

A Apex e a promoção do café brasileiro



Maurício Borges,
Presidente da Apex-Brasil

10

Desde sua criação, em 2003, a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) concentrou seus esforços no aumento da participação de cafés torrados na exportação brasileira. Depois de muito murro em ponta de faca, os estrategistas da Agência entenderam que, sem deixar de lado os esforços para elevar as exportações do torrado, existem outras grandes oportunidades para o café brasileiro no mercado mundial de grãos especiais. Enquanto as exportações brasileiras de café torrado têm caído ano a ano, as vendas de grãos especiais têm crescido muito rapidamente, para todo planeta, e especialmente para mercados emergentes, alguns com grande potencial de crescimento de consumo, como a Coréia do Sul. A Apex chegou à conclusão que se o objetivo é elevar o valor agregado do café e consequentemente a renda do produtor, a exportação de grãos especiais deve se tornar uma das prioridades na política do governo. Tudo isso, claro, sem deixar de lado a promoção do torrado.

Em entrevista exclusiva para a Revista do Café, tanto o presidente da Apex-Brasil, Maurício Borges, como o diretor de negócios, Rogério Bellini, explicaram que uma das principais apostas da entidade é a parceria com a Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA, a sigla é referente ao nome original da entidade, em inglês: Brazil Specialty Coffee Association).

Borges lembrou que a instituição atua junto ao setor de cafés industrializados desde 2003, quando teve início o projeto de promoção do café torrado e moído no mercado internacional, em parceria com a Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC). A Apex já chegou a investir, no biênio 2009 / 2010, R\$ 25 milhões, em convênios com a ABIC (esta última costuma entrar com 50% do valor). Para o biênio 2011/12, o convênio entre Apex e ABIC ficou em R\$ 8,4 milhões, sendo R\$ 5 milhões da agência e R\$ 3,4 milhões da ABIC. O período de vigência vai de janeiro de 2011 a dezembro de 2012.

A partir de 2009, informa Borges, a agência ampliou sua relação com o setor, “passando a desenvolver um projeto de promoção do café verde de alta qualidade em parceria com a BSCA, com foco nas torrefadoras e indústrias estrangeiras. Participam deste projeto empresas do setor de cafés especiais e todos os elos que compõem sua cadeia de negócios, como produtores rurais, associações, cooperativas regionais de cafeicultores, exportadores de cafés especiais, torrefadores, e prestadores de serviços vinculados à cadeia de negócios de café. A participação em feiras internacionais e a realização do Concurso de Qualidade de Cafés do Brasil - Cup of Excellence aumentaram a visibilidade dos cafés especiais brasileiros no exterior.

Atualmente, 92 empresas participam do projeto executado pela BSCA, e 25 do projeto com a ABIC, totalizando 117 empresas do setor produtivo de cafés que se beneficiam das ações de promoção de exportações desenvolvidas em parceria com a Apex-Brasil. Os mercados-alvo prioritários do projeto com a BSCA são Estados Unidos, Coréia do Sul, Reino Unido, Japão, Alemanha, Itália e Austrália. Já as ações em conjunto com a ABIC são voltadas prioritariamente para Estados Unidos, Chile, China e França.”

De acordo com dados da Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA), hoje são 81 exportadores de cafés especiais em comparação aos 27 de 2009, quando teve início a parceria com a Apex-Brasil, por meio do Projeto Brazilian Specialty and Sustainable Coffees. No período, a receita cambial com exportações de grãos especiais, dentro do programa, saltou de US\$ 8 milhões para US\$ 132 milhões em 2011.

O projeto prevê, basicamente, ações de promoção dos grãos especiais no exterior, em feiras e exposições. A parceria já implicou o desembolso de R\$ 4 milhões desde 2008. Em junho deste ano, a BSCA e a Apex-Brasil assinaram novo convênio para renovar a parceria, com previsão de investimentos de R\$ 3,4 milhões. A Apex

entra com R\$ 2,56 milhões, e a BSCA, com uma contrapartida de R\$ 854 mil. A vigência do programa vai de abril de 2012 a abril de 2014.

Para conferir todos os convênios da Apex-Brasil, entre neste link:

http://www.apexbrasil.com.br/portal/objeto/portal_imprensa_galeria/download.wsp?tmp.arquivo=1696

Exportações de torrado em queda, importações em alta

Apesar do esforço da Apex, as exportações brasileiras de café torrado não tem apresentado um bom desempenho, e o Brasil tem registrado déficit comercial.

Nos últimos 12 meses até agosto deste ano, o Brasil exportou 56,8 mil sacas de café torrado (já convertidas para equivalente a grão verde), contra 70,15 mil sacas no período imediatamente anterior, o que corresponde a uma queda de 19%. Em valor, as exportações brasileiras de café torrado totalizaram US\$ 22,89 milhões nos últimos 12 meses (Set/Ago), queda de 2,2% sobre o período anterior.

Importação Brasileira de Café Torrado

Período: 12 meses Set / Ago dos últimos 2 anos

Valor em US\$, quantidade em sacas de 60 kg (equivalente a grão verde)

Países	US\$	2011/12 a			2010/10 b	
		%	Sacas	\$/saca	US\$	Var.% a/b
1 SUIÇA	28.902.565	77,4%	9.145	3.160	24.360.417	18,6%
2 REINO UNIDO	3.213.360	8,6%	2.824	1.138	2.042.978	57,3%
3 ITÁLIA	1.897.339	5,1%	2.142	886	1.765.531	7,5%
4 BÉLGICA	1.387.852	3,7%	2.934	473	624.469	122,2%
5 ESPANHA	753.833	2,0%	862	875	168.337	347,8%
6 EUA	683.066	1,8%	1.084	630	422.586	61,6%
7 PORTUGAL	412.162	1,1%	620	665	267.916	53,8%
TOTAL GERAL	37.342.038	100,0%	19.958	1.871	29.761.166	25,5%

Fonte: Min. do Desenvolvimento, Ind. e Comércio / Elaboração Miguel Barbosa.

Exportação Brasileira de Café Torrado

Período: 12 meses Set / Ago dos últimos 3 anos

Valor em US\$, quantidade em sacas de 60 kg (equivalente a grão verde)

Países	US\$	2011/12			2010/11	Var.% a/b
		%	Sacas	\$/saca		
1 EUA	13.016.704	56,9%	26.380	493,44	11.836.811	10,0%
2 ITÁLIA	2.986.670	13,0%	11.226	266,05	4.206.511	-29,0%
3 ARGENTINA	1.223.443	5,3%	2.978	410,79	1.592.337	-23,2%
4 JAPÃO	1.188.250	5,2%	3.527	336,88	1.346.459	-11,8%
5 CHILE	1.099.884	4,8%	2.592	424,35	963.941	14,1%
6 PARAGUAI	739.026	3,2%	2.535	291,51	467.982	57,9%
7 BOLÍVIA	500.640	2,2%	2.052	243,99	758.927	-34,0%
8 FRANÇA	412.672	1,8%	895	461,34	166.541	147,8%
SUBTOTAL	21.167.289	96,5%	52.185	402,62	21.339.509	-0,8%
OUTROS	1.726.220	3,5%	4.664	405,37	2.059.129	-29,2%
TOTAL GERAL	22.893.509	100,0%	56.848	402,71	23.398.638	-2,2%

Fonte: Min. do Desenvolvimento, Ind. e Comércio / Elaboração Miguel Barbosa.

Os EUA foram o principal destino do café torrado brasileiro, importando 57% do total. Em seguida, vieram Itália, com 13%, Argentina, com 5,3% e Japão, com 5,2%. Os EUA pagaram um preço razoável pelo torrado brasileiro, US\$ 493,44 a saca de 60 kg, acima do preço médio para todos os países, que foi de US\$ 402,71.

No tocante às importações, o Brasil comprou 19,95 mil sacas nos últimos 12 meses, alta de 58% sobre o período anterior. Em valor, as importações brasileiras de café torrado totalizaram US\$ 37,34 milhões nos 12 meses até agosto último, alta de 25% sobre igual temporada de 2010/11.

A Suíça foi a maior fornecedora dos café torrados que nós importamos, abocanhando 77% do nosso market share. Importante ressaltar que a Suíça vende cafés torrados com altíssimo valor agregado. O preço médio do café torrado suíço exportado para o Brasil registrou uma média de US\$ 3.160 a saca de 60 kg. O aumento das vendas suíças para o Brasil se deve à introdução de novos tipos de café industrializado, sobretudo a cápsula para espresso da marca Nespresso, da Nestlé.

Mercados estratégicos

Segundo Rogério Bellini, diretor de negócios da Apex-Brasil, os seguintes países foram considerados mercados com bom potencial para a entrada de cafés especiais brasileiros: EUA, Coreia do Sul, Reino Unido, Japão, Alemanha, Itália e Austrália.

Maurício Borges, presidente, informa que, “além da sede em Brasília, a Apex-Brasil possui unidades de atendimento em alguns estados brasileiros e Centros de Negócios (CNs) em diversos mercados globais. Esses centros funcionam como plataformas destinadas a auxiliar no processo de internacionalização das empresas brasileiras, prospectar oportunidades de negócios e incrementar a participação nacional nos principais mercados globais, além de servir de referência para a atração de investimentos estrangeiros”.

Os Cns estão localizados na Ásia (Pequim - China), Oriente Médio (Dubai - Emirados Árabes Unidos), América do Norte (Miami - EUA), América Central e Caribe (Havana - Cuba), Europa Ocidental (Bruxelas - Bélgica), Leste Europeu (Moscou - Rússia) e África (Luanda - Angola). Também em Bruxelas, está instalado o Brazilian Business Affairs (BBA), escritório da Apex-Brasil que tem a função de acompanhar as tendências e deliberações da União Europeia que possam afetar as exportações brasileiras.

O diretor de negócios da Apex-Brasil explica que a agência possui uma área de inteligência comercial que gera dados qualitativos de 40 países, avaliando suas tendências de

Maurício Borges, bacharel em ciências jurídicas pela Universidade de São Paulo, PhD em direito internacional e mestre em direito comercial europeu pela Universidade de Bristol, na Inglaterra, foi coordenador de inovação e gerente da área internacional da Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI) e depois gerente de comércio exterior no Sebrae-SP. Foi nomeado para o cargo de presidente da Apex-Brasil logo no início da gestão da presidente Dilma Rousseff, em fevereiro de 2011.

crescimento econômico, principais concorrentes do Brasil nesses mercados, e como os setores estão organizados. Depois fazem reuniões com empresários onde eles agregam informações qualitativas. Elaborado um panorama internacional, são estabelecidos até 8 mercados prioritários para cada setor. A partir daí a Apex-Brasil inicia as ações de marketing. No caso do café, por exemplo, trouxe jornalistas de revistas estrangeiras ligadas ao setor para visitar centros de excelência, participar de provas de degustação e eventos. “Tivemos uma prova em Três Pontas muito boa, que surpreendeu os formadores de opinião que trouxemos do exterior”, conta Bellini. O objetivo é dar visibilidade do café especial brasileiro no mercado internacional. “A segmentação de mercado é a solução mais inteligente para o cafeicultor elevar a renda de sua atividade”, conclui Bellini. €

12

Divulgação: Apex-Brasil



Rogério Bellini

Oportunidades de cafés especiais brasileiros na Coréia do Sul

De acordo com um recente relatório do setor de inteligência da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), a Coréia do Sul possui 12 mil baristas especializados em preparo de café. No Brasil, estima-se que existam apenas entre mil e dois mil baristas. Esse fato, continua o relatório, reflete a maturidade do mercado sul-coreano para o consumo de café, e a importância que este mercado atribui para um grão de boa qualidade e procedência.

A Coréia do Sul foi um dos mercados estratégicos escolhidos pela Agência como de grande potencial para os cafés brasileiros, sobretudo os grãos "especiais", com maior valor agregado. Com população de quase 50 milhões de habitantes, o país viu sua demanda de café subir 44% em cinco anos, atingindo 2,16 milhões de sacas de 60 kg em 2011.

O consumo de café na Coréia do Sul vem crescendo nos últimos cinco anos a uma taxa média de 10% ao ano. Segundo a aduana sulcoreana, as importações de grãos chegaram a US\$ 313 milhões em 2010, com crescimento de 36% em relação ao ano anterior. A Coréia do Sul é um país puramente importador de grãos de café, não produz café verde, entretanto é o 12º maior produtor mundial de café torrado. O Brasil exportou US\$ 92 milhões em café verde nos últimos doze meses até agosto de 2012, 11% a menos do que no ano anterior, porém 1500% a mais do que no início

da década. Em quantidade, o Brasil exportou 334 mil sacas para Coréia do Sul nos últimos 12 meses, queda de 19% sobre o ano anterior, mas alta de 175% sobre 2001/02.

O consumo de café no país subiu de 248 xícaras por ano por adulto em 2007, para 312 xícaras em 2010. Estima-se que apenas 3% do consumo ocorram nos lares, sendo que as cafeterias são os grandes pontos de venda no país. As principais redes de cafeterias são a sul-coreana Caffè Bene (mais de 500 lojas no país), e as norte-americanas Coffee Bean & Tea Leaf (mais de 150 lojas) e Starbucks (mais de 200 lojas apenas em Seul), onde um expresso custa cerca de US\$ 3,40.

Os sul-coreanos, continua o relatório, possuem forte interesse no café brasileiro, principalmente nos grãos verdes especiais. O mercado de cafés gourmet representa cerca de 30% do consumo total. Os consumidores são fiéis às marcas de cafés especiais que já estão consolidadas no mercado e possuem preferência por torrefação mais recente. A procedência do café é um importante fator decisivo para a compra, e a imagem do Brasil é bastante positiva neste aspecto. Atualmente, os principais fornecedores de specialty coffee para Coréia do Sul são os EUA, seguidos da Colômbia, Costa Rica, Guatemala e Honduras.

A íntegra do relatório da Apex sobre a Coréia do Sul pode ser baixado no link abaixo:
http://www.apexbrasil.com.br/portal/publicacao/engine.wsp?tmp.area=705&tmp.estudo_mercado_id=5#

Conheça o Programa de Fidelidade AgriPoint

comprando qualquer produto...



...
você ganha AgriPontos

que podem ser trocados por produtos AgriPoint!



Para saber mais acesse: www.agripoint.com.br/loja
ou ligue: (19)3432-2199



Aproxime a câmera do seu celular com um leitor de QR Code