

## 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.