

Veículo: <b>REDE PEABIRUS</b>		Editoria: <b>Notícias</b>	Página:	Data: <b>25/04/2013</b>
Tipo: <b>INTERNET</b>		Assunto: <b>Crescimento da cafeicultura brasileira está embasado no emprego de tecnologias</b>		
Unidade citada jornal: <b>Embrapa Café e Consórcio Pesquisa Café</b>				
Fonte citada: Dirigente <input type="checkbox"/> Chefe <input type="checkbox"/> Outros empregados <input type="checkbox"/> Sem citação <input type="checkbox"/> Pesquisador <input type="checkbox"/>		Presença do nome: Capa <input type="checkbox"/> Manchete <input type="checkbox"/> Rodapé/legenda <input type="checkbox"/> Citação <input type="checkbox"/> Título <input type="checkbox"/> Destaque no texto <input type="checkbox"/>		
Posição Gráfica: 02 elementos gráficos <input type="checkbox"/> 03 elementos gráficos <input type="checkbox"/> 04 elementos gráficos <input type="checkbox"/> 05 ou mais elementos <input type="checkbox"/>		Ocupação na Página: 1/4 <input type="checkbox"/> 2/4 <input type="checkbox"/> 3/4 <input type="checkbox"/> 1 página <input type="checkbox"/> 2 páginas <input type="checkbox"/> 3 ou mais páginas <input type="checkbox"/>		
Gênero: Crônica <input type="checkbox"/> Entrevista <input type="checkbox"/> Nota Informativa <input type="checkbox"/> Notícia <input type="checkbox"/> Artigo <input type="checkbox"/> Coluna <input type="checkbox"/> Reportagem <input type="checkbox"/> Editorial <input type="checkbox"/> Nota opinativa <input type="checkbox"/> Carta ao leitor <input type="checkbox"/> Charge <input type="checkbox"/> Agenda <input type="checkbox"/>				
<a href="http://www.redepeabirus.com.br/redes/form/post?pub_id=127801#cPost">http://www.redepeabirus.com.br/redes/form/post?pub_id=127801#cPost</a>				

**Peabirus** CONSTRUA O SEU CAMINHO

## **Crescimento da cafeicultura brasileira está embasado no emprego de tecnologias**

*Para Silas Brasileiro, além dos instrumentos de política agrícola de ordenamento da oferta e garantia de renda, devem ser implementadas políticas de estímulo ao consumo*



O Conselho Nacional do Café (CNC) é uma entidade privada que reúne produtores, cooperativas, associações de cafeicultores e federações de agricultura de Estados produtores. Com essa abrangência, a entidade representa um universo de aproximadamente 270 mil produtores, em sua maioria de pequeno porte. Fundado em 1981, por iniciativa de vários líderes da cafeicultura nacional, o CNC tem o intuito de defender e promover os direitos e interesses dos produtores de café do Brasil. Sua atuação está sempre ligada aos princípios do desenvolvimento sustentável, em suas dimensões econômica, social e ambiental.

Membro do Conselho Deliberativo da Política do Café (CDPC), o CNC também faz parte da delegação oficial brasileira na Organização Internacional do Café (OIC), constituindo-se em importante interlocutor dos cafeicultores brasileiros em nível internacional. Por meio de acordos institucionais, trabalha integrado com a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) e com a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), representando-as em alguns fóruns de interesse do setor. Além disso, representa o setor nos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário – em níveis federal, estadual e municipal –, e nos demais segmentos da cadeia produtiva do agronegócio café, propondo e participando ativamente da gestão da política de interesse do setor.

A Embrapa Café, que coordena as pesquisas realizadas pelo Consórcio Pesquisa Café, em busca de traçar um panorama atual da cafeicultura brasileira tem sistematicamente entrevistado dirigentes de instituições representativas dos diversos segmentos do agronegócio café no Brasil. Nesta edição, conversamos com o Deputado Federal Silas Brasileiro, que também é presidente executivo do CNC. Saiba o que ele pensa sobre a atual situação do agronegócio café brasileiro e que medidas têm sido propostas e reivindicadas pelo CNC ao setor produtivo para suplantar as dificuldades enfrentadas e dar sustentabilidade à cafeicultura.

**Embrapa Café** - O Conselho Nacional do Café (CNC), como entidade privada, representa produtores, cooperativas, associações de cafeicultores e federações de agricultura dos estados produtores. Qual o perfil dos representados pela entidade e qual sua missão principal?

**Silas Brasileiro** - Com essa abrangência, a entidade representa um universo de aproximadamente 270 mil produtores, em sua maioria de pequeno porte. O CNC tem como foco principal o desenvolvimento sustentável do agronegócio café, considerando: renda maior e estável aos produtores; redução da volatilidade no mercado; aumento da competitividade do setor; agregação de valor ao produto e maior participação dos produtores nas margens de comercialização; atendimento às exigências do mercado em consonância com os princípios de sustentabilidade econômica, social e ambiental; e fortalecimento político-institucional e consolidação da imagem do setor, do CNC e dos associados.

**EC** - Do lado do Governo, o Conselho Deliberativo da Política do Café – CDPC é um colegiado do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – Mapa com sete representantes do governo e mesmo número da iniciativa privada. O CNC e a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil – CNA integram o CDPC com dois representantes cada; a Associação Brasileira da Indústria do Café – Abic, a Associação Brasileira da Indústria do Café Solúvel – Abics e o Conselho dos Exportadores de Café do Brasil - Cecafé com um representante cada. Que avaliação o CNC faz da missão e do desempenho do CDPC?

**SB** - O setor produtivo do café pode se considerar um privilegiado por possuir tão relevante fórum como o CDPC, que engloba todos os elos da cadeia privada e também do Governo Federal. Entretanto, hoje notamos que, infelizmente, o “Deliberativo” da nomenclatura deixou de ter o significado real da palavra, pois, por mais que o colegiado aprove medidas pró-ativas e favoráveis ao desenvolvimento sustentável da cafeicultura brasileira como um todo, essas encontram resistência e acabam não sendo concretizadas. Esse cenário, lamentavelmente, faz com que produtores percam renda e, conseqüentemente, competitividade, exatamente por falta da implementação e agilidade nas ações aprovadas no CDPC. Por se tratar de um fórum em que há representação do setor privado e do Governo, onde as decisões são tomadas pela maioria dos titulares, necessária se faz uma ação conjunta, para que o Conselho cumpra o seu objetivo.

**EC** - O foco principal do CNC tem sido buscar promover o desenvolvimento sustentável do setor produtivo do café. Levando-se em conta os baixos níveis de preços recebidos pelos produtores nas últimas safras, preço mínimo que não cobre os custos de produção, volatilidade dos mercados no País e exterior, aumento da competitividade dos países concorrentes, que medidas o CNC tem defendido no âmbito governamental e privado para reverter essa situação?

**SB** - Frente ao aviltamento dos preços da saca de café, o CNC tem proposto e defendido junto ao Governo Federal a prática de implantação de instrumentos de política agrícola para o ordenamento de oferta e para a garantia de renda aos cafeicultores. A primeira conquista foi a aprovação da prorrogação da estocagem pelo Conselho Monetário Nacional (CMN), em 28 de março de 2013. Essa decisão abrangeu 2 mil contratos, correspondentes a 2 milhões de sacas que deixaram de ingressar no mercado neste semestre, evitando, portanto, uma sobreoferta às margens da entrada da nova safra. Restam, ainda, a definição de um novo preço mínimo, a aprovação dos votos para a definição dos valores para as linhas de financiamento de Colheita, Custeio, Estocagem e FAC e as subseqüentes aprovações dos programas de Leilões de Opções e do Prêmio Equalizador Pago ao Produtor (Pepro). No âmbito privado, temos defendido a realização de esforços para a redução dos custos de produção, por meio da incorporação tecnológica, de forma a preservar nossa competitividade internacional.

**EC** - Em função dos dados oficiais levantados pela Companhia Nacional de Abastecimento – Conab para a safra de 2013, o CNC poderia traçar um panorama da produção de café arábica e robusta, no País, destacando as peculiaridades dos seis maiores estados produtores?

**SB** - Minas Gerais é o principal estado produtor de café do Brasil, respondendo por 52% da safra nacional. A cafeicultura mineira é especializada na produção da variedade arábica, que representa 99% do volume colhido nos 680 municípios onde é cultivada. Em segundo lugar vem o Espírito Santo, especializado em conilon (o robusta brasileiro), respondendo por 77% da produção dessa variedade no Brasil. São Paulo, Bahia, Paraná e Rondônia ocupam, respectivamente, a terceira, quarta, quinta e sexta posições no *ranking* de estados produtores. Cada um possui suas vantagens e desafios regionais a serem enfrentados. Porém, independente das peculiaridades locais, o fato mais importante que os dados da Conab têm nos mostrado é que o crescimento da cafeicultura nacional está embasado no emprego de tecnologias, as quais tem permitido ganhos de produtividade muito mais significativos do que a expansão de área. Ao longo da última década, a melhoria dos tratamentos culturais e a renovação das lavouras em áreas já dedicadas à atividade cafeeira — com espaçamentos adensados e novas variedades mais produtivas e resistentes a pragas e doenças — foram suficientes para aumentar em aproximadamente 70% a produção nacional de café, ao mesmo tempo em que se reduziu a área em produção.

**EC** - Com esses números da Conab e levando-se em conta os estoques eventualmente existentes, a exportação e o consumo interno, face ao crescente aumento da produção e do consumo em nível mundial, que medidas o nosso País poderia adotar internamente para remunerar adequadamente o produtor e continuar mantendo a nossa hegemonia no mercado?

**SB** - Além dos instrumentos de política agrícola para o ordenamento da oferta e a garantia de renda, devem ser implementadas políticas de estímulo ao consumo doméstico e internacional. Acreditamos que o aumento do consumo está atrelado ao crescimento da qualidade do produto oferecido ao consumidor. Por isso, frente à revogação da IN 16/2010, defendemos a retomada dos trabalhos para a elaboração de uma nova regulamentação para fiscalizar e coibir possíveis impurezas no café torrado e moído, gerando mais segurança ao consumidor e auxiliando no aumento do consumo da bebida. Na área da promoção comercial, apoiamos a aplicação dos recursos do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (Funcafé) na execução de um plano de divulgação dos cafés do Brasil, até 2016, visando aproveitar a oportunidade dos eventos esportivos internacionais que serão sediados no País. O setor privado tem realizado um importante trabalho de promoção dos cafés brasileiros. Merece destaque a atuação da Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA, sigla em inglês), entidade associada ao CNC, que tem levado os cafés especiais do País a diversos eventos internacionais ligados ao agronegócio café e ao turismo, além de viabilizar uma maior remuneração aos produtores que investem na qualidade. A Associação Brasileira das Indústrias de Café (Abic) também possui um convênio com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-



Brasil) para promover o café brasileiro no exterior e fomentar as exportações do café industrializado. Além de campanhas de marketing, a política comercial é muito importante para ampliar os mercados para nosso café, mas infelizmente o País não tem avançado na realização de acordos bilaterais e regionais. Enquanto isso, a Colômbia recentemente fechou um tratado de livre comércio com a Coreia do Sul, garantindo a eliminação de tarifas para a entrada em um dos mercados de café mais dinâmicos do planeta.

**EC** - A bienalidade é caracterizada pela alternância de safras com alta e baixa produção, sendo mais pronunciada no café arábica, mas também tem ocorrido no café robusta. Contudo, com o avanço das pesquisas e das tecnologias empregadas no campo, a bienalidade tem se reduzido a cada safra. Como o CNC avalia esse fato?

**SB** - O primeiro ponto a se destacar é o trabalho que as instituições de pesquisa, englobadas no Consórcio Pesquisa Café sob coordenação da Embrapa Café, vêm realizando, o que tornou possível essa maior proximidade entre as safras. O CNC entende que a redução da bienalidade é positiva, pois traz mais estabilidade ao mercado, mitigando a volatilidade dos preços do café. Porém, diante do aviltamento dos preços pagos pelo café no mercado, alertamos para o fato de voltarmos a registrar bienalidades acentuadas em nossas colheitas, haja vista que a falta de renda trará como tendência inevitável a redução dos tratamentos culturais nas lavouras, principal fator que fez com que os ciclos possuíssem menor diferença nos volumes colhidos.

**EC** - Dados de consumo da Organização Internacional do Café – OIC indicam aumento da procura por café robusta em nível global. Confirmada essa performance, como o CNC vislumbra os mercados atual e futuro?

**SB** - O aquecimento da demanda pelo robusta é fruto do crescimento do consumo em países emergentes, que não são consumidores tradicionais da bebida, como Rússia e China. Entendemos que o robusta é um desbravador nesses mercados, pois os consumidores começam o contato com a bebida instantânea. Porém, com o planejamento e o investimento adequados em *marketing*, no médio prazo, esses consumidores passarão a se interessar por *blends* mais finos, com maior participação de arábica, abrindo espaço para os grãos brasileiros dessa variedade.

**EC** - Nesse contexto, quais as perspectivas de crescimento da demanda interna no Brasil de robusta e para quais nichos de mercado?

**SB** - Por apresentar maior concentração de sólidos solúveis, o robusta é matéria-prima para a indústria de café solúvel, uma bebida demandada por consumidores que dão maior valor aos atributos de praticidade e rapidez de preparo dos alimentos. Porém, tem crescido sua participação na composição dos *blends* de torrado e moído, devido a seu menor custo em relação ao arábica, como uma estratégia de ampliação da vantagem competitiva dessa indústria. O desenvolvimento da tecnologia de vaporização, que reduz a aspereza do robusta, permitiu a adoção dessa estratégia pela indústria torrefadora, com a vantagem de aumento de sua margem econômica e gerando boas perspectivas de demanda para o robusta.

**EC** - O Brasil é o maior produtor, maior exportador e segundo maior consumidor de café no mundo, logo atrás dos Estados Unidos. Quando o Brasil deverá chegar à primeira colocação no *ranking* do consumo e o que falta, na ótica da produção, para alcançarmos essa meta?