

Bureau de Inteligência Competitiva do Café



Série Potenciais Concorrentes do Café Brasileiro Colômbia

Nº. 4

20/agosto/2013

www.icafebr.com

Colômbia

A República da Colômbia é um país localizado na América do Sul, com fronteiras terrestres com Brasil, Venezuela, Equador, Peru e Panamá, tendo ainda saídas para o Mar do Caribe ao norte e para o Oceano Pacífico a oeste. Sua população é de 46,9 milhões de habitantes e possui um Produto Interno Bruto de US\$333,4 bilhões, composto principalmente pela área de serviços (55,1%), seguido pela indústria (38,1%) e agricultura (6,8%). Sua área agrícola corresponde a aproximadamente 40% de sua área total e seus principais produtos do agronegócio são café, flores, arroz, banana, milho, tabaco e feijão. A topografia montanhosa e a existência de vários micro climas tropicais geram condições muito favoráveis à cafeicultura no país, cuja produção é exclusivamente de *Coffea arabica* L.

Pontos Fortes

- ✓ Condições favoráveis ao plantio de café arábica em elevadas altitudes.
- ✓ Reconhecimento internacional do café colombiano, não só pela qualidade dos grãos, mas também pelo marketing da cafeicultura nacional.
- ✓ Utilização crescente de certificações, como Rainforest Alliance, Utz Certified e 4C, voltadas para a sustentabilidade ambiental e social, agregando valor ao produto e contribuindo com as comunidades produtoras.
- ✓ Denominações de origem protegida, em estados como Huila e Nariño
- ✓ Novos subsídios governamentais à atividade, como o recente acordo nomeado Produção para a Renda dos Agricultores
- ✓ Replantios para substituir árvores velhas com baixa produtividade.

Pontos Fracos

- ✓ Pragas e doenças, como a ferrugem e a broca, afetam a produção do café arábica.
- ✓ Aumento da frequência de fenômenos climáticos, como o La Niña, que causam grandes prejuízos à produção.
- ✓ Aumento significativo dos custos de produção, como custos trabalhistas e dos insumos agrícolas.
- ✓ Desvalorização recente do café e êxodo rural.
- ✓ Consumo muito baixo em comparação a outros países produtores.
- ✓ Moeda nacional forte, cuja apreciação frente ao dólar foi de 276,6% entre 11/07/1990 e 11/07/2011, prejudicando as exportações.
- ✓ Grande dependência dos EUA para as exportações de café (mais de 40%).



AÇÕES

- 1) Replântio de árvores velhas e de baixa produtividade, buscando aumentos na produção dos próximos anos;
- 2) Incentivo da Federação dos Cafeicultores da Colômbia (FEDECAFÉ), organização de representação internacional e apoio à cafeicultura do país, ao plantio de variedades resistentes à ferrugem e outras doenças, como a Castilla. Contudo, observa-se resistência por parte de muitos cafeicultores, já que a variedade possui menor produtividade média e baixa qualidade de bebida.
- 3) Diferenciação do café por meio da adoção de certificações e Indicações Geográficas de Origem, agregando valor;
- 4) Disponibilização governamental de assistência financeira a todas as commodities agrícolas, por meio do Incentivo ao Financiamento Rural (Rural Funding Incentive – RFI).

Principais discussões

Aumento da produção e da produtividade, diferenciação do produto, **cafés especiais**, câmbio, subsídio governamental, incentivos FEDECAFE.

CONSIDERAÇÕES:

- O aumento dos custos de produção, levando em conta o valor pago aos trabalhadores da colheita, fertilizantes e pesticidas químicos para combater a ferrugem e pragas como a broca, junto à baixa remuneração do cafeicultor, tem reduzido suas margens de rentabilidade, ocasionando até a inviabilização da atividade;
- A produção de café no país deverá alcançar 8,3 milhões de sacas no ano comercial 2012/2013, acréscimo de 8% em comparação ao ano anterior. Este aumento deve-se ao plantio de variedades resistentes à ferrugem em 2010, que agora se aproximam da idade produtiva. As novas plantas cultivadas nos anos subsequentes deverão alcançar sua maturidade no final de 2013, dando suporte a novos aumentos na produção, que deve chegar a 9-10 milhões de sacas no ano comercial 2013/2014;
- Apesar do aumento do consumo interno de cafés industrializados e de alta qualidade, o consumo nacional permanece pequeno. Isto distingue o país de outros países produtores, como o Brasil, onde há tendência de aumento significativo do consumo para os próximos anos;

- Estima-se que as exportações colombianas de café alcançarão 8,2 milhões de sacas no ano comercial 2012/2013, volume 12% superior ao observado no período anterior. No ano comercial 2013/2014 esta previsão alcança 8,9 milhões de sacas. As exportações nacionais de cafés especiais cresceram mais de 800%, passando de 220 mil sacas em 2006 para 2 milhões de sacas em 2012. Problemas comerciais decorrentes da valorização do peso colombiano devem diminuir, já que além das políticas cambiais e fiscais para desvalorizá-lo, com a retomada do crescimento americano, o dólar tem se apreciado frente às moedas de praticamente todos os países do mundo.
- O país busca diferenciar seu produto e adotar políticas de melhoria para atender aos critérios de degustação e classificação exigidos para a certificação dos grãos, o que agrega valor e garante uma melhor remuneração. Aqueles produtos com valor agregado baseados no café, especialmente os cafés especiais, correspondem a 36% das exportações da Colômbia.
- Algumas cidades colombianas, como Cartagena, criaram hotéis internacionais de luxo em fazendas produtoras de café, muitas delas ainda em atividade. Desta forma, divulgam o produto por meio de diversas estratégias de marketing, o que impacta em seu reconhecimento nacional.

CENÁRIO:

A Colômbia experimentou significativa queda de produção nos últimos anos, principalmente devido aos fenômenos climáticos, ocorrência de pragas e doenças e idade avançada das árvores. Desta forma, o país deixou de ser o segundo maior produtor mundial, ocupando a quarta posição atualmente, atrás do Brasil, Vietnã e Indonésia. Contudo, com o alcance da maturidade produtiva das novas árvores e a utilização de variedades resistentes a pragas, espera-se um importante aumento de produção nos próximos anos.

O aumento dos custos de produção, especialmente de mão de obra, reduz o lucro auferido pelos produtores e desestimula a atividade, já que esta passa a ter lucratividade nula ou resultar em prejuízos. Outro problema encontrado é a forte valorização da moeda nacional em relação ao dólar, prejudicando suas exportações. Desta forma, as soluções são agregar valor ao produto por meio de certificações e indicações de origem, resultando em um maior preço pago ao produtor, e a adoção de políticas cambiais favoráveis às exportações. Incentivos do governo colombiano e da FEDECAFE à atividade também são importantes, garantindo um preço mínimo ao produtor e subsidiando parte de suas operações.

Como o país é exclusivamente produtor de *Coffea arabica* L., principal espécie produzida pelo Brasil, é um de nossos principais concorrentes, especialmente com a previsão de aumento da produção nos próximos anos. A valorização de sua marca nos países importadores é uma ameaça ao Brasil, já que estes países podem reduzir suas importações de café brasileiro e substituir parte delas pelo café colombiano.

SOBRE O BUREAU

O Bureau de Inteligência Competitiva do Café é um programa desenvolvido no Centro de Inteligência em Mercados (CIM) da Universidade Federal de Lavras (UFLA) que objetiva criar inteligência competitiva e impulsionar a transformação do Brasil na mais dinâmica e sofisticada nação do agronegócio café no mundo. Apoiadores: Fapemig, Sectes, Seapa, Pólo do Café, INCT-Café e Ufla.

EQUIPE

Coordenador do Centro de Inteligência em Mercados: Prof. Dr. Luiz Gonzaga de Castro Junior.

Coordenador do Bureau: Ms. Eduardo Cesar Silva.

Equipe de Analistas: Afonso Celso Ferreira Pinto, Elisa Reis Guimarães, Érica Aline Ferreira Silva, Felipe Bastos Ribeiro, Giselle Figueiredo Abreu, Larissa Carolina da Silva Viana Gonçalves, Mariana Brito, Pedro Henrique Abreu Santos, Sarah Pedroso Penha, Stéphanie Lima.

CONTATO

O Bureau de Inteligência Competitiva do Café está disponível aos interessados em conhecer melhor as atividades desenvolvidas. Os contatos podem ser feitos por telefone, e-mail, correspondência ou presencialmente (com agendamento de visita).

Endereço: Centro de Inteligência em Mercados, Departamento de Administração e Economia, Universidade Federal de Lavras, Bloco I – Campus Universitário. CEP: 37200-000.

Telefone: (35) 3829-1443

E-mail: cim@dae.ufla.br