



**CADERNO ESPECIAL**

# BRASIL É MAIS CAFÉ

## **A história recente**

Como o produtor mudou a  
cafeicultura nos últimos 25 anos

## **Os novos desafios**

Tendências da produção e do consumo

## Apresentação

# Produtor transformou a cafeicultura brasileira nos últimos 25 anos



Conselho Nacional do Café

“O Brasil tornou-se o produtor mais competitivo do mundo graças aos ganhos de competitividade resultantes da melhoria de produtividade, qualidade e diversidade de tipos de café conseguidos pelos agricultores”. A afirmação é do presidente do Conselho Nacional do Café (CNC), Maurício Miarelli, que considera que, nos últimos 25 anos, o CNC tem desempenhado com destaque o papel de agente de formulação da política cafeeira do Brasil.

Criado em 1981, o CNC tem como princípio o respeito ao desenvolvimento sustentável, consolidado em suas dimensões econômica, social e ambiental. Seus associados, a maior parte dos quais cooperativas e associações de produtores, têm sido protagonistas nesse processo de modernização e desenvolvimento da cafeicultura.

Nesses 25 anos, o café tem fornecido uma importante contribuição para a economia brasileira. O Brasil consolidou-se como maior produtor e exportador da *commodity* e caminha para a liderança no consumo mundial. O crescimento da produção, de 69,87%, foi significativo, passando de uma produção média de 20,3 milhões de sacas de café, na safra 1980/1981, para a média

de 34,3 milhões de sacas na safra 2004/2005. A safra atual está estimada em 41,6 milhões de sacas, e projeta-se a exportação de 26,5 milhões de sacas.

Pensar a cafeicultura estrategicamente é fundamental, pois a atividade está presente em 1.900 municípios brasileiros, envolve 250 mil produtores e gera 8 milhões de empregos em toda a cadeia produtiva. Este é um dos motivos que levou o CNC a coordenar a elaboração do Plano Estratégico da Economia Cafeeira (Pedec), estudo que, após ouvir mais de 40 representantes da cadeia do agronegócio do café (setor produtivo, indústrias, exportadores, governo, parlamentares, instituições de pesquisa, analistas de mercado), oferece subsídios importantes para as políticas setoriais.

Estima-se que, caso o Brasil mantenha os atuais índices de crescimento do mercado interno (3% ao ano) e a participação no mercado mundial (30%), haverá uma demanda anual de 53 milhões de sacas de café nos próximos 10 anos. Neste cenário, um dos desafios do setor é assegurar renda ao produtor, de modo que ele possa fazer os investimentos necessários ao aumento da produtividade.

## Índice

Apresentação .....	E2	Renda no Campo .....	E16
Visão de mercado .....	E3	Análise .....	E16
Produto globalizado .....	E3	Necessidade de mudanças .....	E18
Produção .....	E4	Plano estratégico .....	E20
Estratégias comerciais e mercadológicas .....	E5	Global .....	E21
Competitividade .....	E7	Projeto GeoSafras .....	E21
Redes .....	E8	Política setorial .....	E22
Governança no agronegócio .....	E9	Olhos para o Futuro .....	E24
Organização institucional .....	E9	Tendências .....	E24
Política cafeeira .....	E12	Novos caminhos .....	E26
Desafios da OIC .....	E12	Investimento .....	E27
Papel das Cooperativas .....	E13	Café solúvel .....	E29
Energia da organização .....	E13	Agregação de valor .....	E29
Exportação .....	E14	História .....	E30
Crédito .....	E15	Homenagem .....	E30

## VISÃO DE MERCADO

*Entre trabalhadores rurais e produtores, 125 milhões de pessoas vivem do café no mundo*

### Produto globalizado

## Produtividade, qualidade e organização

Das divisas arrecadadas pelo Brasil com as exportações, o café já participou com mais de 80%, mas agora representa 2,5%. No âmbito global, isso não significa perda de importância, pois o País é o maior produtor, com tendência de expandir a produção, além de ser o segundo maior consumidor do mundo em termos absolutos. Pode, ao mesmo tempo, contar com uma forte indústria cafeeira totalmente abastecida com matéria-prima interna.

Segundo a Organização Internacional de Café (OIC, 2002), o valor movimentado com as vendas de café no varejo mundial em 2001 foi da ordem de US\$ 70 bilhões, mais que o dobro quando comparados aos cerca de US\$ 30 bilhões registrados em

1991. Desse valor, menos de 10% foram recebidos pelos países produtores, ficando o restante com os países importadores.

De acordo com a OIC, 125 milhões de pessoas no mundo, entre trabalhadores rurais e produtores, vivem da cafeicultura. No Brasil, por exemplo, são 3,5 milhões de trabalhadores ocupados no campo, enquanto na Colômbia são 800 mil empregos.

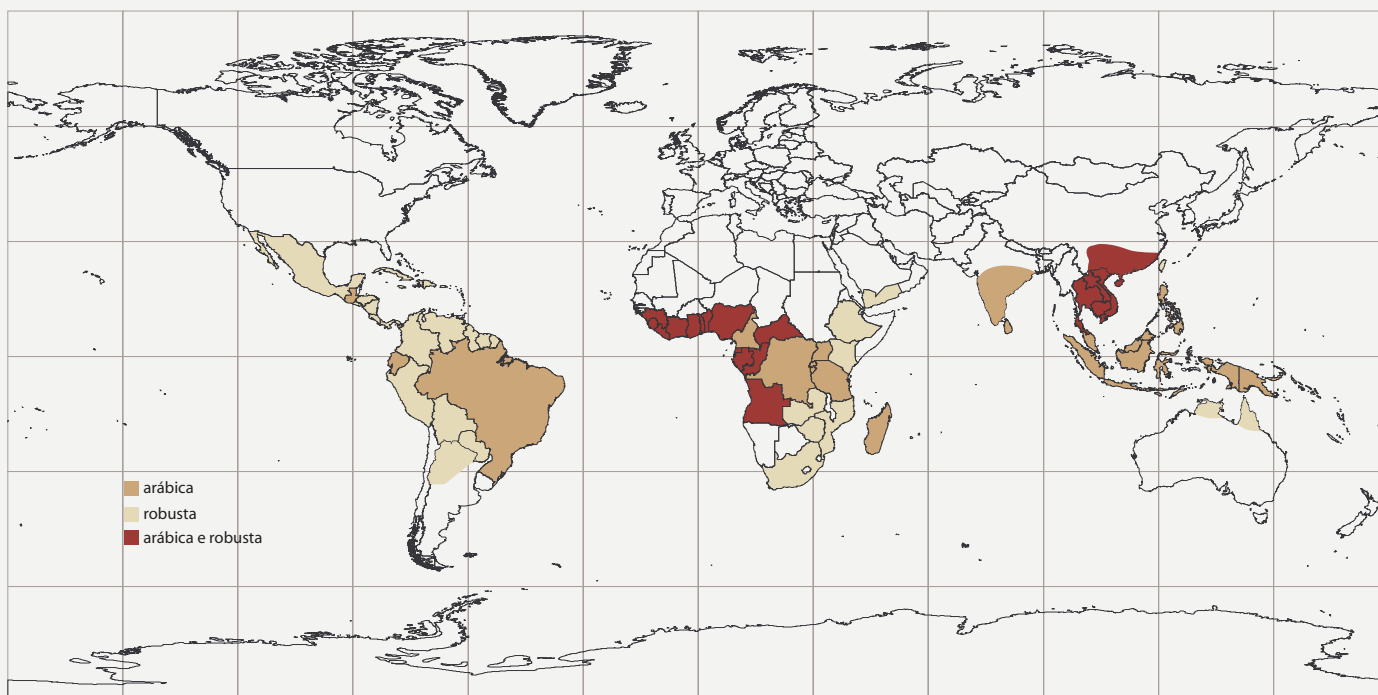
Na maioria dos países produtores, o café é o meio de vida de uma faixa significativa da agricultura familiar. No Brasil, corresponde a 2/3 das propriedades. Para muitos países pobres, como a Etiópia e Uganda, o produto é responsável pela maior fatia das receitas com exportação.

Do total produzido no mundo, em números gerais, cerca de:

- 55% originam-se da América do Sul (a maior parte – 70% – proveniente do Brasil), 20 % da Ásia e Oceania (principalmente do Vietnã),
- 15% da África (distribuídos principalmente entre Costa do Marfim, Guiné Equatorial e Uganda);
- 10% da América do Norte e Central (majoritariamente México, Guatemala e Honduras).

O início da safra vai de abril a outubro de cada ano e varia de acordo com o país, a região, as condições climáticas e o tipo de café.

### O café no mundo



As principais variedades de café são:

- *Coffea arábica* (café arábica): cultivado principalmente na América do Sul e Central, no Quênia e na Tanzânia, de melhor qualidade (menos áspero e menos cafeinado), porém com custos de produção mais altos.
- *Coffea canephora* (café robusta): cultivado no Vietnã, Brasil, Indonésia, Costa do Marfim e outros países da Ásia, África e Oceania.

Se em 1990, no total produzido mundialmente, a participação do robusta equivalia a menos de 30%, atualmente chega a 45%. A variedade tem menor preço e é usada na constituição dos *blends* e produção de solúvel.

À medida que seus produtores aumentam a produtividade, aprimoram a qualidade e conseguem melhor organização, a cafeicultura brasileira fica cada vez mais competitiva no mundo.

No agronegócio brasileiro, a cadeia produtiva do café é a única dotada de uma ferramenta importante, representada pelo Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (Funcafé), criado na década de 1980, quando a produção gerava excedente em quase todas as safras. A sobra de cada ano foi armazenada e desovada aos poucos, com geração de renda. Hoje, o fundo está em torno de US\$ 3 bilhões, parte em café, parte em dinheiro, para fazer o financiamento da produção, de pesquisa, marketing etc.

#### Brasil: números do agronegócio café

Emprego	8 milhões
Produtores	300 mil
Hectares	2,4 milhões
Safra média - sacas	38 milhões
Indústrias torrefadoras	1.215
Indústrias de solúvel	7
Exportadores	220
Marcas de café	2.558

Fonte: CNC/ABIC



*O cerrado é a nova fronteira nacional, com recursos hídricos, boa topografia e elevada produtividade*

## Produção Vantagens competitivas

O Brasil é um país com grande diversidade e complexidade do parque cafeeiro. Isso possibilita produzir tanto o café robusta quanto o arábica, com participação respectiva de aproximadamente 25% e 75% na safra 2005/06.

As áreas cafeeiras do Brasil estão concentradas no Centro-Sul, com destaque para os estados de Minas Gerais, São Paulo, Espírito Santo e Paraná. A Região Nordeste também tem plantações na Bahia, e da Região Norte pode-se destacar Rondônia.

A produção de café arábica se concentra em São Paulo, Minas Gerais, Paraná, Bahia e parte do Espírito Santo, enquanto o café robusta é plantado principalmente no Espírito Santo e Rondônia.

#### Novas fronteiras

A partir dos anos 70, a abertura de novas fronteiras do café no País aconteceu em decorrência das fortes geadas no Paraná e dos subsídios e incentivos oferecidos pelo governo para os produtores da região do Cerrado mineiro. Atualmente, a Bahia é a nova fronteira nacional, com recursos hídricos, boa localização topográfica e elevada produtividade.

#### Fatores determinantes das novas fronteiras do café

Infra-estrutura do país  
Organização do negócio  
Combate às pragas e doenças  
Clima

Assim, dentro do próprio Brasil, a cafeicultura sofre mudanças significativas ao longo dos anos. O Paraná durante anos foi o principal estado produtor, com uma participação acima de 50% no parque cafeeiro nacional. São Paulo também teve a primazia de ser o principal produtor brasileiro. Hoje, Minas Gerais lidera com folga a produção, seguido do Espírito Santo, de São Paulo e do Paraná.

#### Participação dos Estados na produção de café (%)

Safra	Paraná	São Paulo	Minas Gerais	Espírito Santo	Outros Estados	Brasil
69/70	45,3	30,0	11,5	8,6	4,6	100
81/82	25,6	34,0	21,4	11,1	7,9	100
86/87	14,8	11,8	31,5	26,7	15,2	100
96/97	2,9	10,9	54,5	19,3	12,4	100
05/06	4,3	9,8	46,1	24,5	15,3	100

Fonte: IBGE/Conab



Da espécie robusta, a única variedade cultivada é a *conillon*. No entanto, na espécie arábica, existe um grande número de variedades. As duas variedades mais cultivadas no Brasil são a catuaí, com aproximadamente 60% do total, e a mundo-novo, com cerca de 35%. O restante é formado por variedades introduzidas nos últimos anos e resistentes a doenças, como o icatu, obatã, catucaí, entre outras.

Em processo lento, devido aos custos para a implantação de novas lavouras, os cafés tradicionais estão sendo substituídos gradativamente pelas novas variedades.

*Em dez anos, a demanda mundial crescerá de 123 milhões para 143 milhões de sacas, segundo dados da Organização Internacional do Café (OIC)*

## Estratégias comerciais e mercadológicas

### Lições de história

É difícil deter a concentração nos mercados de *commodities* a longo prazo, em que o consumo é massivo e a variável preço pesa muito. O produto barato tem a preferência. A saída é incorporar valor agregado às matérias primas. São diferenciações e especializações para atender aos segmentos e nichos restritos de consumidores mais exigentes.

A história do café brasileiro mostra a curva descendente da sua participação entre os produtores mundiais. O Brasil tinha 50% da exportação mundial até a primeira metade do século XX. Um valor expressivo. Essa *performance* sustentava-se mesmo diante das crises crônicas de superprodução e queda contagiosa nos preços do produto, com derrocadas econômicas de importantes regiões produtoras.

No período pós-cinquenta, outros países desenvolveram com sucesso técnico a rubiácea. A concorrência surgiu, cresceu e ganhou espaço. Se os embarques mundiais de café quadruplicaram, as exportações nacionais cresceram modestos 20%: houve uma queda relativa na participação brasileira de 50% para 25%.

Durante décadas, a gestão do café baseava-se na administração de suas cotações para controlar a oferta. A política de guarda-chuva de preço para o mercado internacional e a retenção de produto foram instrumentos rotineiros de comercialização. Um equívoco que facilitava o trabalho mercadológico de outros países.

Nos anos sessenta surgiram os acordos internacionais de café com a intenção de controlar a oferta de grão, por meio da distribuição de cotas de exportação. O mecanismo sucumbiu na virada dos anos oitenta para noventa, diante da superprodução mundial.

A partir de 1990, veio a surpresa, com o crescimento dos concorrentes. Os embarques dos vietnamitas: passaram de 1,2 milhões de sacas para mais de 10,0 milhões de sacas. A Colômbia, depois de uma colheita recorde de 12,7 milhões de sacas em 1991, caiu ao piso histórico de 10,0 milhões de sacas. O Brasil manteve-se estável.

Com as geadas nos cafezais brasileiros de 1994, houve uma quebra na safra e os preços internacionais reagiram. Veio a seguir uma fase muito boa. Entre 1995 e 1999 as cotações remuneraram e estimularam a produção. Na temporada 2002/2003 superou a marca recorde registrada em 1987. A saca de café caía em 50% e batia nos R\$ 90, contra um custo de produção de R\$ 135 a saca. O aumento de produção pressionava a oferta e os preços ficavam abaixo do mínimo histórico de US\$ 48 a saca.

Em junho de 2000, as autoridades aplicaram a política de retenção de café, na tentativa de recompor os preços. O resultado foi péssimo e houve uma queda de participação no mercado. Parecia que o País tinha perdido sua experiência e aprendizado acumulados ao longo do tempo.

Os países consumidores, a exemplo dos norte-americanos, tradicionais importadores de grãos nacionais, passaram a usar o café robusta do Vietnã, dentre outros, bem mais barato, na composição de seus *blends*.

O Vietnã planeja aumentar a área de produção de café arábica para 40 mil hectares, segundo a Associação do Café e Cacau do país. A meta é elevar a produção em 180 mil toneladas ao ano até 2010, por meio do cruzamento de seu café com variedades do arábica procedentes da Etiópia.

### Tendências favoráveis

Nos últimos anos, a taxa de crescimento da demanda interna cresce na média de 3% ao ano, acima da média internacional, de 1,5%, segundo estimativa da Organização Internacional do Café (OIC). Nesse ritmo, em dez anos, a demanda:

- doméstica ultrapassará a dos Estados Unidos, a maior do mundo, com consumo anual de 21,5 milhões de sacas de 60 quilos;
- mundial crescerá de 123 milhões para 143 milhões de sacas.

Para o cenário de 2010 e 2015, respectivamente, a colheita brasileira poderá chegar a 50 e 60 milhões de sacas, na hipótese do País sustentar um crescimento anual de 3,5% no consumo interno, e manter a sua participação de 30% a 35% no mercado mundial.

A tendência de elevação do consumo interno anual *per capita* de café é concreta. De 1998 a 2006 o índice passou de 4,50 quilos para 5,28 quilos. Em relação aos maiores países consumidores, há muito espaço ainda para crescimento.

O interesse em aumentar ganhos via diferenciação desperta a atenção para os cafés especiais no mercado nacional, com o aparecimento e consolidação das lojas especializadas em vendas de café, as *coffee shops*, já bem estruturadas nos EUA e Europa. A maior percepção da qualidade pelo consumidor brasileiro aumenta a procura pelo café especial, que pode passar dos atuais 5% para 10% do consumo até 2010.

#### Café: consumo per capita

Finlândia	11 kg/ano
Dinamarca	9,8 kg/ano
Noruega	9,5 kg/ano
Suécia	8,6 kg/ano
Áustria	7,0 kg/ano
Alemanha	6,9 kg/ano

Fonte: FAS/USDA, 2005

Entre 2001 e 2004, o mercado do café sofreu uma das piores crises das últimas décadas. Havia novamente um excedente de produção em razão de uma safra recorde de 48,5 milhões de sacas. O preço médio anual da saca de café exportado pelo Brasil chegou a US\$ 48,6, com muito prejuízo para o produtor.

Embora no final de 2004 e início de 2005 o preço tivesse reagido, a partir de junho de 2005, com a desvalorização do dólar em relação ao real, a receita do produtor voltou a contrair-se.

A produção mundial total de café verde está na faixa de 120 milhões de sacas de 60 kg e o consumo em 118 milhões, segundo as principais fontes internacionais. Como a oferta dos últimos anos tem ficado abaixo do consumo, a disponibilidade de produto caiu bastante.

Na presente temporada, os estoques mundiais de café estão em seu nível mais baixo desde 1976. A quantidade armazenada é suficiente apenas para cobrir três meses de consumo, segundo a Organização Internacional do Café (OIC). Os países produtores detêm menos de 20 milhões de sacas de 60 quilos.

A acirrada concorrência internacional exige estratégias comerciais e mercadológicas para diferenciar o produto brasileiro. O café exportado em grãos tem características de *commodity* – venda a granel, sem diferenciação de marca, origem ou qualidades decorrentes de uma procedência determinada ou de produtor distinto. Os países com grande potencial de expansão do setor cafeeiro são Brasil, Vietnã e México, que devem investir em tecnologia. A grande vantagem competitiva brasileira está no menor custo de produção em relação aos seus competidores.

Em termos de consumo há três grandes blocos no mundo:

- Europa Ocidental, EUA e América Latina, no consumo de café; Japão, Reino Unido, China, Rússia, no consumo de café e chá;
- Países consumidores de chá.

Países tradicionalmente bebedores de chá hoje produzem e exportam muito café, apesar de pouco consumirem, como Indonésia, Índia e Vietnã.

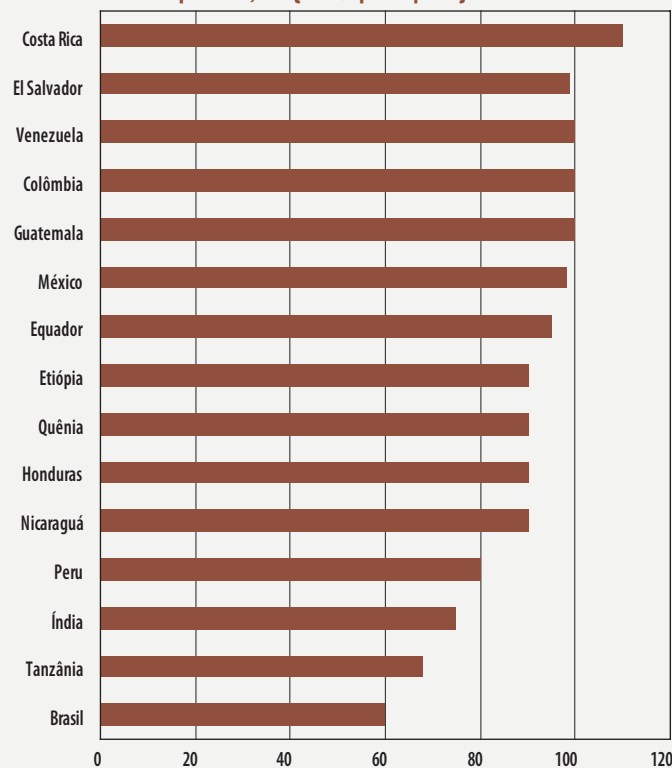
Segundo o Relatório do Desenvolvimento Humano do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud), as receitas com as exportações de café da Alemanha, Itália, Bélgica, Estados Unidos, França, Espanha, Holanda, Canadá, Inglaterra, Suíça, superam grande parte das dos países produtores, como El Salvador, Nicarágua, Quênia, Camarões, Peru, Equador, Honduras, Costa do Marfim e demais, relacionados na lista da OIC.

#### Preço médio de exportação (por saca)

Itália	US\$ 329,62
Alemanha	US\$ 162,61
Bélgica	US\$ 182,06
Estados Unidos	US\$ 165,25
Brasil	US\$ 42,59

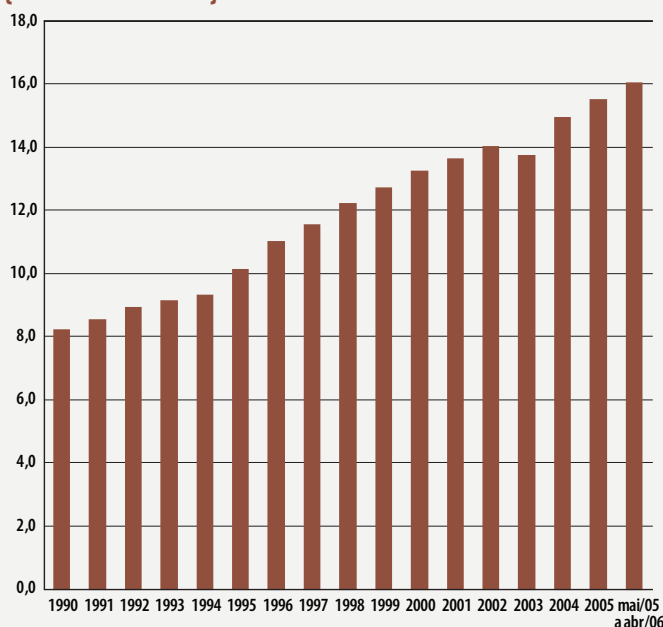
Fonte: Coffe Business. Média de 1989 a 2004

#### Café: custo de produção (US\$ por quilo)



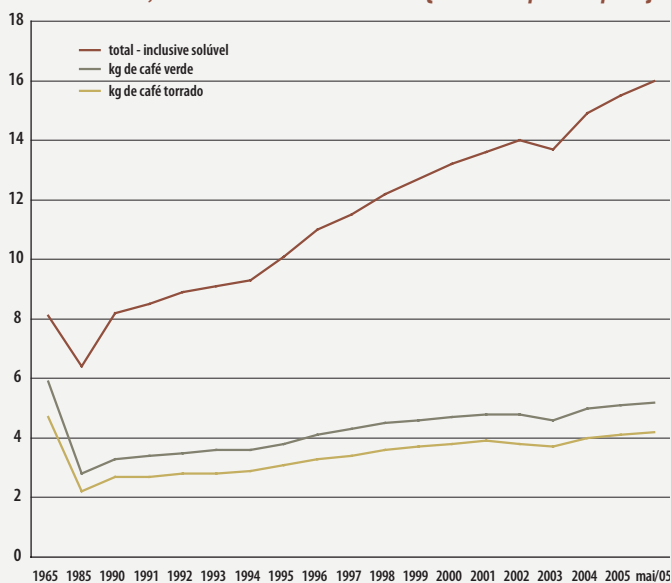
Fonte: Technoserve (2003)

**Brasil: evolução do consumo de café (milhões de sacas)**



Fonte: Abic. Ano - período: novembro a outubro

**Brasil: evolução do consumo de café (sacas e per capita)**



Fonte: Abic. Período: novembro a outubro

*O Brasil passou de uma produção de 16 milhões de sacas, em 1960, para 33 milhões em 2005*

## Competitividade Tripé baseado na tradição, no clima e no solo

Breno Mesquita\*  
Thiago Masson\*\*

A atividade cafeeira se inspira na diversidade da cultura brasileira para manter sua liderança em um ambiente mercadológico competitivo. Assim como o nosso mosaico cultural é composto por vários “brasis”, as diversas variedades cultivadas em mais de 2 milhões de hectares proporcionam o acesso do café brasileiro aos mais distintos mercados consumidores.

Tradição, condições climáticas e solos favoráveis contribuíram para que o Brasil consolidasse sua posição de principal produtor e exportador de cafés verdes. Entretanto, apenas isso não explica a nossa competitividade. Cada xícara consumida no País contém – além de diversas substâncias anticancerígenas – uma verdadeira revolução tecnológica.

Estudos da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) mostram que apesar da redução da área cultivada com café, o Brasil passou de uma produção de 16 milhões de sacas, em 1960, para 33 milhões de sacas em 2005 (acréscimo de 106% na produção). O aumento da produtividade, que dobrou entre as décadas de 90 e a atual, revela outro ingrediente de competitividade: o investimento em tecnologia e pesquisa agropecuária.

O uso de novas técnicas de manejo integrado, adensamento das lavouras, aprimoramento do controle fitossanitário e o desenvolvimento de novos cultivares reduziram custos e melhoraram a qualidade do café. A tecnologia também proporcionou a expansão da fronteira cafeeira. Hoje, a cafeicultura irrigada ocupa cerca de 200 mil hectares (10% do parque cafeeiro nacional).

Deve-se ressaltar, ainda, que a nossa competitividade ultrapassa os limites da porteira da fazenda. Mesmo diante do mecanismo de escalada tarifária e da questionável política européia anti-drogas – que desonera a importação de café industrializado proveniente dos países membros do Pacto Andino –, o café solúvel brasileiro expande, anualmente, suas fronteiras comerciais no Leste Europeu e Sudeste Asiático.

Além disso, o brasileiro tem redescoberto os benefícios e o prazer de beber um bom cafezinho. Se mantida a taxa de crescimento anual do consumo interno de 2,93% – contra 1,5% no mundo –, o País consumirá 21 milhões de sacas em 2010. Assim,

além de principal produtor e exportador de café *in natura*, será também o maior consumidor mundial, posto ocupado hoje pelos Estados Unidos.

\* Agropecuarista, Presidente da Comissão Nacional do Café da CNA

\*\* Bacharel em Relações Internacionais, Técnico da Comissão Nacional do Café da CNA

## Viçosa: case de sucesso

Luciano Piovesan Leme\*

Dada a importância socioeconômica da cafeicultura para o município de Viçosa (MG), a Secretaria Municipal de Agricultura e Meio Ambiente lançou em 1998 o Programa Municipal de Fomento à Cafeicultura – Pró Café, que conta com a parceria das empresas do Sistema Operacional da Agropecuária do Estado de Minas Gerais e da Universidade Federal de Viçosa. Com esses aliados, o programa passou a capacitar a mão-de-obra local e o produtor, levar tecnologia ao cafeicultor, inclusive com assistência técnica, além de implantar um viveiro, visando à renovação do parque cafeeiro, e construir terreiros.

Após quatro anos, o programa verificou que as maiores dificuldades dos produtores eram a comercialização e a falta de estrutura adequada para processamento do café pós-colheita. Assim, em 2002, o Pró Café passou a contar com o apoio da empresa italiana Illycaffè spa. Os diretores da empresa sugeriram que fosse realizado um estudo com o uso de uma estrutura completa de forma coletiva, com lavador e despulpador; equipamentos de secagem e armazenagem, para que fossem formados lotes no padrão exigido pela Illycaffè spa. Em 2003, foi feito um projeto piloto com cinco produtores que resultou em um lote de 107 sacas aprovadas pela empresa.

Com os resultados, foi firmada uma parceira para o beneficiamento do café. Desde então, foram processados 2,39 milhões de litros de café cereja, com produção de cerca de 4.600 sacas de café, das quais mais de 80% foram comercializadas para a Itália.

Aprovada pela Illycaffè, uma central experimental foi erguida e agora está em construção a Central de Beneficiamento Coletivo de Cafés Cereja, com investimentos de R\$ 1 milhão, que terá estrutura para uso coletivo de processamento, formando lotes com volume ideal para exportação, com alta qualidade de bebida e agregação de valor.

O desafio para 2007 é a Certificação de Origem e Qualidade dos Cafés. Os trabalhos já foram iniciados, com o levantamento de diagnóstico preliminar em campo, um código de conduta definido e a disponibilidade de técnicos para organizar o processo de pré-auditoria e treinamento de produtores e funcionários.

\* Zootecnista, Secretário de Agricultura e Meio Ambiente da Prefeitura Municipal de Viçosa

*No ambiente virtual, produtores, técnicos, extensionistas, pesquisadores e demais profissionais ligados ao café compartilham informações*

## Redes

## Inovar a comunicação

Heloíza Dias\*

Um modelo de gestão de negócios, baseado em tecnologia da informação e de cooperação, está inovando o agronegócio do café. Trata-se da Rede de Colaboração, Conhecimento e Negócios da Cadeia Produtiva dos Cafés do Brasil, um ambiente virtual, em que produtores, técnicos, extensionistas, pesquisadores e demais profissionais ligados ao negócio café compartilham informações e experiências, visando a aperfeiçoar processos de produção, pesquisa e comercialização, aumentar a competitividade e a explorar novas oportunidades de mercado.

Instituída há cinco meses pelo Conselho Nacional do Café (CNC), a partir de parceria firmada com o Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café (CBP&D/Café) e a empresa Radiumsystems.com., a Rede de Colaboração, Conhecimento e Negócios da Cadeia Produtiva dos Cafés do Brasil é um processo que se sustenta por meio de um portal de relacionamento estruturado com softwares de código aberto na internet.

Atualmente, a rede é composta por duas sub-redes: uma destinada ao segmento de produção (cafeicultores, cooperativas, associações etc.) e outra voltada à pesquisa e desenvolvimento da cafeicultura. Ao todo, são 23 comunidades de relacionamento, que discutem assuntos como finanças, logística, suprimentos, legislação, produção, comunicação, pesquisa e inovação, transferência tecnológica, assistência técnica, marketing, comercialização e desenvolvimento de produtos, gestão de recursos humanos, responsabilidade social e outros temas de interesse.

A Rede de Colaboração, Conhecimento e Negócios da Cadeia Produtiva dos Cafés do Brasil está alojada no portal Peabirus (<http://www.peabirus.com.br>), coordenado pela empresa Radiumsystems.com. O portal também abriga outras redes, como a de tecnologia, de São Caetano do Sul, a de alimentos, de Marília-SP, as de calçados de Birigui e Jaú, a de telecentros de informação e negócios [projeto nacional do MDIC] e a náutica [projeto nacional do setor] entre outras. Além de possibilitar a atuação integrada dos agentes envolvidos com o agronegócio café, a plataforma de mídia permite a conexão desses agentes com as demais redes e comunidades participantes.

\* Jornalista da Embrapa



# GOVERNANÇA NO AGRONEGÓCIO

*A cadeia produtiva do café tem sido capaz de responder aos desafios de cada época*

## Organização institucional Um modelo diferenciado

José Luis dos Santos Rufino\*

O café produziu e distribuiu riquezas ao longo da história do Brasil, contribuindo para a geração de renda, de divisas e de emprego. Sua importância econômica e social para o País tem raízes no início do período colonial, sendo sua relação com o desenvolvimento, desde então, uma tradição brasileira. Para tal, ao longo do tempo, o café foi um produto associado ao pioneirismo e à inovação, tendo, por isso mesmo, sua cadeia produtiva se caracterizado por engendrar arranjos institucionais capazes de responder aos desafios de cada época.

Na primeira metade do século XX, quando o café era o maior produto de exportação brasileiro, seu papel no desenvolvimento econômico e social do Brasil visava à defesa do valor externo da moeda, considerada vital para a estabilidade do nível geral dos preços naquele período. Nesse contexto, a necessidade de coordenar as ações setoriais, tendo por premissa a grande influência social e econômica do café no país, levou o Governo a criar, em 1933, o Departamento Nacional do Café, que foi substituído, em 1946, pelo Departamento Econômico do Café. Desde então, o setor veio se estruturando de forma diferenciada e atualmente, possui um arcabouço institucional ímpar no agronegócio brasileiro.

### Instituto Brasileiro do Café – IBC

Em 1952, pautado pela necessidade de implantar uma nova lógica de inserção do café na política econômica, o governo criou o Instituto Brasileiro do Café – IBC, com o objetivo de definir a política para o setor, controlar e coordenar sua estratégia, desde a produção até a comercialização interna e externa. Sob a coordenação desse instituto, o setor cafeeiro formou uma massa crítica e se reestruturou, obtendo grandes avanços. O setor foi convocado a exercer um novo papel no desenvolvimento econômico brasileiro, nas décadas de 1950 e 1960, cabendo-lhe o ônus de prover a maior parte das necessidades cambiais do país, gerando divisas para comprar bens de capital que se destinavam a apoiar o nascente processo de industrialização do Brasil.

### Organização Internacional do Café – OIC

Consistente com política interna, a cadeia produtiva do café, ancorada na diplomacia brasileira inovou ao buscar apoio de outros países produtores para a realização de acordos internacionais a partir da década de 1950, inaugurando uma nova estratégia para estabelecer relações de parcerias que é até hoje utilizada com as devidas adaptações. Esse exercício, envolvendo todos os países produtores e, posteriormente, também os principais países consumidores, resultou, em 1962, na criação da Organização Internacional do Café (OIC), uma experiência inédita no agronegócio mundial que se sustenta até os dias de hoje, tendo por objetivo a busca de um mercado internacional mais equilibrado e justo. Com o fim das cláusulas econômicas que eram o principal foco dos acordos, houve um esvaziamento do papel da OIC, mas que continua a funcionar como um fórum importante para o setor.



### Fundo de Defesa da Economia Cafeeira – Funcafé

Em 1987, foi criado o Funcafé a partir de uma quota de contribuição sobre o café exportado com o intuito de controlar a inflação e administrar o excedente de café. Os recursos arrecadados eram destinados à defesa dos preços externos, promoção da expansão do consumo e melhoria do padrão da produção nacional. O fundo era administrado pelo IBC.

O setor, além de pagar impostos como outros produtos, foi pioneiro na implementação de uma contribuição baseada em taxas extras, específicas para constituir um fundo de desenvolvimento setorial, usando recursos do próprio setor no financiamento das safras brasileiras e de programas de pesquisa e marketing. O fundo ainda nos dias atuais é o principal pilar das políticas de apoio ao setor, com recursos da ordem de R\$ 3 bilhões.

### Departamento Nacional do Café – DNAC

No início da década de 1990, com o fim das cláusulas econômicas da OIC e em meio à onda liberalizante que assolava a economia mundial, o setor cafeeiro é chamado a reagir a um novo conjunto de fortes mudanças. O governo brasileiro extingue o IBC e não cria uma nova instituição para substituí-lo na coordenação da cadeia produtiva do café, deixando um vazio institucional no estabelecimento e execução das políticas setoriais. Abruptamente, os diversos segmentos do agronegócio café brasileiro tiveram que enfrentar uma nova realidade onde passou a imperar a liberalização total do mercado.

As lideranças mobilizaram todos os segmentos da cadeia café, em parceria com a Confederação Brasileira de Agricultura (CNA) e fizeram valer seu peso político viabilizando a criação, em 1993, do Departamento Nacional do Café (DNAC), dentro da estrutura do Ministério da Indústria, Comércio e Turismo (MICT), com a finalidade de atender as demandas setoriais internas e negociar políticas externas. O DNAC foi substituído pelo Departamento do Café (DCAF), vinculado atualmente à Secretaria de Produção e Agroenergia do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

Nesse período, foi criada a Associação dos Países Produtores de Café (APPC) formada por 28 países que, juntos, eram responsáveis por 75% da produção mundial e procuravam defender os interesses da produção.

### Conselho Deliberativo da Política do Café – CDPC

Por pressão dessas mesmas representações de classe, com o apoio dos deputados federais comprometidos com o setor, em especial os Deputados Carlos Melles e Silas Brasileiro, em dezembro de 1995, a Câmara instituiu uma Comissão Especial, com o objetivo de promover o debate sobre a gestão do Funcafé e a reconstituição de um aparato institucional que, em bases modernas e consistentes com os novos tempos, desse sustentação para ampliar a competitividade do agronegócio Café Brasileiro.

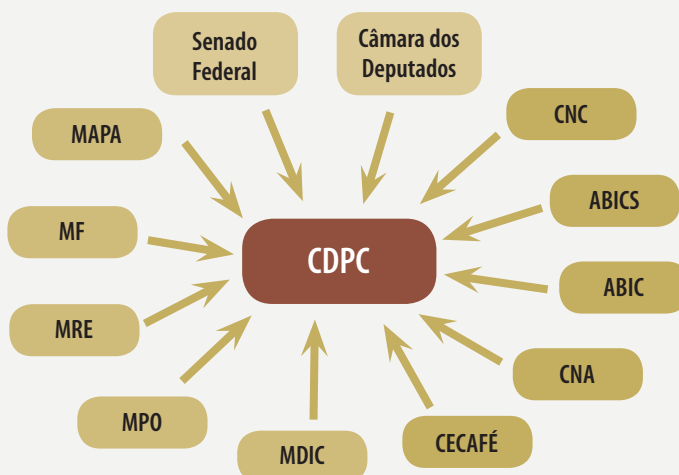
A comissão de parlamentares recomendou a criação do Conselho Deliberativo da Política do Café (CDPC) com a finalidade maior de deliberar sobre as políticas para o setor cafeeiro. Em outubro de 1996, seguindo tal recomendação, o setor cafeeiro, em parceria com o governo federal, constituiu o CDPC, uma instância de diálogo democrático e de decisão, que representa um avanço institucional importante, que vem sendo aperfeiçoado e consolidado no exercício de suas ações. O Conselho surgiu como uma proposta inovadora e democrática de governança da cadeia produtiva, fortalecendo o conceito de parceria público-privada.

Deliberações importantes foram tomadas sobre os rumos da cafeicultura brasileira, destacando-se os planos de safra que utilizam recursos do Funcafé para custeio, colheita e comercialização. Decisões também têm sido tomadas sobre a alocação de recursos do fundo para manutenção e venda de estoques e para colocar em prática as atividades estratégicas, as de previsão de safra, as de promoção e *marketing*, e as de pesquisa e transferência de tecnologia para o café brasileiro.

### Consórcio de Pesquisa

Dentre os arranjos modernos, inovadores e arrojados propostos pelo agronegócio Café, vale destacar ainda a criação do Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café. (CBP&D). Esse consórcio, responsável pela execução do Programa Nacional de Pesquisa de Café, é coordenado pela Embrapa e formado por mais de 40 instituições do Sistema Nacional de Pesquisa Agropecuária, composto por Universidades e instituições públicas e privadas de Pesquisa de Inovação Tecnológica (P&D e Inovação) e transferência de tecnologia para o setor cafeeiro.

### Instituições componentes do CDPC



### Frente Parlamentar do Café

Complementando esse arranjo público-privado para governança da cadeia produtiva do café, formou-se a Frente Parlamentar do Café, atualmente constituída por 126 Deputados e 06 Senadores, com o objetivo primordial de debater e promover o Agronegócio Café Brasileiro dentro do Congresso Nacional. Mais uma vez o setor cafeeiro inovou ao estabelecer estreita parceria com o entre os poderes público e privado, sendo o café o único produto que dispõe desta ligação formalmente estabelecida com o poder legislativo federal.

### Centro de Inteligência do Café – CIC

Em 2005, foi criado pelo Governo de Minas Gerais o Centro de Inteligência do Café (CIC) que era uma antiga aspiração de muitas lideranças. O CIC tem a missão de fazer a gestão da informação estratégica para o setor, organizar bancos de dados e elaborar estudos e projetos de interesse do setor. O CIC está em funcionamento, devendo ser ampliado e pode ser consultado no site [www.cicbr.org.br](http://www.cicbr.org.br).

### Parceria público-privada – base da construção do futuro

Há um consenso cada vez mais forte de que o desenvolvimento de uma nação depende da sua capacidade de articular governo e sociedade em torno de objetivos comuns, que se torna realidade na construção de parcerias público-privadas em todos os campos.

Os arranjos políticos-institucionais para a governança da cadeia produtiva do café estão alinhados a essa percepção, a qual se torna mais consistente, na medida em que os segmentos privados que compõem a cadeia café estão bem representados e trabalhando integrados entre si e com o governo no CDPC.

O aprimoramento deste arcabouço institucional – que se destaca por ter um conselho deliberativo, um fundo, uma frente parlamentar, um consórcio de pesquisa, um centro de inteligência, segmentos privados bem representados e uma interlocução clara com o governo – pode trazer subsídios importantes para a definição do modelo ideal de organização do agronegócio brasileiro.

\* Pesquisador da Embrapa e professor da UFV

O CeCafé anuncia a realização do

2º  
Forum  
&

Coffee Dinner

SÃO PAULO - BRASIL  
31 de Maio de 2007

CeCafé

O início da colheita da safra 2007/08 do café brasileiro será marcado com a realização do 2º Fórum & CoffeeDinner, encontro de negócios e congraçamento entre os diversos agentes do agronegócio nacional e internacional e uma excelente oportunidade para rever clientes e amigos e discutir temas de interesse e importância para o café.

Agende desde já este importante compromisso.

**Informações:**

[coffeedinner@cecafe.com.br](mailto:coffeedinner@cecafe.com.br)  
telefone: (11) 3079-3755

**CeCafé**  
Conselho dos Exportadores de Café do Brasil

*“O Funcafé também precisa ser revisto, para não sofrer com as limitações do Orçamento da União”*

*Os principais pontos de conflito estão no documento dos Estados Unidos, que propõe um novo acordo*

## Política cafeeira

# Importância da autonomia e flexibilidade

Maurício Miarelli\*

O Conselho Deliberativo da Política do Café (CDPC) e o Fundo de Defesa da Economia Cafeeira são componentes da cadeia do café que não têm similar no agronegócio brasileiro. Representam um avanço institucional e têm sido a base do fortalecimento do setor, integrando segmentos da cadeia e governo, exercitando de forma eficiente a tão propalada parceria público-privada.

Apesar dos avanços, há um consenso, refletido nas entrevistas feitas para elaborar o Plano Estratégico de Desenvolvimento da Economia Cafeeira (Pedec), que o modelo pode e precisa ser aprimorado. Se o setor quer ter mais independência de gestão, é preciso ter auto-suficiência econômica, que depende da autonomia do CDPC e do Funcafé.

É necessário que o conselho possa definir as políticas e a gestão do fundo. O CDPC deve ser, de fato, deliberativo do Funcafé, pois é a possibilidade de alocar seus recursos que dá ao conselho seu poder de aglutinação. Por isso, o CDPC deve ser mantido como um conselho superior, apoiado por comitês técnicos, como atualmente, mas com a nomeação de seu presidente pelo presidente da República, a partir de lista tríplice.

O Funcafé também precisa ser revisto, para não sofrer com as limitações do Orçamento da União e poder utilizar seus recursos sem depender de decisões dos ministérios da Fazenda e do Planejamento associadas ao déficit fiscal e a outros indicadores. Há fundos que podem oferecer subsídios para essa reformulação. Outra questão importante é avaliar a possibilidade e a necessidade de realimentá-lo, pois parte de suas aplicações não tem retorno.

A proposta de maior autonomia está incluída nas discussões do Comitê de Planejamento Estratégico do CDPC e também da Comissão Especial do Café criada na Câmara dos Deputados.

\* Presidente do Conselho Nacional do Café (CNC)

## Desafios da OIC

# O novo Acordo Internacional do Café

Joaquim Libânio Ferreira Leite\*

A Organização Internacional do Café (OIC) pauta suas ações em acordos que têm como signatários os países produtores e consumidores. O atual deverá expirar em 2007. Por essa razão, está em discussão sua renovação, com emendas que se fizerem necessárias, ou a elaboração de um novo acordo, com mudanças mais substanciais.

No entanto, apesar de diversas reuniões, ainda não houve consenso. Por isso, a instituição definiu um grupo de trabalho, aberto aos países membros, com prazo até maio próximo para apresentação de um documento que acomode as divergências.

Os principais pontos de conflito estão no documento dos Estados Unidos, o qual propõe um novo acordo, com seis pontos básicos:

- Estabelecer uma declaração clara de objetivos da OIC;
- Modificar o sistema de votação;
- Reduzir o número de reuniões de três para uma por ano, eliminando a Junta Executiva;
- Aumentar a duração do acordo de seis para 10 anos;
- Expandir e melhorar o trabalho estatístico da OIC;
- Aumentar a participação da Junta Consultiva do Setor Privado.

Já a União Européia defende que não é necessário um novo acordo, e sim, fazer ajustes no atual, posição também defendida pela maioria dos países produtores, inclusive o Brasil.

A Junta do Setor Privado apresentou um documento com pontos em comum com o americano, adicionando a eliminação de tarifas, o aprofundamento das parcerias público-privadas, o trabalho nas áreas de sustentabilidade, pesquisa, desenvolvimento e promoção em mercados emergentes e educação dos consumidores e dos produtores [*neste caso, para o gerenciamento de risco*].

Considera-se importante nem tanto a forma do acordo, mas a sua consolidação como um instrumento que contribua para que a OIC cumpra bem seu papel.

O CNC defende que o Brasil tenha uma posição mais pró-ativa, na linha da posição americana e do setor privado, sem modificar o sistema de votação.

\* Superintendente de Mercado Externo da Cooxupé



# PAPEL DAS COOPERATIVAS

*Pequenos e médios cafeicultores são responsáveis por quase 1/3 da produção brasileira e estão, em sua maior parcela, organizados em cooperativas*

## Energia da organização Sistema avança a produção

Sigismundo Bialoskorski Neto\*  
Ricardo Lima de Andrade \*\*

Em importantes regiões produtoras do País, a cafeicultura está associada às pequenas e médias propriedades rurais, responsáveis por perto de 1/3 do parque produtor. Muitas vezes, pela impossibilidade de mecanizar os tratos culturais, as unidades utilizam intensa mão-de-obra ao longo de todo ano agrícola. Organizadas em cooperativas, ganham força na comercialização da produção, conseguem assistência técnica e fazem uso de insumos.

As cooperativas foram constituídas, em sua maioria, ao longo das décadas passadas, com o objetivo de organizar a produção de café. Representam o “braço econômico e social” do setor. Suas atividades abrangem:

- O processo de modernização do sistema produtivo, por meio da difusão de tecnologia e assistência técnica;
- A comercialização da safra para a melhora da remuneração do cafeicultor.

Relacionada à tentativa de proteção do produtor rural contra as variações de renda do setor, a formação das cooperativas acompanha o desenvolvimento e o trajeto da cafeicultura nacional.

Como os produtores de café são tomadores de preços e obrigados a enfrentar mercados concentrados, as cooperativas de café prestam uma importante função de negociar preços “antes da porteira” e de propiciar a agregação de valor “depois da porteira”.

### Cooperativas: mix de produtos, serviços e tecnologias aos associados

Escolha de áreas para plantio;  
Análises de solo;  
Recomendações agronômicas;  
Acompanhamento técnico;  
Insumos modernos;  
Créditos de custeio, armazenagem e comercialização;  
Agregação de valores através da torrefação;  
Distribuição ao mercado consumidor.

Ao agregar renda aos produtores rurais, as cooperativas fortalecem as economias das regiões produtoras. Nos locais onde há cooperativas pesquisas mostram que, para cada 10% de aumento na proporção de cooperados, há um acréscimo de perto de 2,5% da renda média local.

A Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB) contabilizou 74 cooperativas com operações café. Em 40 delas, o produto era sua principal atividade. Aproximadamente 28% do café nacional, perto de 10 milhões de sacas em média, são originados por meio de cooperativas agropecuárias, localizadas principalmente no sul de Minas Gerais, na Alta Mogiana, no estado de São Paulo, e no Cerrado mineiro. Esses números referem-se a levantamento de 2005.

## Organizações que compõem o CNC

### BSCA

A Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA) foi criada há 15 anos. Atualmente, possui associados no sul de Minas, Matas de Minas, Cerrado, Chapadas de Minas, Mogiana, Bahia e Paraná. Como seus membros estão em uma área geográfica ampla, abrangendo diversas latitudes e climas, a BSCA fornece cafés com uma gama diversificada de sabores e qualidades.

### Caccer

O mais jovem associado do CNC é o Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado (Caccer), criado em 2002. A instituição congrega seis associações e igual número de cooperativas localizadas no Cerrado. Em 2005, foi reconhecida como a primeira Denominação Geográfica de Café do Brasil e do mundo, segundo normas da Organização Mundial de Propriedade Intelectual.

### Cafenoel

A Cooperativa de Cafeicultores da Zona de São Manoel (Cafenoel) foi fundada em 1960 por produtores que queriam melhores preços para o seu café. Hoje, a instituição tem mais de 1,5 mil associados em mais de 30 municípios paulistas. Possui em sua sede um conglomerado com supermercado, loja de insumos agropecuários, fábrica de rações, canteiro de mudas e armazéns.

### Camda

A Cooperativa Agrícola Mista de Adamantina (Camda) nasceu em 1965, quando alguns agricultores se uniram. O objetivo era fortalecer a comercialização da produção, facilitar a aquisição de insumos e outros produtos necessários para a lavoura. Hoje, a instituição cresceu e, neste ano, está entre as maiores empresas no Brasil, segundo o Guia da Revista Exame.

### Capebe

A Cooperativa Agropecuária de Boa Esperança Ltda (Capebe) foi criada em 1963 no sul de Minas Gerais. Hoje, está presente em 14 municípios da região, atendendo a 5 mil associados ligados ao café, leite e milho. A Capebe possui cinco filiais, além de armazéns, fábrica de ração, lojas de insumos, laboratório de análise de solo e folha, posto de combustível e de laticínios.

### Casul

Em 1960, um grupo de produtores de Parapuã (SP) reuniu-se para constituir uma cooperativa, com o objetivo de padronizar e exportar a produção de café de seus associados. Nascia ali a Cooperativa Agrária de Cafeicultores do Sul de São Paulo (Casul). Hoje, a instituição tem filiais em vários municípios de São Paulo, além de viveiro de mudas e usina de látex.

A exportação de café das cooperativas é estimada em aproximadamente 6% das exportações brasileiras. Grande parte da origem de cafés para a exportação é realizada nas cooperativas de cafeicultores em aquisições diretas pelos *players* exportadores.

Em função da nova dinâmica do agronegócio mundial, e por consequência também da cafeicultura, as cooperativas assumem o importante desafio de promover a agregação de valor ao produto e o acesso a mercados internacionais, com o desenvolvimento de estratégias para a industrialização e distribuição.

Para os dirigentes e cooperados, o objetivo passa a não ser mais apenas a produção de café, mas também como e onde acessar os consumidores mais exigentes. É o caso da oferta de produto torrado e moído, de valor agregado, por meio de marcas de qualidade, além de estratégias para chegar diretamente até o consumidor final por meio do estabelecimento de cafeterias.

Cada vez mais, a cooperativa de café visualiza a cafeicultura dentro de modernos conceitos de cadeias de negócios. Assim, participa mais e melhor na captura de valores, com o desenvolvimento de estratégias para o avanço nos segmentos posteriores à produção. Isso permite maior proximidade com os consumidores, de modo a prever os movimentos de hábitos de consumo e ajustar os seus planos iniciais de produção. A formação de alianças estratégicas, *networks* e parcerias para o fortalecimento do setor pela associação entre cooperativas é o maior desafio para que o sistema cooperativo brasileiro do agronegócio do café evolua, agregue valor ao produto, e permaneça competitivo em um mundo de negócios cada vez mais exigente e desafiador.

\* Professor Titular e Vice-Diretor da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo.

\*\* Diretor-Secretário da Cocapec

*Desde instituições pequenas até grandes organizações embarcam todos os anos milhares de sacas de café*

## Exportação Foco do setor

Neila Baldi\*

A eficiência das cooperativas de café pode ser comprovada também pelas exportações. Entre os associados ao Conselho Nacional do Café (CNC), vários já desenvolvem comércio exterior. Desde instituições pequenas, com volumes incipientes, até grandes organizações embarcam todos os anos milhares de sacas de café.

A pioneira foi a Cooperativa Regional de Cafeicultura em Guaxupé Ltda (Cooxupé), que iniciou a venda de café para o exterior em 1978, com 700 sacas. Hoje, a cooperativa exporta 1,3 milhão de sacas, volume que corresponde por mais de 15% da safra de seus associados. Com essa quantidade, a cooperativa já é o quarto maior exportador do País, atendendo a 35 mercados.

Na Cooperativa de São Sebastião do Paraíso (Cooparaíso) o comércio externo responde por 15% do faturamento. Desde 1994 embarcando café verde em grão para o exterior, hoje a cooperativa atende a 11 países, sendo Japão e Alemanha os principais consumidores.

Embora 80% dos cafés recebidos pela Cooperativa de Cafeicultores e Agropecuaristas (Cocapec) sejam exportados, o comércio exterior de forma direta ainda é modesto, mas busca um mercado diferenciado em preço. Em média, a co-

### Cocapec

A Cooperativa de Cafeicultores e Agropecuaristas (Cocapec), com sede em Franca (SP), foi criada em 1985. Desde então, enfrentou junto com os produtores as fortes crises da cafeicultura nacional, mas também cresceu com eles, nos momentos bons, expandindo seus núcleos de atuação. Hoje, cerca de 70% de seus associados estão ligados ao café.

### Cocarive

Fundada em 1961 em Carmo de Minas, uma das mais privilegiadas zonas produtoras de cafés finos do Sul de Minas Gerais, a Cooperativa Regional dos Cafeicultores do Vale do Rio Verde (Cocarive) tem cerca de 400 associados que entregam anualmente uma média de 140 mil sacas de cafés. A cooperativa possui instalação completa para processamento dos cafés dos associados.

### Cocatrel

A Cooperativa dos Cafeicultores da Zona de Três Pontas (Cocatrel) entrou em operação em 1961, na cidade mineira com o mesmo nome. Hoje é a segunda maior cooperativa de cafeicultores do País, reunindo quatro mil produtores que, nas safras mais produtivas, colhem mais de 1,3 milhão de sacas de café. Além de Minas Gerais, possui filiais em São Paulo.

### Coccamig

Fundada em 1985 por um grupo de 12 cooperativas com a finalidade de comprar e vender em comum, importar e exportar, pesquisar e treinar pessoal, a Central das Cooperativas Agropecuárias de Minas Gerais (Coccamig) conseguiu, ao longo destes anos, ter pelo menos um membro de seu conselho deliberativo nas diretorias dos principais órgãos representativos da classe.

### Cofercatu

Fundada em 11 de junho de 1963 por produtores rurais, com o objetivo de beneficiar, padronizar, vender e exportar os cafés de seus cooperados. Localizada no Paraná, a Cooperativa Agropecuária dos Cafeicultores de Porecatu Ltda (Cofercatu), atua, além do café, com grãos e cana-de-açúcar. Hoje, possui 12 unidades espalhadas em diversas regiões daquele estado.

### Coopercam

A Cooperativa dos Cafeicultores de Campos Gerais e Campo do Meio (Coopercam) foi fundada em 1980 por um grupo de produtores que tinham dificuldades em adquirir insumos, estocar e comercializar a safra. Atualmente, a instituição tem uma boa estrutura para atender seus cooperados, tanto na área de café como no setor de leite, contando com armazém para 250 mil sacas de café.

operativa embarca 25 mil sacas por ano, com um crescimento anual de 1,5%. Os envios diretos respondem por 10% das vendas da Cocapec.

O Cerrado também comercializa café com o exterior, por meio do Expocaccer, que vende anualmente cerca de 150 mil sacas do produto. Desde 1998 a instituição exporta café em grão, sendo 40% de produto especial e o restante de commodity. Toda a exportação é voltada para os Estados Unidos (40%), a Ásia (40%) e a Europa (20%).

A mais nova a entrar no mercado externo foi a Cooperativa dos Cafeicultores da Região de Pinhal (Coopinhal). No meio deste ano, a empresa abriu a primeira torrefadora de café brasileiro na Rússia, a qual processará 50 toneladas por mês do produto.

\* Jornalista

*Hoje, 2,8 milhões de cooperados têm acesso ao crédito e aos serviços bancários*

## Crédito Cooperativismo ganha força

Antonio Bomfim\*

O cooperativismo de crédito brasileiro está conquistando espaço importante no Sistema Financeiro Nacional. Trata-se de método

de gestão democrático e independente, que maximiza resultados e trabalha com o desenvolvimento econômico e social dos segmentos envolvidos.

Apesar de todos os avanços desde a sua chegada ao Brasil, em 1902, as cooperativas precisam recuperar o atraso histórico, difundindo o ideário do bem comum nas áreas rurais e urbanas. Para continuar o processo de expansão, é necessário priorizar a consolidação e o aperfeiçoamento estrutural do sistema, com políticas de capacitação e qualificação.

Hoje, 2,8 milhões de cooperados têm acesso ao crédito e aos serviços bancários de forma justa e igualitária, graças ao crescimento econômico e à evolução da legislação. Segundo o último levantamento do Banco Central, realizado em março deste ano, existem 1.436 cooperativas de crédito no País, das quais 667 pertencem ao Sicoob, maior sistema do segmento, e 1943 pontos de atendimento.

O cenário amplamente favorável também permitiu a criação de bancos cooperativos no País. Bancoob e Banco do Scred atuam no mercado e oferecem, além dos serviços bancários convencionais, produtos às cooperativas, como empréstimos, financiamentos, poupança, recebimento de contas, cartões de débito e de crédito, capitalização, repasses de recursos governamentais e fundos de investimento, com juros abaixo dos do mercado, sem perder de vista os valores sociais, a ajuda mútua e o espírito de grupo.

\* É diretor-presidente do Banco Cooperativo do Brasil (Bancoob).

### Cooabriel

A Cooperativa Agrária dos Cafeicultores de São Gabriel Ltda (Cooabriel) nasceu em 1963, no Norte do Espírito Santo, quando foi montado um setor de consumo para atender os sócios. Com o passar do tempo, a cooperativa começou a prestar serviços de comercialização, beneficiamento e armazenagem do café. Hoje a instituição é referência quando o assunto é café conilon.

### Cooparaíso

A Cooperativa de São Sebastião do Paraíso (Cooparaíso) está no mercado há 46 anos. Criada no Sudeste de Minas Gerais, hoje a instituição atua também no Sul de Minas e na Mogiana Paulista. Ao longo destes anos, a cooperativa ajudou, por meio da difusão de tecnologia, a melhorar o parque cafeeiro da região, com a realização de planos de renovação.

### Cooperrita

Tradicional produtora de leite, a região de Santa Rita do Sapucaí (MG) viu florescer, em 1957, o cooperativismo. Nascia a Sociedade Cooperativa de Laticínio Santa Rita Ltda que, em 1973, incorporou a Cooperativa de Cafeicultores de Santa Rita do Sapucaí. Hoje a Cooperativa Regional Agro-Pecuária de Santa Rita do Sapucaí Ltda (Cooperrita) atua também com milho.

### Coopinhal

Fundada em 1959, em Espírito do Pinhal (SP), a Cooperativa dos Cafeicultores da Região de Pinhal (Coopinhal) tem 300 cooperados, distribuídos

nos nove municípios que compõem a sua área de abrangência. A instituição oferece aos seus associados armazém com capacidade para o recebimento de 80 mil sacas de café, além do maquinário para o benefício do produto.

### Cooxupé

A origem da Cooperativa Regional de Cafeicultura em Guaxupé Ltda (Cooxupé) data de 1932, com a criação da Cooperativa de Crédito Agrícola, que a partir de 1957 começou a atuar com café. Hoje a Cooxupé conta com aproximadamente 11 mil cooperados, recebendo café de 103 municípios localizados no Sul de Minas, Cerrado Mineiro e Vale do Rio Pardo (SP).

### Minasul

A Cooperativa de Cafeicultores da Zona de Varginha Ltda (Minasul) nasceu em 1958. Hoje, comercializa, em média, 750 mil sacas por ano, sendo 85% de cafés finos exportados. Em reconhecimento ao seu trabalho, neste ano, a Minasul foi homenageada pela Revista Globo Rural por ser uma das "10 Melhores do Agronegócio 2006", no segmento "Indústria do Café".

### Unicoop

A União Cooperativa Agropecuária Sul de Minas (Unicoop) foi criada em 1994, em Três Pontas, quando 100 produtores de café se uniram visando a constituir uma sociedade forte que, em busca de propiciar melhores negócios e oportunidades, tendo como base uma administração sólida e transparente. A cooperativa é formada por um quadro social jovem.

## RENDA NO CAMPO

*Se não houver uma política consistente que assegure renda, uma parcela significativa de produtores deixará o mercado*

### Análise A real situação do produtor

Alberto Duque Portugal\*

O grande desafio de produtores de *commodities*, como o café, é a manutenção de um nível de renda que torne a atividade sustentável ao longo do tempo. Os ganhos de produtividade que poderiam resultar em aumento de produção e redução de custo por unidade produzida, portanto em melhor renda, têm funcionado somente, como um pré-requisito para que o produtor se mantenha no negócio, dentro de um determinado nível de eficiência. Se não tiver ganhos de produtividade, ele sai do mercado.

Todos os ganhos de produtividade têm sido transferidos 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, o processo de transferência de renda é compensado por meio de subsídios que, quando dados de forma exagerada, como ocorre nos EUA, Comunidade Européia e Japão, provocam distorções no mercado. Entretanto, é possível implementar medidas como crédito para ordenar o fluxo de comercialização, seguro rural, defesa fito-sanitária, tecnologia, eliminação de barreiras a comercialização, redução de tributação, melhoria de logística etc. que, sem distorcer o mercado, são capazes de melhorar a competitividade, compensando as perdas do setor de produção.

Uma análise da cafeicultura na década atual mostra como a ausência de uma política adequada vem comprometendo a renda do setor. Em diversos segmentos da sociedade, como o político e o governamental e até mesmo a mídia, há uma percepção errônea de que a cafeicultura vive um bom momento, gerando renda para os produtores e que, portanto, o setor tem capacidade de saldar seus compromissos. É comum ouvir que “os três cês – cana, citros e café – vão bem”.

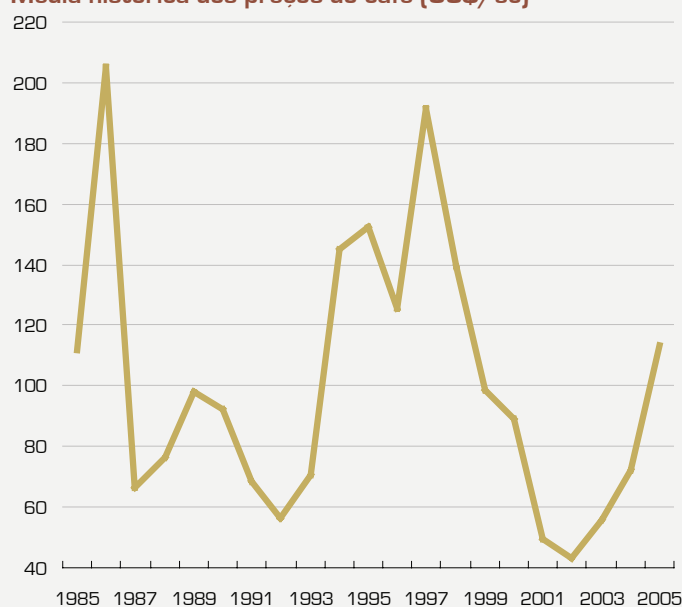
No entanto, o café, como várias outras *commodities* importantes da agropecuária brasileira, vive um momento extremamente delicado, em consequência principalmente de três fatores:

- (a) a grave crise de preço e renda, que marcou o período 2001-2004 e provocou forte descapitalização;
- (b) a desvalorização do dólar, problema comum a todas as *commodities*, que, no caso da café, colocou o custo de produção e o preço de venda em reais muito próximos, deixando o produtor sem margem de ganho;
- (c) a forte especulação do mercado, provocando grande volatilidade.

### Descapitalização

O período 2001-2004 caracterizou-se por preços extremamente baixos, entre US\$ 34 e US\$ 56 por saca (de 60 quilos) de café arábica, que representa cerca de 70% do café brasileiro, conforme mostra o gráfico a seguir.

### Média histórica dos preços do café (US\$/sc)



Fonte: Cooperativas

Esses valores estão muito abaixo do custo de produção estimado no mesmo período, entre US\$ 70 e US\$ 96 por saca, para uma produtividade de 20 sacas por hectare, gerando perdas sistêmicas para os produtores. Portanto, durante cinco anos, os cafeicultores tiveram renda negativa (ver tabela 1).



### Brasil: evolução do custo do preço e da renda do café – produtividade 20sc/ha

Ano	Custo (US\$/sc)	Preço (US\$/sc)	Renda (US\$)
2000	99,89	88,63	-11,1
2001	81,79	49,64	-32,2
2002	70,57	43,3	-27,3
2003	77,77	55,96	-21,8
2004	95,7	72,45	-23,3

Fonte: Cooperativas

No final de 2004, houve uma recuperação dos preços do café no mercado mundial e o produtor começou a capitalizar-se. Na época, esperava-se que se iniciaria um período de preços favoráveis, o que asseguraria renda para o setor. Entretanto, esse período de preços remuneradores para os produtores brasileiros foi muito curto, terminando em junho de 2005, devido à forte desvalorização do dólar frente ao real, anulando os ganhos obtidos no mercado internacional. O dólar caiu de R\$2,80 em janeiro de 2005 para R\$2,40 em julho e para cerca de R\$2,15 ao longo de 2006. Ou seja, o cafeicultor amargou cinco anos de crise e teve pouco mais de 6 meses para recuperar o prejuízo. Passado esse período, os valores pagos pelo produto voltaram a cair, conforme pode ser visto na TABELA 2.

### Renda em 2005 e 2006

A partir de julho de 2005, o preço da saca de café caiu significativamente, principalmente em função do dólar. No sul de Minas Gerais, o valor médio de venda para o produtor no período julho de 2005 a setembro de 2006 foi de R\$ 242,02 por saca (TABELA 2). Se for considerado que na comercialização o produtor tem um desconto de cerca de 4,5% (impostos, armazenagem e outras taxas), ele recebeu, no período, cerca de R\$ 231,13 por saca.

O custo total de produção de uma saca de café no sul de Minas Gerais, calculado sob a coordenação da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab), em um trabalho em parceria com as cooperativas, era de R\$ 229,49 para uma produtividade de 25 sacas por hectare, a preços de novembro de 2005.

Essa produtividade está acima da média da região que, no último levantamento da Conab, foi de 21,13 sacas por hectare, obtida em um ano de alta produtividade e produção, colheita de 2006. Na safra anterior, colheita de 2005, que foi de baixa produtividade, a média na região foi de 13,59 sacas por hectare. Portanto, pode-se estimar que o custo total real para o produtor seja ainda maior.

Verifica-se que, nos últimos 15 meses, o produtor vendeu sua produção com uma margem de R\$ 1,64 por saca, consi-

### Brasil: média dos preços pagos aos produtores

Mês	2005		2006	
	R\$	US\$	R\$	US\$
Janeiro	280,05	104,05	284,91	125,40
Fevereiro	303,72	116,92	266,44	123,2
Março	336,77	124,50	249,91	116,17
Abril	326,55	126,68	246,83	116,02
Mai	313,24	127,84	230,82	106,02
Junho	291,45	120,69	223,57	99,59
Julho	254,14	107,03	216,86	98,76
Agosto	247,30	104,84	228,96	106,16
Setembro	226,71	98,84	229,50	105,85
Outubro	239,00	105,92	-	-
Novembro	244,05	110,34	-	-
Dezembro	241,41	104,57	-	-

Fonte: Cooparaíso

\* Preços compostos por: café tipo 6, que representa 77% do total; café tipo 7, que representa 17% do total, com um preço 18% abaixo do café tipo 6; café rio, que representa 6% do total, com um preço 35% abaixo do café Tipo 6.

derando-se o preço de R\$ 231,13 menos o custo de R\$ 229,49. Isso significa que o produtor simplesmente cobriu seu custo total de produção. Se for considerado um custo operacional de R\$ 211,13/saca [custo fixo mais custo variável], o produtor teria uma margem de R\$ 20,00/saca, ou seja, preço de R\$ 231,13 menos o custo de R\$ 211,13.

Levando-se em conta que mais de 80% dos produtores brasileiros de café produzem menos de 300 sacas por ano, pode-se estimar que um produtor com este nível de produção teria uma renda líquida de R\$ 6.000,00 reais por ano ou 1,4 salário mínimo por mês.

Considerando o forte processo de descapitalização vivido pelo setor no período 2001-2004, o curto período de preços remuneradores, ocorrido entre o final de 2004 e meados de 2005, foi insuficiente para assegurar a capitalização e saldar compromissos; e com a situação dos últimos 15 meses, em que custo de produção e preço de venda estão praticamente empatados, verifica-se que a cafeicultura, à semelhança de outros setores do agronegócio, não tem renda suficiente para saldar seus compromissos e nem para investir.

Na verdade, se não houver uma política consistente que assegure renda para esta safra colhida em 2006, que sendo maior permitiria a capitalização do setor, uma parcela significativa de produtores deixará o mercado, causando impacto negativo em mais de 1900 municípios que têm o café como uma atividade econômica importante. Corre-se, portanto, o risco de o setor simplesmente não conseguir sair da crise que o aflige há anos.

\* Diretor-executivo do CNC

*A cadeia gerou US\$ 70 bilhões e a parcela dos países produtores caiu drasticamente para míseros 8% desse valor, correspondendo a apenas US\$ 5,6 bilhões*

## Necessidade de mudanças Fortalecer a cafeicultura

Carlos Melles\*

O Brasil apresenta números de liderança na produção, exportação e consumo de café. Nosso país tem o parque cafeeiro mais bem estruturado do mundo. Os produtores, ao longo das últimas décadas, investiram em maquinários e benfeitorias, para melhorar os tratos da lavoura e o processamento. Da mesma forma, aprimoraram a tecnologia da produção, com significativo aumento na produtividade e diminuição dos custos de produção das lavouras. O produto melhorou em qualidade e ganhou competitividade.

Com um dos menores custos de produção entre os grandes produtores mundiais, o Brasil garante a manutenção da atividade e cresce na participação do mercado mundial. Todavia, essa eficiência de produtividade e custo não tem trazido lucros ao cafeicultor. A oferta de café supera a demanda e deprime os preços internacionais. A remuneração do produtor não é suficiente. Para se aquilatar a envergadura do problema, nos últimos 16 anos os preços recebidos pelos cafeicultores estiveram, durante uma década, abaixo do custo de produção. Desde o ano de 2000 os preços recebidos pelos cafeicultores são inferiores aos custos de produção, quando se considera o custo total. Já se somam sete anos seguidos de prejuízos.

Dados da Oxfam mostram que em 1991, a cadeia do agronegócio café gerava US\$ 30 bilhões de riqueza. Deste valor, US\$ 9 bilhões ficavam nos países produtores, ou seja, 30% da riqueza total gerada pelo produto. Passados 10 anos, a cadeia gerou US\$70 bilhões e a parcela dos países produtores caiu drasticamente para míseros 8% desse valor, correspondendo a apenas US\$ 5,6 bilhões.

Esses dados mostram quanto de valor é agregado ao café à medida que sai das mãos do produtor e passa pelos diversos estágios de processamento e distribuição, até chegar às prateleiras dos supermercados. Como os países produtores processam e distribuem muito pouco do café que produzem, significa que eles retêm um percentual muito reduzido do valor final do café.

Como a tendência é de concentrar o valor nos segmentos finais da cadeia produtiva, a cafeicultura brasileira vê sua renda ir embora junto com suas sacas de café. Apesar de ter dobrado a produtividade e melhorado a qualidade, o cafeicultor não se beneficia de seu esforço de produção. A curva dos preços da *commodity* teve uma redução acima da curva dos custos de

### Brasil: produção e produtividade da cafeicultura

Período	Produção média		Área plantada média		Produtividade	
	Sacas de 60 kg	Índice	Hectares	Índice	Sacas por ha	Índice
1976/1977 a 1986/1987	22.392.000	100	2.345.000	100	9	107
1987/1988 a 1996/1997	27.363.000	122	2.511.000	107	11	117
1997/1998 a 2006/2007	32.675.000	146	2.135.000	91	15	163

Fonte: CONAB/EMBRAPA/FEBEC

produção. Os benefícios conquistados pelos produtores foram transferidos para os outros segmentos da cadeia produtiva, principalmente no exterior.

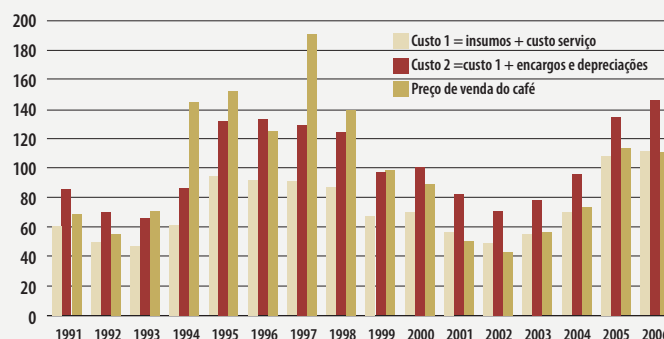
No período de 1999 a 2006, enquanto os produtores acumularam prejuízos de mais de US\$ 110 por saca, no café se agregava qualidade em todo mundo, que era apropriada pelos agentes produtivos fora da porteira da fazenda e por consumidores de diversas partes do mundo, inclusive no Brasil.

Diante dessa triste realidade, a renda obtida não é suficiente para absorver o custeio da produção ano após ano. O endividamento ocorrido nos últimos anos, gerado por preços de venda muito abaixo do custo, compromete, em grau muito elevado, a sobrevivência do setor.

Essa realidade que afeta de forma dramática a cafeicultura brasileira é comum aos países mais pobres empenhados na produção de café. Especificamente, no caso do Brasil, o avançado sucateamento do parque cafeeiro nacional e os níveis perigosos de endividamento do setor comprometem a geração de emprego e de renda nas regiões produtoras.

São 25 milhões de pequenos agricultores ao redor do mundo, e com eles seus agregados, com perda da fonte de renda. As famílias dispõem de suas terras e perdem a única fonte de sobrevivência. São propriedades pequenas: 70% do

### Brasil: custos de produção e preços recebidos pelos cafeicultores (US\$)



Fonte: Custo Cooperativo (produtividade 20 scs/ha)

Preço: Padrão tipo 6 Cooperativo

No período de 1993 a 1999 o produtor rural vendeu o café acima do custo de produção. A partir de 1999 até a safra 2005/2006 os produtores vêm apurando prejuízos vendendo a sua safra abaixo do custo total de produção, cenário que contribui fortemente para a descapitalização do produtor e endividamento do setor cafeeiro.

café produzido no mundo vêm de propriedades com menos de 10 hectares. Enquanto a riqueza concentra-se nos países desenvolvidos, mais padecem os países em desenvolvimento, incluindo potências intermediárias como o Brasil. Perdemos mercado para nossos produtos de maior valor agregado e vivemos a acirrada concorrência e a desvalorização de nossos produtos básicos, as *commodities*.

Quando o preço do café deixa de cobrir os custos ou oferece uma margem de lucro irrisória, 1.900 municípios, 12 principais estados produtores de café, e mais de 7 milhões de brasileiros são diretamente afetados, arrastando, na esteira da depressão, as indústrias de insumos, de máquinas, de roupas, de alimentos, e, inclusive, de serviços médicos, dentários e até escolares. Enfim, toda a economia se fragiliza, refletindo em menos emprego, renda e comércio, especialmente naqueles municípios fortemente dependentes do cultivo do café.

Programas de qualidade implantados por cooperativas e órgãos de extensão rural, a partir da década de 90, incentivaram os produtores a preencherem nichos de mercado ainda não explorados. Os cafés cereja descascado, os despulpados e o *gourmet*, entre outros especiais brasileiros, são hoje reconhecidos e valorizados internacionalmente. Entretanto, esses especiais não garantem a sustentabilidade da cafeicultura, pois representam apenas 8% do mercado e estão também com os preços defasados. A grande massa do café nacional é negociada a preço de *commodity*, com pior remuneração para o produtor.

Políticas adequadas e oportunas são esperadas do Conselho Deliberativo da Política Cafeeira (CDPC). No entanto, a instituição não tem correspondido a contento as expectativas da cafeicultura. A principal dificuldade para que se cumpra esse objetivo é a falta de autonomia e flexibilidade para que as decisões tomadas sejam consolidadas em políticas com impacto efetivo no setor.

Consulta realizada pela Comissão Especial de Café da Câmara dos Deputados, em 2006, mostrou que 40% dos agentes do agronegócio do café entendem que o CDPC não foi capaz de elaborar uma política estruturante para o setor. Esse percentual, somado aos 35% dos entrevistados que consideram apenas regular a atuação do CDPC, perfazem 75% de restrições à atuação do órgão. Apenas 10% dos entrevistados avaliaram bem a atuação do CDPC, e 14 % não opinaram a respeito. Entre as cooperativas as restrições à atuação do CDPC somam 94% das opiniões. A pesquisa também mostrou que o Ministério da Agricultura não tem mostrado o bom desempenho que dele se espera no gerenciamento dos recursos do Funcafé.

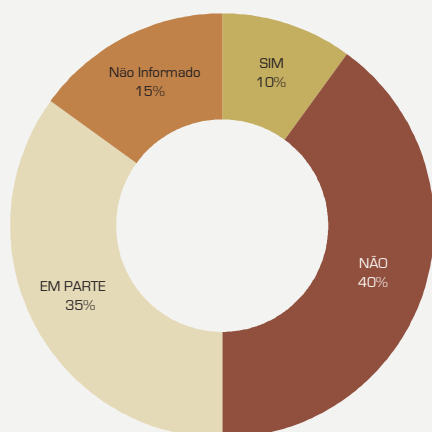
## Propostas

Diante desse quadro, é necessário que medidas urgentes sejam tomadas para a recuperação da cafeicultura nacional, entre as quais podemos indicar, sucintamente: a participação efetiva na política internacional, com o Brasil recuperando sua liderança na Organização Internacional do Café (OIC) e as maiores autonomia e independência ao CDPC e a desvinculação dos recursos do Funcafé de toda e qualquer amarra orçamentária.

Nesse âmbito, é necessário mudar o arcabouço legal do fundo; manter constantes os programas de financiamentos que visem a diminuir o impacto da pressão de oferta nos anos de grande produção nacional, e também programas que dêem maior estabilidade aos preços; estabelecer agilidade na aplicação dos recursos do Funcafé e na efetivação das políticas emanadas pelo CDPC; estabelecer políticas e procedimentos de estocagem condizentes com a realidade do produtor; e efetivar a manutenção dos instrumentos já consagrados de administração do setor, como os leilões de

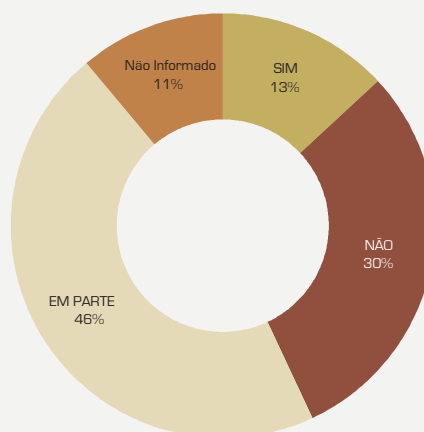
### Consulta da comissão parlamentar do café aos agentes do agronegócio café.

Pergunta: O que tem sido capaz de elaborar e implementar uma política estruturante de médio e longo prazo para o agronegócio café?



### Consulta da comissão parlamentar do café aos agentes do agronegócio café.

Pergunta: As ações e deliberações do CDPC têm atendido às necessidades dos cafeicultores?



### Distribuição do valor da cadeia café



1991

**Total**  
US\$ 30 bilhões  
**Países produtores**  
30% - 9 bilhões  
**Países consumidores**  
70% - 21 bilhões



2001

**Total**  
US\$ 70 bilhões  
**Países produtores**  
8% - 5,6 bilhões  
**Países consumidores:**  
92% - 64,4 bilhões

Fonte: Oxfam

opções, programa de estoques reguladores e de política de preço mínimo.

O Brasil acaba de colher uma das melhores safras no ano de 2006/07. O atual déficit mundial da produção em relação ao consumo de café favorece o equilíbrio da oferta e da demanda. Mas, se não forem tomadas as medidas adequadas, deixaremos de gerar divisas para o País e de praticar preços justos aos produtores. É este o momento em que o Governo pode efetivamente, sem perda de tempo, ajudar na recuperação da cafeicultura brasileira. Há que se atuar antes que os cafeicultores vendam a safra recém-colhida.

Cabe ao Brasil encontrar mecanismos adequados para neutralizar as diferenças indesejadas de oferta e de demanda do produto que tanto influenciam os preços praticados pelo mercado.

As análises indicam que o mercado mundial não pode prescindir da produção brasileira, especialmente nesta e nas duas próximas safras, quando o mercado deverá praticar preços bem remuneradores para o produtor. Portanto, o não estabelecimento de uma ação política adequada ao grave momento que atravessamos, com o estabelecimento imediato de um efetivo programa de ordenamento de safra por parte do Brasil, significará, simplesmente, a transferência para o mercado importador de um valioso produto a preço vil. Perderemos a oportunidade de obter maiores divisas para o País e de recuperar as finanças do cafeicultor brasileiro.

\* Presidente da Frente Parlamentar do Café

*Para melhorar a renda, é preciso ordenar o fluxo de comercialização das safras, caracterizadas pela bienalidade*

## Plano estratégico Conheça o Pedec

Alberto Duque Portugal\*

O Plano Estratégico de Desenvolvimento da Economia Cafeeira (Pedec) foi elaborado para orientar uma ação integrada de todos os segmentos do setor privado, com o os governos federal e dos estados produtores de café. O plano visa a responder a uma questão básica em um momento especial: "O que queremos da economia cafeeira nos próximos anos, tendo em vista os interesses específicos dos setores de produção, industrialização e exportação e os interesses comuns de toda a cadeia produtiva, incluindo governo e trabalhadores?"

O momento é especial porque todos os indicadores e projeções indicam o crescimento da demanda mundial nos próximos anos. Além disso, há um mercado interno consolidado, o qual cresce a taxas superiores ao mundial. Salienta-se ainda que em 2007 iniciam-se novos governos e que uma Comissão Especial da Câmara dos Deputados discute o desempenho do Conselho Deliberativo da Política do Café (CDPC) e do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (Funcafé). No âmbito internacional, discute-se um novo Acordo Internacional do Café.

Resultado da discussão de todos os segmentos do setor, o Pedec já foi submetido à avaliação do CDPC e está sendo discutido pelo Comitê de Planejamento Estratégico do Conselho. A análise dos temas prioritários indica que o principal foco deve ser dado a quatro temas. Primeiro, a definição de qual posição o Brasil terá no mercado mundial e interno nos próximos anos, de qual deve ser o tamanho da nossa produção e de que estratégia utilizar. Segundo, para melhorar a renda, é preciso ordenar o fluxo de comercialização das safras, caracterizadas pela bienalidade. Os outros dois temas visam a revigorar e dar mais agilidade e flexibilidade ao Funcafé: dar ao fundo um novo arcabouço legal e ampliar a competência e autonomia do CDPC.

\* Diretor-executivo do CNC



*Pela primeira vez no Brasil, cooperativas se propuseram a uma união, trazendo seus cooperados como sócios e buscando a empresas como sócias*

*Sensoriamento remoto, posicionamento por satélite (GPS) e sistemas de informações geográficas no monitoramento das culturas*

## Global Idéia que não pode morrer

Orlando Editore\*

O grande desafio de produtores de *commodities* como o café é a manutenção de um nível de renda que torne a atividade sustentável. O sistema cooperativista de produção cumpre um papel essencial na organização da produção, mantendo-a competitiva. Isso por contribuir para que os cooperados tenham acesso às melhores técnicas de produção e de gestão e também por auxiliar na organização do sistema de comercialização. Mas o sistema não tem sido capaz, com raras exceções, de viabilizar um modelo que permita ao produtor associado se apropriar de maiores margens, melhorando sua renda.

Nessa linha de ganhos de escala e *expertise*, mas com capacidade de atrair investimentos estratégicos, surgiu no setor do café, um empreendimento conhecido como Global, que é a constituição de uma empresa S.A., que seria formada pelos produtores por meio de suas cooperativas e por investidores financeiros e estratégicos.

Essa foi sem dúvida uma página importante na história do cooperativismo. Pela primeira vez no Brasil, cooperativas se propuseram a uma união, trazendo seus cooperados como sócios e buscando a empresas como sócias. O empreendimento liderado pela Cooparaiso (São Sebastião do Paraíso – MG), pela Minasul (Varginha – MG) e pela Cocapec (Franca – SP), pode ter sido um projeto ousado demais, mas não se pode estar satisfeito com o modelo de cooperativismo que temos.

O cooperativismo tem ao menos quatro desafios a serem enfrentados: a capitalização das cooperativas, a fidelização dos cooperados, a governança e a gestão das cooperativas e, sobretudo, a melhoria da renda dos cooperados. Por isso a Global, definitivamente, é uma idéia que não se pode deixar morrer.

\* Consultor CNC

## Projeto GeoSafras Previsão de Safras da Conab

Divino Cristino Figueiredo\*

Fazer as estimativas das safras agrícolas brasileiras é uma das atribuições da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab). A tarefa tem demandado esforço redobrado tendo em vista as exigências do mercado por informações sempre mais precisas e atualizadas. Além do tamanho da cafeicultura brasileira, outros fatores devem ser considerados nas estimativas de safras: diversidade regional do solo e do relevo, diferentes tratamentos culturais nas várias regiões, doenças que podem provocar quebras no rendimento das lavouras, dispersão e variação da dimensão das áreas de cultivo, lavouras consorciadas, erradicação de lavouras, diferentes estágios de desenvolvimento e em especial as condições climáticas que podem afetar a produtividade do café da noite para o dia.

Esse complexo ambiente agrícola do café vem exigindo que a Conab busque técnicas que permitam incrementar a eficiência do sistema de estimativa de safras de modo a garantir maior confiabilidade aos números do governo. Neste contexto a Companhia tem se empenhado na apropriação de ferramental diversificado por meio do Projeto GeoSafras.

O GeoSafras visa a aprimorar o sistema de estimativas das safras agrícolas brasileiras com o apoio de uma rede multi-institucional composta por mais de uma dezena de entidades de ensino e pesquisa. O Projeto faz uso de geotecnologias como o sensoriamento remoto, posicionamento por satélite (GPS) e sistemas de informações geográficas no mapeamento e no monitoramento das culturas. Além disso, prevê a aplicação de modelos agrometeorológicos nos prognósticos de rendimento diante das condições climáticas nos períodos cruciais do desenvolvimento da planta e também levantamentos de dados de campo como apoio nas estimativas de área e de produtividade.

\* Físico, MsC. em Sensoriamento Remoto, Gerente de Geotecnologia da Conab

*A intenção do governo é deslocar a comercialização de uma parte significativa da safra de 2006 para o primeiro trimestre de 2008*

## Política setorial

# Bienalidade da colheita

Vilmondes Olegário da Silva\*

Para a safra 2006/07, o Conselho Monetário Nacional aprovou R\$ 1,578 bilhão do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (Funcafé) para colheita, estocagem e compra de grão verde. A verba é suficiente para deslocar a oferta de até 8 milhões de sacas de 60 quilos do período da colheita para a entressafra.

A atual colheita nacional está estimada em 41,5 milhões de sacas, mas, em decorrência da bienalidade inerente às lavouras de café, a previsão é de que a produção na próxima safra seja menor. Diante dessa perspectiva, a intenção do governo é deslocar a comercialização de uma parte significativa da safra de 2006 para o primeiro trimestre de 2008, época em que deverá ocorrer uma menor oferta do produto.

Foi a primeira vez que o CMN votou em uma única reunião a liberação de todos os recursos do Funcafé para uma safra. Anteriormente, a aprovação se dava conforme a necessidade, no decorrer do ciclo de produção e de comercialização, com atrasos e descontinuidade. Com essa medida, o governo começa a consolidar uma política anticíclica, que contribui para melhorar a distribuição da oferta do produto ao longo do tempo, com reflexos positivos sobre a renda do setor.

Do total liberado, até R\$ 600 milhões serão destinados ao financiamento da colheita e até R\$ 800 milhões à estocagem. Esses empréstimos terão o juro Funcafé, que é de 9,5% ao ano. Os R\$ 178 milhões restantes serão destinados aos torrefadores, para que comprem o grão verde. Esses empréstimos serão taxados pela taxa básica de juros, a Selic.

Os produtores financiam a estocagem, via empréstimos do governo federal (EGF) ou linha especial de crédito (LEC), pagando juros de 8,75% ao ano. Os recursos, nos dois casos, provêm das exigibilidades bancárias.

### Preços mínimos da saca do café na safra 2005/06

Arábica	R\$ 157,00
Robusta	R\$ 89,00

Fonte: MAPA

Os preços mínimos serão assegurados aos produtores ou às suas cooperativas, livres da incidência do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) e da contribuição ao Instituto Nacional do Seguro Social (INSS).

Em maio, levantamento realizado pela Companhia Nacional de Abastecimento (Conab), estimou em 9,723 milhões de sacas de 60 quilos os estoques privados de café brasileiro com a seguinte distribuição: indústrias, 424 mil sacas; café solúvel, 184 mil sacas; exportadores, 2,5 milhões de sacas; cooperativas, 3,3 milhões de sacas; e outros, com 3,1 milhões de sacas, totalizando cerca de 9,7 milhões de sacas. Já o estoque oficial soma 2,260 milhões de sacas, sendo 2,080 milhões do Funcafé e 180 mil dos contratos de opção.

No ano passado, esses estoques totalizaram 12,2 milhões de sacas. A queda deste ano deve-se ao crescimento do consumo do produto. Para realizar o estudo, a Conab aplicou 1.201 questionários em cinco regiões do país.

\* Diretor do DCAF do MAPA

## Recursos do Funcafé

Segundo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), os recursos em caixa do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (Funcafé), somavam em abril último R\$ 1,237 bilhão, de um total de ativos de R\$ 3,797 bilhões. O orçamento do fundo para 2006 é de R\$ 1,679 bilhão, destinado às linhas de financiamento de colheita e estocagem. Na época, o governo dispunha de um estoque de 2,8 milhões de sacas do produto, cotado em R\$ 458 milhões.

Para o Programa Integrado de Marketing, a verba de R\$ 5,56 milhões, de acordo com a programação de investimentos do Café Departamento de Café do MAPA, terá a seguinte destinação:

- R\$ 223,6 mil para feiras internacionais;
- R\$ 280 mil para seminários;
- R\$ 340 mil para concursos de qualidade do café;
- R\$ 1,096 milhão para ações internacionais de degustação (Estados Unidos, Europa, África do Sul);
- R\$ 556 mil para o projeto Café e Saúde;
- R\$ 3 milhões para outros programas.

O modelo de gestão do Conselho Deliberativo da Política do Café (CDPC) articula as ações dos agentes de toda a cadeia produtiva, com pleno entendimento de propósitos, objetivos e visão de futuro.



# SERIA MENTIRA SE NÃO FOSSE



# VERDADERO®

com tudo



Lucratividade, facilidade de aplicação e  
respeito à terra. Tudo isso é **VERDADERO**.



**VERDADERO®**  
VOCÊ NUNCA VIU NADA IGUAL.

#### ATENÇÃO

Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bula e na receita. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade.

Consulte  
sempre um  
Engenheiro  
Agrônomo



Venda  
sob  
receituário  
agronômico



C.a.S.a. 0800 704 4304  
CENTRO AVANÇADO SYNGENTA DE ATENDIMENTO  
DÚVIDAS - SUGESTÕES - EMERGÊNCIAS

**syngenta®**

[www.syngenta.com.br](http://www.syngenta.com.br)

## OLHOS PARA O FUTURO

*Taxas de crescimento anuais entre 1,5 e 2,5% acrescentariam de 20 a 30 milhões de sacas à demanda atual*

### Tendências

## Perspectivas para os próximos 10 anos

Carlos Henrique Jorge Brando\*  
Aguinaldo José de Lima\*\*

Estimativas recentes do aumento do consumo mundial de café nos próximos 10 anos apontam para taxas de crescimento anuais entre 1,5 e 2,5%, com acréscimo de 20 a 30 milhões de sacas à demanda atual de cerca de 117 milhões de sacas por ano.

As taxas médias de crescimento anual não se distribuem de maneira uniforme. Os mercados consumidores tradicionais, formados por Estados Unidos, Europa Ocidental e Japão, que respondem por mais da metade do consumo mundial, crescerão a taxas acima da média. De outro lado, os países produtores, que respondem por apenas um quarto da demanda mundial, junto com os mercados emergentes, crescerão acima da média.

O Brasil, maior produtor mundial de café, é o pólo mais dinâmico do crescimento do consumo mundial. As estratégias de expansão de mercado colocadas em prática a partir da década de 1990 tornaram-se exemplo para a indústria mundial de alimentos. Seus resultados constituíram-se na principal causa da expansão da demanda mundial.

Países exportadores – excetuando o Brasil – com grande potencial de consumo, como a Índia, México e Indonésia podem, até 2016, aumentar em 4 a 5 milhões de sacas o seu consumo interno anual. Com base nas análises do Guia Detalhado para Promoção do Consumo de Café em Países Produtores, preparado P&A Marketing Internacional para a Organização Internacional do Café (OIC), os três países iniciaram programas de aumento do consumo interno de café.

Já o Leste Europeu, a Rússia e a China, com aumento de renda e aspiração por um estilo de vida ocidental, podem aumentar o consumo anual nos próximos 10 anos, de 5 a 7 milhões de sacos.

Por outro lado, a expansão das lojas de café e o crescimento dos cafés especiais compensam o desinteresse dos consumidores pelos cafés comuns.

### Hábitos de consumo

Os hábitos de consumo de café sofrem grandes mudanças. A cada dia surgem processos inovadores de preparação e abrem lojas de bebida do produto. O crescimento dos cafés especiais e certificados e a preocupação com a rastreabilidade impactam o mercado de café verde. O crescimento dos cafés especiais força uma diversificação da oferta e melhora da qualidade no varejo tradicional. O consumidor ganha uma variedade de opções à tradicional xícara de café filtrado.

### Razões para o crescente interesse por café arábica com mais corpo e café robusta

**Maior consumo de café do espresso, do solúvel e do consumo fora de casa, Máquinas baratas para preparação de doses únicas de café nos lares.**

Os cafés certificados, sejam orgânicos, sustentáveis, preço justo, com denominação de origem etc., dependem do apelo captado pelo consumidor. Conforme o interesse despertado, o mercado passa de comprador a vendedor. A demanda que mais cresce atualmente é a “dobradinha” café orgânico de preço justo.

Existe um paradoxo no mercado de cafés especiais, que cresce nos países consumidores enquanto sua demanda aumenta pouco nos países produtores, explicado por definições diferentes nas duas pontas do mercado.

O crescimento do consumo nos países consumidores baseia-se em uma definição liberal para bebidas, sabores, espressos etc., enquanto a definição usada pelos compradores com os produtores está estritamente vinculada a critérios de qualidade.

A transformação de cafés comerciais em cafés “especiais” quando passa do âmbito dos países produtores aos consumidores tende a se intensificar com o crescimento das casas de café, do setor de máquinas automáticas de venda (*vending machines*) e das novas bebidas à base de café.

### Consumo Mundial de Café

Local e tipo	2004 (bilhões de xícaras)	Crescimento 1994-2004	Participação (%)	
			Sobre o total	Sobre o local
1. Domicílio	595	12%	72,2	100
Torrado e moído	363	5%	44,1	61,0
Solúvel	232	26%	28,2	39,0
2. Fora de casa	229	26%	27,8	100
Torrado e moído	188	22%	22,8	82,1
Solúvel	41	51%	5,0	17,9
Total	824	16%	100	100

Fonte: Nestlé Reorganização: CIC



No período de 1994 a 2004, o consumo de café fora de casa cresceu 26% e em casa 12%, devido à expansão das lojas de varejo, inicialmente nos Estados Unidos, depois em outros países consumidores, e hoje em mercados emergentes e países produtores. Destaca-se nesse segmento o fenômeno Starbucks, que acaba de chegar ao Brasil. Fundada em 1971, a rede tem hoje mais de 12 mil lojas e segue abrindo em média cinco lojas por dia. Em 2005 a rede atendeu cerca de 33 milhões de pessoas por semana, que deixaram em seus caixas US\$ 6,4 bilhões e geraram um lucro extraordinário de US\$ 3,8 bilhões, que possibilitou manter o ritmo vertiginoso de expansão da companhia nos cinco continentes.

A Colômbia vislumbrou uma oportunidade de apoiar sua marca por meio das lojas de café com as Tiendas Juan Valdez. O Brasil, sem iniciativas institucionais, incentiva o setor privado, a exemplo da loja da Cooxupé na China. Há, hoje, lojas de café de empresas brasileiras abertas ou em fase adiantada de planejamento na Coreia, Japão e Estados Unidos.

Na esteira das casas de café, o *espresso* cresce a um ritmo vertiginoso de 15% ao ano, enquanto o consumo mundial cresce apenas 1,5% ao ano. O *espresso* tem papel fundamental na composição das bebidas mais vendidas em muitas lojas de café, juntamente com bebidas geladas e com leite, importantes para atrair novos consumidores e o público jovem. Além disso, incentiva a venda de café por dose, com maior agregação de valor, e prepara o caminho para as máquinas domésticas.

A demanda por café *espresso* deve acelerar-se no futuro imediato, mas seu ritmo pode perder intensidade à medida que máquinas domésticas de baixo custo, com sachês para café filtrado, ganhem maior relevância nos mercados consumidores. Apesar de estarem disponíveis no mercado máquinas de *espresso*, a grande explosão de vendas ocorrerá com máquinas de filtro, que custam em torno de US\$ 50. As máquinas domésticas, a exemplo das máquinas automáticas de *espresso* para lojas, bares e restaurantes,

garantem uma qualidade constante do café, com menor interferência de quem o prepara. Mais importante ainda, oferecem a praticidade e a simplicidade de preparação que os sistemas tradicionais para preparar café torrado e moído não têm.

Entre as bebidas prontas para beber, uma das estrelas do segmento é o Frappuccino, lançado em 1996 pela Starbucks e Pepsi-Cola. A linha foi ampliada com novos produtos entre 2002 e 2006. Outras empresas entram no mercado, como a Coca-Cola que lançou seu Black também em 2006, assim como países produtores. A Federacafé, da Colômbia lançou seu refrigerante de café, enquanto a Anacafé, da Guatemala, firmou contrato com as engarrafadoras da Pepsi-Cola na América Central para criar uma bebida de café pronta para beber.

Entre 1999 e 2004 o café solúvel ganhou terreno em relação ao café torrado e moído, tanto no consumo em casa quanto fora dela. O consumo mundial de solúvel nos lares aumentou 26%, enquanto o de torrado cresceu apenas 5%. Nas bebidas vendidas em lojas de café, bares e restaurantes, apesar do domínio do *espresso* e do café tradicional, o solúvel cresceu surpreendentes 51%, contra 22% do torrado. A explicação pode estar no setor institucional (escritórios, hotéis, escolas, hospitais etc), em que é crescente a presença de máquinas automáticas de venda, ou na comercialização de café solúvel em cadeias de *fast food*.

A participação do solúvel aumentará também pela expansão do consumo de café em mercados emergentes, em que o solúvel é freqüentemente a porta de entrada, em substituição ao chá. A própria expansão do consumo em países produtores como Índia, México e Indonésia, privilegiará o solúvel em um primeiro momento. Mesmo no Brasil, tradicional reduto do café torrado e moído, a participação do solúvel aumenta.

### Café verde

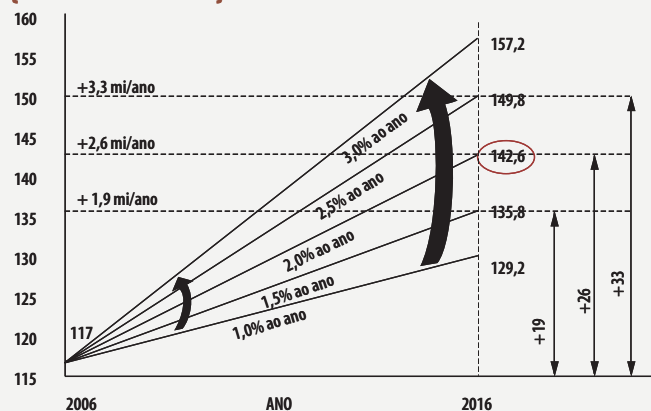
Embora as tendências de consumo apontem caminhos para a agregação de valor e a diversificação das exportações, há indícios interessantes sobre a demanda por café verde.

A ponta da pirâmide de qualidade, o nicho de café arábica especial crescerá dentro de suas características de nicho e com forte presença de cafés lavados. A “transformação” de cafés comerciais finos em cafés especiais por empresas de países consumidores abre possibilidades para os cafés arábica de alta qualidade, não necessariamente especiais, e mesmo alguns robustas lavados. Tal demanda pode chegar a 5 milhões de sacas adicionais a cada ano no final de uma década.

O consumo crescente de café *espresso* combinado ao aumento das lojas de café indica uma clara demanda por café arábica encorpado, como os naturais e cerejas descascados brasileiros, e, em escala menor, por robustas de qualidade. Por outro lado, o crescimento do consumo de café solúvel provocará maior demanda por cafés robustas.

A demanda do café arábica de qualidade média a baixa não acompanhará o crescimento do mercado. Esses cafés são consumidos nos mesmos países onde são produzidos, daí a importan-

**Mundo: projeções de aumento de consumo (milhões de sacas)**



cia de aumentar o consumo em países produtores. É melhor não aumentar a produção desses tipos de café.

A questão da demanda por diferentes tipos de café deve ser sempre analisada sob o ponto de vista da substituição entre tipos de acordo com os respectivos preços. Em anos recentes, volumes consideráveis de arábica foram deslocados por robustas. A disparada dos preços do robusta a partir do segundo semestre de 2005 pode levar a uma inversão desse processo.

\* diretor da P&A Marketing Internacional

\*\* superintendente-executivo do Centro de Inteligência do Café

## Quebra de tabus

Cibelle Aguiar\*

Quando o café é analisado sob a ótica do consumidor, verifica-se que a falsa idéia de que o café faz mal à saúde continua como o maior entrave para a expansão do consumo. Mas o tabu começa a ser quebrado com a intensificação de pesquisas científicas que têm destacado o produto como aliado contra várias doenças, entre elas diabetes, depressão, alcoolismo e doenças do coração. Hoje, indícios permitem classificar o café como uma planta com propriedades nutricionais e farmacêuticas importantes.

Segundo levantamento de tendências de consumo realizado pela Associação Brasileira da Indústria de Café (Abic), a maior parcela de pessoas que dizem não tomar café regularmente justifica a atitude pelo desconhecimento de que café não faz mal à saúde quando tomado moderadamente (3 a 4 xícaras diárias). Entretanto, trabalho desenvolvido com a classe médica tem demonstrado redução dessa justificativa entre os não consumidores, de 59% em 2004 para 34% em 2005.

De acordo com o gerente geral da Embrapa Café, Gabriel Ferreira Bartholo, as pesquisas ajudam a desmistificar a imagem de que o café faz mal à saúde, o que reflete no aumento do consumo do produto. “Os resultados despertam a atenção da classe médica e da população para os benefícios do café”.

O pesquisador é um dos idealizadores da Unidade de Pesquisa Café-Coração do Incor. Darcy Lima, é enfático: “os médicos deverão recomendar o café em vez de condená-lo”. Mário Maranhão, cardiologista, membro da Federação Mundial de Cardiologia e consultor da Organização Mundial da Saúde (OMS), acredita no conhecimento científico e na sua divulgação para quebrar o paradigma de que café faz mal à saúde. Ele explica que os ácidos clorogênicos presentes no café ajudam a aumentar os níveis de dopamina e serotonina, que agem diretamente no combate à depressão, que é uma forte agravante quando o assunto é a saúde do coração.

\* Jornalista

*Consumo per capita cresceu 2,7% no Brasil e já atinge 4,22 quilos por ano*

## Novos caminhos Liderança também no consumo

Marília Moreira\*

Exemplo mundial, o mercado consumidor brasileiro de café vem crescendo continuamente. O último levantamento realizado pela Associação Brasileira da Indústria de Café (Abic), mostrou que, entre maio de 2005 e abril de 2006, o consumo interno havia atingido a marca de 15,95 milhões de sacas, o que representou um aumento de 2,93% em relação a igual período encerrado em abril de 2005. Por sua vez o consumo *per capita* registrou incremento de 2,7%, atingindo 4,22 kg de café em pó torrado e moído por habitante por ano.

Os fatores que explicam o crescimento, em um ritmo superior à média mundial que é de 1,5% ao ano, estão ligados à melhora da qualidade do produto e às diversas ações de promoção, como o estímulo aos cafés diferenciados e de alta qualidade, e às novas categorias de produtos definidas pelo Programa de Qualidade do Café (PQC), que passaram a ser identificadas pelos Símbolos de Qualidade Tradicional, Superior e Gourmet. “Campanhas institucionais patrocinadas pela Abic, por outras organizações e pelo Conselho Deliberativo de Política Cafeeira (CDPC), e o maior investimento em *marketing* pelas empresas, completam um cenário de sustentação do consumo de café”, avalia Guivan Bueno, presidente da Abic.

De grande importância também foi o fundo de R\$ 650 mil que as indústrias associadas à Abic criaram para custear projetos, atividades e materiais promocionais, publicitários e educacionais para o café. Entre essas ações está o programa Café e Saúde, que tem alcançado muita repercussão nos meios acadêmicos e médicos e que está desmistificando preconceitos contra a bebida, induzindo o consumo e atraindo novos consumidores.

Para Nathan Herszkowicz, diretor-executivo da entidade, o levantamento da Abic considera algumas hipóteses conservadoras, e se baseia quase integralmente no aumento declarado pelas associadas, que respondem por 74% do café industrializado torrado e moído no País. A entidade mantém, para 2006, a previsão de um consumo de 16,5 milhões de sacas, dentro da meta de longo prazo que pretende alcançar 21 milhões de sacas em 2010, quando o Brasil pode ser o maior consumidor mundial, à frente dos Estados Unidos.

O pontapé inicial para o aumento do consumo interno foi dado pela ABIC em 1989, quando lançou o Selo de Pureza. Totalmente custeado pelas indústrias, o selo foi uma resposta à queda do consumo nos anos 80. Estampado nas embalagens, o selo atesta que aquela marca contém apenas grãos de café, con-

forme auditorias feitas pela Abic por meio de laboratórios externos credenciados.

Outra importante estratégia criada pela Abic, mais recentemente, foi o Programa Nível Mínimo de Qualidade (PNMQ), voltado para um nicho muito especial: os órgãos públicos. Esse programa visa a mudar o atual tipo de licitação, feito na base do menor preço. O objetivo é que as instituições continuem optando pela cotação mais baixa, mas não abram mão de um nível mínimo de qualidade. Esse programa de certificação estabelece especificações e procedimentos de análise laboratorial para assegurar a qualidade global do café que, numa escala de 0 a 10 pontos, deve ser igual ou superior a 5,5. Abaixo disso, são considerados cafés de qualidade não recomendável. O programa vem sendo adotado por diversos municípios e órgãos estaduais.

\* jornalista

*Nos últimos 12 anos, transformações e avanços resultaram em aumento da competitividade de nossa cafeicultura*

## Investimento Produção maior e melhor

Guilherme Braga Abreu Pires Filho\*

A análise do desempenho da produção e exportação brasileiras de café, nos últimos 12 anos, oferece uma visão clara das transformações e avanços que permearam o setor, as quais resultaram em um aumento da competitividade de nossa cafeicultura. A partir da avaliação dos acontecimentos que marcaram o período, inclusive dos diversos cenários de preços internacionais que se alternaram, verifica-se a dinâmica e a agilidade do setor, assim como a sua capacidade de se ajustar às mudanças do quadro cafeeiro e das demandas do mercado.



Escolha pela qualidade. Procure os cafés com estes símbolos e faça boas vendas. O seu consumidor irá procura por qualidade.

**PQC: a evolução do café no Brasil.**



Símbolos do PQC		
Tradicional	Superior	Gourmet
de 4,5 a 6	igual a 6 até 7,3	igual a 7,3 até 10

Em 2004 a ABIC-Associação Brasileira da Indústria de Café lançou o Programa de Qualidade do Café - PQC. De lá para cá, várias marcas foram certificadas e conquistaram mais prestígio junto ao consumidor e ao varejista. Agora, em 2006, o PQC se segmenta e completa o programa com o lançamento dos símbolos "Tradicional" e "Gourmet". Estes símbolos identificaram os cafés produzidos por empresas auditadas por técnicos credenciados pela ABIC, cuja qualidade da bebida foi avaliada por degustadores especialistas na área.

**Como identificar o Símbolo nas embalagens**



\* O Gourmet é somente como exemplo de aplicação

Para maiores informações:  
[abic@abic.com.br](mailto:abic@abic.com.br)  
[www.abic.com.br](http://www.abic.com.br) - 21 2206-6161  
 acesse também:  
[www.cafeesaude.com.br](http://www.cafeesaude.com.br)

As safras cafeeiras 1995/96 a 2006/07 correspondem a um período bastante representativo para avaliações porque correspondem às fases de transição e acomodação do setor ao regime de livre mercado, que se seguiu ao fim da intervenção vigente até 1990; e porque materializam os investimentos feitos na estrutura cafeeira nacional. Cabe registrar, apenas, um breve período de recorrência ao modelo intervencionista (alguns meses nos anos de 2000 e 2001), com a adoção do Plano de Retenção – com o objetivo de controlar a oferta mundial.

#### Mundo: exportações por tipo de café (mil sacas de 60kg)

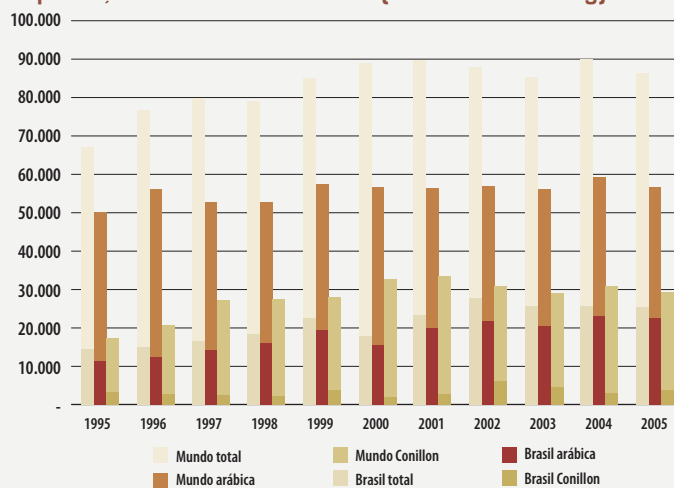
ANO-CIVIL (1)	TOTAL (2)	Arábica		Robusta	
		volume (3)	Part.(%) (4)	volume (5)	Part.(%) (6)
1995	67.528	50.389	74,6	17.139	25,4
1996	77.144	56.311	73,0	20.833	27,0
1997	80.260	52.970	66,0	27.290	34,0
1998	79.920	52.790	66,1	27.130	33,9
1999	85.460	57.730	67,6	27.730	32,4
2000	89.430	56.550	63,2	32.880	36,8
Média Período	79.957	54.457	68,4	25.500	31,6
2001	90.370	56.630	62,7	33.740	37,3
2002	88.470	57.430	64,9	31.040	35,1
2003	85.905	56.630	65,9	29.275	34,1
2004	90.730	59.680	65,8	31.050	34,2
2005	86.670	57.030	65,8	29.640	34,2
2006 *	85.818	57.096	66,5	28.721	33,5
Média Período	87.994	57.416	65,3	30.578	34,7
Variação [%] Período					
		10,1	5,4	-4,6	19,9
				19,9	9,9

\* Estimativa  
Fonte: CECAFÉ / OIC

Nos primeiros seis anos-safra da série, 1995 a 2001, as produções oscilaram entre 16,8 milhões e 33,9 milhões de sacas, mostrando uma média de 25,9 milhões de sacas no período. Com isso, os índices de volatilidade ficaram entre 35% e 31%. As exportações, por sua vez, no mesmo período, situaram-se entre 12,4 milhões e 22,9 milhões de sacas, média de 18,1 milhões de sacas. Assim, os níveis de volatilidade nas exportações situaram-se em 31% e 27% e explicam as oscilações observadas no *market share* brasileiro (o menor, 19,8% em 1996 e o maior, 26,9% em 1999), inviabilizando a consolidação da participação de mercado.

Já no segundo sexênio, evidenciando os efeitos da maturação dos investimentos realizados no parque cafeeiro, a média de produção atinge um patamar mais elevado, passando para 37 milhões de sacas. Na faixa inferior, a produção mais baixa foi de 28,8 milhões e na superior, 48,4 milhões de sacas. A volatilidade ficou entre 22% e 31%. Na exportação, o desempenho tem o mesmo viés: a média dos 6 anos sobe 45,6%, passando para 26,4 milhões de sacas, a diferença entre a menor e a maior exportação do período é de 19% sobre a média e os índices de volatilidade caem para 7% e 12%. Cresce a relação produção/exportação para 72,7%, ganho de 2,6%, que surpreende em face da expansão aparente do consumo interno. Consolidaram-se, portanto, novos patamares de produção e de exportação, viabilizando a retomada de mercados. A melhoria do perfil da volatilidade permitiu uma maior estabilidade da participação relativa brasileira no sexênio, assegurando uma presença mais efetiva junto aos clientes. Analisando o comportamento das exportações mundiais e o desempenho brasileiro no mesmo período de 12 anos, há a confirmação da expansão da demanda internacional e da excelência da comercialização dos cafés do Brasil.

#### Exportações mundiais vs. Brasil (mil sacas de 60kg)



Fonte: CECAFÉ/OIC. Elaboração: CECAFÉ

Nesses 12 anos, as importações mundiais de café, de uma média anual de 80 milhões, no primeiro sexênio, passaram para 88 milhões de 2001 a 2006. Enquanto isso, as importações de café brasileiro saltaram de uma média anual de 17,7 milhões, no período 1995 a 2000, para uma média anual de 26 milhões de sacas no segundo sexênio. Com isso, o *market share* brasileiro aumentou de 22,04% para 29,66%. Os números, portanto, falam por si.

\* Diretor Geral do Cecafé



*De 1994 a 2005, o Brasil exportou 292,9 mil toneladas sob a forma de café envasado, com marca brasileira*

## Café solúvel Nova ordem mundial

Mauro Moitinho Malta\*

Nos últimos 10 anos houve profunda modificação na organização das economias mundiais, com uma tendência à integração de mercados. Desenvolveu-se o processo global de arbitragem por meio do qual cada empresa procura as condições mais eficientes para exercer suas atividades. Do ponto de vista econômico isso aponta para um mundo mais eficiente, mas do ponto de vista social é possível o nascimento de grande tensão nos países que perdem com essa nova ordem.

O caso das exportações de café solúvel para a União Europeia ilustra bem esse processo. Durante 10 anos – desde 1992 – as exportações de café solúvel do Brasil foram taxadas na UE, enquanto as da Colômbia e as de outras origens não. Diante da resolução do Brasil de levar o contencioso para a Organização Mundial do Comércio (OMC), o bloco resolveu propor a instituição de quotas de importação com tarifa zero, o que vigorou de 2002 até 2005. Com isso, o Brasil recuperou parte da participação que havia perdido. A média das exportações brasileiras de café solúvel para a UE nos 4 anos antes da entrada em vigor da quota – 1998/2001 – foi de 6,8 mil toneladas. Nos quatro anos posteriores – 2002/2005 – atingiu 11,8 mil toneladas, um aumento de 73%.

A partir de janeiro de 2006 repete-se a história e o solúvel brasileiro mais uma vez é taxado e o de outras origens não. Não é com a eliminação de tarifas de importação de um produto como o café solúvel que se estimula o desenvolvimento econômico de países menos desenvolvidos. A verdade é que, ao impedir a entrada do café solúvel no grande mercado europeu, a UE está favorecendo a indústria local, que compra a matéria-prima barata do Brasil.

Se o País deseja participar do mercado mundial de produtos com maior valor agregado em escala comercial, tem de utilizar todos os instrumentos à sua disposição, inclusive facilitando o uso do instrumento do *drawback*. Paralelamente, é necessário estabelecer um tratamento fiscal igual ao concedido aos principais concorrentes do Brasil, ou seja, não ser taxado pelo ICMS na compra de matéria-prima, e reduzir os juros.

O Brasil deixou de ser um pobre país produtor de café. Não depende mais da receita de exportação do produto para promover o seu desenvolvimento econômico. É considerado um *player* importante no mercado de *commodities*, e passou a incomodar os fornecedores de produtos com maior valor agregado.

Na cadeia, a indústria de café solúvel é o principal gerador de receita pela exportação de produto com maior valor agregado. Para cada dólar de matéria prima utilizada na indústria gera-se outro na industrialização.

A gama de mercados que utilizam o café solúvel com marca brasileira está se ampliando. Nos últimos 12 anos, de 1994 a 2005, o Brasil exportou 292,9 mil toneladas sob a forma de café envasado, com marca brasileira, o que correspondeu a 41,4% do total das vendas externas nacionais de café solúvel. Nesse período, o preço médio por tonelada foi de US\$ 5 617, ou seja, 41,8% a mais que o café solúvel a granel, sem marca. É esse processo de agregação de valor ao café que o Brasil está deixando de priorizar.

\*Diretor - Executivo da ABICS

*O Brasil também pode se tornar um dos maiores exportadores de café industrializado*

## Agregação de valor Da matéria-prima à industrialização

O Brasil além de ser o maior produtor de café é também o maior exportador de café em grãos do mundo. Ocupa ainda o segundo lugar no mercado consumidor interno. O aumento da exportação de cafés em grão torrado ou torrado e/ou moído representa uma necessidade na esteira da demanda crescente do mercado mundial por produtos diferenciados e competitivos. No mundo inteiro, especialistas e conhecedores buscam meios para reconhecer, valorizar e promover a qualidade dos melhores cafés. Nesse cenário, o Brasil também pode se tornar um dos maiores exportadores de café industrializado.

Lançado em 12 de dezembro de 2002, o Programa Setorial Integrado para a Exportação do Café Industrializado – PSI –, coordenado pelo Sindicato da Indústria de Café do Estado de São Paulo – Sindicafé-SP –, em convênio com a Agência de Promoção de Exportações – Apex –, Brasil, coloca à disposição da indústria brasileira de torrefação e moagem a estrutura necessária para que ela possa participar do mercado exportador. O apoio à exportação e sua promoção comercial traz o foco comum da exploração da marca brasileira com a fixação da imagem de excelência do café brasileiro.



## HISTÓRIA

*O dr. Isaac representou os interesses do setor com a juventude de quem se dedica naturalmente aos desafios*

### Homenagem

## Uma vida dedicada ao café e ao cooperativismo

Paixão, entusiasmo, força e determinação são características que descrevem bem a dedicação de Isaac Ribeiro Ferreira Leite, fundador da Cooperativa Regional de Cafeicultores de Guaxupé (Cooxupé), à cafeicultura e ao cooperativismo. Falecido no dia 30 de julho deste ano, aos 94 anos de idade, dr. Isaac, como era conhecido, é o grande homenageado neste caderno especial pelo reconhecimento de toda a cadeia cafeeira, em especial dos produtores, por seu protagonismo no setor.

Sua vida é um exemplo a ser seguido. Até o último momento atuou com lucidez à frente da cafeicultura brasileira. Foram 46 anos na presidência da Cooxupé, cooperativa que fundou, juntamente com mais 20 produtores, em 1957. Em 2003, dr. Isaac passou o cargo ao engenheiro agrônomo Carlos Alberto Paulino, mas permaneceu na ativa como presidente de honra.

O reconhecimento do trabalho do dr. Isaac como engenheiro civil, mecânico e eletricitista, cafeicultor, empresário e empreendedor foi demonstrado em diversas homenagens que recebeu em vida. Em 2003, ele recebeu o Prêmio CeCafé, concedido pelo Conselho dos Exportadores de Café do Brasil. Sua contribuição para a o desenvolvimento da cafeicultura mineira foi celebrada, também em 2003, em solenidade na Assembléia Legislativa de Minas Gerais.

No ano seguinte, o dr. Isaac foi homenageado no Congresso Brasileiro de Agribusiness. As duas últimas homenagens foram realizadas em junho deste ano. Em Guaxupé, foi apontado como o nome de maior destaque no cenário da cafeicultura nacional do século XX. Em Santos, participou como convidado de honra em solenidade no Museu do Café.



Líder nato e com grande espírito de equipe, dr. Isaac sempre valorizou sua equipe profissional que, ao seu lado, desenvolveu idéias inovadoras e arrojadas. O fundador da Cooxupé fica na lembrança como um homem que ampliou as fronteiras do cooperativismo e representou os interesses do setor cafeeiro com a juventude de quem se dedica naturalmente aos desafios.