



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

WP Board No. 978/05

18 agosto 2005
Original: inglês

P

Projetos/Fundo Comum

Junta Executiva /
Conselho Internacional do Café
27 – 29 setembro 2005
Salvador, Brasil

Proposta de projeto

Site do Guia do Café – 2006/07

Antecedentes

1. Este documento contém uma proposta de projeto apresentada pelo Centro de Comércio Internacional (CCI) UNCTAD/OMC relativa à operação do site do Guia do Café (www.thecoffeeguide.org) em 2006/07 e à identificação de recursos para 2007 e 2008. O site foi lançado em março de 2005, e nele se encontra o conteúdo em inglês, francês e espanhol do livro “Café – Guia do Exportador” do CCI, de 330 páginas, assim como uma seleção de perguntas e respostas, que são postadas gratuitamente.
2. Esboços de planos para o desenvolvimento do site figuram nos documentos de trabalho WP-Board No. 950/04 e WP-Board No. 956/04, que foram apresentados à Junta Executiva, respectivamente, em maio e setembro de 2004. Uma apresentação ao vivo do novo site foi feita na reunião da Junta de maio de 2005.
3. A importância de US\$120.000 está sendo pleiteada ao Fundo Comum para os Produtos Básicos (FCPB), em regime prioritário (Fast-Track), para financiamento do site.
4. Esta proposta será distribuída ao Comitê Virtual de Revisão, para exame, e apreciada pela Junta Executiva em setembro de 2005.

Ação

Solicita-se à Junta Executiva que aprecie esta proposta e os comentários do Comitê Virtual de Revisão e, se apropriado, que recomende ao Conselho que aprove a proposta.

**PROJETO DE PROPOSTA PARA FINANCIAMENTO, POR DOAÇÃO, PELO
FUNDO COMUM PARA OS PRODUTOS BÁSICOS (FCPB)
(REGIME PRIORITÁRIO)**

SITE DO GUIA DO CAFÉ – 2006/07

www.thecoffeeguide.org

PROPOSTA DE PROJETO

JULHO DE 2005

I. Quadro Lógico

Título do projeto: Site do Guia do Café

Data estimada do início do projeto: 1º de março de 2006

Data estimada do término: 28 de fevereiro de 2007

Resumo narrativo	Indicadores objetivamente verificáveis	Meios de verificação	Hipóteses importantes
<p>Objetivo amplo Responder a perguntas do comércio de café nos países produtores.</p>	<p>Número de hits e visitas ao site; Número de perguntas feitas e respostas dadas.</p>	<p>Contagem dos hits e visitas ao site; Contagem das perguntas e respostas.</p>	<p>Setor cafeeiro dos países produtores tem perguntas a fazer sobre questões relacionadas com o comércio de café.</p>
<p>Propósito do projeto Fazer o site do Guia do Café funcionar por um ano; Identificar recursos para financiar dois anos de funcionamento (2007-2008).</p>	<p>Site em funcionamento por um ano; Site adaptado à demanda dos usuários; Recursos conseguidos para dois anos de funcionamento.</p>	<p>Site pode ser lido e responde às perguntas feitas; Doador(es) confirma(m) compromissos.</p>	<p>Perguntas continuam a ser feitas pelo setor cafeeiro dos países produtores; Doador(es) mostrará(ão) interesse e reagirá(ão) positivamente.</p>
<p>Resultados Site com: - Guia do Café do CCI em inglês, francês, espanhol; - Arquivo de perguntas e respostas em expansão; - Painel interativo de especialistas mantido.</p>	<p>Site acessível a qualquer hora; Painel de especialistas atualizando conteúdos e fornecendo respostas às perguntas feitas.</p>	<p>Visitar site, ler conteúdo e fazer perguntas; Qualidade das respostas, tempo de resposta, etc. Pedir opiniões dos usuários do site.</p>	<p>Site pode continuar como foi estabelecido (em termos técnicos, jurídicos, práticos, ...); Painel de especialistas ainda disponível; Especialistas capazes de responder à maior parte das perguntas.</p>
<p>Insumos e atividades - Atualizar o site continuamente; - Acrescentar novos tópicos; - Responder a perguntas; - Traduzir todos os novos textos para o inglês, o francês e o espanhol; - Promover o site nos países produtores.</p>	<p>Conteúdo atualizado e novos tópicos introduzidos; Respostas dadas às perguntas feitas, em três idiomas; Site promovido nos países produtores.</p>	<p>Visitar site, ler conteúdo e fazer perguntas; Qualidade das respostas, tempo de resposta, etc.; Inquirir os usuários do site; Promoção feita (apresentações, artigos).</p>	<p>Fundos estarão disponíveis para o período pertinente (março de 2006 – fevereiro de 2007); Painel de especialistas ainda disponível e capaz de fornecer respostas à maior parte das perguntas.</p>

II. Resumo do projeto

1. A Organização Internacional do Café (OIC), por este meio, apresenta a proposta de projeto reproduzida a seguir, recomendando seu financiamento pelo Fundo Comum para os Produtos Básicos (FCPB), em regime prioritário (fast-track).

1. **Título do projeto:** Site Guia do Café – 2006/07
2. **Duração:** 12 meses
3. **Localização:** Genebra, Suíça; diálogo com todos os países produtores de café
4. **Natureza do projeto:** Oferecer respostas a perguntas relacionadas com o comércio de café feitas pelo setor cafeeiro dos países produtores.
5. **Descrição breve:** O “Café – Guia do Exportador” do CCI (330 páginas), em inglês, francês e espanhol, foi disponibilizado num novo site (www.thecoffeeguide.org) em março de 2005.

Os usuários que não encontram o que estão procurando podem postar uma pergunta e aguardar resposta específica de um painel de especialistas em café em de cerca de uma semana. Os especialistas contribuintes são alistados no site www.thecoffeeguide.org.

Perguntas e respostas selecionadas são postadas num arquivo de perguntas e respostas do site. O serviço é gratuito.

Planeja-se usar o conteúdo do site numa publicação na forma de “Comércio de Café – 200 Perguntas e Respostas” (ou 100 ou 365?), mais ou menos em 2008.

Sites deste tipo são conhecidos em outros setores – por exemplo, sites que veiculam conselhos médicos ou jurídicos. O site www.thecoffeeguide.org é o primeiro desta espécie no setor cafeeiro.

6. **Estimativa dos custos:** US\$120.000
7. **Financiamento pleiteado ao Fundo:** US\$120.000 (regime prioritário)
8. **Modo de financiamento:** Doação
9. **Co-financiamento:** Nenhum para o período solicitado (março de 2006 – fevereiro de 2007)
- O Governo da Dinamarca financiou o Guia do Café (livro) e o desenvolvimento do site do Guia, proporcionando um total de US\$345.000. Uma empresa privada do setor cafeeiro financiou a tradução do Guia em 2003.
- O Governo da Suíça vem financiando o primeiro ano de funcionamento do site (março de 2005 – fev. de 2006).
10. **Modo de co-financiamento:** Todos os fundos recebidos até agora foram na forma de doação.
11. **Contribuição de contrapartida:**
12. **Agência de Execução do Projeto:** Centro de Comércio Internacional (CCI)
13. **Organismo Supervisor:** Organização Internacional do Café
14. **Data estimada do início:** 1º de março de 2006
15. **Data est. do término:** 28 de fevereiro de 2007

III. Visão geral do produto básico

III.1. Evolução do mercado em anos recentes

O café responde por uma grande parte das receitas de exportação de muitos países em desenvolvimento. Em alguns países, ele pode responder por mais da metade do total das receitas de exportação. Em consequência de um desequilíbrio significativo do mercado, foi drástica a queda de seus preços nos últimos cinco anos, apesar de uma modesta recuperação,

desde princípios de 2005. Na maior parte dos anos 90, as receitas anuais obtidas do café pelos países produtores foi da ordem de US\$10 a 12 bilhões, mas em anos recentes têm girado em torno de US\$5 a 6 bilhões.

Os Arábicas, cafés de tipo aromático e sabor fino, respondem por cerca de 65% da oferta e em geral alcançam os preços mais altos. Os Robustas respondem por cerca de 35% do mercado. São mais fáceis de cultivar e mais resistentes e, em geral, são comercializados por cerca da metade do preço dos Arábicas. Há 20 anos, a participação de mercado dos Robustas, em volume, era de somente 25%. Com frequência, eles são usados como “enchimento” nas mesclas e no café solúvel.

III.2 Razões do desequilíbrio do mercado

O desequilíbrio do mercado tem a ver com fatores de quantidade (1 e 2 abaixo) como de qualidade/preços (3 abaixo):

1. Maior oferta:

- rápida expansão da produção do Vietnã (1% para 10% da produção mundial desde fins dos anos 80);
- novos plantios no Brasil;
- maior produtividade;
- maior eficiência; e
- incentivos à expansão da produção, como a alta de preços causada pela geada no Brasil em 1994, que na época levou a um aumento das rendas dos cafeicultores, num contexto de liberalização generalizada do mercado.

2. Demanda estagnada:

- concorrência de outras bebidas (refrigerantes, etc.);
- maior consumo fora de casa, o que significa i) preço mais alto por xícara, e ii) preparo profissional da bebida, com menos desperdício – dois fatores que reduzem a demanda;
- a nova tecnologia (torrefação, composição de mesclas, moagem, preparo da bebida) possibilita extrair mais café de um grama de grãos verdes – assim reduzindo a demanda.

3. Uso de grãos mais baratos no mercado de café comum:

- torrefadores usam cada vez mais Robustas nas mesclas, pois a tecnologia (por exemplo, limpeza a vapor) permite limitar os sabores indesejáveis, mas a expensas do caráter da bebida na xícara;

- uso cada vez maior de aditivos de sabor como baunilha, avelã e groselha, em particular nos Estados Unidos – o que também significa que cafés com aditivos de sabor podem ser fabricados com grãos mais baratos;
- maior uso de leite, creme e gelo em cafés, que exige torrefação mais escura e também oferece a oportunidade de usar grãos mais baratos.

III.3 Algumas soluções propostas

Diversas possíveis soluções para problema do desequilíbrio têm sido sugeridas.

Numa comunicação à Cúpula do G8 em julho de 2005, a OIC propôs ação para alertar quanto ao perigo de incentivar a produção sem conseguir um aumento correspondente da demanda. Propôs também ação para promover produtos com valor agregado e conseguir o acesso a recursos para o financiamento da diversificação, tendo em mente que, em muitos casos, a diversificação é limitada, por fatores como, por exemplo, condições ecológicas e infra-estruturais e problemas de acesso ao mercado. A OIC enfatizou ainda o valor do apoio a seu Programa de Melhoria da Qualidade do Café, das medidas para expandir o consumo nos países produtores e grandes mercados emergentes e da difusão de informações positivas relacionadas com questões de saúde – em todos os casos, com vistas ao aumento da demanda.

Uma organização não-lucrativa, a TechnoServe (www.technoserve.org), com o apoio da empresa McKinsey & Company, também publicou um relatório intitulado *Business Solutions to the Coffee Crisis (Soluções de Negócios para a Crise do Café)* no final de 2003, passando em revista uma gama de possíveis medidas, três das quais classificadas como detentoras do maior potencial de alcançar um impacto sustentável:

- Promoção do consumo de café nos países produtores e mercados emergentes;
- Apoio aos produtores de cafés especiais, para obter preços com prêmios no mercado;
- Diversificação para os produtores marginais sem potencial de suprir cafés “especiais”.

Em março de 2004, o Banco Mundial também publicou um relatório detalhado com o título de *Coffee markets: new paradigms in global supply and demand (Mercados cafeeiros: novos paradigmas na oferta e demanda globais)*. Concluindo não haver uma solução certa e conclusiva, o Banco recomenda que os próprios produtores se organizem e, com apoio da comunidade internacional, encontrem meios de diversificar sua produção de café ou se engajem em outro tipo de atividade.

As sugestões acima são importantes, mas várias talvez só estejam disponíveis para alguns dos muitos produtores e exportadores afetados. Um exemplo: os mercados de nicho, abarcando especialidades diversas, cobrem 8 a 10% do total da produção e incluem os cafés orgânicos certificados (menos de 1% da produção mundial) e os cafés fairtrade certificados (menos de 0,5%, metade dos quais também certificados como orgânicos). Mesmo que a produção de

café para estes nichos dobre ou triplique em alguns anos, seu impacto ainda será relativamente pequeno. Por outro lado, o aumento crescente da disponibilidade desses cafés pode inclusive resultar em menores prêmios.

IV. Instituições participantes e responsabilidades

O site do Guia do Café recebe valioso apoio da Organização Internacional do Café, na forma de dados estatísticos, uso do serviço de biblioteca e orientação e promoção em geral.

O CCI hospeda o site em sua sede em Genebra e tem contratos com quatro especialistas em café, um web designer e dois tradutores. Assistência ad hoc é prestada por diversas organizações da área do café, como a Federação Européia do Café, a National Coffee Association of USA, diferentes associações de cafés especiais, a Junta Comercial de Nova Iorque, a Euronext-Liffe, e outras. Conta-se ainda com o apoio decisivo de cerca de 25 personalidades do setor cafeeiro dos países de origem e importadores, a maioria das quais é parte de um grupo de mais de 100 pessoas que colaboraram gratuitamente no preparo do Guia do Café (livro) em 2002/03.

V. Objetivos do projeto – amplos e específicos

V.1 Objetivos amplos do projeto

O site contém informações e orientação prática para a otimização de todas as etapas do comércio nos países produtores. O enfoque recai sobre o café comum (mais de 90% do comércio), com alguma cobertura dos nichos dos cafés especiais, como os da produção orgânica e fairtrade. Embora se concentre nas práticas de comércio relevantes para os exportadores, o conteúdo também é de interesse para os produtores de café, as autoridades cafeeiras, os bancos comerciais, as autoridades aduaneiras, as companhias de transporte marítimo, as instituições educacionais, etc.

V.2 Objetivos específicos do projeto

Em anos recentes, o ambiente e as condições comerciais se tornaram gradualmente mais difíceis para produtores e exportadores. Por muitos anos, os parâmetros do comércio consistiam, basicamente, na qualidade do produto, preço de venda, custos de produção e relações com os parceiros internacionais. A competição se intensificou após quatro anos de oferta excessiva, preços baixos e margens muito reduzidas, e novos parâmetros se configuraram. Esses parâmetros incluem a demanda por qualidade ainda mais alta, a consistência (mesma qualidade nas entregas subsequentes), a rastreabilidade da origem, a transparência (econômica, social e ambiental), a capacidade de ajustar as entregas quando que solicitado, e a capacidade de formar parcerias de longo prazo diretamente entre produtor e torrefador.

A isto acresce que os elementos contratuais e logísticos do próprio comércio se tornaram mais complexos, com a introdução de várias normas e sistemas de certificação, maior transparência dos preços e maior volatilidade, exigindo novos tipos de gestão de risco, instrumentos modificados de resolução de disputas, diferentes canais para o comércio eletrônico, etc.

Todos os que se engajam no comércio, portanto, se defrontam com perguntas freqüentes. O Guia do Café do CCI e, em particular, a Internet oferecem uma quantidade avassaladora de informações, mas amiúde não oferecem a resposta exata exigida por uma pergunta específica. Uma análise feita pelo CCI do conteúdo de quase 100 sites relacionados com o café mostrou, inter alia, que:

1. O inglês domina quase completamente, apesar de não ser o idioma nativo da maioria dos usuários nos países produtores, muitos dos quais não usam o inglês em absoluto.
2. Muitos sites são difíceis de navegar por diversas razões, entre as quais a grande quantidade de informações que não se referem ao café e de ilustrações, fotos, anúncios, etc. Isto torna seu download difícil para muitos usuários que dispõem de uma infra-estrutura modesta ou têm um conhecimento limitado da Internet.
3. Alguns sites incluem seções muito pequenas de perguntas freqüentes (Frequently Asked Questions – FAQ) ou fóruns de debate, mas não são muito ativos, e nenhum deles oferece um serviço interativo de perguntas e respostas.

O site do Guia do Café remedia estas deficiências. O site é em inglês, francês e espanhol. Com uma estrutura muito simples, ele só contém dois tipos de informação:

1. O Guia do Café do CCI (500 quadros de textos em três idiomas, adaptados e atualizados continuamente), e
2. Um arquivo de perguntas e respostas (também nos três idiomas), que cresce com base nas perguntas feitas pelos usuários.

O site deliberadamente apresenta um mínimo de ilustrações e não contém elementos que restringem o download para os usuários com equipamento modesto e conhecimento limitado da Internet.

Respostas também são dadas às perguntas procedentes dos países importadores, sob duas condições: (1) que elas sejam relevantes para os usuários dos países produtores, e (2) que não atrasem as respostas a perguntas procedentes dos países produtores.

Um objetivo suplementar de longo prazo é o uso da coleção de perguntas e respostas que irá se desenvolvendo gradualmente para o preparo de uma publicação na forma de “*Comércio de café – 200 perguntas e respostas*” (ou 100 ou 365 ou...?). Este tópico, no entanto, deve ser considerado na altura de 2008 e não é parte do presente projeto.

A promoção do novo site foi feita em 2005 em diversas conferências e seminários e em artigos. Um dos propósitos das apresentações tem sido o de aprender fazendo, ou seja, de ir adaptando o conteúdo e a estrutura do site às sugestões dos usuários.

O uso do site, que inclui o serviço de perguntas e respostas, é gratuito e, por isto, o financiamento de seu funcionamento é necessário. O custo operacional depende em grande medida do serviço proporcionado (número de respostas dadas, tempo de resposta, frequência das atualizações do conteúdo, promoção, etc.). Parte deste projeto (2006/07) consiste em identificar apoio financeiro para 2007-2008.

VI Projetos relacionados e trabalho anterior

O CCI publicou a primeira versão de seu “*Café – Guia do Exportador*” em 1992. O Guia teve grande procura por quase uma década, e a versão de fins de 2002 (francês/espanhol, 2003) está tendo uma procura igualmente alta.

O Guia do Café (livro) tem 12 capítulos, que cobrem os seguintes tópicos do comércio:

1. Panorama do comércio mundial do café
2. Mercado do café comum
3. Mercados de nicho, aspectos ambientais e sociais
4. Contratos – conclusão e execução
5. Logística e seguros
6. Comércio eletrônico e gestão da cadeia da oferta
7. Resolução de disputas – arbitragem
8. Mercados de futuros
9. Hedging e outras operações
10. Risco e a relação com o crédito comercial
11. Qualidade do café
12. Sistemas de comercialização e perfis de países.

Como outras publicações do CCI, o Guia do Café (livro) é vendido a US\$70 + US\$10. Contudo, associações do café, produtores, exportadores e outros participantes do setor cafeeiro dos países em desenvolvimento podem receber exemplares gratuitos em número limitado. O site é uma maneira óbvia de disseminar o conteúdo do Guia do Café para uma platéia mais ampla – e numa versão que é atualizada continuamente.

A OIC, o CCI e o Fundo também cooperaram no Projeto do Café Gourmet (1997-2000), implementado no Brasil, Burundi, Etiópia, Papua-Nova Guiné e Uganda. Trata-se de um projeto que testou muitos novos métodos de produzir, processar e comercializar cafés do tipo gourmet. Entre suas atividades, esteve o primeiro leilão de café pela Internet do mundo, que

se realizou no Brasil em 1999 e levou ao concurso e programa de leilões Cup of Excellence ® (www.cupofexcellence.com), agora utilizados em diversos países. O custo total do Projeto Gourmet foi US\$1,4 milhão, para o qual o Fundo entrou com US\$1.018.000 (73%).

VII. Orçamento

Orçamento para o período de 1º de março de 2006 a 28 de fevereiro de 2007 (12 meses).
As linhas orçamentárias são indicadas pelos números que o CCI usa para projetos de fundos fiduciários.

Linha orçamentária	Descrição	Meses de trabalho	US\$
11.51	Consultores internacionais (4 especialistas em café, tradução, viagens...)	10	83.000
16.01	Viagens, pessoal do CCI (apresentações, promoção,...)		10.000
21.01	Subcontratos (suporte técnico ao site, tradução,...)		7.200
41.01	Equipamento não-durável (CD-ROMs, livros, ...)		1.000
53.01	Despesas diversas (telecomunicações, correio, impressão,...)		<u>5.000</u>
	Subtotal		106.200
56.13	Custos de suporte do CCI		13.800
	TOTAL		<u>120.000</u>