



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

ICC 94-13

20 outubro 2005
Original: português

P

Conselho Internacional do Café
Nonagésima quarta sessão
27 – 29 setembro 2005
Salvador, Brasil

**Sinopse preliminar da
2ª Conferência Mundial do Café**

O documento a seguir contém uma sinopse preliminar preparada pelo Presidente da 2ª Conferência Mundial do Café, Sr. Roberto Rodrigues, Ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento do Brasil, sobre a Conferência, que transcorreu em Salvador, Brasil, no período de 23 a 25 de setembro de 2005. A sinopse foi apresentada ao Conselho em sua 94ª sessão pelo representante do Brasil, em nome do Presidente. Notar que se está preparando uma análise mais circunstanciada das idéias que emergiram na Conferência.

SINOPSE DA SEGUNDA CONFERÊNCIA MUNDIAL DO CAFÉ

- **Aprendendo com a crise**
- **E buscando soluções de mercado**
- **Com vistas a sustentabilidade**

- **A sinopse das palestras apresentadas foi distribuída nas cinco áreas que abordo em seguida.**

1. AMBIENTE ECONÔMICO

- **O mercado do café não pode ser considerado isoladamente da economia como um todo e mais particularmente das commodities, em cujo mercado hoje não há clima para intervenção.**

- **Para garantir um equilíbrio entre produção e consumo precisamos contar com instrumentos de mercado**
 - ✓ que garantam uma remuneração justa e equilibrada a toda cadeia produtiva
 - ✓ com ênfase em seu elo mais fraco, a produção,
 - ✓ sem prejuízo dos demais.

- **Nos tempos atuais não há espaço para cotas ou acordos para restringir a produção.**

- **Precisamos trabalhar na direção oposta, eliminar barreiras tarifárias e garantir livre acesso a mercados:**
 - ✓ para o café;
 - ✓ para outros produtos que possibilitem a diversificação.

Precisamos trabalhar ainda em nossos países para construir mecanismos de mercado que ordenem o fluxo das safras de forma a garantir um abastecimento estável, que interessa a todos os elos da cadeia.

2. CONSUMO/DEMANDA

- **Precisamos aumentar o consumo de café para facilitar a transferência de renda ao produtor.**

- **A Conferência recomenda ações para aumentar o consumo em vários níveis.**

➤ **Mercados tradicionais**

- ✓ novos produtos/ inovações (expresso, sachês, bebidas à base de café);
- ✓ programas institucionais, a exemplo do “Café e Saúde”;
- ✓ beneficiar-se da explosão de lojas de café.

➤ **Mercados emergentes**

- ✓ importância do preço acessível;
- ✓ solúvel como porta de entrada.

➤ **Países produtores**

- ✓ desenvolver a cultura do café;
- ✓ melhorar a qualidade.

➤ **O papel de campanhas institucionais para promover o produto café foi muito mencionado:**

- ✓ “Café e Saúde”;
- ✓ relações públicas;
- ✓ esforços conjuntos entre produtores e consumidores;
- ✓ assistência de doadores como o Fundo Comum para os Produtos Básicos para o desenvolvimento de mercados sem contrapartida do setor privado em algumas áreas e com contrapartida em outras áreas.

➤ **Possível papel da OIC como indutor e catalisador de programas nos três mercados:**

- ✓ emergentes
- ✓ tradicionais
- ✓ produtores

➤ **Os conferencistas estão, de maneira geral, otimistas quanto ao aumento do consumo ganhar ritmo mais rápido que em anos recentes.**

➤ **Tal ritmo é fruto não só das tendências atuais, como de programas como os sugeridos acima.**

3. PRODUÇÃO/OFERTA

➤ **Para fazer frente ao consumo adicional previsto,**

- ✓ sem disparar novos ciclos de expansão de produção,
- ✓ assim perpetuando as crises,
- ✓ é necessário buscar instrumentos de mercado para organizar a produção
- ✓ buscando um nível de preços remunerativos
- ✓ mas que não incentive a super produção.

➤ **Entre as medidas propostas, resalto:**

- ✓ organizar melhor os produtores (cooperativas, associações etc) para encurtar a cadeia e facilitar o acesso a crédito, gerenciamento de risco, certificação, qualidade etc.
- ✓ melhorar a capacidade dos produtores comercializarem suas safras fazendo alianças estratégicas, ganhando escala e adquirindo conhecimento.
- ✓ agregar valor, principalmente através da industrialização do café nos países de origem, pois os produtos industrializados têm preços mais estáveis que as matérias-primas.
- ✓ disseminar o uso de ferramentas de gerenciamento de risco.
- ✓ diversificar para diminuir a dependência de um único produto.

➤ **A OIC teria vários papéis a exercer na área de organização da produção, entre eles:**

- ✓ buscar recursos para programas;
- ✓ coordenar programas que envolvam vários países;
- ✓ integrar políticas de vários países;
- ✓ facilitar as iniciativas de sustentabilidade garantindo que as normas, direitos e obrigações sejam equilibrados e negociados entre todos os participantes da cadeia.

4. SUSTENTABILIDADE

➤ **Crescimento sustentável da cadeia café**

- ✓ com desenvolvimento equilibrado de consumo e oferta;
- ✓ com distribuição de renda mais harmônica ao longo da cadeia para garantir a rentabilidade de negócios em todos os níveis;
- ✓ com atenção ao tripé: econômico, social e ambiental.

➤ **Sustentabilidade econômica é fruto de uma grande série de ações**

- ✓ pesquisa
- ✓ tecnologia
- ✓ insumos
- ✓ comercialização
- ✓ industrialização
- ✓ distribuição

Em cujo cerne está o trabalho do produtor.

➤ **As iniciativas de sustentabilidade estão se desenvolvendo e sofisticando. Porém, os conferencistas mencionaram as necessidades de ajustes.**

- ✓ Mais ênfase à sustentabilidade econômica, que está na base dos demais componentes (social e ambiental).
- ✓ Facilitar o acesso dos pequenos produtores à certificação.
- ✓ Dividir os custos de certificação de forma que o produtor seja remunerado adequadamente.

- **Houve clara evidência do interesse de doadores internacionais em apoiar e suportar os esforços do setor cafeeiro em diversas áreas.**

5. TRANSPARÊNCIA AO MERCADO

- **Comentou-se muito sobre a necessidade de maior transparência de mercado, como forma de diminuir a volatilidade, usando tecnologias modernas de:**
 - ✓ previsão de safra;
 - ✓ controle de estoques;
 - ✓ projeção de demanda.
- **Dados confiáveis de mercado são críticos para**
 - ✓ coordenar a produção;
 - ✓ incentivar a demanda de maneira adequada;
 - ✓ e garantir a sustentabilidade do negócio.
- **A OIC pode ter um papel preponderante na preparação, integração e validação de estatísticas e projeções.**

6. COMENTÁRIOS RÁPIDOS

- **Alguns comentários rápidos sobre conceitos muito repetidos pelos palestrantes:**
 - ✓ Qualidade e prazer são críticos para agregar valor (isto é, melhorar preços).
 - ✓ Programas de promoção dão resultado (haja vista o caso do Brasil).
 - ✓ Não podemos controlar preços artificialmente, mas sim por meio de promoção e segmentação de mercados.
 - ✓ O café é um dos melhores produtos para aproximar ricos e pobres porque os países ricos não são concorrentes na produção de café.

7. CONCLUSÕES PESSOAIS

- **Houve uma multiplicidade de outras idéias, conceitos e sugestões dentro da busca de diversidade de opiniões que norteou a montagem do programa da Conferência.**
- **Muitas idéias que às vezes parecem conflitantes podem ser consideradas complementares se vistas dentro do referencial adequado**
 - ✓ por exemplo, a aparente dicotomia entre pequenos produtores que usam baixa tecnologia e os produtores de qualquer tamanho que usam alta tecnologia.
- **A questão da tecnologia e sustentabilidade de produção são respostas às condições ambientais, sociais e econômicas de cada país.**

- **Cada país pode ser sustentável a sua maneira e produzir as qualidades que o mercado requer.**
- **Não podemos discriminar tecnologias, sistemas de produção ou determinadas qualidades pois cada um tem o seu papel na criação e desenvolvimento dos mercados, como por exemplo o café solúvel, muito mencionado como instrumento chave para abrir novos mercados.**
- **Concluo indo além da sinopse para deixar aqui uma mensagem em nome dos cafeicultores brasileiros.**
 - ✓ sendo o Brasil um dos produtores de café com renda mais alta
 - ✓ e certo de que nossos concorrentes estão como nós na rota de aumento de sua própria renda,
 - ✓ vejo o Brasil como um laboratório em escala real,
 - ✓ testando os caminhos que outros países certamente trilharão em futuro próximo.
- **O Brasil está disposto a compartilhar com os concorrentes seus avanços em áreas tão diversas quanto:**
 - ✓ pesquisa e tecnologia;
 - ✓ previsão de safras;
 - ✓ gerenciamento de risco;
 - ✓ aumento de consumo;
 - ✓ desenvolvimento institucional;
 - ✓ e muitas outras áreas que o tempo não me permite mencionar.