropecuários nos últimos 12 meses, e que o país consolida-se cada vez mais como a nação mais capaz de alimentar com eficiência e qualidade o mundo moderno.

Após os discursos, houve show de música com o grupo de meninas violinistas do Projeto Guri. Em seguida, três tenores brasileiros cantaram canções e árias famosas italianas. Ao término dessas apresentações, os participantes dirigiram-se ao saguão para desfrutarem de um coquetel. Os principais nomes do agronegócio ou ligados de alguma maneira à política cafeeira, podiam ser vistos: o presidente da Unicafé, Jair Coser; o ex-governador capixaba Paulo Hartung; o senador Ricardo Ferraço, também do ES; Sérgio Tristão, presidente da empresa que leva seu sobrenome; o fazendeiro Luiz Hafers, presidente do Conselho de Administração do Museu do Café; além de todas as personalidades presentes no fórum da manhã.

Ao fim do jantar, como não podia deixar de ser, foram servidos cafés de qualidade superior, serviço realizado pela equipe do Centro de Preparação de Café do Museu do Café, e distribuído brindes especiais contendo embalagens comemorativas do evento. ☺

CURSO ONLINE

## CONTRATOS AGRÁRIOS, ARRENDAMENTO E PARCERIAS RURAIS



Saiba quais são os problemas contratuais que afetam o uso da terra e, por consequência, quais problemas podem ser evitados aplicando-se corretamente a legislação.

**Para se inscrever acesse:**

[www.agripoint.com.br/curso/contratos-agrarios](http://www.agripoint.com.br/curso/contratos-agrarios)  
ou ligue: (19)3432-2199



A photograph of Wagner Rossi, a man with grey hair wearing a dark suit and a blue tie, holding a large, ornate silver trophy. The trophy features a central coffee bean design. He is standing next to another man in a dark pinstriped suit and glasses, who is smiling. A third man in a grey suit is partially visible on the right, clapping. The background is dark and indistinct.

# Ministro Wagner Rossi

Com mais de 30 anos dedicados ao setor agrícola, Wagner Rossi é natural de São Paulo, mas desde a década de 1970 vive em Ribeirão Preto, onde iniciou sua trajetória como político, empresário e produtor rural.

Wagner Rossi é graduado pela faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (USP) e em Administração de Empresas pela Universidade de Ribeirão Preto, com pós-graduação em Economia Política (USP). É mestre em Educação pela Universidade Estadual de Campinas, Ph.D em Administração e Economia da Educação pela Bowling Green State University, Ohio (EUA). Fez, ainda, o curso

de educação popular com o professor Paulo Freire, na University of Michigan (EUA).

Desde que assumiu a pasta da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Wagner Rossi tem defendido o agronegócio brasileiro e o desenvolvimento sustentável em benefício de toda a sociedade. Contando com a sua experiência como produtor rural e sua visão política, ele tem no diálogo e no trabalho parceiro entre os representantes do agronegócio uma das suas marcas registradas.



# Personalidade Nacional

Em reconhecimento a essa positiva atuação ao negócio café, o CECAFÉ presta homenagem ao Ministro Wagner Rossi, conferindo-lhe o Prêmio “Empreendedores do Café”, entregue por João Antonio Lian e Guilherme Braga Abreu Pires Filho, Presidente do Conselho e Diretor Geral do CECAFÉ. Estiveram acompanhando o Ministro Rossi, Antônio Júlio Junqueira, Secretário Adjunto de Agricultura e representante do Governador do Estado de São Paulo, Senador Ricardo Ferraço e Enio Bergoli da Costa, Secretário de Estado da Agricultura do Espírito Santo. €



# Comitato Italiano Caffè –

O CeCafé, aproveitando o tema de 2011 – Momento da Itália / Brasil -, homenageou este país através do Comitato Italiano Caffè, a mais antiga entidade italiana do setor, que congrega associações dos portos, traders, torrefações e indústrias de alimentos.

Além de ser um grande mercado consumidor de café e o terceiro entre os países importadores, a Itália mantém


com o nosso café uma relação singular. Tanto que esta sólida e duradoura relação da indústria italiana acabou por premiar o Café do Brasil com a condição de líder naquele mercado.

As relações comerciais entre Brasil e Itália são extremamente longas, como comprova a que o país mantém desde o final da década de 1950 com a



# Personalidade Internacional

Pacorini, uma empresa italiana de logística. Foram as suas instalações, no porto de Trieste, que o então Instituto Brasileiro de Café utilizou para entreposto dos cafés brasileiros, o que permitiu ao Brasil conquistar novos mercados, principalmente os países do Leste Europeu. O prêmio foi recebido pelo Sr. Vincenzo Sandalj, diretor do Comitato Italiano Caffè, das mãos do Presidente do Conselho Deliberativo do CECAFÉ, João Antonio Lian. O Sr.

Sandalj esteve acompanhado dos Senhores, Francesco Paternó da Câmara Ítalo-Brasileira, Gianni Loreti, do Consulado Italiano em São Paulo, Nelson Carvalhaes, da Illy Café, e Antônio Garcez, do Grupo Pacorini. 



*Agora,  
você pode ter os  
melhores cafés  
no seu evento*



O Museu do Café, instituição da Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo, é o principal responsável pela preservação da história e da memória do café no Brasil. É também referência na comercialização do produto por meio de sua cafeteria. Premiada pela ABIC e pela revista Veja, a Cafeteria do Museu trabalha exclusivamente com cafés gourmet produzidos em diferentes regiões do Brasil.

Em maio, a Cafeteria do Museu marcou presença no Coffee Dinner 2011, sendo responsável pelo serviço de café oferecido no evento. Agora é a vez de seus convidados experimentarem toda a tradição e qualidade do café brasileiro.

Consulte-nos para saber como levar um toque de sabor e história para seu evento. E, aguarde, em breve lançamento da franquia Cafeteria do Museu.

[www.museudocafe.org.br](http://www.museudocafe.org.br)  
[museudocafe@museudocafe.org.br](mailto:museudocafe@museudocafe.org.br)  
(13) 3213-1750



SECRETARIA DE  
ESTADO DA CULTURA

GOVERNO DE  
SÃO PAULO



## Senador Ricardo Ferraço

O Troféu “Empreendedores do Café” foi concedido também ao Senador Ricardo Ferraço pela competente atuação política em prol da cafeicultura capixaba.

Ricardo Ferraço ingressou na carreira política muito jovem, com apenas 19 anos, quando foi eleito vereador, em 1982, em sua cidade natal Cachoeiro de Itapemirim. Foi deputado estadual por dois mandatos, e foi o mais jovem presidente da Assembléia Legislativa do Espírito Santo, que assumiu em 1995. Foi também o deputado estadual mais bem votado, em 1998, com 75 mil votos.

Foi vice-governador, em 2007, e coordenador do Programa Capixaba de Investimentos Públicos e Empregos, em 2009. No ano passado, foi eleito Senador, e recebeu, pelo PMDB do Espírito Santo, a maior votação da história do Estado: Um Milhão, Quinhentos e Cinqüenta e Sete Mil, Quatrocentos e Nove votos (1.557.409). O Senador Ricardo Ferraço recebeu seu troféu das mãos do Conselheiro do Cecafé, Roberto Sarcinelli. €





## Mário Barbosa

Cafeicultor na região de Espírito Santo do Pinhal, na Mogiana paulista, Mário Barbosa, diretor presidente da Vale Fertilizantes se destaca por sua atuação profissional no agronegócio brasileiro.

Engenheiro de produção formado pela Escola Politécnica da USP, e pós-graduado em Administração de Empresas pela FGV, Mário Barbosa teve sua carreira profissional construída em empresas que muito contribuíram com o desenvolvimento da agricultura brasileira ao longo das últimas décadas. Foi diretor financeiro da Manah, diretor

presidente da Fosfertil, e diretor presidente da Moinho Santista e da Bunge Fertilizantes. Na Vale Fertilizantes, Mário Barbosa dá continuidade à sua missão de colaborar com o desenvolvimento do Brasil. Seu prêmio foi entregue pelo Vice-Presidente do Conselho Deliberativo do CeCafé, Jorge Esteve Jorge. €






## Jair Coser

Falar de responsabilidade social é fácil. O difícil é fazer destas duas palavras uma realidade que transforme vidas. Mas, Jair Coser, verdadeiro ícone do comércio exportador brasileiro, é um exemplo a ser seguido por todos nós, pela motivação com a qual participa dos programas sociais e de sustentabilidade realizados pelo CeCafé, a exemplo do “Criança do Café na Escola”.

A Unicafé já investiu na implantação de laboratórios de informática em nada menos que 11 escolas e Jair Coser

faz questão de pessoalmente acompanhar a melhoria do desempenho de todos os jovens beneficiados.

Pelo destaque especial na área de programas sociais, Jair Coser recebeu das mãos do ex-Governador Paulo Hartung o “Troféu Empreendedores do Brasil”. 





## Francisco Sérgio de Assis

Paranaense de Paranavai, engenheiro agrônomo e estabelecido há 25 anos na Região do Cerrado Mineiro, atraído pelo café. Participativo, sempre atuando em associações e há 10 anos presidente da Federação dos Cafeicultores do Cerrado, nova denominação do Cacer – Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado. Francisco Sérgio de Assis, cafeicultor que, com o apoio de associados e diretores, vem conduzindo grandes transformações naquela região. A mais recente delas, lançada pela Federação com o propósito de obter o reconhecimento dos produtores e o desenvolvimento da

região, objetivando os novos mercados, mais qualificados, e o crescente segmento de consumidores conscientes, que exigem produtos éticos e valorizam a origem, a alta qualidade e a rastreabilidade dos produtos que consomem, é uma nova estratégia – denominada Café de Atitude - focada em novas maneiras de se produzir e de se fazer negócios. O prêmio a Francisco Sérgio de Assis foi entregue pelo Deputado Federal Diego Andrade, Presidente da Frente Parlamentar Mista em Defesa da Cafeicultura e membro da Comissão de Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural da Câmara. €





## Cooxupé

Primeira no ranking das firmas exportadoras em 2010, com o volume de 1 milhão 870 mil sacas embarcadas, a Cooxupé - Cooperativa Regional dos Cafeicultores em Guaxupé, mundialmente conhecida por ser a maior do setor, foi fundada em 1932 e hoje possui cerca de 12 mil cooperados e mais de 2 mil colaboradores, recebendo café produzido em mais de 200 municípios localizados nas regiões do Sul de Minas e Alto Paranaíba (cerrado mineiro) e Vale do Rio Pardo, no Estado de São Paulo.

Em março passado, a Cooxupé conquistou mais uma grande realização: a conclusão da primeira parte do

Complexo de Armazenagem e Industrialização de Café Japy. As unidades de armazenagem em bags e a granel, que estão prontas, ampliam a capacidade estática da cooperativa para 5 milhões de sacas. A segunda etapa do projeto, da unidade de preparo, deverá estar concluída em setembro. O aumento da capacidade de preparo e expedição de café permitirá embarcar, em apenas um dia, 40 mil sacas de café. Por essas razões, Carlos Alberto Paulino da Costa, presidente da Cooxupé recebeu o Troféu 'Empreendedores do Café' das mãos do Diretor do Banco Bradesco, Antônio Chinellatto Neto. €





## Embrapa Café

A pesquisa é um dos principais pilares do agronegócio café. Nada mais justo, portanto, do que homenagear nesta noite a Embrapa Café na pessoa de Miriam Eira, que acaba de ser nomeada para chefiar o Departamento de Pesquisa e Desenvolvimento da Embrapa.

A Embrapa Café foi criada em 1999, como uma das unidades de serviço da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. É ela a responsável pela coordenação do CBP&D - Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café, uma congregação que soma inúmeras instituições de pesquisa abrangendo os doze estados produtores de café.

O resultado do trabalho realizado pela Embrapa Café, por meio do CBP&D, é o importante acervo de realizações no campo da genética, da pesquisa e da tecnologia de produção de café que, sem dúvida, foram essenciais para imprimir à nossa cafeicultura modernidade e competitividade. Miriam Eira da Embrapa Café recebeu o troféu das mãos do Ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Wagner Rossi. Representando as entidades que compõem o Consórcio Café, tiveram presentes os pesquisadores do IAC, Terezinha de Jesus Garcia Salva e Marco Antônio Teixeira Zullo. €



## Outspan Brasil Importação e Exportação Ltda.

Companhia que fez parte do grupo Olam – empresa de commodities agrícolas presente em 64 países – a Outspan é homenageada nesta noite pelo expressivo volume de suas operações, com 1 milhão 825 mil sacas embarcadas em 2010.

Com 200 funcionários, a Outspan também se destaca pelos investimentos de vulto na estruturação de importantes unidades de processamento de café, beneficiando o agronegócio brasileiro. Possui armazéns próprios nas

idades mineiras de Alfenas e Manhumirim, e na capixaba Nova Venécia. Possui um armazém alugado em Garça, no interior de São Paulo, e ainda outros 9 armazéns terceirizados em diferentes localidades. Possui também duas unidades de compra no estado de São Paulo; quatro em Minas Gerais; uma no Paraná, uma na Bahia, e duas unidades de compra no Espírito Santo. Raja Saoud, vice-presidente da Outspan Brasil, recebeu o troféu das mãos do Deputado Federal Odair Cunha. €






## Grupo Três Corações

Com 125 mil toneladas de café torrado e moído processadas em 2010, o Grupo Três Corações foi homenageado por sua expressiva atuação no mercado interno. Empresa criada em 1959 por João Alves de Lima na cidade de São Miguel, no Rio Grande do Norte, era até o ano passado conhecida como Café Santa Clara e tinha atuação praticamente absoluta nas regiões Norte e Nordeste.

Em 2005 e em 2006, entretanto, com a joint-venture com a israelense Strauss e com a incorporação da marca

mineira Três Corações ao portfólio, respectivamente, veio a mudança do nome para Grupo Três Corações e a maior expansão da empresa para o Sul.

A empresa é desde 1984 comandada pelos filhos do Sr. João Alves de Lima: Pedro, Paulo e Vicente. Um trio de empresários que vem imprimindo uma nova dinâmica ao Grupo, que atualmente possui 8 marcas de café. O prêmio a Três Corações foi entregue pelo Conselheiro do Cecafé, Urs Wegman, ao Diretor de Operações, Romero Martins. 



## **BRDESCO PRIME. PRESENÇA É TER UM GERENTE ESPECIALIZADO LADO A LADO COM VOCÊ OFERECENDO CONSULTORIA FINANCEIRA.**

Cliente Prime tem atendimento especializado. Os Gerentes de Relacionamento são certificados pela ANBIMA\* e isso significa que todos têm qualificação profissional para oferecer consultoria financeira e orientação sobre investimentos. Bradesco Prime. Presença lado a lado com você. Consulte nossos Gerentes de Relacionamento e abra sua conta. Confira em nosso site a Agência mais próxima de você. [bradescoprime.com.br](http://bradescoprime.com.br)

Fone Fácil Bradesco Prime: 4002 0022 / 0800 570 0022 • SAC – Alô Bradesco: 0800 704 8383 • SAC – Deficiência Auditiva ou de Fala: 0800 722 0099 • Ouvidoria: 0800 727 9933

\*ANBIMA - Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais.



**Bradesco  
Prime**

# Coffee

A large, ornate dining hall filled with people in formal attire seated at tables with yellow floral centerpieces. The room features high ceilings, arched windows, and classical architectural details. The atmosphere is elegant and sophisticated.

44

# Dinner

A large, formal dinner event in a grand hall. The room is filled with guests seated at round tables covered with white tablecloths. Each table is set with glassware, plates, and a large, vibrant centerpiece of yellow and white flowers. The guests are dressed in formal attire, including suits and dresses. The background features high ceilings with arched windows and ornate architectural details, creating a sophisticated and elegant atmosphere.







48

# Macquarie Soluções em gestão de risco para o mercado agrícola



MACQUARIE

Boris Gancev  
boris.gancev@macquarie.com  
(11) 3066 2608

Roberto Cestari  
roberto.cestari@macquarie.com  
(11) 3066 2612



49





50







CURSO ONLINE

## MARKETING ESTRATÉGICO NO AGRONEGÓCIO CAFÉ

Quando se fala em marketing, muitas definições e conceitos vêm à mente. O erro mais comum é achar que marketing é somente propaganda ou comunicação.

Não importa qual definição de marketing você utilizar, tenha sempre em mente que ela deve estar orientada para os desejos, necessidades e vontades dos clientes finais.

**Inscreva-se e aprenda isso e muito mais:**  
[www.agripoint.com.br/curso/marketing-cafe](http://www.agripoint.com.br/curso/marketing-cafe)  
ou ligue: (19)3432-2199





53









56





57



# SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL

**113**  
SALAS

**1.130**  
COMPUTADORES

**42.000**  
ALUNOS



Alfenas  
Café

Associação Comercial de Santos

cooxup



Centro de Comércio de Santos Rio de Janeiro

Costa Café

COMEXIM

Exportadora de Café do Brasil

INTERAGRÍCOLA

Expripsul  
Comércio Exterior  
uma empresa do grupo

Marcellin  
& F. John



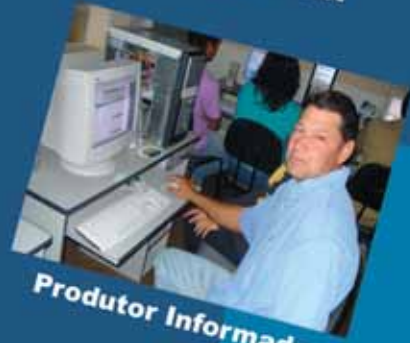
“Criança do Café na Escola”



Junior Achievement



Dia de Campo



Produtor Informado



**OLAM**  
**Louis Dreyfus Commodities**  
**sumatra Cafés Brasil**  
**TERRA FORTE**  
**RICATU**  
**VOLCAFÉ LTDA**  
**VELOSO**  
**GRUPO UNICAFÉ**  
**TRISTÃO**  
**BRANCO PERES**  
**grãoverde**  
**BRUNO RIBEIRO**  
**liza café**  
**Programa Produtor Informado**  
**VALORIZAÇÃO**  
**Empresa de Café S.A.**  
**FORZZA**  
**RIO DOCE CAFÉ**  
**Sara Lee**  
**Stockler**  
**FONDAZIONE GIUSEPPE E PERICLE LAVAZZA ONLUS**  
**KRAFT**  
**CAFÉ MUNDO**  
**FOLGERS**  
**TOKYO ALLIED COFFEE ROASTER**  
**Nestlé**  
**Good Food, Good Life**  
**Microsoft | Educação**  
**KB Commodities**  
**Microsoft**

A natureza é incontestável.  
A tradição de uma empresa também.



**Unicafé**

COMPANHIA DE COMÉRCIO EXTERIOR

**MATRIZ/HEAD OFFICE:**

**Av. Nossa Senhora dos Navegantes, 675 - Conj. 500 - Enseda do Suá  
CEP 29058-900 - VITÓRIA - ES - Tel: (55) 27-2123-5858**

**ESCRITÓRIO / BRANCH  
RIO DE JANEIRO - RJ**

Rua São Bento, 8 - 19º andar - Centro  
CEP 20090-010

Tel: (55) 21-2159-8989

e-mail: [unicafe@unicafe.com.br](mailto:unicafe@unicafe.com.br)

**ESCRITÓRIO / BRANCH  
SANTOS - SP**

Rua do Comércio, 41 - Centro  
CEP 11010-141

Tel: (55) 13-2102-8787

• LONDRINA - PR • VITÓRIA DA CONQUISTA - BA • VARGINHA - MG • MANHUMIRIM - MG

[www.unicafe.com.br](http://www.unicafe.com.br)