

## Para Abic, exportar café de alta qualidade é desafio

Maior produtor mundial de café, o Brasil colheu neste ano safra recorde de mais de 60 milhões de sacas do grão nas lavouras de todo o País. Desse total, 60% foram exportados, com destaque para os mercados norte-americano, alemão, italiano e japonês, que compram quase metade do montante.

Os 40% restantes são absorvidos pelo mercado interno, o que coloca o Brasil como segundo maior consumidor de café do planeta, com cerca de 23 milhões de sacas do produto ao ano, atrás apenas dos Estados Unidos.

Apesar da posição destacada no setor, o País exporta pouco o produto industrializado, que tem maior valor agregado. “O Brasil é o maior exportador de café em grão cru, que agrega pouco valor, porque praticamente não há muita industrialização do produto, que é vendido conforme sai da lavoura. O trabalho de industrialização acaba sendo feito no país que comprou a matéria-prima”, diz o diretor executivo da Associação Brasileira da Indústria de Café (Abic), Nathan Hersckowicz.

Para Hersckowicz, um dos principais desafios da cafeicultura no Brasil é fomentar a exportação do produto industrializado. Apenas o café solúvel, que representa cerca de 10% das exportações, tem algum valor agregado além do grão cru. “O café torrado moído tem uma exportação pequena, ainda é o nosso ponto fraco e tem exigido da indústria um cuidado especial no sentido de tentar entrar [no mercado internacional] e crescer”, afirma.

Hersckowicz ressalta que é preciso investir no desenvolvimento de um produto de alta qualidade, o chamado café gourmet, que tem três vezes mais valor agregado que o café tradicional. Isso inclui a fabricação de cápsulas de café gourmet, já que a maior parte do consumo doméstico é de produtos importados ou fabricados no País por empresas estrangeiras. “O mercado internacional rejeita os cafés de qualidade menor. É como no mercado de vinho, em que os produtos de alta qualidade têm mais espaço e preços melhores.”

Desde 2006, a Abic premia as melhores marcas de café do País com base na avaliação do Programa de Qualidade do Café (PQC), que incentiva e estimula a melhoria da qualidade do produto nacional. São quatro categorias: gourmet, superior, tradicional e extra forte. “A gente notou que começou a ter uma disputa entre os próprios torrefadores de quem faria o melhor café. A cada ano, o nível da nota [no PQC] tem aumentado”, diz o presidente da Abic, Ricardo Silveira.

**Fonte:** Agência Brasil