

Interfaces públicas e privadas na exportação de café torrado brasileiro para a Alemanha

Alex Donizeti do Rosário¹

RESUMO

Este artigo apresenta uma avaliação do mercado alemão de café torrado com o objetivo de se investigar se há interfaces públicas e privadas agindo como limitadores à exportação de café torrado brasileiro para esse país. No decorrer dos estudos observou-se, por meio de pesquisas em sites especializados e de uma revisão bibliográfica, que a concorrência alemã, no segmento do café torrado, é muito forte sendo que 55% desse *market share* está sob o controle de duas torrefações. É um país que detém muita tecnologia, em todas as áreas, em especial, na de torrefação. Posiciona-se como importador de matéria-prima, enquanto protege seu mercado interno contra os exportadores de café industrializado, valendo-se de barreiras tarifárias e sanitárias. Tem uma população com um elevado poder aquisitivo que busca por produtos de alto padrão de qualidade a preços baixos. Nessas condições, observa-se que a participação do café torrado brasileiro do tipo regular *coffee* nesse mercado é restrita em função da forte competitividade dos torrefadores locais.

Palavras-chave: Alemanha; Café; Café torrado; Mercado; Torrefação;

ABSTRACT

This article presents an overview of the German roasted coffee market in order to investigate whether there are public and private interfaces acting as limiting the export of Brazilian roasted coffee to that country. During the study it was observed, through research on specialized sites and a literature review that the German competition in the roasted coffee segment is very strong with 55% of market share under the control of two roasters. It is a country that has a lot of

¹ Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Gestão Pública e Sociedade da Universidade Federal de Alfenas – UNIFAL.

technology in all fields, particularly in the roasting area. It is positioned as an importer of raw material, while protecting its domestic market against the roasted coffee exporters by taking advantage of tariff and sanitary barriers. It has a population with a high purchasing power that search for high quality products at low prices. Under those conditions, it is observed that the participation of Brazilian roasted regular coffee in such market is restricted due to the strong competitiveness of local roasters.

Keywords: Germany; Coffee; Roasted coffee; Market; Roasting;

1 INTRODUÇÃO

O café é uma bebida mundialmente apreciada a qual se originou na Etiópia, antiga Absínia, há, aproximadamente, mil anos e se popularizou graças aos árabes que dominaram o cultivo desse fruto (ABIC, 2009).

A partir da Etiópia, o café chegou ao Brasil, por volta de 1727 quando o Sargento-Mor Francisco de Melo Palheta o trouxe da Guiana Francesa para o Maranhão. (ABIC, 2009).

Ao encontrar condições climáticas e solo favoráveis para o desenvolvimento, o café achou no Brasil uma região ideal para o seu cultivo (ABIC, 2009).

Consolidando-se, definitivamente, em solo brasileiro, não se tardou o início das exportações, o que se deu em 1779 para a França (ABIC, 2009). De lá para cá, o café verde se tornou um dos pilares da economia brasileira o qual, em 2015, gerou US\$5.5 bilhões (TABELA 1), em exportação, de um total de US\$191.7 bilhões, ou seja, 2,9% do valor total, ocupando a 12^a posição no ranking nacional dos produtos exportados (MDIC, 2016).

Tabela 1 - Total mensal de exportação de café verde ano 2015

Totais Mensais - 2015				
Mês	Mensal		Acumulado	
	US\$ FOB	Peso Líquido (kg)	US\$ FOB (Acumulado)	Peso Líquido (kg) (Acumulado)
Jan.	546.288.258	163.485.250	546.288.258	163.485.250
Fev.	493.481.796	150.807.710	1.039.770.054	314.292.960
Mar.	519.707.917	171.623.102	1.559.477.971	485.916.062
Abr.	468.807.028	168.897.004	2.028.284.999	654.813.066
Mai	434.544.642	157.825.160	2.462.829.641	812.638.226
Jun.	392.820.777	143.175.857	2.855.650.418	955.814.083
Jul.	405.777.434	149.945.721	3.261.427.852	1.105.759.804
Ago.	424.161.669	160.195.254	3.685.589.521	1.265.955.058
Set.	456.928.162	175.112.931	4.142.517.683	1.441.067.989
Out.	501.694.278	198.389.971	4.644.211.961	1.639.457.960
Nov.	461.321.265	186.966.431	5.105.533.226	1.826.424.391
Dez.	449.840.619	178.603.670	5.555.373.845	2.005.028.061

Fonte: O Sistema de Análise das Informações de Comércio Exterior – AliceWeb

O Brasil, no cenário cafeeiro, é uma referencia: maior produtor do mundo com uma safra de 43,2 milhões de sacas com 60kg em 2015, o que representou 29,8% da produção global de 144,75 milhões de sacas com 60kg (ICO, 2016).

Além de grande produtor e exportador de café verde, o Brasil é o segundo maior consumidor dessa bebida com uma demanda anual de 20,3 milhões de sacas com 60kg em 2015 (47% do total da safra), o que representa um consumo per capita de 4,9kg (ABIC, 2009).

Na primeira posição, como maior consumidor de café, tem-se os Estados Unidos da América, que processaram 24 milhões de sacas com 60kg em 2015, no entanto, apresentam um consumo per capita de 4,5kg (ICO, 2016), inferior ao do Brasil. Na terceira colocação, aparece a Alemanha que, em 2015, demandou 8,9 milhões de sacas com 60kg com um consumo per capita de 6,5kg. (ICO, 2016; SÓRIO, 2015).

Se o Brasil é um grande exportador de café verde, o mesmo não se pode dizer do produto torrado que faturou, em 2015, conforme Tabela 2, o volume de

1.669.944kg - 34 mil sacas com 60kg, 0,1% do total de café verde exportado, o que significou, em valores, US\$10 milhões - 0,2% do valor de café verde exportado (TABELA 2).

Tabela 2 – Total mensal de exportação de café torrado ano 2015

Totais Mensais - 2015				
Mês	Mensal		Acumulado	
	US\$ FOB	Peso Líquido (kg)	US\$ FOB (Acumulado)	Peso Líquido (kg) (Acumulado)
Jan.	298.988	45.575	298.988	45.575
Fev.	911.353	142.457	1.210.341	188.032
Mar.	1.134.374	196.991	2.344.715	385.023
Abr.	604.670	90.816	2.949.385	475.839
Mai	786.867	121.275	3.736.252	597.114
Jun.	1.271.663	210.337	5.007.915	807.451
Jul.	1.100.746	186.089	6.108.661	993.540
Ago.	793.488	115.002	6.902.149	1.108.542
Set.	811.849	146.190	7.713.998	1.254.732
Out.	994.296	202.425	8.708.294	1.457.157
Nov.	454.484	81.749	9.162.778	1.538.906
Dez.	842.485	131.038	10.005.263	1.669.944

Fonte: O Sistema de Análise das Informações de Comércio Exterior – AliceWeb

A despeito da relevante significância da exportação do café verde para a economia brasileira, ao se analisar o preço por quilo desse produto tem-se, em média, US\$2.77/kg contra US\$5.99/kg do café torrado, ou seja, a industrialização mais que duplicou o valor do produto *in natura*, isso tomando por base os dados das exportações do café verde e do torrado no ano de 2015 (TABELA 1;TABELA 2).

Levando-se em conta que a industrialização do café lhe confere um valor mais atraente, nota-se que as torrefações brasileiras têm explorado pouco essa oportunidade, entretanto, o caminho rumo à exportação de valor agregado parece se delinear.

Dentre os mercados de café torrado em que o Brasil já se faz presente, à frente estão os Estados Unidos da América para os quais, em 2015, exportou-se 547.397kg (11.404 sacas com 60kg), US\$4.4 milhões, seguidos pela União Europeia que importou 477.153kg (9.940 sacas com 60kg), US\$2.1 milhões. (ALICEWEB, 2016).

Do volume destinado ao mercado europeu, apenas 5%, ou seja, 24.495kg (414 sacas com 60kg – conversão com base na ECF, 2013/2014, p. 4), US\$118 mil, seguiram para a Alemanha (TABELA 3), o terceiro maior consumidor de café do mundo, segundo a Organização Internacional do Café (2009).

Tabela 3 – Exportação de café torrado, ano 2015, para a Alemanha

Totais Mensais - 2015				
Mês	Mensal		Acumulado	
	US\$ FOB	Peso Líquido (kg)	US\$ FOB (Acumulado)	Peso Líquido (kg) (Acumulado)
Jan.	0	0	0	0
Fev.	0	0	0	0
Mar.	60.590	11.442	60.590	11.442
Abr.	0	0	60.590	11.442
Mai	0	0	60.590	11.442
Jun.	0	0	60.590	11.442
Jul.	0	0	60.590	11.442
Ago.	0	0	60.590	11.442
Set.	58.007	13.053	118.597	24.495
Out.	0	0	118.597	24.495

Tabela 3 – Exportação de café torrado, ano 2015, para a Alemanha (conclusão)

Totais Mensais - 2015				
Mês	Mensal		Acumulado	
	US\$ FOB	Peso Líquido (kg)	US\$ FOB (Acumulado)	Peso Líquido (kg) (Acumulado)
Nov.	0	0	118.597	24.495
Dez.	0	0	118.597	24.495

Fonte: O Sistema de Análise das Informações de Comércio Exterior – AliceWeb

Considerando-se o fato de que exportar café torrado agrega mais valor ao produto e de que a Alemanha, o terceiro maior consumidor de café do mundo, importa somente 1,2% do café torrado brasileiro, este estudo traz à tona a seguinte questão: há interfaces públicas e privadas agindo como limitadores à exportação de café torrado brasileiro para a Alemanha? Em alusão a essa pergunta, este estudo desenvolve uma prospecção do mercado de café torrado alemão com o objetivo de investigá-lo para buscar possíveis respostas à indagação apresentada.

2 O MERCADO ALEMÃO DE CAFÉ TORRADO

A Alemanha possui 80,6 milhões de habitantes (ICO, 2016) em uma área total de 356.840km² (EUROMONITOR, 2016).

Em 2015 apresentou uma renda per capita de US\$42,627 e um produto interno bruto – PIB de US\$3,8 trilhões (ICO, 2016). É o terceiro consumidor de café do mundo, com uma taxa per capita de 6,5kg (ICO, 2016) e o maior da união europeia com 21% do consumo (SÓRIO, 2015).

Segundo Koerner (2002), na Alemanha, o café é mais consumido que a cerveja. De acordo com a autora, em 2000, o consumo per capita de café, em litros, foi de 162,4l superando a cerveja, amplamente apreciada no país, que atingiu 127,5l.

Além de grande consumidor, o país é o maior reexportador de café verde da Europa (SÓRIO, 2015). Em 2015 importou 18 milhões de sacas com 60kg de café verde (ICO, 2012). Conforme relatório da European Coffee Federation – ECF (2013/2014), as principais origens dos cafés importados pela Alemanha, em geral, são: Brasil (28,8%), Vietnã (19,9%), Peru (7,9%), Honduras (7,6%), Indonésia (6,1%) e Outros (29,7%).

Além do café verde, em 2015, foram importados 74.128.224kg de café torrado (ICO, 2016). O resultado da conversão de torrado para café verde gerou 1.470.210 sacas com 60kg (ECF, 2013/2014, p. 4).

Como informado pela ECF (2013/2014), dentre os principais exportadores de café torrado para a Alemanha, ano base 2013/2014, se encontram a Itália, Polônia, Suíça, Holanda, Reino Unido e outros, conforme tabela 7.

TABELA 7 – Exportadores de Café Torrado (ton)

País	kg de café Torrado	%
Itália	20.990	33%
Polônia	16.650	26%
Suíça	7.732	12%
Holanda	6.536	10%
Reino Unido	3.843	6%
Outros	8.568	13%
Total	64.319	100%

Fonte: ECF (2013/2014)

Sório (2015) relata em seu estudo que, na Alemanha, 79% do café utilizado é torrado ou torrado moído. Sua comercialização se dá, preponderantemente, em embalagens contendo 250g, 500g ou 1kg.

TABELA 4 – Distribuição do café torrado por segmento (em tonelada)

Segmento	2013	2014
Café Torrado Clássico	275.000	261.650
Grão inteiro, moído na hora do consumo. Expresso/Café Crema	62.200	63.450
Monodoses	44.900	48.650
Total	382.100	373.750

Fonte: DEUTSCHER KAFFEEVERBAND (2014, p. 20 apud SÓRIO, 2015, p. 88)

Quanto ao tipo da embalagem, as mais comuns são a vácuo ou com atmosfera inertizada (com inertização com Nitrogênio - N₂) que conferem maior vida útil ao produto (ALVES et al, 2003).

Em relação à espécie do café, Sório (2015) afirma que o consumidor alemão tem preferência pela Arábica de alta qualidade. No entanto, há cafés formulados com blends de Arábica e Robusta.

Ressalta Sório (2015), em sua pesquisa, que as torrefações alemãs detêm alta tecnologia e dentre elas, cinco dominam o mercado de café torrado: Kraft Foods, Tchibo, Melitta, Aldi e Dallmayr.

Há uma grande disputa entre as torrefações alemãs e as duas maiores são a Kraft Foods e a Tchibo que juntas assumem 55% do mercado (SÓRIO, 2015).

Koerner (2002) e Sório (2015) concordam com o fato de que a competição pelo mercado alemão de café torrado é bastante acirrada, principalmente, entre os torrefadores anteriormente citados.

De acordo com Koerner (2002), o segmento de café torrado germânico é constituído por um oligopólio o qual usa o poder que têm sobre o mercado para influenciar o preço ao varejo e dominar a concorrência.

Em termos de precificação do café torrado há variação principalmente entre as marcas líderes e as menos expressivas e entre cafés padrão tradicional, superior e gourmet. No entanto, para se ter uma ideia dos valores praticados no mercado alemão há, na Tabela 5, algumas cotações.

TABELA 5 – Preço de venda de alguns cafés alemães em 18 Jun. 2016

Produto	Marca	Preço (Euro/kg) sem VAT
Café torrado em grão	Douwe Egberts Intense Espresso Beans 1kg, 100% Arábica Fonte: Makro, 2016	7,99
Café torrado em grão	Alberto Café Creme Beans 1kg, Blend Fonte: Coffeerista, 2016	7,45
Café torrado em grão	Dallmayr crema d'Oro Intensa Coffee Beans 1kg, 100% Arábica Fonte: Coffeerista, 2016	8,69
Café torrado em grão	Rioba Gold – 80% Arabica e 20% Robusta 1kg Fonte: METRO, 2016	10,99
Café torrado em grão	Jacobs Krönung Caffè Crema Beans 1kg, 100% Arábica Fonte: Coffeerista, 2016	9,29
Café torrado em grão	Melitta Mein Café Medium Roast Coffee Beans 1kg, Blend Fonte: Coffeerista, 2016	9,23
PREÇO MÉDIO		8,94

Fonte: COFFEERISTA, 2016; MAKRO, 2016; METRO, 2016;

Dentre os vários tipos de café demandado pelo público alemão, Sório (2015) cita que o orgânico está em alta sendo um nicho que pode representar uma oportunidade para os torrefadores brasileiros.

De acordo com Global Agricultural Information Network (2012), o varejo alemão faturou US\$218 bilhões em um mercado consolidado, saturado, com forte concorrência e preços baixos.

O varejo alemão é dominado por cinco grandes redes supermercadistas: Edeka (22,9%), Schwarz (16,1%), Aldi (13,1%), Rewe (13,6%), Metro (4,6%) e outros que juntos perfazem (29,2%) (GLOBAL AGRICULTURAL INFORMATION NETWORK, 2012).

Com base nos dados da Global Agricultural Information Network (2012), em toda Alemanha tem-se, aproximadamente, 15.521

supermercados/hipermercados, 20.117 lojas de alimentos independentes, 15.923 lojas de conveniência e 16.058 lojas de descontos.

Há um forte apelo pelo desenvolvimento de marcas próprias o que é relevante para o exportador que, de certa forma, deixa de investir em promoção da marca (GLOBAL AGRICULTURAL INFORMATION NETWORK, 2012).

O mercado alemão, segundo o relatório da Global Agricultural Information Network (2012), apresenta as seguintes oportunidades, ameaças, pontos fracos e fortes:

TABELA 6 – Vantagens e desafios do mercado alemão

Pontos fortes e oportunidades	Pontos fracos e ameaças
É o maior mercado europeu com um elevado poder de compra	Os consumidores exigem qualidade e preço baixo
Muitos alemães ainda estão desinformados acerca da questão da sustentabilidade	Tarifas de importação na Europa são elevadas e comunidade europeia da preferência aos exportadores da comunidade
É um dos maiores importadores de alimentos do mundo	Mercado bastante competitivo com baixa taxa de crescimento do varejo
Acordo de equivalência para produtos orgânicos oferece grandes oportunidades	Verbas de introdução de marcas pagas aos varejistas são altas e podem inviabilizar o custo do produto
Há muitos importadores bem sucedidos e o sistema de distribuição é bastante desenvolvido	Margens no varejo são baixas e raramente os varejistas importam por si só
Vendas diretas aos líderes do varejo é bastante difícil, mas pode ser uma boa chance para se introduzir um produto	Normalmente, um novo produto passa por um período de 12 a 18 meses de teste

Fonte: GLOBAL AGRICULTURAL INFORMATION NETWORK, 2012

Além das questões mercadológicas tratadas neste tópico, é importante frisar que a taxação alemã sobre o café é expressiva, a saber:

- Imposto de importação: 7,5% para países não beneficiários do Sistema Geral de Preferência (SGP) que é o caso do Brasil (SÓRIO, 2015; ITC, 2016);

- Imposto Especial: EUR2,19 por quilo de café (SÓRIO, 2015; ECF, 2013/2014)
- Imposto sobre Valor Agregado (VAT): 7% (SÓRIO, 2015; ECF, 2013/2014)

Tais taxações representam uma pesada barreira ao exportador, pois eleva o preço de venda ao consumidor reduzindo ou, mesmo, anulando a competitividade do produto em relação aos cafés locais ou que são beneficiados pela isenção de impostos. Outra situação que desfavorece o exportador brasileiro é o fato de que, entre os países membros da comunidade europeia, não há a incidência de imposto de importação, ou seja, a livre circulação entre os membros da comunidade europeia estabelece uma forma de protecionismo regional.

De acordo Robeohn (2016), há uma tendência do consumidor alemão comprar o café verde, por quilo, para torr -lo em casa, pois, dessa forma, deixa de pagar EUR2,19/kg de café de imposto, uma vez que tal imposto s  incide sobre o produto torrado. Tal situação, pode desestimular a busca pelo mercado alemão de café torrado.

Enfim, conforme se pode observar na descrição do cenário alemão de café torrado, esse é um produto muito consumido em um mercado onde a concorrência   acirrada e a demanda por qualidade e preço baixo   forte.

Outro aspecto importante a considerar, ao se desenvolver uma planilha de custeio do produto, é que, internacionalmente, os supermercadistas dependendo do produto aplicam sobre ele, em média, 25% de margem (S RIO, 2015; D'ARCY.; NORMAN; SHAN, 2012).

3 REQUISITOS PARA EXPORTAR CAFÉ TORRADO PARA A ALEMANHA

Partindo do pressuposto de que o torrefador já esteja habilitado como exportador junto aos órgãos competentes brasileiros, como na Receita Federal do Brasil,

por exemplo, o procedimento de exportação contará com a emissão da documentação básica, tais como: Invoice, Packing List, Certificado de Origem (pode ser o modelo Form A, se necessário), Nota Fiscal, Registro de Exportação, Declaração de Despacho Aduaneiro, Certificado de Tratamento de Palete (caso seja de madeira), Certificado da Qualidade do Produto, Certificado Fitossanitário, se aplicável, Certificado de Tratamento de Container, Seguro da carga, dentre outros.

A intenção de se comercializar o café torrado, internacionalmente, precisa ser acompanhada da análise prévia da aplicabilidade dos requisitos mínimos definidos pela comunidade europeia para a importação de alimentos, além de requerimentos específicos estabelecidos pelo importador.

Em termos legais, a comunidade europeia apresenta várias legislações a serem atendidas as quais, em função do dinamismo com que as mudanças ocorrem, devem ser, regularmente, investigadas para se certificar de que elas estejam atualizadas e de que não surgiram novas leis. Tal análise pode ser conduzida a partir de contatos com os departamentos de apoio à exportação brasileira. Até o momento, Sório (2015), relaciona as seguintes legislações em seus estudos como sendo as requeridas para se exportar à Alemanha:

- Lei Geral de Alimentos: EC 178/2002
- Contaminação Alimentar: EC 1881/2006
- Materiais em Contato com Alimentos: Norma EC 1935/2004, Norma EC 1895/2005, Norma EC 282/2008, Norma EC 450/2009, Norma EC 10/2011, Diretiva 78/142/EEC, Diretiva 84/500/EEC, Diretiva 93/11/EEC, Diretiva 2007/42/EEC
- Rotulagem: Norma EC 608/2004, Norma EC 834/2007, Norma EC 889/2008
- Norma EC 1235/2008, Norma EC 41/2009, Norma EC 1169/2011, Norma EC 1829/2013, Norma EC 1830/2013, Diretiva 90/496/EEC, Diretiva 2000/13/EC, Diretiva 2002/67/EC, Diretiva 2008/5/EC, Diretiva 2011/91/EU

- Boas práticas de fabricação (BPF) para materiais em contato com alimentos: Norma EC 1935/2004, Norma EC 2023/2006
- Níveis máximos de resíduos de pesticidas em alimentos: Norma EC 396/2005
- Contaminação microbiológica de alimentos: Norma EC 2073/2005
- Produção orgânica e sua rotulagem: Norma EC 834/2007, Norma EC 889/2008, Norma EC 1235/2008

Por fim, vale ressaltar que certificações adicionais, por exemplo, Fair Trade, Rainforest Alliance, Utz Kapeh, Orgânico, Segurança Alimentar, ISO 9001, ISO 14001, etc., podem ser solicitadas pelo importador, nesse caso, precisa-se ter em mente que investimentos em adequação da indústria poderão ser necessários, ademais, o tempo necessário para se implantar certificações pode ser longo, de fato, tudo dependerá do grau de adequação da empresa à norma pleiteada.

Estabelecer um contato direto com o importador e conversar sobre os requisitos necessários à exportação do produto também é uma estratégia bastante recomendada, caso isso seja possível.

4 POSICIONAMENTO DO CAFÉ BRASILEIRO FRENTE À CONCORRÊNCIA ALEMÃ

Para iniciar este tópico é razoável afirmar que em termos de qualidade o café verde brasileiro é um dos melhores do mundo, tanto que ele é o mais importado pela Alemanha, o que corresponde a 28,8% do volume comprado por aquela nação (ECF, 2013/2014). Essa já é uma vantagem que muito favorece o torrefador nacional.

Em termos de precificação, o café torrado do Brasil é pouco competitivo em relação aos cafés alemães. Para exemplificar esse cenário, a seguir, apresenta-se uma comparação entre os preços do café brasileiro (internalizado

na Alemanha com todos os impostos inclusos) e do café alemão, ambos à venda ao consumidor em supermercado.

Na simulação do cálculo do preço do café brasileiro exportado para a Alemanha, considerou-se um container de 20 pés carregado com 8 toneladas de café torrado, tipo arábica, padrão gourmet, embalado em pacote inertizado de contendo 1kg.

O preço de venda do produto ao consumidor, considerado na simulação foi de R\$43,20/kg. Esse preço foi observado em um supermercado brasileiro e desse valor foram deduzidos 21,25% de impostos (PIS, Cofins e ICMS), uma vez que o Brasil isenta de impostos a exportação de café torrado. Retirou-se também a margem, estimada, do supermercado de 30%, para se obter somente o preço de venda da torrefação, já com a margem.

Para conversão dos valores usou-se a taxa do euro de R\$ 3,8686 e a do dólar R\$3,4372. Cotações de venda, do dia 17/06/16 (BCB, 2016);

TABELA 8 – Composição do preço de venda do café torrado brasileiro

Componente do custo	R\$/kg	EUR/kg	%
1) preço exworks no Brasil	23,87	6,17	49,2%
2) frete porto de Santos	0,31	0,08	0,6%
3) desembarço aduaneiro em Santos	0,31	0,08	0,6%
Subtotal (FOB Santos)	24,49	6,33	50,5%
4) seguro internacional	0,15	0,04	0,3%
5) frete marítimo até Alemanha	0,52	0,13	1,1%

TABELA 8 – Composição do preço de venda do café torrado brasileiro

(conclusão)

Componente do custo	R\$/kg	EUR/kg	%
Subtotal (CIF Alemanha)	25,16	6,50	51,9%
6) desembarço aduaneiro na Alemanha	0,39	0,10	0,8%
7) imposto de importação (7,5%)	1,84	0,47	3,8%
8) imposto especial (EUR 2,19/kg)	8,47	2,19	17,5%

9) transporte do porto alemão para o cliente	0,39	0,10	0,8%
Subtotal (DDP Alemanha)	36,25	9,37	74,8%
10) margem do supermercado (25%)	9,06	2,34	18,7%
Subtotal (preço de venda ao consumidor)	45,31	11,71	93,5%
11) imposto sobre valor agregado (7%)	3,17	0,82	6,5%
12) preço final de venda ao consumidor	48,48	12,53	100,0%

Fonte: cálculos desenvolvidos pelo próprio autor.

Detalhamento da formação do preço de venda:

1) usou-se o valor de 1kg de café torrado em grão, Arábica Gourmet, cotado em um supermercado no dia 17/06/2016;

2) estimativamente, considerou-se um frete terrestre de R\$2.500 para uma transportadora retirar e devolver um container de 20 pés em Santos, em euros isso equivale a EUR 646,23; ($EUR\ 646,23 \div 8.000kg$ de café = EUR0,08/kg). Cotação de mercado em 17/06/2016.

3) o desembaraço aduaneiro em Santos, incluindo as taxas portuárias, foi estimado em R\$2.500 ($EUR646,23 \div 8.000kg$ de café = EUR0,08/kg). Cotação de mercado em 17/06/2016.

4) para fins de seguro internacional, na modalidade, *door to door*, considerou-se 0,5% sobre o valor FOB do produto, logo, ($8.000 \times R\$24,50 = R\196.000); ($R\$196.000 \div R\$3,8686 = EUR50.664,32$); ($EUR50.664,32 \times 0,6\%$ de seguro = EUR304,00); ($EUR304,00 \div 8.000kg$ de café torrado = EUR0,04/kg). Cotação de mercado em 17/06/2016.

5) para fins de cálculo do frete marítimo, por quilo, considerou-se um container de 20 pés com 8.000kg de café torrado em grão. A cotação estimada do frete marítimo de Santos a Hamburgo foi de US\$1,200 = EUR1.066,21 ($EUR1.066,21 \div 8.000kg$ de café = EUR0,13/kg). Cotação de mercado em 17/06/2016.

6) estima-se que na Alemanha o custo do desembaraço fique em torno de EUR800,00; ($\text{EUR}800,00 \div 8.000\text{kg de café torrado} = \text{EUR}0,01/\text{kg}$). Cotação de mercado em 16/06/2016.

7) o imposto de importação incide sob o valor FOB do produto, logo, ($8.000 \times \text{R}\$24,50 = \text{R}\196.000); ($\text{R}\$196.000 \div \text{R}\$3,8686 = \text{EUR}50.664,32$); ($\text{EUR}50.664,32 \times 7,5\% = \text{EUR}3.799,82$); ($\text{EUR}3.799,82 \div 8.000\text{kg de café torrado} = \text{EUR}0,47/\text{kg}$)

8) o imposto especial sob consumo de café é de EUR2,19/kg (SÓRIO, 2015; ECF, 2013/2014);

9) estima-se o valor do transporte de um container de 20 pés do porto de Hamburgo até ao depósito do importador em, aproximadamente, EUR800,00; ($\text{EUR}800,00 \div 8.000\text{kg de café torrado} = \text{EUR}0,01/\text{kg}$). Cotação de mercado em 16/06/2016.

10) considerou-se, conforme Sório(2015) e D'arcy.; Norman; Shan (2012). a margem estimada de 25% sobre o subtotal do produto nacionalizado;

11) O imposto sobre valor agregado (VAT), 7%, incide sobre o subtotal "preço de venda ao consumidor";

12) preço final a ser pago pelo consumidor.

Como se pode observar na simulação de preço apresentada na Tabela 8, o valor de 1kg de café torrado brasileiro, com um padrão de qualidade similar ao do café alemão disponibilizado à venda no varejo, ficou 31% superior ao preço médio apresentado na Tabela 5, ou seja, o café brasileiro atingiu o preço de EUR11,71/kg (sem VAT) enquanto que o preço médio de algumas marcas locais foi de EUR8,94/kg (sem VAT). Nessas condições, percebe-se que o café brasileiro teria dificuldades para competir nesse mercado que é ávido por preços baixos e alto padrão de qualidade.

De acordo com a Tabela 8, mesmo que se retirasse do preço do café brasileiro o imposto de importação (EUR 0,47/kg) e o imposto especial (EUR2,19/kg) o produto ainda seria pouco competitivo.

Para se igualar ao preço médio dos cafés apresentados na Tabela 5, o café brasileiro teria que ter um preço Exworks de R\$15,96/kg, conforme demonstrado na tabela 9.

Considerando-se o fato de que os preços dos cafés apresentados na Tabela 5 referem-se a cafés de qualidade e de que uma matéria-prima, aos preços atuais (junho de 2016), para se produzir esse tipo de café poderia representar em torno de 90% de R\$15,96 (valor Exworks do café), acredita-se que o torrefador poderia ter dificuldade para atingir esse preço.

Em sendo assim e sob a perspectiva do cenário visualizado neste estudo, nota-se que o mercado alemão se tornou bastante complexo para a introdução de cafés torrado brasileiros no segmento de cafés não certificados, *regular coffees* que é o caso dos cafés apresentados na Tabela 5.

TABELA 9 – Composição do preço de venda do café torrado brasileiro para se igualar o valor médio dos preços da Tabela 5

Componente do custo	R\$/kg	EUR/kg	%
preço exworks no Brasil	15,96	4,12	43,1%
frete porto de Santos	0,31	0,08	0,8%
desembarço aduaneiro em Santos	0,31	0,08	0,8%
Subtotal (FOB Santos)	16,58	4,29	44,8%
seguro internacional	0,07	0,02	0,2%
frete marítimo até Alemanha	0,52	0,13	1,4%
Subtotal (CIF Alemanha)	17,17	4,44	46,4%
desembarço aduaneiro na Alemanha	0,39	0,10	1,1%
imposto de importação (7,5%)	1,24	0,32	3,4%
imposto especial (EUR 2,19/kg)	8,47	2,19	22,9%
transporte do porto alemão para o cliente	0,39	0,10	1,1%
Subtotal (DDP Alemanha)	27,66	7,15	74,8%
margem do supermercado (25%)	6,92	1,79	18,7%

Subtotal (preço de venda ao consumidor)	34,58	8,94	93,5%
imposto sobre valor agregado (7%)	2,42	0,63	6,5%
preço final de venda ao consumidor	37,00	9,56	100,0%

Fonte: cálculos desenvolvidos pelo próprio autor.

5 INTERFACE ENTRE O PÚBLICO E O PRIVADO NA EXPORTAÇÃO DE CAFÉ TORRADO BRASILEIRO PARA A ALEMANHA

Nota-se que o mercado alemão de cafés possui uma estrutura estratégica de atuação que o coloca numa posição privilegiada: adquire matéria-prima (café verde) de todas as partes do mundo com a isenção de impostos (o que reduz o custo) e controla a entrada de café industrializado (torrado) por meio de barreiras tarifárias e sanitárias (o que aumenta o custo ao exportador tirando-lhe competitividade).

Ao adquirir matéria-prima para ser processada, em vez de produto industrializado, as grandes corporações alemãs logram um custo de produção menor e repassam isso para o preço final, atendendo à demanda local que busca alta qualidade a preço baixo.

Tal articulação, além de estimular o consumo, favorece a geração de empregos no país, o recolhimento de impostos e o consumo. Enfim, fortalece a economia.

Segundo Saes (1997, apud MAFRA, 2011), intensa demanda por um produto e a desregulamentação de mercado dá à indústria condições para planejar suas próprias políticas comerciais as quais podem contar com o suporte governamental. Nesse sentido, Sório (2015) comenta que na Europa o café conta com a forte atuação da *European Coffee Federation* que representa interesses do segmento cafeeiro junto às esferas pública e privada.

Uma das interfaces público-privada que se observa no segmento do café europeu foi a exclusão do Brasil, a partir de 01 Jan. 2014, do Sistema Geral de Preferências – SGP (MDIC, 2014), acordo que reduzia o imposto de importação do café torrado de 7,5% para 2,6% (SÓRIO, 2015; ITC, 2016);

Nesse caso, evidencia-se a interface entre o público-privada ao se notar que o aumento na alíquota de importação (de 2,6% para 7,5%) pode favorecer a indústria europeia, no caso a torrefação, à medida que os exportadores brasileiros perdem competitividade frente aos concorrentes europeus.

No continente europeu os principais torrefadores são: Tchibo, Lavazza, Sara Lee, Melitta e Segafredo (SÓRIO, 2015).

Dessas grandes corporações, três se fazem presentes no Brasil: Sara Lee, Melitta e Segafredo as quais, em vez de exportarem para o Brasil via matrizes, sujeitando-se à 10% de imposto de importação, 2,10% de PIS, 9,65% de COFINS (RFB, 2016) e ICMS - que pode variar entre 7% a 18%, dependendo do estado – preferem, estrategicamente, instalarem-se como transnacionais para atuar no mercado interno e ter a possibilidade de remeter ganhos para as matrizes. O que revela uma interface privado-pública relevante.

Na Alemanha, duas grandes corporações assumem, por volta, de 55% do mercado local: Kraft Foods e Tchibo (SÓRIO, 2015).

Com uma concentração desse porte e, considerando-se o valor que o mercado cafeeiro movimenta e a importância que representa para a economia, Sório (2015) frisa que o segmento se organiza, institucionalmente, para proteger o setor cafeeiro, relegando aos países produtores de café à condição de fornecedores de matéria-prima.

Além da barreira tarifária, a legislação europeia estabelece rígidas normatizações voltadas à segurança alimentar, à rotulagem de produtos alimentícios e a padrões de qualidade às quais se juntam outras específicas requeridas pela Alemanha, o que restringem, ainda mais, o acesso das torrefações brasileiras ao mercado alemão.

Mafra (2011) sugere que o estabelecimento de padrões de qualidade não se dá sem a participação das grandes corporações o que, de certo modo, traz impactos à livre concorrência.

Ponte (2002), ao tratar da questão das normas da qualidade e ambientais, comenta que essas implantações se tornam cada vez onerosas e complexas de

serem estabelecidas pelos pequenos grupos sediados nos países produtores (cafeicultores), além de, em alguns casos, agregarem pouco valor ao produto. Restringidos por essas exigências, os pequenos grupos acabam por serem excluídos do mercado externo o que os colocam na condição de fornecedor local ou atendendo a intermediários que ficam com parte da lucratividade do produtor.

Sob essa perspectiva, Mafra (2008), comenta que há a percepção de que algumas regras e convenções criadas para regulação buscam mais fortalecer o comprador e menos assegurar a adequação do fornecedor a alguns padrões preestabelecidos. Situação essa que revela uma significativa interface privado-privada.

Ainda, na perspectiva da interface entre o público e o privado no âmbito do café, Caldeira (2013) relata que um governo pode impactar setores econômicos de três modos: como comprador, como criador de políticas e como regulador do comércio. No que tange a criação de políticas, essas podem ser elaboradas com a participação da iniciação privada por meio de consultas o que demonstra a interface público-privada.

De acordo com o exposto neste capítulo, a restrição do Brasil ao mercado alemão de café torrado pode não residir somente na questão comercial, mas em interfaces público-privada e privada-privada que agem para regular o mercado.

6 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo desenvolvido neste artigo revela que o mercado alemão de café torrado é bastante expressivo, o terceiro maior do mundo ficando atrás somente dos Estados Unidos da América e do Brasil, todavia, limitado aos torrefadores locais, uma vez que o país se posiciona como importador de matéria-prima para processamento interno, fato reforçado pelo volume de café torrado importado em 2015 de 64.319 toneladas (17% do consumo interno anual).

Em um mercado altamente competitivo e oligopolista, conforme ressalta Koerner (2002), a competição por um espaço nas gôndolas dos supermercados é dificultada por três grandes motivos: 1) a demanda por preço baixo e produto de alto padrão de qualidade, 2) pelas elevadas taxas de importação e locais e 3)

pelo uso de blends com matérias-primas de diversos países, pelos torrefadores locais, que reduzem o custo do produto.

À luz das informações obtidas neste trabalho, a resposta à pergunta: há interfaces públicas e privadas agindo como limitadores à exportação de café torrado brasileiro para a Alemanha? Pode-se dizer que há indícios de que sim. A Alemanha possui um sólido domínio de mercado cafeeiro e tem uma associação que regulamenta o setor a qual é vinculada à *European Coffee Federation* que atua em benefício dos associados juntos aos órgãos públicos, quando necessário.

Além de se defender muito bem, a Alemanha apresenta uma estratégia de contra-ataque muito interessante que é a transnacionalização de empresas para os mercados que mais consomem café, no Brasil, por exemplo, encontra-se a Melitta. Dessa forma, chega-se ao mercado com um custo menor, posto que não se tem os impostos de importação nem os custos de transporte, desembaraço, etc.

Concluindo este estudo, mas sem a pretensão de esgotá-lo, sugere-se ao torrefador brasileiro que sempre avalie as oportunidades de negócios que surgirem para a Alemanha, pois, não se deve descartar a hipótese de bons negócios e parcerias poderem ser estabelecidas entre Alemanha e Brasil.

Para pesquisas futuras, fica a proposta de se investigar o mercado alemão de cafés especiais e/ou certificados os quais têm um maior valor agregado, fato que poderia facilitar o acesso do café brasileiro ao mercado, uma vez que o Brasil é um país que oferece cafés de excelente qualidade, tanto certificado quanto convencional.

REFERÊNCIAS

ALICEWEB2. Disponível em: <<http://aliceweb.mdic.gov.br/>>. Acesso em 17 jun. 2016.

ALVES, R. M. V et al. Café torrado e moído em embalagens inertizadas. **Ciências e Tecnologia em Alimentos, Campinas**, 23 (Supl): 22-27, dez. 2003.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DO CAFÉ – ABIC. 2009.

Disponível em:

<<http://www.abic.com.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=38>> Acesso em 15 jun. 2016

_____. ABIC. 2009. Disponível em:

<<http://www.abic.com.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=61#tabconsint2015.2>>. Acesso em 17 jun. 2016

BANCO CENTRAL DO BRASIL - BCB. Taxas de Câmbio. Disponível em

<<http://www4.bcb.gov.br/pec/taxas/port/ptaxnpesq.asp?id=txcotacao>>. Acesso em 18 Jun. 2016.

CALDEIRA, L. **Revoluções no Café: mudanças contraditórias na produção e no consumo**. Varginha: 2013.

COFFEERISTA. Alberto Espresso Beans. Disponível em:

<<https://coffeerista.com/en/coffee-brands/germany/alberto/1kg-alberto-espresso-beans/>>. Acesso em 18 Jun. 2016.

_____. Dallmayr Crema d'Oro Intensa, Disponível em:

<<https://coffeerista.com/en/coffee-brands/germany/dallmayr/1kg-dallmayr-crema-d-oro-intensa-coffee-beans/>>. Acesso em 18 Jun. 2016

_____. Jacobs Krönung Caffè Crema Beans. Disponível em:

<<https://coffeerista.com/en/coffee-brands/germany/jacobs/1kg-jacobs-kronung-caffe-crema-beans/>>. Acesso em 18 Jun. 2016

_____. Mellita Mein Café Medium Roast. Disponível em:

<<https://coffeerista.com/en/coffee-brands/germany/melitta/1kg-melitta-mein-cafe-medium-roast-coffee-beans/>>. Acesso em 18 Jun. 2016.

D'ARCY, P.; NORMAN, D.; SHAN, S. Costs and Margins in the Retail Supply.

2012. Disponível em:

<[Chainhttp://www.rba.gov.au/publications/bulletin/2012/jun/pdf/bu-0612-2.pdf](http://www.rba.gov.au/publications/bulletin/2012/jun/pdf/bu-0612-2.pdf)>. Acesso em 18 Jun. 2016.

DEUTSCHER KAFFEEVERBAND. KAFFEEMARKET 2014. Disponível em:

<http://www.kaffeeverband.de/images/dkv_pdf/geschuetzt/Jahresbericht/2015/Kaffeemarkt_2014.pdf>. Acesso em 18 Jun. 2016

EUROMONITOR INTERNATIONAL - EUROMONITOR. Abr. 2016. Disponível

em: <<http://www.euromonitor.com/coffee-in-germany/report>>. Acesso em 18 Jun. 2016.

EUROPEAN COFFEE FEDERATION – ECF. 2013/2014. Disponível em:
<http://www.ecf-coffee.org/images/European_Coffee_Report_2013-14.pdf>.
Acesso em 19 Jun. 2016.

GLOBAL AGRICULTURAL INFORMATION NETWORK. The German Food Retail Market. 2012. Disponível em:
<http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Retail%20Foods_Berlin_Germany_7-31-2012.pdf>. Acesso em 18 Jun. 2016

INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION – ICO 2012. Trends in coffee consumption in selected importing countries. Disponível em:
<<http://www.ico.org/documents/icc-109-8e-trends-consumption.pdf>>. Acesso em 18 Jun. 2016.

_____. ICO 2012. Trends in coffee consumption in selected importing countries. Disponível em: <<http://www.ico.org/documents/icc-109-8e-trends-consumption.pdf>>. Acesso em 18 Jun. 2016.

_____. ICO. Total production by exporting countries. 31 mar. 2016. Disponível em: <<http://www.ico.org/prices/po-production.pdf>>. Acesso em 15 jun.2016.

_____. ICO. 2016. Coffee Trade Stats. Disponível em:
<https://infogr.am/_/6O9yncsH6f1Mh6rm0X7U>. Acesso em 17 jun. 2016.

_____. ICO. 2016. Coffee Trade Stats. Disponível em:
<https://infogr.am/_/lk8yAFUNuUJ4RxV8yXIS>. Acesso em 17 jun. 2016.

_____. ICO. 2016. Historical Data on the Global Coffee Trade. Disponível em:
<http://www.ico.org/new_historical.asp>. Acesso em 17 jun. 2016.

ITC. MARKET ACCESS MAP. Disponível em:
<<http://www.macmap.org/QuickSearch/FindTariff/FindTariffResults.aspx?product=0901210000&country=276&partner=076&year=2015&source=1|ITC&AVE=1>>
. Acesso em 19 Jun. 2016.

KOERNER, J. The Dark Side of Coffee Market Power in the German Market for Roasted Coffee. In: THE Xth EAAE CONGRESS “EXPLORING DIVERSITY IN THE EUROPEAN AGRICULTURE-FOOD SYSTEM”. **Anais...** . Zaragoza (Spain);, 28-31 August 2002.

MAFRA, L. A. S. A dinâmica da qualidade no mercado de café: disputas e convergência de estratégias entre produtores e indústria. In: XV Congresso Brasileiro de Sociologia 26 a 29 de julho de 2011, Curitiba. **Anais...** Curitiba: Sociedade Brasileira de Sociologia, 2011.

_____. **Indicação Geográfica e construção do mercado: a valorização da origem no Cerrado Mineiro**. 2008. 123f. Tese (Doutorado em ciências) – Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 2008.

MAKRO. Douwe Egberts. Disponível em: <<http://www.makro.co.uk/douwe-egberts-intense-espresso-beans-1kg.html>>. Acesso em 18 Jun. 2016.

METRO. Rioba Gold Ground Coffee gemahen 1kg Beutel. Disponível em: <<https://www.metro.de/cat/de/products/product/176072001001/Rioba-Gold-Ground-Coffee-gemahlen-1-kg-Beutel>>. Acesso em 18 Jun. 2016.

MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS - MDIC. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/comercio-externo/estatisticas-de-comercio-externo/series-historicas>> Acesso 15 jun. 2016.

_____. MDIC. União Europeia. 2014. Disponível em : <<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=528&refr=407>>. Acesso em 20 Jun. 2016.

PONTE, S. **Standards, trade and equity: lessons from the Specialty Coffee Industry**. Working paper subseries on Globalisation and Economic Restructuring in Africa, no. xxi. Centre for Development Research and the Institute of Geography, Copenhagen University. Copenhagen, November, 2002.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. RFB. Simulador do Tratamento Tributário e Administrativo das Importações. Disponível em: <<http://www4.receita.fazenda.gov.br/simulador/Simulacao-tag.jsp>>. Acesso em 20 Jun. 2016.

Rohebohnen. Why Roasting coffee yourself?. Disponível em:<<http://www.rohebohnen.de/DIY-coffee-roasting/Why-roasting-coffee-yourself>>. Acesso em 19 Jun. 2016.

SÓRIO, A. et al. (Coord.) **Reposicionamento estratégico das indústrias processadoras de café do Brasil**: propostas para sistematização de políticas públicas e estratégias de negócio. Passo Fundo: Méritos, 2015.