

Maurício Miarelli,
presidente do Conselho Nacional do Café (CNC)

Os desafios do café

da Redação

ENTIDADE privada, o Conselho Nacional do Café (CNC) congrega produtores, cooperativas, associações de cafeicultores e federações de agricultura de estados produtores. Foi fundado em 1981, por iniciativa de vários líderes da cafeicultura nacional. Sua missão é defender e promover os direitos e interesses dos produtores de “cafés do Brasil”, seguindo os princípios do desenvolvimento sustentável.

O CNC é membro do Conselho Deliberativo da Política Cafeeira e faz parte da delegação oficial brasileira na Orga-

Nesta entrevista a *Agroanalysis*, Miarelli analisa os 25 anos de atuação do CNC e aponta os próximos desafios da entidade.

AGROANALYSIS Como o CNC avalia esses 25 anos?

MAURÍCIO MIARELLI Foi um período de grandes transformações na cafeicultura mundial e brasileira. A principal delas foi o fim das cláusulas econômicas do Acordo Internacional do Café, em 1989, que inaugurou um período de livre mercado, resultando em grande volatilidade

de produtores e da cadeia produtiva. Além disso, a melhoria de qualidade e as campanhas, associadas à melhoria de renda, permitiram duplicar o consumo, atualmente próximo a 16 milhões de sacas/ano. O Brasil já é o segundo consumidor mundial, só superado pelos Estados Unidos, e deve assumir a liderança nesse *ranking*, pois o consumo interno cresce a uma taxa que é o dobro da mundial. A cadeia produtiva do café amadureceu muito, contando hoje com um *board*, que é Conselho Deliberativo da Política do Café – CDPC, formado pelos setores público e privado, com um fundo de R\$ 3 bilhões que é o Funcafé, um consórcio de pesquisa com mais de 40 instituições e 300 pesquisadores e técnicos, uma Frente Parlamentar do Café no Congresso Nacional. Os segmentos que compõem a cadeia estão hoje bem organizados e trabalham integrados.

AGROANALYSIS Quais são os grandes desafios do setor?

MIARELLI O maior deles é a sustentabilidade econômica da cadeia produtiva, em especial da renda dos produtores, como ocorre com a maioria das *commodities* agrícolas. Os produtores tendem a transferir todos os ganhos de produtividade para os demais elos da cadeia e para o consumidor. Outro desafio é atender às crescentes exigências dos consumidores, refletidas na busca contínua de qualidade e na implementação dos processos de rastreabilidade e de certificação de origem. Também devemos nos preocupar com a agregação de valor. O Brasil continua sendo fundamentalmente um exportador de café verde. Na área político-institucional, precisamos construir uma imagem mais positiva para o setor. Aliás, esse é um problema de toda a agricultura. Vale destacar ainda o aprimoramento do arcabouço institucional do CDPC e do Funcafé, visando a dar maior autonomia e flexibilidade para implementar as políticas necessárias ao setor.

AGROANALYSIS O CNC tem projetos para responder a esses desafios?

“O Brasil já é o segundo consumidor mundial de café, só superado pelos Estados Unidos”

nização Internacional do Café (OIC). Atualmente, o CNC conta com 45 sócios, sendo 25 honorários, dois contribuintes – que são associações de produtores –, e 18 mantenedores – que são cooperativas de produção. Essas organizações congregam mais de 65 mil produtores, a maioria pequenos, que respondem por cerca de 40% da produção nacional.

Engenheiro agrônomo pela Escola Superior Agrônoma de Lavras, Maurício Miarelli é presidente do Conselho Nacional do Café (CNC) desde 2005. Ele atua há 16 anos na Cooperativa de Cafeicultores e Agropecuaristas (Cocapec), onde atualmente é diretor-presidente.

de preços, perda de renda nos países produtores, maior competição e surgimento de novos *players*, como o Vietnã, que atualmente é o segundo maior produtor mundial. No Brasil, nesse período aconteceram grandes transformações na produção, no consumo e na estrutura organizacional da cadeia produtiva. Na produção, houve uma revolução em termos de tecnologia e gestão, que duplicou a produtividade, melhorou a qualidade e consolidou a diversidade dos “cafés do Brasil”, o que tornou o Brasil o produtor mais competitivo do mundo. As cooperativas se consolidaram como agentes fundamentais para a organização dos

“O maior desafio é a sustentabilidade econômica da cadeia produtiva, em especial, da renda dos produtores”



MIARELLI O CNC vem se reestruturando e recentemente profissionalizou seu processo de planejamento e gestão, justamente para melhor enfrentar esses desafios. Atualmente, trabalha dentro de um Plano Diretor elaborado para o período 2005-2008, o qual pode ser lido no *site* (www.cncafe.com.br). O Plano tem foco voltado para o mercado. Nossas prioridades são o Plano Estratégico de Desenvolvimento da Economia Cafeeira (Pedec), o Plano de Safra de 24 meses – que está sendo implementado pelo governo, com recursos do Funcafé –, a melhoria do sistema de previsão de safras e a elaboração de planilhas de custo de produção, em parceria com a Conab. O outro foco são as ações político-institucionais e de comunicação. Essas ações visam o fortalecimento político do setor, por meio da implantação de uma política de comunicação integrada dirigida aos públicos externo e interno. Exemplo disso é a Rede de Colaboração, Conhecimento e Negócios, uma rede virtual que inova o modelo de gestão de negócios do setor, baseada em tecnologia de informação e cooperação entre os agentes da cadeia café. Estão sendo fortalecidas também as alianças estratégicas com o Sicoob (Sistema de Cooperativismo de Crédito), liderado pelo Bancoob e com a CNA, a

OCB e a Frente Parlamentar do Café, por meio de um escritório em Brasília.

AGROANALYSIS Como funciona o Pedec?

MIARELLI O Pedec foi desenvolvido sob a coordenação do CNC, que interagiu com todos os segmentos da cadeia produtiva e outros agentes interessados: governo, agentes financeiros, academia, BM&F entre outros. Das discussões surgiram 14 temas considerados prioritários, que precisam ser detalhados em projetos específicos. Alguns já estão sendo trabalhados pelo Comitê de Planejamento Estratégico do CDPC. Desses 14 temas, quatro são considerados os mais importantes. A definição do tamanho da safra brasileira diante de um mercado que deve crescer 20%, até 2015, atingindo um consumo de 145 milhões de sacas. Em função disso, devemos definir uma estratégia de ação. O segundo ponto é o ordenamento do fluxo de comercialização das safras. Queremos evitar o excesso ou a escassez do produto e, especialmente, a transferência de estoques a baixo custo para os consumidores. Outra questão é o fortalecimento do Funcafé, a fim de assegurar mais autonomia, além da manutenção de um nível de recursos compatível com as necessidades de financiamento do se-

tor. O quarto ponto é o revigoramento do CDPC (Conselho Deliberativo da Política do Café), dando-lhe mais agilidade e autonomia na gestão do Funcafé e das políticas de interesse do setor.

AGROANALYSIS Renda é um problema recorrente na agricultura. Como resolver isto?

MIARELLI Há um problema estrutural na produção de *commodities*, que é a permanente transferência de ganhos de produtividade obtidos pelos produtores para os demais elos da cadeia produtiva, em direção ao consumidor, que se beneficia, comprando a preços mais baixos. É o que tem ocorrido na agricultura brasileira, gerando crises periódicas no setor. Nos países mais desenvolvidos, esse processo de transferência de renda é compensado por meio de subsídios. Mas, quando eles são exagerados, como ocorre nos EUA, na Comunidade Européia e no Japão, provocam distorções no mercado. Todavia, há formas de compensar essas perdas com medidas de apoio que não distorcem o mercado.

No caso do café, uma medida importante é o ordenamento do fluxo de comercialização que pode ter um grande impacto. Primeiro, porque a produção do café é caracterizada pela bianualidade, ou seja,

“A transformação do Brasil numa plataforma exportadora de produto com valor agregado é uma prioridade”

após uma safra grande, vem uma pequena e assim sucessivamente, gerando a necessidade de transferir excedentes de uma safra para outra, para que haja mais estabilidade de oferta e de preço. Segundo, porque como o café é produto não perecível, com grande liquidez nas bolsas, todas as vezes que os produtores transferem excedentes a baixo preço para os consumidores, permitindo a formação de grandes estoques, eles ficam reféns da manipulação dos preços. Por isso é tão importante a busca por maior autonomia e agilidade para o Funcafé e para o CDPC, de forma que os mecanismos de apoio e o crédito possam ser acionados no momento oportuno e de forma adequada.

AGROANALYSIS Além do ordenamento da safra, há outros caminhos?

MIARELLI Outro caminho, não excluente em relação ao primeiro, é aumentar a participação dos produtores nas margens de comercialização da cadeia produtiva. Está associada com o conceito de agregação de valor, um problema enfrentado por toda a cadeia brasileira, que é fundamentalmente fornecedora de café verde. É preciso pensar e apoiar iniciativas como a da Global, nome dado ao projeto de constituição de uma empresa S.A., que seria formada pelos produtores, por meio de suas cooperativas, e por investidores financeiros e estratégicos. Talvez seja uma proposta ousada, mas não há dúvidas de que esse é um caminho a ser trilhado pelas cooperativas.

AGROANALYSIS A agregação de valor é outra preocupação e, neste caso o *draw-*

***back* tem sido apontado como uma solução. Qual é a posição do CNC?**

MIARELLI O CNC concorda que a transformação do Brasil em uma plataforma exportadora de produto com valor agregado é uma prioridade. Isso inclusive consta do Pedec. Temos discutido a questão do *drawback* e entendemos que ele pode ser um mecanismo importante, mas não é a panaceia para agregar valor. Há outras questões associadas como tributação, barreiras tarifárias e não-tarifárias e logística. O CNC vem mantendo uma posição contrária, mas aberta à discussão, denominada “precaução responsável”. É preciso avaliar bem todas as vantagens e desvantagens, ganhos e perdas e especialmente os riscos para a produção brasileira. Para isto, o Conselho tem participado ativamente das discussões conduzidas pelo CIC (Centro de Inteligência do Café). O CNC entende que o *drawback*, se vier a ser aprovado, não deve ser uma solução isolada, mas fazer parte de uma proposta ampla, de um plano estratégico que prepare o setor como um todo para um novo patamar de desenvolvimento. Nesse plano, devem estar incluídas questões como o revigoramento e a busca de maior autonomia para o CDPC e para o Funcafé. Outros instrumentos fundamentais para assegurar políticas adequadas de renda são o seguro rural e a estratégia para incluir os cafés lavados brasileiros na bolsa de Nova York.

AGROANALYSIS Por que a autonomia do CDPC e do Funcafé são prioritárias para o CNC?

MIARELLI Ela é importante pelo simples fato de revigorar o fundo e permitir que

o CDPC tenha mais autonomia para implementar, na hora certa, as medidas necessárias para dar estabilidade de renda ao setor. Todavia, há uma questão maior na defesa do aprimoramento do arcabouço legal da cadeia produtiva do café. Só serão desenvolvidas as nações que forem capazes de desenvolver um arcabouço institucional que estimule as parcerias público-privada em torno de objetivos comuns. A cadeia produtiva do café, catalisada pelo CDPC, está alinhada com essa percepção e tem amadurecido de forma profícua o exercício da parceria. Mas o atual arcabouço institucional só conseguirá potencializar toda a sinergia da parceria público-privada, contribuindo de forma decisiva para se consolidar como um modelo para o agronegócio brasileiro, na medida em que o CDPC e o Funcafé, os dois pilares principais desse arcabouço, ganharem mais autonomia e agilidade.

AGROANALYSIS Quais serão os grandes avanços nos próximos anos?

MIARELLI Os avanços tecnológicos continuarão provocando as grandes mudanças nas vantagens competitivas entre regiões e segmentos, de acordo com a capacidade de inovação de cada um. Entretanto, é nos campos político-institucional e de gestão que haverá avanços de maior impacto, com a superação dos gargalos maiores que inibem o pleno desenvolvimento do setor. Estão associados à consolidação de um arcabouço institucional que dê mais sustentabilidade à cadeia produtiva. Também estão ligados ao avanço do cooperativismo, mediante alianças estratégicas que aprimorem o processo de comercialização, de gestão de risco, de gestão da informação e de ganhos de escala. Precisamos de *expertise* para que os produtores possam ampliar sua participação nas margens de comercialização e ter mais estabilidade de renda. Além disso, devemos construir uma imagem mais positiva e fortalecer politicamente o setor com investimento em inteligência, *lobby* e comunicação. ■