

Fonte: CaféPoint / 23/8/2013

O Bureau de Inteligência Competitiva do Café lança novo volume da série 'Potenciais Concorrentes do Café Brasileiro'. O objetivo do trabalho segundo os pesquisadores é ressaltar os pontos fortes e fracos dos países produtores, bem como as ações das instituições privadas e dos governos desses países, que definirão o futuro do setor.

### 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).

### 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. O Bureau contribui com o CaféPoint por meio de seu Blog no Portal, coordenado pelo Prof. Luiz Gonzaga Castro Junior e pelo Ms. Eduardo Cesar Silva.

