



Organización Internacional del Café
Organização Internacional do Café
Organisation Internationale du Café
Coffee Organization

WP Board No. 1012/06

11 setembro 2006
Original: inglês

P

Projetos/Fundo Comum

Junta Executiva /
Conselho Internacional do Café
25 – 29 setembro 2006
Londres, Inglaterra

**Desenvolvimento de um sistema de
comercialização inovador, de propriedade dos
cafeicultores, baseado em café produzido de
forma economicamente viável e ambientalmente
sustentável**

**Proposta de projeto apresentada por
Papua-Nova Guiné**

Antecedentes

1. Este documento contém o esboço da proposta apresentada pelo Governo de Papua-Nova Guiné de um projeto para o desenvolvimento de um sistema inovador de comercialização de café, que possibilitará a grupos e cooperativas de cafeicultores que operam em vilas, conseguir maior acesso ao mercado e maximizar os benefícios de sua participação na cafeicultura.
2. A proposta será examinada pelo Comitê Virtual de Revisão (CVR), e as recomendações do CVR serão apreciadas pela Junta Executiva em janeiro de 2007.

Ação

Solicita-se à Junta Executiva que note esta proposta.

PERFIL DO PROJETO

Título do projeto:	Desenvolvimento de um sistema de comercialização inovador, de propriedade dos cafeicultores, baseado em café produzido de forma economicamente viável e ambientalmente sustentável
Duração:	3 anos
Localização:	Papua-Nova Guiné
Descrição breve:	<p>O projeto visa a desenvolver um sistema inovador de comercialização de café para grupos e cooperativas de cafeicultores que operam em vilas, que lhes permitirá conseguir maior acesso ao mercado e maximizar os benefícios de sua participação na cafeicultura. O projeto integrará importantes componentes estratégicos como: i) inserção, no modelo de cadeia da oferta, de um programa de melhoria da qualidade baseado em métodos de produção ambientalmente sustentáveis e economicamente viáveis; ii) registro em agências de certificação apropriadas; iii) aprimoramento do manuseio, processamento e logística pós-colheita aplicáveis a esses grupos de pequenos cafeicultores; iv) provisão de treinamento abrangente em metodologia de controle de qualidade, incluindo técnicas de avaliação sensorial como provas de xícara; v) formação de classificações e qualidades de café desenvolvidas em resultado de parcerias estratégicas com torrefadores e outros usuários finais; vi) criação de maior consciência do mercado de café e, em particular, da demanda do mercado, pela instigação de um processo formal de feedback sobre o desempenho corrente dos grupos; vii) desenvolvimento e registro de marcas/nomes de produtos sui generis; viii) maior desenvolvimento de uma câmara de compensação ou agência imparcial de intermediários para supervisionar, coordenar e implementar embarques para compradores em nome dos grupos; e ix) desenvolvimento e implementação de um plano abrangente de comercialização para os cafés produzidos pelos grupos.</p>
Estimativa do custo total:	US\$982.000

Financiamento pleiteado ao Fundo:	US\$832.000
Modo de financiamento:	Financiamento pleiteado em forma de doação
Co-financiamento:	Por decidir
Modo de co-financiamento:	Por decidir
Contribuição de contrapartida:	US\$150.000
Agência de Execução do Projeto:	Por decidir
Organismo Supervisor:	Organização Internacional do Café
Data prevista do início:	1º de abril de 2007

Antecedentes

1. Atuando como indivíduo, um cafeicultor tem pouca voz no mercado. A quantidade muito pequena de que ele dispõe para vender inevitavelmente significa que ele tem muito pouco poder ao negociar preços com os compradores, especialmente os que operam à beira da estrada ou viajam entre as vilas mais isoladas. Além disso, o modo como o setor é estruturado e financiado significa que, mesmo quando o cafeicultor consegue levar seu café à usina para vender, poucos são os compradores que realmente o recompensam com um prêmio por café bom. Os compradores, em vez disso, tendem a se concentrar no volume e não na qualidade. O resultado é que há um número muito grande de cafeicultores frustrados com esta situação, e vem surgindo um nível perceptível de interesse entre os cafeicultores por sistemas de comercialização coordenados, administrados pelos cafeicultores, especialmente em Papua-Nova Guiné.

2. No passado, a maioria dos esforços para centralizar a comercialização de café em benefício dos pequenos cafeicultores em Papua-Nova Guiné falharam ou, na melhor das hipóteses, levaram a resultados mistos. As razões são múltiplas, mas essencialmente o tema comum parece ser que os cafeicultores não viram benefícios reais de longo prazo neste tipo de associação, isto é, não conseguiram se identificar com o café que estavam produzindo, vendo-o como um mero produto básico que, independentemente de sua qualidade, tinha de ser vendido a quem pagasse mais. No entanto, tentativas mais recentes de cooperar parecem promissoras, e está claro que chegou a hora de fazer uma tentativa bem planejada e profissionalmente implementada de desenvolver um sistema de comercialização baseado em grupos ou cooperativas e centrado no desenvolvimento de uma aliança e parceria estratégica com torrefadores e outros usuários finais, mediante registro das marcas do café produzido pelo grupo ou grupos. O café precisaria ser da mais alta qualidade possível e produzido de maneira economicamente viável e ambientalmente sustentável.

Visão geral do projeto

3. Este projeto piloto envolverá um pequeno número de grupos auto-suficientes. Seis grupos, que estão muito interessados em participar, foram identificados. Propõe-se prestar assistência no planejamento, treinamento e implementação, com vistas a estabelecer esses grupos como entidades reconhecidas do comércio de café, criar parcerias estratégicas com compradores do estrangeiro e desenvolver marcas registradas sui generis dos próprios grupos. Isso envolverá:

- redação de regras claras que levem à produção de café de boa qualidade, economicamente viável e ambientalmente sustentável, com registros que cobrem todas as fases do processo;
- provisão de treinamento apropriado e serviços de formulação de políticas;
- criação de um canal de comercialização alternativo; e

- apresentações a possíveis compradores/parceiros estratégicos. A este respeito o projeto também incorporará um número limitado de incentivos para garantir a participação ativa de compradores e torrefadores.

4. Os grupos considerados incluem as Tribal Aromas Cooperatives Ltd e a Finschhafen Organic Coffee Growers Association. [Outros grupos por confirmar].

5. Uma vez em funcionamento como planejado, os grupos, trabalhando como entidades cooperativas registradas, usarão como base para seus negócios contatos feitos durante o projeto, embarcando café que esteja conforme com descrições comerciais fixas, com o apoio de marcas registradas. Esses grupos terão por alvo o “setor dos cafés especiais”, que oferece prêmios pela boa qualidade, pela rastreabilidade até a origem e pelo que pode ser descrito como “fator novidade.” Eles constituirão uma matriz central, da qual a comercialização do café de propriedade dos cafeicultores poderá ser expandida conforme a demanda. Atuando em conjunto segundo normas bem fundamentadas e com a orientação de especialistas, os grupos alcançarão o propósito do projeto de maximizar os benefícios que podem auferir das atividades da cafeicultura. O projeto será importante como exemplo e guia para outros setores baseados nos pequenos produtores, não só em Papua-Nova Guiné, como também em muitos outros países produtores de café.

Custos e financiamento
(em US\$)

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Total
Atividade 1 – Melhoria da produção				
Estudo básico	7.500			7.500
Assessor agrônomo	25.000	25.000	15.000	65.000
– transporte e outros custos incidentais	2.000	2.000	1.000	5.000
Processamento por via úmida – despulpadoras manuais	30.000			30.000
– Unidade(s) central(is) de processamento por via úmida	75.000			75.000
Melhoria do acesso ao mercado/Logística	100.000			100.000
Atividade 2 – Treinamento				
Workshop inicial de treinamento x 6	30.000			30.000
Torradores de amostras e outros equipamentos para provas de xícara	18.000			18.000
Treinamento em avaliação organoléptica (equipe do café)	10.000			10.000
Workshops gerais	12.000	12.000	12.000	36.000
Atividade 3 – Certificação				
Avaliação por agência de certificação		60.000	20.000	80.000
Administração corrente	3.000	3.500	4.000	10.500
Atividade 4 – Parcerias estratégicas com compradores				
Consultor de comercialização	12.500			12.500
Coleta e remessa de amostras	1.500	1.500		3.000
Atividade 5 – Especificação dos produtos				
Consultor de comercialização		7.500		7.500
Atividade 6 – Programa de familiarização				
Viagem & hospedagem		45.000	45.000	90.000
Atividade 7 – Registros de marcas				
Planejamento		12.000	4.000	16.000
Trabalho jurídico		12.000	4.000	16.000
Atividade 8 – Agência de compensação				
Infra-estrutura	10.000			10.000
Pessoal	10.000	20.000	20.000	50.000
Capital inicial de giro		150.000		150.000*
Atividade 9 – Plano de comercialização				
Consultor de comercialização		10.000	5.000	15.000
Planejamento e produção de material promocional		25.000	10.000	35.000
Outras iniciativas promocionais		10.000	25.000	35.000
Atividade 10 – Administração, etc.				
Coordenador do projeto	20.000	20.000	20.000	60.000
Avaliação de meio percurso		15.000		15.000
Total	366.500	430.500	185.000	982.000

* Contribuição de contrapartida