



ORGANIZACION INTERNACIONAL DEL COFFEE ORGANIZATION
ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO CAFE
ORGANISATION INTERNATIONALE DU CAFE

EB 3721/99 (P) Rev. 1

5 maio 2000
Original: francês

Estudo

CONSUMO DE CAFÉ
DESEMPENHO DO JAPÃO E
PERSPECTIVAS PARA A CHINA

Junta Executiva/
Conselho Internacional do Café
15 - 18 maio 2000
Londres, Inglaterra

CONSUMO DE CAFÉ

DESEMPENHO DO JAPÃO E PERSPECTIVAS PARA A CHINA

INTRODUÇÃO

1. No Japão e na China o consumo de chá é uma tradição de diversos séculos. No Japão, porém, o consumo de café se expandiu num espaço de duas décadas, e hoje o país é o quarto maior consumidor mundial de café, depois dos Estados Unidos da América, do Brasil e da Alemanha. Esse crescimento espetacular do setor cafeeiro japonês aguça nosso interesse, levando-nos a analisar os fatores subjacentes e a considerar em que medida fatores análogos poderiam influenciar o consumo de café na China, a qual, como o Japão, é país consumidor de chá, e cuja economia nestes últimos anos vem passando por intenso processo de abertura.

2. Este relatório é uma versão revisada do documento EB-3721/99, de 6 de setembro de 1999, e se propõe examinar os fatores que contribuíram para o aumento do consumo de café no Japão e analisar em que medida esta evolução positiva poderia ser reproduzida na China. Os pontos abaixo são examinados:

- I. Evolução do consumo de café no Japão desde 1950
- II. Fatores que explicam o desenvolvimento do consumo de café no Japão
- III. Perspectivas do consumo de café na China

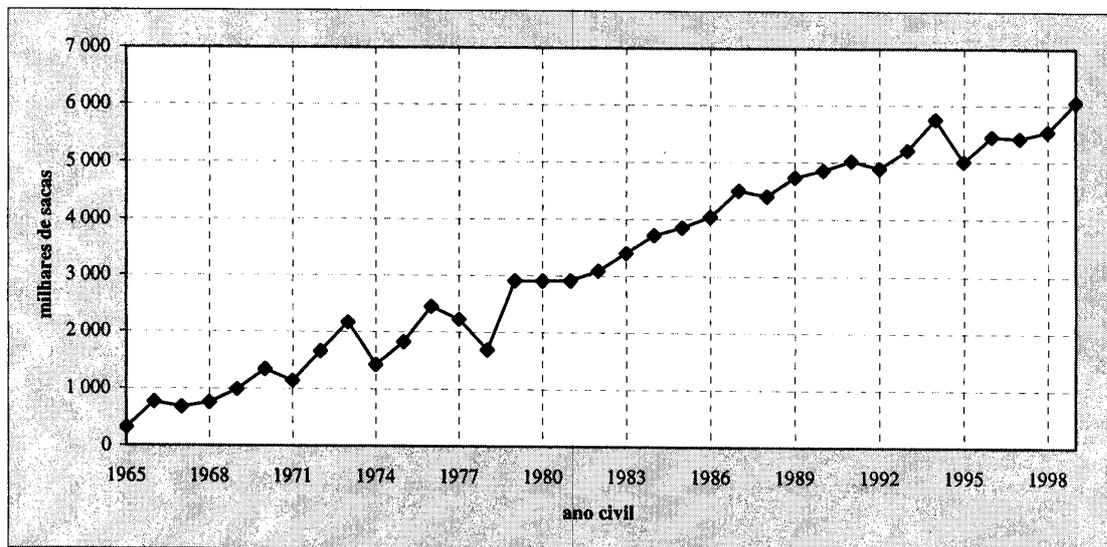
I. Evolução do consumo de café no Japão desde 1950

Importações

3. Num país onde o consumo de chá é tradicional há vários séculos, a magnitude do crescimento do consumo de café era quase inconcebível. As primeiras importações de café, num volume de 300 sacas de 60 kg, datam de 1877. Depois desse ano, as importações do país mantiveram uma média anual de 1.667 sacas, mas em 1937 haviam alcançado 141.667 sacas em média. A segunda guerra mundial freou as importações. Estas só seriam reiniciadas na década de 50, que registra uma média de 667 sacas por

ano. O gráfico 1 indica as importações japonesas de café verde no decurso dos anos civis de 1965 a 1999. As importações de café verde do Japão cresceram de forma espetacular, passando de cerca de 667 sacas em 1950 a uma média de 643.470 sacas nos anos 60, depois a 1,9 milhão de sacas nos anos 70. A média das importações do país foi de 3,8 milhões de sacas nos anos 80 e de 5,3 milhões de sacas nos anos 90. Em 1998, o total das importações foi de 5,5 milhões de sacas, e em 1999 foi de 6 milhões de sacas.

GRÁFICO 1
JAPÃO
EVOLUÇÃO DAS IMPORTAÇÕES DE CAFÉ VERDE



4. Entre 1965 e 1969, a taxa de crescimento das importações japonesas de café verde foi muito alta (33,44 por cento). No gráfico 1 acima pode-se observar a rapidez do aumento das importações do Japão. Uma estreita correlação poderia ser estabelecida entre essa rapidez e a confirmação da arrancada econômica do país, caracterizada por elevada taxa de crescimento do produto interno bruto durante o mesmo período (ver gráfico 5). A taxa de crescimento das importações passou a 8,05 por cento durante o

período de 1970 a 1979. Embora tenha se reduzido nas duas últimas décadas (4,98 e 2,24 por cento, respectivamente), essa taxa continua sendo a mais elevada entre os países importadores.

5. As origens das importações japonesas são muito variadas, mas as mais importantes são o Brasil, a Colômbia e a Indonésia, que responderam por 62,5 por cento do total das importações dos anos 90 (quadro 1). As importações de café africano diminuíram consideravelmente, em particular as procedentes da Côte d'Ivoire, que passaram de uma média de 24,19 por cento nos anos 60 a 0,4 por cento nos anos 90. O Brasil continua sendo o maior fornecedor do Japão, seguido pela Indonésia e a Colômbia. A estrutura das importações japonesa por grupos de café indica um acentuado declínio do grupo Robusta, que hoje representa 26,69 por cento do total das importações japonesas, contra 39,15 por cento nos anos 70 (quadro 2). As importações de café solúvel e de café torrado são indicadas no quadro 3.

QUADRO 1
JAPÃO
PRINCIPAIS PAÍSES DE ORIGEM
DAS IMPORTAÇÕES DE CAFÉ VERDE

(sacas de 60 kg)

	Total	Brasil	Indonésia	Colômbia	Vietnã	Côte d'Ivoire
1965-69	699.182,00	225.305,20	15.655,60	78.397,40	2.832,40	169.151,60
<i>Porcentagem</i>	100%	32,22%	2,24%	11,21%	0,41%	24,19%
1970-79	1.885.586,80	418.963,00	139.290,30	168.065,10	6.830,90	232.983,50
<i>Porcentagem</i>	100%	22,22%	7,39%	8,91%	0,36%	12,36%
1980-89	3.756.648,00	952.207,10	708.348,00	531.672,20	1.444,90	122.880,20
<i>Porcentagem</i>	100%	25,35%	18,86%	14,15%	0,04%	3,27%
1990-99	5.320.109,20	1.221.098,80	1.083.264,50	1.020.941,40	188.272,50	21.203,60
<i>Porcentagem</i>	100%	22,96%	20,37%	19,20%	3,54%	0,40%

QUADRO 2
JAPÃO
ESTRUTURA DAS IMPORTAÇÕES POR GRUPO DE CAFÉ

(sacas de 60 kg)

	Total	Suaves Colombianos	Outros Arábicas Suaves	Arábicas Bras. e O. Arábicas Naturais	Robustas
1965-69	699.182,00	94.091,00	79.580,00	260.226,00	254.556,00
Porcentagem	100%	13,46%	11,38%	37,22%	36,41%
1970-79	1.885.586,80	232.839,10	406.725,70	487.746,30	738.164,40
Porcentagem	100%	12,35%	21,57%	25,87%	39,15%
1980-89	3.756.648,00	594.349,10	916.353,50	1.103.646,00	1.116.460,20
Porcentagem	100%	15,82%	24,39%	29,38%	29,72%
1990-99	5.320.109,20	1.184.388,10	1.152.233,40	1.524.446,60	1.419.974,10
Porcentagem	100%	22,26%	21,67%	28,65%	26,69%

QUADRO 3
JAPÃO
IMPORTAÇÕES DE CAFÉ SOLÚVEL E TORRADO

(sacas de 60 kg)

	Solúvel	Torrado		Solúvel	Torrado
1965	175.757	847	1980	316.633	2.098
1966	81.001	2.657	1981	339.259	4.880
1967	42.352	1.423	1982	364.988	3.633
1968	72.819	1.598	1983	343.323	3.705
1969	113.936	1.501	1984	318.987	3.185
			1985	261.646	3.952
1970	148.498	827	1986	294.398	9.825
1971	133.933	1.424	1987	290.535	25.663
1972	91.712	2.752	1988	347.479	32.334
1973	60.243	4.454	1989	289.449	42.386
1974	187.273	4.012			
1975	205.406	4.696	1990	247.183	52.155
1976	194.929	4.511	1991	253.786	37.783
1977	245.663	1.659	1992	218.061	41.269
1978	176.048	2.450	1993	252.492	53.292
1979	418.679	3.458	1994	238.978	46.243
			1995	271.620	42.257
			1996	262.429	66.204
			1997	257.958	35.250
			1998	300.010	31.339
			1999	284.646	37.117

Consumo

6. O gráfico 2 indica as reexportações do Japão, que por muitos anos – até o final da década de 70 – praticamente não reexportou café. O gráfico 3 ilustra a evolução do consumo de café no Japão desde 1965. O consumo japonês, muito baixo durante os anos 60, aumentou muito rapidamente em duas décadas. Passou, respectivamente, de 526.000 sacas em 1965 a 1,2 milhão em 1970, depois a 2,3 milhões em 1975, 3,4 milhões em 1980, 4,3 milhões em 1985, 5,2 milhões em 1990 e 6,2 milhões em 1995. A taxa de crescimento do consumo foi de 15,53 por cento no período de 1964 a 1969, antes de passar a 10 por cento durante a década de 70. O crescimento caiu um pouco, passando a 4,25 por cento no período de 1980 a 1989 e depois a 1,94 por cento no período de 1990 a 1999.

GRÁFICO 2
JAPÃO
REEXPORTAÇÕES

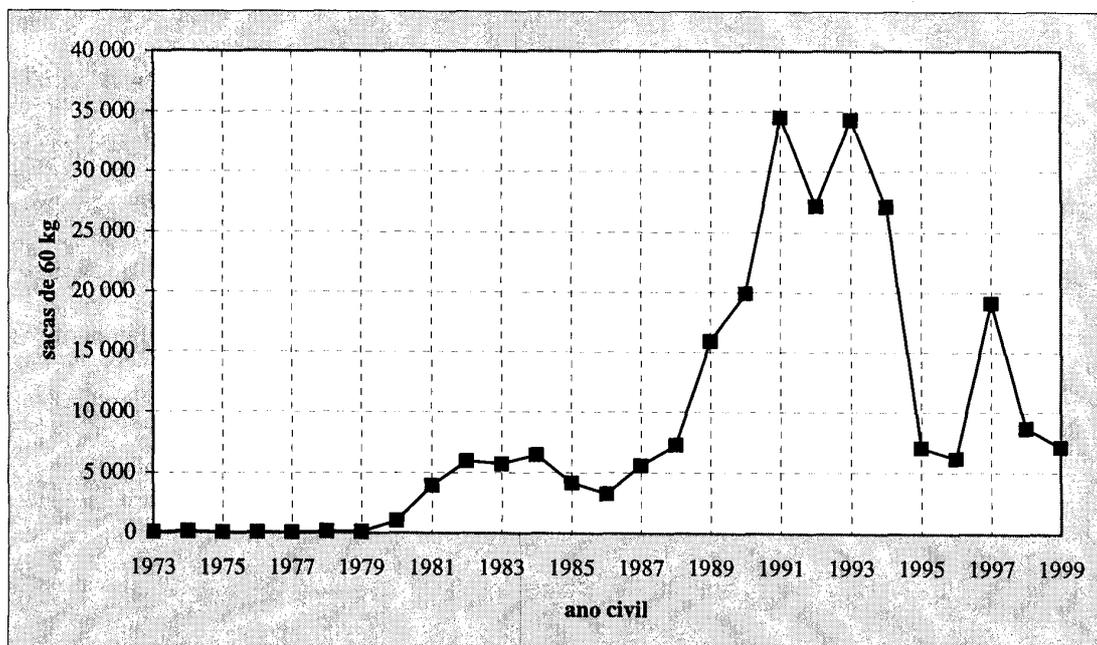
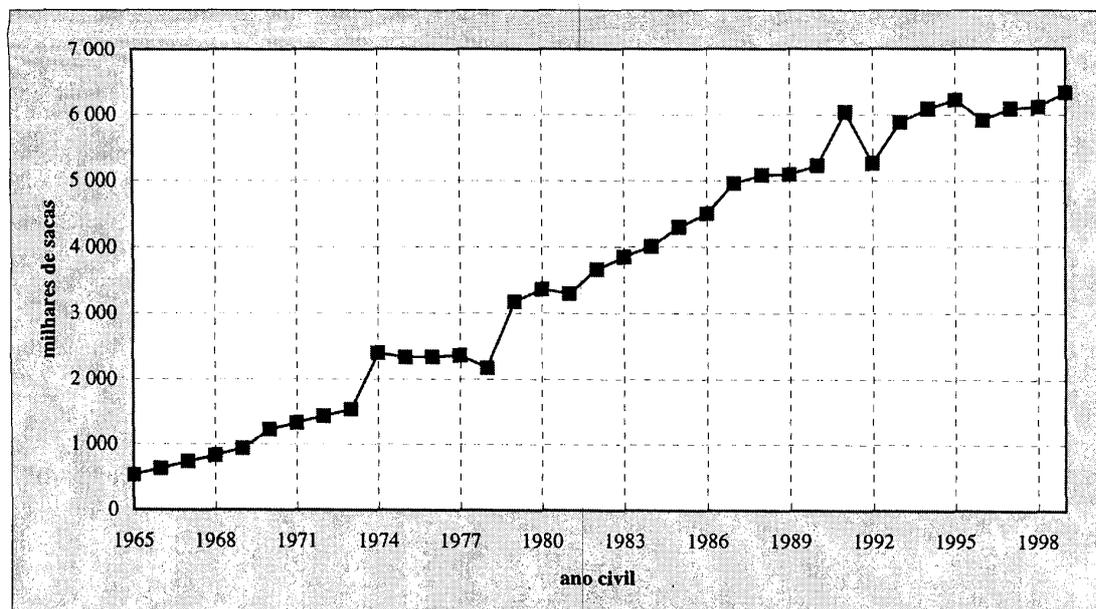


GRÁFICO 3
JAPÃO
EVOLUÇÃO DO CONSUMO DE CAFÉ

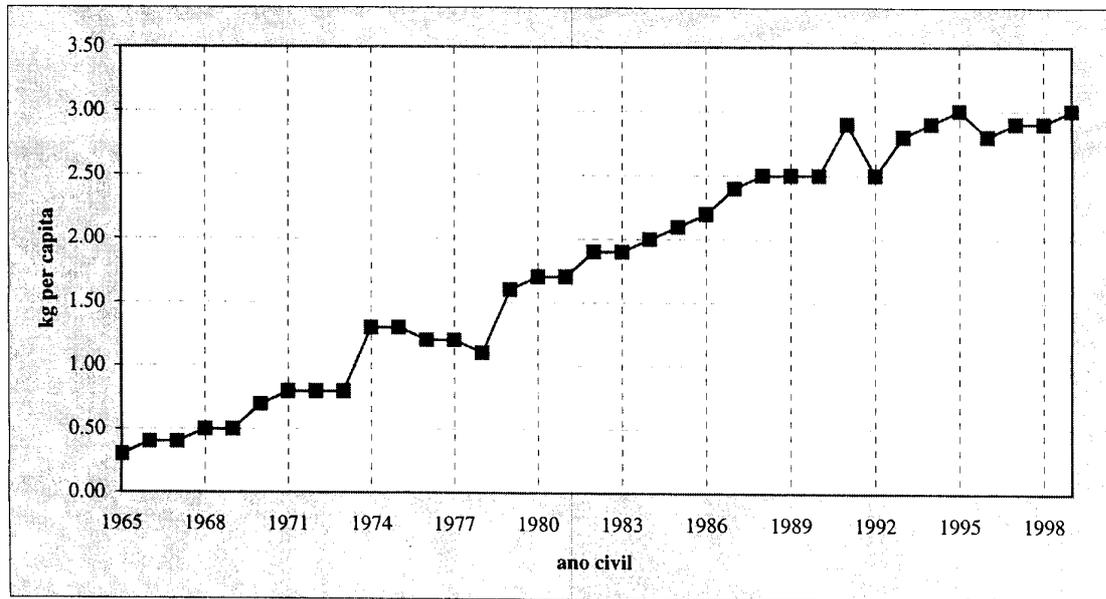


7. Com referência ao volume global do consumo, o Japão hoje supera a França, embora seu consumo *per capita* prossiga baixo (2,9 kg em 1998) em relação ao da França (5,4 kg). O café fica um pouco abaixo do chá como bebida nacional japonesa. O quadro 4 a seguir apresenta dados relativos ao total do consumo, à população e ao consumo *per capita* no período de 1965 a 1999. O consumo *per capita* passou de 400 gramas em média entre 1965 e 1969 a 1,1 kg durante a década de 70. O consumo médio foi de 2,1 kg entre 1980 e 1989, antes de se estabilizar em torno de 2,8 kg nos anos 90. O gráfico 4 indica a evolução anual do consumo *per capita* desde 1965.

QUADRO 4
JAPÃO
CONSUMO, POPULAÇÃO E
CONSUMO PER CAPITA

Ano civil	Consumo (milhões de sacas)	População (milhões)	Consumo <i>per capita</i> (kg)
	(1)	(2)	(3)
1965	0,5	98,9	0,3
1966	0,6	99,8	0,4
1967	0,7	100,8	0,4
1968	0,8	102,0	0,5
1969	0,9	102,2	0,5
1970	1,2	103,4	0,7
1971	1,3	105,7	0,8
1972	1,4	107,2	0,8
1973	1,5	108,7	0,8
1974	2,4	110,2	1,3
1975	2,3	111,6	1,3
1976	2,3	112,8	1,2
1977	2,4	113,9	1,2
1978	2,2	114,9	1,1
1979	3,2	115,9	1,6
1980	3,4	116,8	1,7
1981	3,3	117,7	1,7
1982	3,7	118,5	1,9
1983	3,8	119,3	1,9
1984	4,0	120,1	2,0
1985	4,3	120,8	2,1
1986	4,5	121,5	2,2
1987	5,0	122,1	2,4
1988	5,1	122,6	2,5
1989	5,1	123,1	2,5
1990	5,2	123,5	2,5
1991	6,0	124,0	2,9
1992	5,3	124,4	2,5
1993	5,9	124,8	2,8
1994	6,1	125,2	2,9
1995	6,2	125,5	3,0
1996	5,9	125,8	2,8
1997	6,1	126,1	2,9
1998	6,1	126,4	2,9
1999	6,3	126,4	3,0

GRÁFICO 4
JAPÃO
CONSUMO DE CAFÉ PER CAPITA



8. A estrutura do consumo (quadro 5) mostra a magnitude da participação do café solúvel em relação à do café torrado e à do café enlatado nos anos 80. Mas a participação do solúvel declinou, em favor da participação de novas formas como, por exemplo, o café líquido vendido em caixinhas ou em garrafas de plástico.

QUADRO 5
JAPÃO
ESTRUTURA DO CONSUMO DE CAFÉ

(porcentagem)

	Solúvel	Torrado	Enlatado	Outras
1980	57,6	33,3	9,1	
1983	58,8	29,4	11,8	
1985	59,2	29,4	11,4	
1987	53,8	33,1	13,1	
1990	50,6	33,1	16,3	
1992	47,1	35,7	17,3	
1994	45,4	37,4	17,3	
1996	45,2	32,6	17,5	4,7
1998	43,8	32,8	17,9	5,5

Fonte: All Japan Coffee Association, dezembro de 1999

9. Apesar de seu rápido crescimento nas últimas décadas, o consumo parece ter-se estabilizado em torno de 6 milhões de sacas a partir de 1996, devido particularmente às perturbações financeiras ocorridas nesta região do globo. Contudo, é razoável prever-se a continuação do crescimento, pois continua a haver potencial para elevação do consumo *per capita*.

II. Fatores que explicam o desenvolvimento do consumo do café no Japão

10. O notável crescimento do consumo de café num país onde a cerimônia do chá sempre foi honrada como uma forma de arte deve-se a numerosos fatores, os mais importantes dos quais têm a ver com o clima econômico do país, sua política comercial, características sócio-demográficas, influências culturais e uma política promocional com o apoio das contribuições de alguns países exportadores de café e da Organização Internacional do Café.

Clima econômico

11. Ninguém ignora o rápido desenvolvimento econômico e industrial do Japão após a segunda guerra mundial. Situado num arquipélago com muito poucos recursos naturais, o país sustém uma população de mais de 125 milhões de habitantes numa área relativamente reduzida (378.000 km²). Apesar dessas limitações e da destruição massiva de sua base industrial durante a segunda guerra mundial, o Japão se tornou um dos líderes da indústria e da economia mundiais. Sua economia continua sendo uma das mais sólidas do mundo, a despeito das crises recentes de crescimento.

12. Após a segunda guerra mundial, a economia japonesa foi paralisada por uma escassez crônica de alimentos e uma inflação galopante. A demanda interna caiu muito e a economia do mercado negro se desenvolveu de forma intensa. No espaço de uma década após a guerra, o Japão conseguiu reconstruir sua economia e, com o apoio de investimentos sobretudo norte-americanos, tornou-se um dos principais países

industrializados. Além disso, vastas reformas sociais possibilitaram a construção da base do desenvolvimento econômico subsequente. A partir de 1951, o produto interno bruto (PIB) voltou a seu nível de 1934-36. Nos anos 60, a taxa de crescimento econômico se avizinhava de 12 por cento. O PIB (valor de todos os bens e serviços que o país produz) é o segundo maior do mundo, abaixo dos Estados Unidos.

13. Os gráficos 5 e 6 indicam, em ienes, a evolução do produto interno bruto e do produto interno bruto *per capita*.

GRÁFICO 5
JAPÃO
EVOLUÇÃO DO PRODUTO INTERNO BRUTO

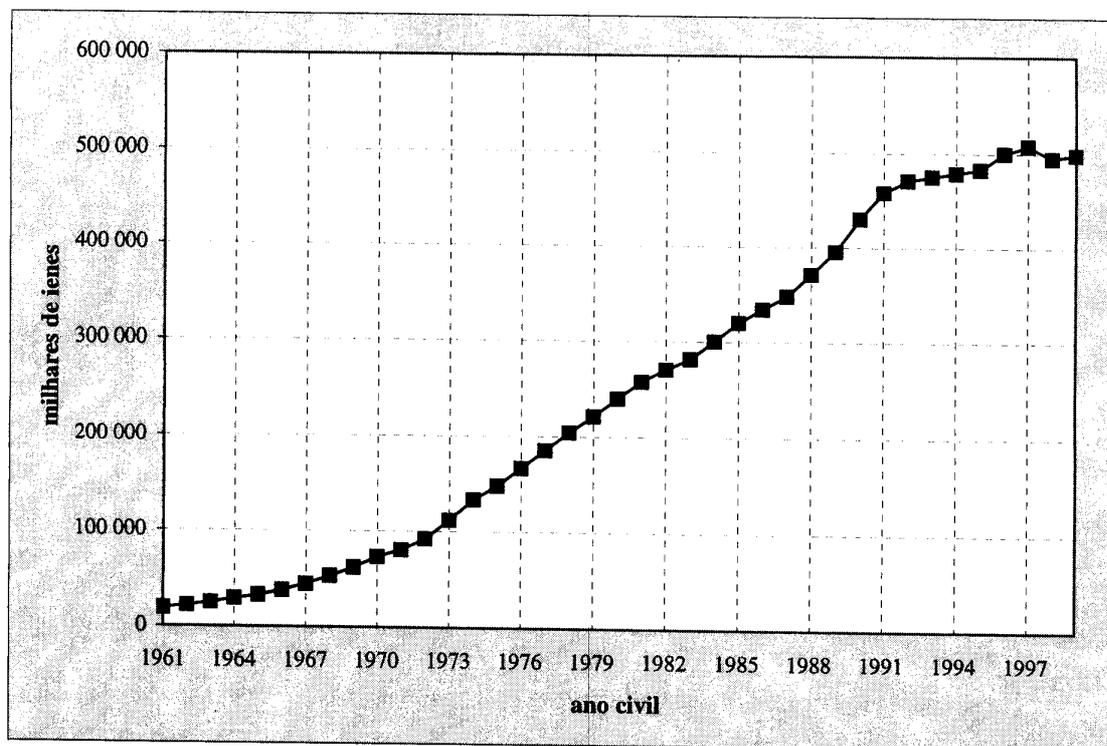
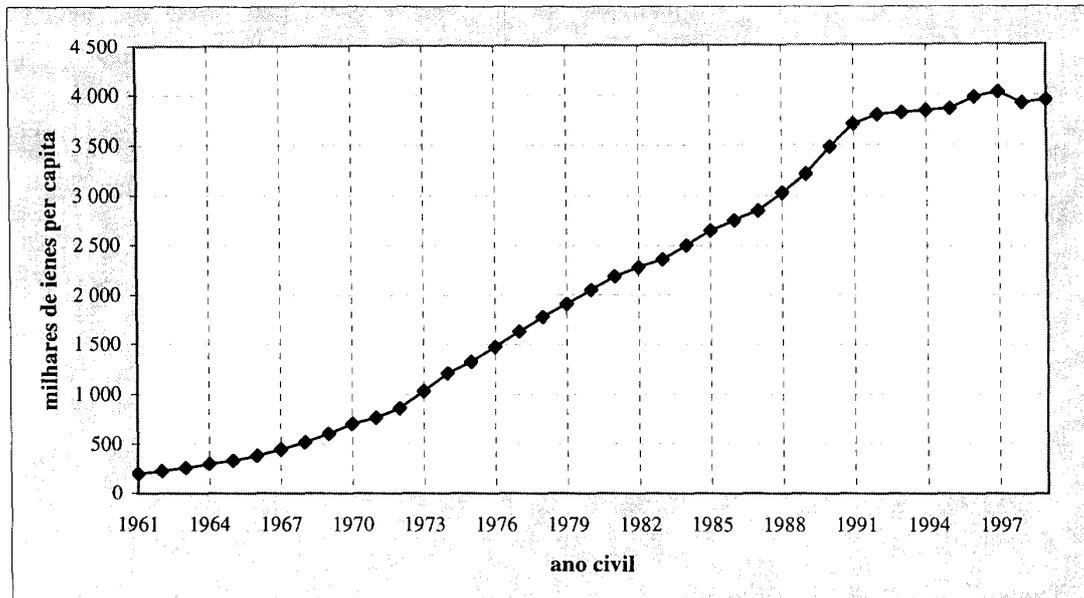


GRÁFICO 6
JAPÃO
PRODUTO INTERNO BRUTO PER CAPITA



Fatores sócio-demográficos

14. A população japonesa é muito concentrada, sobretudo nas zonas urbanas. Mais de 77 por cento dos habitantes vivem em zonas urbanas, com uma taxa de desemprego inferior a 3 por cento. O salário médio de um trabalhador é dos mais altos do mundo. Os gastos com comida e bebida representam 25 por cento da renda total de uma família, e desses gastos cerca de 2 por cento são despesas com chá, café e cacau. Fatores culturais também influenciam o consumo de café. Com a presença norte-americana no país após a segunda guerra mundial, os hábitos alimentares da população começaram gradualmente a seguir o modelo ocidental. Por outro lado, o desenvolvimento da indústria e do comércio do país estimulou a adoção dos estilos de vida dos países industrializados do ocidente, e numerosos japoneses passaram a tomar café na primeira refeição do dia e após o jantar.

15. Durante muito tempo considerado uma bebida de luxo, o café prossegue mantendo uma imagem positiva. É um dos presentes oferecidos nas duas principais festividades nacionais (*Ochugen*, em junho, e *Oserbo*, em dezembro). Entre os milhões de presentes trocados nessas festividades, ele ocupa um lugar importante. Além disso, a diferença de nível cultural e econômico entre as populações urbanas e rurais vai-se reduzindo pouco a pouco. A estrutura demográfica também tem considerável influência sobre o aumento do consumo de café no Japão. Pessoas mais jovens, em particular com idade perto dos 30 e 40 anos, tomam muito menos chá, em comparação com pessoas mais velhas, substituindo-o pelo café, o leite e outras bebidas não-alcoólicas (refrigerantes). Nas zonas urbanas o café é amplamente consumido tanto por trabalhadores como por grupos que ditam a moda. Por isso, campanhas de promoção foram feitas nas principais cidades do país durante muitos anos.

Níveis de preços

16. A política tarifária tem influenciado favoravelmente o consumo de café no Japão. Na verdade, os níveis dos impostos e direitos de importação sobre o café verde favoreceram o desenvolvimento industrial do setor cafeeiro. O quadro 6 a seguir mostra o valor unitário das importações de café verde e o preço indicativo composto da OIC no período de 1965 a 1999. Os preços de varejo do café solúvel e os do café torrado são indicados, em centavos de dólar dos EUA por libra-peso e em ienes, nos quadros 7 e 8, respectivamente.

QUADRO 6

JAPÃO
VALOR UNITÁRIO DAS IMPORTAÇÕES DE CAFÉ VERDE
E PREÇO INDICATIVO COMPOSTO DA OIC

(centavos de US\$ por libra-peso)

	Valor unitário	Preço indicativo composto da OIC		Valor unitário	Preço indicativo composto da OIC
1965	33,93	40,37	1980	171,05	150,67
1966	31,70	39,61	1981	119,85	115,42
1967	35,56	37,22	1982	127,64	125,00
1968	27,72	37,36	1983	126,07	127,98
1969	27,09	38,71	1984	140,36	141,19
			1985	131,77	133,10
1970	31,49	50,52	1986	189,86	170,93
1971	27,37	44,66	1987	120,80	107,81
1972	27,06	50,41	1988	127,67	115,96
1973	42,07	62,16	1989	122,92	91,67
1974	66,30	67,95			
1975	62,76	71,73	1990	81,09	71,53
1976	104,22	141,96	1991	86,37	66,80
1977	220,36	229,21	1992	72,51	53,35
1978	164,45	155,15	1993	74,14	61,63
1979	157,08	169,50	1994	124,73	134,45
			1995	166,75	138,42
			1996	125,27	102,07
			1997	150,68	133,91
			1998	135,70	108,95
			1999	104,94	85,72

QUADRO 7

JAPÃO
PREÇO DE VAREJO DO CAFÉ SOLÚVEL

	Cents. US\$/libra	Ienes/150 g		Cents. US\$/libra	Ienes/150 g
1965	639,95	765,00	1984	1.295,04	1.016,00
1966	641,56	768,75	1985	1.356,36	1.060,83
1967	619,15	741,50	1986	1.952,55	1.082,08
1968	426,83	509,00	1987	2.046,37	977,92
1969	420,50	498,33	1988	2.071,01	876,75
			1989	1.943,71	885,08
1970	417,13	493,92	1990	1.989,35	941,75
1971	448,05	514,58	1991	2.566,01	1.142,17
1972	502,57	503,83	1992	2.752,50	1.151,83
1973	550,80	494,17	1993	3.121,99	1.144,67
1974	598,99	577,92	1994	3.447,13	1.163,58
1975	671,53	659,00	1995	4.041,16	1.250,42
1976	728,75	714,08	1996	3.379,79	1.214,17
1977	1.191,06	1.045,08	1997	2.991,80	1.196,33
1978	1.700,52	1.182,50	1998	2.960,44	1.276,17
1979	1.436,50	1.028,18	1999	3.394,14	1.273,75

Nota: Não há dados disponíveis para 1980 a 1983

QUADRO 8
JAPÃO
PREÇO DE VAREJO DO CAFÉ TORRADO

	Cents. US\$/libra	Ienes/200 g		Cents. US\$/libra	Ienes/200 g
1982	644,20	706,00	1990	1.025,74	651,42
1983	682,90	715,00	1991	1.188,16	705,17
1984	688,25	720,00	1992	1.262,08	704,00
1985	719,92	751,67	1993	1.457,21	712,42
1986	985,19	727,42	1994	1.469,47	661,25
1987	1.013,19	645,42	1995	1.771,76	729,58
1988	1.099,80	620,92	1996	1.524,21	730,67
1989	1.046,08	635,33	1997	1.421,62	757,58
			1998	1.351,57	777,33
			1999	1.532,37	767,17

17. Outros fatores, difíceis de quantificar, também contribuíram para o aumento do consumo de café no Japão. Entre eles podem citar-se, em particular, as restrições impostas à propagação das bebidas alcoólicas. Os rigores climáticos, igualmente, influenciaram o consumo de bebidas quentes e de café. Além disso, a comercialização de café como bebida gelada sustentou o consumo nas estações quentes. Acresce que o Japão é muito flexível na adoção de novas tendências de consumo.

Promoção do consumo de café

18. Como se indica nos parágrafos precedentes e no gráfico 3 a seguir, o consumo de café foi de pequeníssima monta nos anos 50 e 60. Nos anos 60, 70 e 80, um duradouro programa de promoção ajudou a respaldar a expansão do consumo. O Brasil foi o primeiro país a empreender campanhas de promoção no Japão. A Organização Internacional do Café ampliou o programa através dos diversos Convênios Internacionais do Café, antes de passar o controle das campanhas ao setor privado japonês, em particular à associação da indústria do café, a *All Japan Coffee Association*. Em meados dos anos 80, a Colômbia também iniciou campanhas de promoção.

A contribuição do Brasil

19. As campanhas de promoção organizadas pelos produtores brasileiros resultaram no aumento da popularidade do consumo de café no Japão. Pelo programa promocional empreendido com o café *Paulista*, o Brasil ofereceu 800 toneladas de café verde ao Japão durante o período de 1912 a 1928. Além disso, ao regressarem a seu país de origem, japoneses que tinham vivido no Brasil trouxeram consigo o gosto pelo café brasileiro e o interesse em conservar relações de negócios com o setor cafeeiro do Brasil. Nos anos 60, o Brasil supria 32 por cento da demanda japonesa e continua sendo o maior fornecedor do mercado japonês e garantindo uma média de 23 por cento das importações do país. O segundo e terceiro maiores fornecedores de café ao Japão são a Indonésia e a Colômbia.

A contribuição da Colômbia

20. A partir de meados dos anos 80, a Colômbia se lançou numa vasta campanha promocional e publicitária no Japão. A Colômbia foi o único país exportador a, individualmente, investir grandes quantias em atividades promocionais no Japão. Esta enorme promoção do consumo influenciou a estrutura do consumo de café no país, levando um número cada vez maior de consumidores japoneses a preferir café de alta qualidade e preços elevados. A Colômbia, que em média exportava ao Japão cerca de 532.000 sacas por ano na década de 80, desde 1990 exporta ao país uma média de 1,02 milhão de sacas, equivalente a 19,2 por cento do total das importações japonesas.

Contribuição da Organização Internacional do Café

21. Do primeiro Convênio Internacional do Café de 1962 até o Convênio de 1983, atividades de promoção genérica foram levadas a cabo em 15 países importadores, a saber, Alemanha (República Federal), Bélgica, Canadá, Dinamarca, Espanha, Estados Unidos da América, França, Itália, Japão, Noruega, Países Baixos, Reino Unido, Suécia, Suíça e

Tchecoslováquia¹: Deixando de lado o período que precedeu o primeiro Convênio Internacional do Café (1962), notamos que as campanhas de promoção no Japão foram conduzidas ao longo de dois períodos, o primeiro, de 1966/67 a 1972/73, sob a égide dos Convênios de 1962 e 1968, e o segundo, de 1979/80 a 1988/89, sob a égide dos Convênios de 1976 e 1983.

22. O sistema de quotas previsto nos Convênios do Café encorajava a venda de excedentes dos estoques dos países Membros exportadores a certos países Membros e aos países não-membros a preços relativamente baixos. Convém observar que, para incentivar o consumo de café, o Convênio Internacional do Café de 1962 havia classificado o Japão como Membro do Anexo B², ou seja, país não incluído entre os países de destino aos quais o sistema de quotas se aplicava. Assim, o Japão, que até a altura só consumia chá, passou a atrair iniciativas de promoção dos países exportadores, que lhe vendiam cafés de boa qualidade a preços relativamente baixos. Essa política de promoção ajudou a gerar o gosto dos japoneses pelo café, e atualmente o Japão é o terceiro maior importador de café do mundo, depois dos Estados Unidos da América e da Alemanha. Além disso, o café instantâneo desempenhou um papel preponderante na expansão do consumo de café no Japão. A obtenção deste resultado está vinculada às campanhas de promoção do café instantâneo realizadas por empresas particulares.

All Japan Coffee Association

23. O setor cafeeiro privado, através de sua associação, a *All Japan Coffee Association*, assumiu funções anteriormente exercidas pela OIC e passou a utilizar seus próprios recursos no custeio das atividades de promoção genérica do café. Além disso, a reorganização dos circuitos de comercialização, com numerosos canais de distribuição para

¹ Ver documento PC-649/92, "Fundo de Promoção, Relatório do Presidente".

² Lista de "novos mercados" anexada ao Convênio de 1962.

o café fresco e um grande número de intermediários, apoiava essas atividades. Importadores e distribuidores constantemente punham em prática idéias originais destinadas a convencer uma boa parcela da população a tomar mais café.

III. Perspectivas do consumo de café na China

24. Em que medida a experiência do Japão poderia servir para indicar o desenvolvimento do consumo de café na China? A China é um vasto país, com uma área de 9,6 milhões de km² e uma população de cerca de 1,23 bilhão de habitantes, dos quais, em 1996, apenas 31 por cento viviam nas zonas urbanas. Grande país consumidor de chá como o Japão, a China dos anos 90 ostentava uma das economias de crescimento mais rápido do mundo.

Clima econômico

25. Há pouco mais de 20 anos, a China era classificada entre os países mais pobres do mundo, e 80 por cento de sua população tinham uma renda média diária de cerca de 1 dólar dos EUA. Só um terço dos chineses adultos sabiam ler e escrever. No entanto, um vasto programa de reformas econômicas, sociais e agrícolas lançado em 1978 permitiu ao país transformar-se em medida significativa numa economia de mercado com uma taxa de crescimento de cerca de 8 por cento ao ano. Os gráficos 7 e 8 indicam, respectivamente, a evolução do produto interno bruto e do PIB *per capita* da China desde 1964. O crescimento econômico começou no início dos anos 80 e se robusteceu nos anos 90. O produto interno bruto *per capita* chinês aumentou de 300 a 370 dólares dos EUA no período de 1980 a 1991 para mais de 870 dólares dos EUA atualmente. No período de 1980-89, a taxa média de crescimento do produto interno bruto foi de 13,54 por cento, e no período de 1990 a 1998, de 20,73 por cento. Durante esses mesmos períodos, o PIB do Japão foi de 5,13 e 1,78 por cento, respectivamente.

GRÁFICO 7
CHINA
EVOLUÇÃO DO PRODUTO INTERNO BRUTO

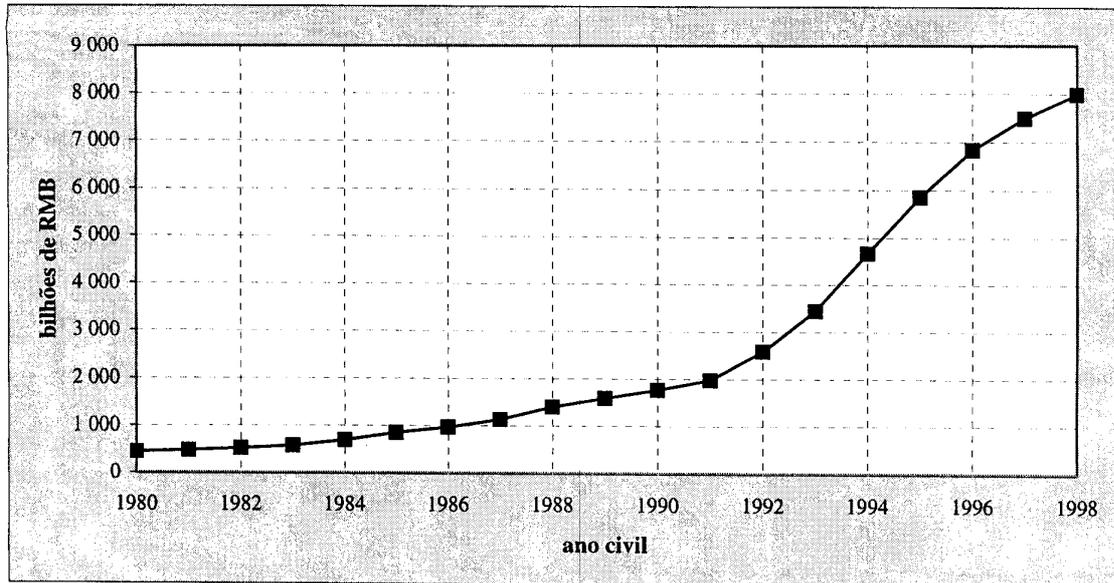
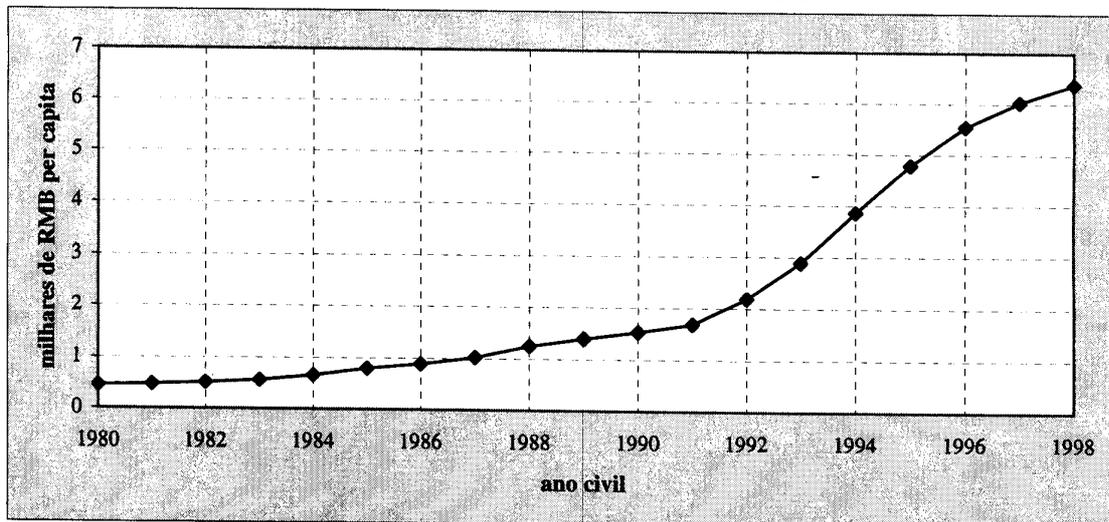


GRÁFICO 8
CHINA
PRODUTO INTERNO BRUTO PER CAPITA



26. Com a redução considerável da pobreza, o consumo de bens e serviços mais que dobrou. O nível de vida de mais de 200 milhões de chineses que viviam em extrema pobreza subiu. O crescimento foi incentivado, sobretudo, por enormes investimentos estrangeiros, especialmente de Hong Kong e Taiwan. O quadro 9 abaixo mostra os principais indicadores econômicos da China desde 1992:

QUADRO 9
CHINA
PRINCIPAIS INDICADORES ECONÔMICOS E FINANCEIROS

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
PIB (em bilhões de RMB ³)	2.663,81	3.450,10	4.669,10	5.851,10	6.833,00	7.489,50	7.985,30
Crescimento real do PIB	14,20	13,50	11,80	10,20	9,70	8,80	6,60
Índice dos preços de varejo	5,40	13,20	21,70	14,80	6,10	0,80	n.d.
Índice dos preços aos consumidores	6,4	14,6	24,2	16,9	8,3	2,8	-0,8
Renda <i>per capita</i> nas zonas urbanas (RMB)	1.826,10	2.336,50	3.179,20	3.892,90	4.377,00	5.140,00	n.d.
Renda <i>per capita</i> nas zonas rurais (RMB)	784,00	921,60	1.221,00	1.577,70	1.926,00	2.080,00	n.d.
Taxa de desemprego (%)	2,30	2,60	2,80	2,90	3,00	3,00	3,10
Taxa de câmbio (RMB/US\$)	5,52	5,76	8,62	8,35	8,31	8,29	8,28
Reservas em divisas (em bilhões de US\$)	19,44	21,20	51,62	73,60	105,03	139,90	144,96

Fonte: *The United States-China Business Council, junho de 1998*

n.d.: *Não disponível*

27. Durante o período de 1990 a 1995, a taxa de crescimento do produto interno bruto foi de cerca de 12 por cento, tornando a China o país de crescimento econômico mais rápido. O produto interno bruto alcançou 5.850 bilhões de yuan RMB em 1995 (700 bilhões de dólares dos EUA) e mais de 7.900 bilhões de yuan RMB em 1998 (964 bilhões de dólares dos EUA). O comércio exterior aumentou a um ritmo anual de cerca de 16 por cento. As reservas em divisas passaram de 19 bilhões de dólares dos EUA em 1992 a 145 bilhões em 1998. Certos analistas não hesitam em prever que em 20 anos a economia chinesa será maior que a dos Estados Unidos da América.

³ RMB = yuan renminbi.

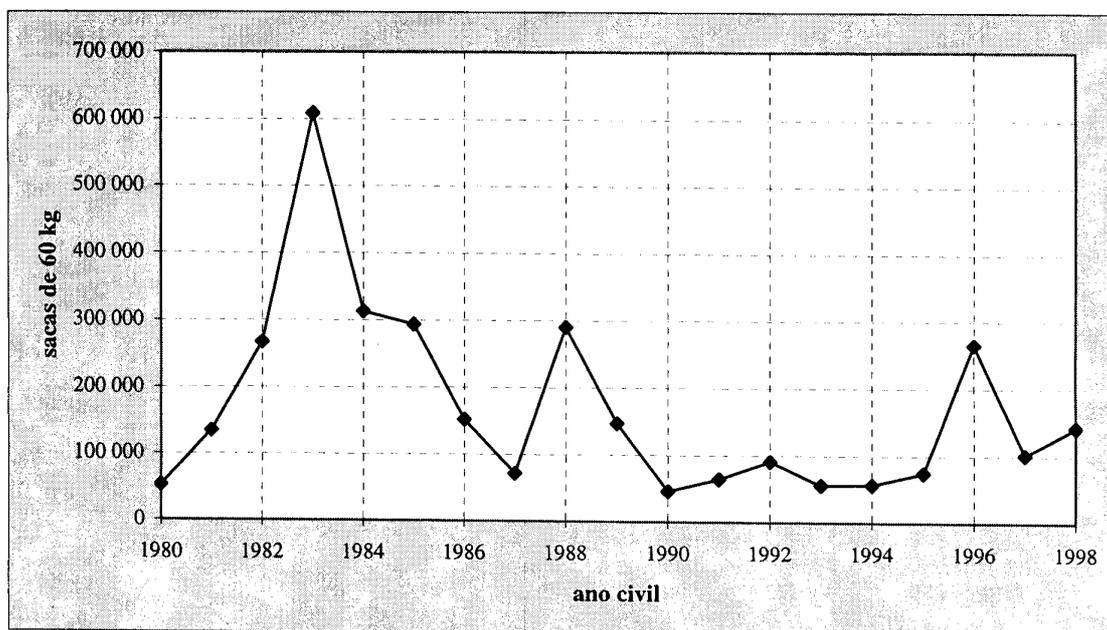
Evolução do consumo de café

28. A China tem renome mundial como grande país de consumo tradicional de chá. Durante muito tempo, o café foi considerado uma bebida de luxo muito cara, ligada à cultura ocidental. A China produz café em pequenas quantidades principalmente na província de Yunnan (Arábica) e na ilha de Hainan (Robusta). A cultura de café foi incentivada pelas reformas do setor agrícola realizadas no início dos anos 80, e desde 1988 o Banco Mundial dá apoio financeiro ao desenvolvimento da cafeicultura na província de Yunnan. O Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) também tem participado do desenvolvimento do setor na província.

Importações

29. As importações de café da China eram praticamente inexistentes até o final dos anos 70. O quadro 10 e o gráfico 9 indicam as importações de café a partir de 1980. Na década de 80, a China importava em média 233.173 sacas de 60 kg por ano, das quais 1 por cento de Suaves Colombianos, 10 por cento de Outros Suaves, 6 por cento de Arábicas Brasileiros e Outros Arábicas Naturais e 60 por cento de Robustas. Nos anos 90, as importações caíram 57 por cento. A maior parte do café importado pela China continua sendo da espécie Robusta, como ocorria no Japão nos anos 60 e 70.

GRÁFICO 9
CHINA
EVOLUÇÃO DAS IMPORTAÇÕES DE CAFÉ VERDE



QUADRO 10
CHINA
EVOLUÇÃO DAS IMPORTAÇÕES DE CAFÉ VERDE

(sacas de 60 kg)

Total		Total	
1980	53.244	1990	46.312
1981	134.537	1991	64.704
1982	266.908	1992	91.171
1983	608.293	1993	56.488
1984	313.200	1994	57.232
1985	293.721	1995	74.888
1986	152.054	1996	265.103
1987	72.040	1997	101.813
1988	290.433	1998	142.882
1989	147.296		

30. As reexportações da China (quadro 11) podem exceder suas importações, pois ela também produz cafés em certas províncias. Quando sua produção ultrapassa o nível de consumo interno, portanto, ela reduz suas importações e às vezes se torna exportadora

líquida (quadro 12). Cultivando café em cerca de 76.000 hectares situados nas províncias de Yunnan (Arábica) e de Hainan (Robusta), a China em média produz 30.000 sacas por ano.

QUADRO 11

CHINA REEXPORTAÇÕES DE CAFÉ VERDE

(sacas de 60 kg)

	Total		Total
1980	5.177	1990	31.934
1981	71.142	1991	5.548
1982	195.424	1992	715
1983	387.927	1993	11.731
1984	116.007	1994	18.994
1985	25.850	1995	8.051
1986	32.933	1996	1.584
1987	34.811	1997	239.292
1988	23.399	1998	34.420
1989	95.362		

QUADRO 12

CHINA IMPORTAÇÕES LÍQUIDAS DE CAFÉ VERDE

(sacas de 60 kg)

	Total		Total
1980	48.067	1990	14.378
1981	63.395	1991	59.156
1982	71.484	1992	90.456
1983	220.366	1993	44.757
1984	197.193	1994	38.238
1985	267.871	1995	66.837
1986	119.121	1996	263.519
1987	37.229	1997	-137.479
1988	267.034	1998	108.462
1989	51.934		

Nota: Um sinal de menos indica exportações líquidas

Fatores sócio-demográficos

31. Com a decolagem do desenvolvimento econômico da China, o tamanho da população constitui um fator favorável ao consumo de café a longo prazo. A estrutura dessa população também é um elemento positivo (quadro 13). Segundo estimativas, em 1995 encontravam-se na faixa etária dos 15 aos 44 anos – que geralmente representa

uma demanda potencial para o consumo – 628 milhões de habitantes, ou seja, 51,4 por cento do total da população. Em 2005, estarão nessa faixa 666 milhões de pessoas, ou seja, 49,8 por cento do total da população. Como a China é um país onde o consumo de chá se inscreve entre os costumes há centenas de anos, as atividades de promoção orientadas para os jovens, que são mais receptivos às mudanças e à cultura ocidental, poderiam trazer frutos. Convém notar que a população de jovens com idade entre 15 e 24 anos equivale, sozinha, a toda a população dos Estados Unidos.

QUADRO 13
CHINA
ESTRUTURA DA POPULAÇÃO

(milhares de habitantes)

	Total	0-14 anos	15-24 anos	25-44 anos	45-59 anos	60 anos +
1995	1.221.462	322.509	221.219	406.994	156.581	114.159
<i>Porcentagem</i>	100%	26,40%	18,11%	33,32%	12,82%	9,35%
2000	1.284.598	325.600	197.431	439.621	194.276	127.670
<i>Porcentagem</i>	100%	25,35%	15,37%	34,22%	15,12%	9,94%
2005	1.337.310	304.799	216.354	449.851	226.098	140.208
<i>Porcentagem</i>	100%	22,79%	16,18%	33,64%	16,91%	10,48%
% 1995-2000	9,48%	-5,49%	-2,20%	10,53%	44,40%	22,82%

32. Uma das características que diferenciam a China do Japão é a distribuição geográfica da população. No Japão, mais de 3/4 da população se encontra nas zonas urbanas e sua renda média anual é das mais altas do mundo. Na China, 2/3 da população se encontra nas zonas rurais e sua renda anual é das mais baixas do mundo. Convém notar que nas zonas rurais da China tradicionalmente se consomem produtos naturais, considerados menos prejudiciais ao estômago e, portanto, favoráveis à saúde humana. Uma campanha promocional centrada na idéia do café fresco talvez contribuisse para a criação de uma imagem positiva do café.

A influência dos níveis de preços

33. A tributação do café continua sendo um dos obstáculos ao aumento do consumo na China. As importações de café verde estão sujeitas a um direito de importação de 20 por cento, e as de café torrado, de 40 por cento. A isso, acrescenta-se o imposto de valor agregado, que é de 17 por cento. Os níveis dos preços internacionais afetam consideravelmente o consumo de café, sobretudo considerando que o hábito de tomar café acaba de ser introduzido. O quadro 14 indica o valor unitário das importações de café verde da China a partir de 1980. Para quem tem baixa renda, o café parece um produto de luxo quando comparado com o chá. A transição foi muito mais fácil no Japão, que nos anos 60 e 70 pôde se beneficiar de importações a preços relativamente reduzidos, graças às disposições econômicas dos Convênios do Café.

QUADRO 14

CHINA VALOR UNITÁRIO DAS IMPORTAÇÕES E PREÇO INDICATIVO COMPOSTO DA OIC DESDE 1980

(centavos de US\$ por libra-peso)

	Valor unitário	Preço indicativo composto da OIC		Valor unitário	Preço indicativo composto da OIC
1980	110,30	150,67	1990	67,36	71,53
1981	90,06	115,42	1991	64,76	66,80
1982	67,73	125,00	1992	60,09	53,35
1983	51,53	127,98	1993	66,19	61,63
1984	50,51	141,19	1994	120,46	134,45
1985	60,34	133,10	1995	145,55	138,42
1986	123,53	170,93	1996	71,39	102,07
1987	99,42	107,81	1997	97,26	133,91
1988	76,28	115,96	1998	109,72	108,95
1989	64,93	91,67			

CONCLUSÃO

34. Ainda que atualmente o consumo na China seja muito débil, não resta dúvida de que o desempenho econômico do país vai contribuir para o crescimento das populações urbanas e nelas desenvolver hábitos de consumo de café. A experiência do Japão demonstra com clareza que um país onde o consumo de chá é tradicional pode se voltar para o café quando seu nível de desenvolvimento se aproxima do modelo ocidental. No

entanto, como se deu no Japão, uma vigorosa campanha promocional, com a participação tanto de empresas privadas como dos países exportadores, poderia dar ensejo a um aumento substancial do consumo de café na China.

35. A China é um vasto mercado potencial para o consumo de café, que convém desenvolver. O atual programa de promoção genérica da Organização difere substancialmente, em suas dimensões e seu âmbito, dos programas de promoção desenvolvidos nos anos 80 no Japão e em outros países importadores. A promoção é uma atividade de longo prazo, que só surte efeito após vários anos. Assim, o desempenho atual da economia chinesa e suas brilhantes perspectivas recomendam o empreendimento dessa atividade, com o intuito de garantir um vasto mercado consumidor para o café a médio e longo prazo.

36. A promoção no Japão, a cargo de empresas privadas e de certos países exportadores e sustentada pelas exportações para o país de cafés de qualidade a preços relativamente baixos, permitiu dar impulso aos hábitos de consumo de café em detrimento do chá. No âmbito do atual programa de promoção genérica da Organização Internacional do Café, seria possível prever resultados semelhantes aos alcançados no Japão na hipótese de se reunirem três fatores, envolvendo, por um lado, ações conjugadas do setor privado e dos Membros da Organização e, por outro, medidas quanto aos efeitos que os níveis dos preços de varejo sobre o consumo de café possam ter nesse país. No que se refere às ações conjugadas do setor privado e da OIC, a criação da Junta Consultiva do Setor Privado proporciona uma estrutura muito importante para o estabelecimento de uma parceria que possa reforçar as atividades de promoção do consumo de café tanto na China quanto nos países da Europa oriental.

37. Nem todos os fatores que favoreceram o aumento rápido do consumo no Japão podem ser encontrados na China, mas convém observar que a abertura econômica e comercial do país criará oportunidades para os investimentos, sobretudo no setor cafeeiro. Os investimentos estrangeiros em geral levarão a um aumento da renda de uma parte importante da população e contribuirão para a mudança de seus hábitos de consumo e adoção de um modelo de consumo ocidental. O número de casas de café nas principais cidades aumenta a cada ano e o café vem entrando gradualmente na consciência dos chineses. O Japão levou cerca de 20 anos para chegar a seu nível de consumo atual. A China, porém, poderia chegar ao mesmo nível em muito menos tempo. Além disso, prevê-se que a adesão do país à Organização Mundial do Comércio trará resultados positivos.