



Domingo, 25 de agosto de 2002

Jornal da Tarde

CELSO MING ming@jt.com.br

O desafio da qualidade

- [▶ índice de notícias](#)
- [▶ índice colonistas](#)
- [▶ capa JT](#)

Bom na quantidade, ruim na qualidade. Essa é a fama que persegue o Brasil no cenário da cafeicultura mundial. O País ainda ostenta o título de maior produtor do planeta, com 45 milhões de sacas este ano - 39% de todo o café colhido no mundo -, mas comercializa sua safra com deságio de US\$ 20 por saca em relação ao preço obtido pelo café produzido na América Central. Isso acontece porque o café nacional é considerado de qualidade inferior. Em situação oposta está o café colombiano que, bem conceituado no mercado internacional, recebe um prêmio de US\$ 6 por saca. Mas esse tratamento pode estar mudando.

Um grupo de 50 produtores, da Associação Brasileira de Cafés Especiais (conhecida pela sigla em inglês, BSCA - de Brazilian Special Coffee Association) que exporta café "gourmet", de alta qualidade, começa a brigar no exterior pelo reconhecimento dos atributos de seu produto. Por tabela, esses agricultores estão ajudando a melhorar a imagem da cafeicultura brasileira em terras estrangeiras.

O trabalho começou com um programa de divulgação no exterior, dividido em duas frentes. A primeira consiste na promoção de concursos de degustação dos quais participam os produtores mais qualificados e especialistas internacionais. E a outra é o patrocínio de concursos de preparação da bebida com baristas (barmen de cafeterias) utilizando cafés brasileiros.

Os resultados vão aparecendo. Esses produtores já vêm recebendo, por saca, prêmios de até US\$ 20 acima dos preços praticados nas principais praças brasileiras - atualmente, de US\$ 60 por saca. Além disso, já conseguiram aumentar as vendas externas de 150 mil sacas, em 2001, para 250 mil neste ano.

O especialista Celso Luís Vegro, do Instituto de Economia Agrícola de São Paulo (IEA), observa que a iniciativa da BSCA produz efeitos que extrapolam o segmento dos cafés finos. Em primeiro lugar, porque focaliza o conceito de qualidade entre os cafeicultores brasileiros. "Os torneios de degustação já estão despertando interesse no setor". E, em

segundo lugar, porque ajuda a mudar a imagem negativa da cafeicultura brasileira.

Novo jogo

Até 1989, o extinto Instituto Brasileiro do Café (IBC) era o manda-chuva do setor. Era ele quem distribuía as cotas de venda para cada exportador. Nessa época, a estratégia era transformar o Brasil em campeão mundial em exportações de café como commodity. A ênfase na quantidade abriu espaço para que concorrentes como a Colômbia aproveitassem para vender qualidade. "Até a década de 1970, o IBC ainda se dava ao trabalho de alardear os atributos do café nacional, mas a falta de argumentos reais parou esse jogo", lembra Marcelo Vieira, presidente da BSCA.

Agora, o Brasil tem de correr atrás do tempo perdido. "O objetivo consiste em promover um produto que já é bom por si só", opina Celso Vegro, do IEA.

"Basta lembrar que a italiana Illy, sinônimo internacional de cafés finos, vem buscar nada menos que 70% de sua matéria-prima no Brasil."

E as perspectivas são animadoras. Hoje, o market share (participação) dos cafés especiais chega a 8% das vendas no mercado mundial, mas tem potencial para atingir 15%. Entre os países produtores, o Brasil é o único que ainda não explora o quanto poderia esse filão.

Mas ninguém se iluda imaginando que, de uma hora para outra, todos os produtores brasileiros poderão meter-se a vender café gourmet. "Esse não é um negócio para amadores", avisa Vieira. Para entrar nesse mercado, o produtor precisa mudar radicalmente seus conceitos. Enquanto na cafeicultura tradicional o produto é entregue a um corretor, que compra a safra, paga ao agricultor e se encarrega de buscar o café na fazenda, no ramo de café gourmet o cafeicultor é que tem de arcar com os custos de todo o processo, da garimpagem de interessados no exterior - geralmente pequenas e médias torrefadoras - até os trâmites da exportação. Além disso, é preciso conhecer o gosto dos consumidores no país-destino. Os americanos, por exemplo, apreciam café mais ácido, enquanto os europeus preferem café encorpado. Isso implica contratar degustadores.

Mais cuidado

No trato da lavoura, não há diferenças significativas entre a produção de café especial e a de café comum. "O que muda são algumas etapas pós-colheita, como a secagem, que deve ser feita com mais cuidado e o beneficiamento, que no caso do café especial deve envolver uma separação mais apurada dos grãos", explica Vieira. O custo de produção varia pouco, entre US\$ 30 e US\$ 50 por saca para o café comum e entre US\$ 35 e US\$ 55 para o gourmet.

Há fatores impeditivos de ordem climática e topográfica. Café bom não pode ficar exposto à umidade durante o período da colheita. Isso dificulta por exemplo o cultivo no Paraná, onde qualquer frente fria transforma-se em chuva e pode comprometer a qualidade do produto. Hoje, a maior parte dos cafés de altíssima qualidade provém da zona dos cerrados (Minas e Bahia), onde desfrutam de clima mais homogêneo e boa distribuição de chuvas. Mas isso não significa que outras regiões devam ser liminarmente rejeitadas. A BSCA reúne associados em todo o País, da Bahia à Alta Mogiana, no interior de São Paulo.

Com Danilo Vivan



EMPLASA

| [advogado de defesa](#) | [artigos](#) | [assinaturas](#) | [caderno de tv](#) | [classificados](#) | [colunistas](#) | [divirta-se](#) | [domingo](#) | [economia](#) | [editoriais](#) | [esportes](#) | [horóscopo](#) | [índice de notícias](#) | [informática](#) | [internacional](#) | [geral](#) | [jornal do carro](#) | [pesquisa](#) | [política](#) | [previdência](#) | [quem somos](#) | [sábado](#) | [são paulo pergunta](#) | [seu dinheiro](#) | [suplementos](#) | [turismo](#) | [variedades](#) |

Copyright © 2002 Jornal da Tarde. Todos os direitos reservados

No virus found in this incoming message.

Checked by AVG Free Edition.

Version: 7.5.516 / Virus Database: 269.21.7/1322 - Release Date: 9/3/2008 12:17