ABRE aspas:

O embaixador Rubens Barbosa é um apaixonado pelo que faz. Diariamente seleciona todo tipo de informação que recebe e separa o que fala de comércio internacional e de estratégias de desenvolvimento para países emergentes. Acredita que os projetos devem, como em contos tradicionais, ter começo, meio e fim. Do contrário, não é possível monitorar os resultados. Como presidente da Associação dos Países Produtores de Café (APPC), Barbosa exerce a difícil tarefa de harmonizar interesses muitas vezes conflitantes entre países filiados ou de neutralizar eventuais reações das nações importadoras às decisões da Associação. E não conta para isso com qualquer tipo de instrumento impositivo, como as antigas cotas de exportação. Foi com esse espírito conciliador e extrema cordialidade e simpatia, que Barbosa recebeu AGROANALYSIS na sede da representação brasileira em Londres. Suas palavras confirmam a reputação de grande negociador.

CORTESIA DA EDITORA DA FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS

Oferta sem restrições

SAYURI CARBONNIER, *de Londres*

■ *Que aspectos importantes caracterizam a condução dos trabalhos da embaixada brasileira em Londres durante a sua gestão?*

— Este é o meu primeiro posto como embaixador bilateral e estou tentando atuar dentro de uma linha moderna, não tradicional. O papel do embaixador mudou muito e sua ação tem que ser diferenciada para cada país. Aqui em Londres atuamos fortemente na mídia, nas ONGs, na City: é o principal trabalho a fazer; procuramos continuamente ajustar o trabalho da embaixada e do embaixador aos novos tempos. Ter consciência dos programas prioritários do Brasil e tratar de coordenar essas atividades de forma a defender os interesses do nosso país. Mas não é só isso. A defesa dos interesses e respostas a críticas ou a grupos de pressão já é um conceito um tanto ultrapassado da ação diplomática. De maneira pró-ativa, procuramos nichos onde o país possa se inserir tanto culturalmente como comercialmente. Hoje muitos aspectos de relacionamento externo refletem o modo como as pessoas percebem o nosso país. E as relações políticas estão mais baseadas nesses temas globais do que na política pura e simples, como no passado. Estamos ligados aos assuntos que interessam ao Brasil. Para citar um exemplo, a embaixada organizou em junho deste ano um seminário com a Suframa sobre oportunidades de investimento para o desenvolvimento sustentável na Amazônia. Tivemos a participação de mais de 100 pessoas e isso gerou uma reunião na embaixada para discutir o projeto Probem, que visa ao aproveitamento da biodiversidade do Amazonas. O principal objetivo da reunião foi o planejamento da construção de um grande laboratório, que será o Centro de Biotecnologia do Amazonas.



Barbosa: alguém precisa liderar o processo

■ *Mudando para o café: até que ponto o Brasil e os demais produtores seriam favorecidos por ações de organização da oferta internacional?*

— O ambiente internacional hoje dificulta a implementação de ações restritivas ao mercado como acontecia no passado, através de retenções de estoques ou cotas de exportação. Acho que seria difícil voltar a esses tempos. O que fazemos hoje no âmbito da APPC é tentar organizar a oferta sem nenhum mecanismo obrigatório. Mesmo porque não há consenso entre os países membros da Associação de voltar a qualquer restrição forçada ao livre fluxo de produtos. A APPC nasceu em 1993, quando o pre-

ço do café estava a 40 cents, ou seja, foi criada para responder a esse grave problema de preços baixíssimos. Durante o primeiro ano, o mecanismo de retenção funcionou. Mas depois a experiência nos ensinou que não era mais possível manter essa política, primeiro porque alguns países membros não tinham instrumentos para implementá-la; segundo porque não só não dispunham de mecanismos de controle interno como sequer tinham recursos para manter os estoques; em terceiro lugar, porque o setor privado não queria que isso acontecesse. Enfim, faltavam nesses países os instrumentos institucionais para reter os estoques. Entendo que os países produtores têm muito a ganhar através da organização da oferta. O desafio é organizá-la mediante novas estratégias, sem a imposição de mecanismos restritivos de retenção de estoques ou cotas, porque as condições para esse tipo de ação desapareceram.

■ *Entre os países produtores, quais são as vozes discordantes?*

— Na APPC o país que hoje mais se opõe à instituição de qualquer mecanismo de controle tipo retenção é a Indonésia e até certo ponto os países centro-americanos e alguns africanos. Há um amplo processo de descentralização e desregulamentação no setor do café na maioria dos países africanos, como Uganda e Costa do Marfim.

■ *O que caracteriza os países favoráveis e os países contra ações de organização da oferta?*

— Acho que existem vários componentes. Temos a questão da liberalização do comércio internacional, que dificulta a implementação de medidas de controle. Mas tem também um dado prático de mercado: hoje não há mais países compradores de café, o que existe são as grandes companhias que compram. O mercado é oligopsonista, tem muitos vendedores e poucos compradores. A demanda é concentrada, daí a dificuldade de coordenar.

■ *Quais os limites da ação da APPC para harmonizar os interesses dos países produtores?*

— Acho que a criação da APPC foi muito importante e veio como reação dos países produtores contra a queda dramática de preços em 1992/93, depois que acabou o Acordo Internacional do Café. Um dos objetivos principais da Associação é estabilizar o preço internacional do café em bases remuneradoras. Penso que nos últimos três anos, sua atuação foi muito positiva na coordenação dos países produtores, mesmo sem nenhum mecanismo compulsório. O café é uma *commodity* internacional cuja queda de preço foi relativamente menor. O petróleo e a soja registraram baixas históricas. Segundo o *Financial Times*, este ano registrou-se o preço mais baixo das *commodities* nos últimos 22 anos. É evidente que também o café teve queda de preços, mas foi menos dramática que a de outros produtos de base. Se em 1993 estava a 40 cents/lb, hoje os preços estão em torno de 100 a 120 cents/lb, o que significa três vezes mais que em 1993. O limite é justamente a impossiblidade de impor as medidas. A APPC é uma organização formada por produtores e pode decidir o que quiser, mas não se pode tomar nenhuma medida que vá contra o consenso. Todas as decisões da Associação são tomadas por consenso. O programa de exportação, um programa de organização da oferta no mercado, é aprovado anualmente e vai de julho a junho. Estabelecemos objetivos de exportação e os países procuram cumprir. *Grosso modo* tem funcionado nesses últimos cinco anos. São objetivos, não se trata de uma medida de força. Eu diria que é mais uma alocação de quantidades de exportação que os países procuram cumprir. É, portanto, uma política de coordenação para evitar um excesso de exportação e ao mesmo tempo evitar o ciclo do *boom and bust*, muito prejudicial ao setor. A idéia da APPC é favorecer tanto produtores como consumidores, ao visar a estabilidade de preços. É evidente também que buscamos um nível de preço remunerativo.

... hoje não há mais países compradores de café, o que existe são empresas compradoras de café, são as grandes companhias que compram. O mercado é oligopsonista, tem muitos vendedores e poucos compradores. A demanda é concentrada, e daí a dificuldade de coordenador.

■ *Avizinha-se um período de relativa abundância no mercado. Em sua opinião, a APPC tem condições para enfrentar o desafio? Qual o papel da OIC nesse cenário?*

— Não podemos esquecer que a APPC foi criada quando havia excedentes. Havia um estoque de 22 milhões de sacas na mão dos consumidores. Em 1993 o Brasil estava com um estoque de mais de 20 milhões e a Colômbia com quase 10 milhões. Daqui a um ano, se a safra dos países produtores crescer como está sendo prognosticado, haverá excedente de novo. Então o papel da APPC é ainda mais importante, primeiro para coordenar a ação dos produtores e segundo para estimular campanhas de promoção da exportação do produto, para aumentar a demanda internacional do produto em áreas novas. Enfim, o sucesso depende muito mais dos países membros do que do presidente ou do secretário-geral da APPC.

■ *Em sua opinião, o novo quadro do mercado financeiro mundial pode levar a pressões por novos acordos de produto de base ?*

— Os acordos de produtos de base – os de açúcar, cacau e café – são remanescentes da década de 60. Esse conceito de acordo está superado, pelo menos no horizonte que a gente alcança. Hoje e no futuro previsível não há espaço para acordos que imponham restrições, como cotas, mecanismos de retenção etc. Porque isso vai contra a cultura do momento. Penso também que as primeiras vítimas da globalização foram esses acordos superados na década de 90. Os EUA, o principal consumidor, tiraram o time de campo. Aí acabou-se, não existe acordo de café sem o maior consumidor. A OIC perdeu o sentido, marcando o fim dos acordos com cláusulas econômicas. O liberalismo econômico tirou o

tapete dos acordos de produtos de base. Mas isso não quer dizer que não possam reaparecer de outra forma.

■ *Que outra forma?*

— Estou conversando com o embaixador Rubens Ricupero, para examinar isso. Acho que de alguma maneira os países produtores de *commodities* precisam pensar nessa mudança de enfoque nos acordos de produtos de base. Sabemos que não podemos impor nenhum controle compulsório restringindo o mercado, porque ninguém aceita isso, mas teria sentido conseguir transformar esses acordos em instrumentos úteis para o setor privado e para os países produtores. Acho que deveríamos colocar na mesma mesa de negociação os compradores, já que não se negocia mais com os governos. Temos hoje cerca de sete ou oito empresas multinacionais compradoras. Sete delas compram de 40 a 50 milhões de sacas de café, então não adianta ficar conversando com os governos. Temos que conversar com essas empresas. A OIC foi muito esvaziada. Pensamos em dar um novo sentido à Organização, trazendo para dentro dela o setor privado. Outro aspecto fundamental é que essas associações precisam dispor de um mecanismo eficiente de coleta de informação, pois a informação é muito importante e na área do café ela não é suficiente. O cacau está muito mais avançado do que o café. Não temos no café estatísticas confiáveis de estoque, de produção, de exportação. As informações de exportação são defasadas, os países não fornecem as estatísticas, e isso é muito complicado. Temos que reestruturar essas organizações para que elas sejam úteis aos países produtores, senão não têm sentido. Os países membros pagam muito dinheiro para mantê-las, portanto temos que examinar essa questão à luz da relação custo-benefício. Isso tem que ser repensado, e na OIC estamos engajados nesse esforço. Tratamos de pensar uma estrutura adequada para uma organização internacional que envolva de um lado os governos de países produtores e os empresários desses países incluindo todos segmentos. Do lado dos países consumidores os verdadeiros interlocutores são as empresas que compram o café, pois são elas que têm influência não só nos preços mas também sobre o estoque, sobre o plantio. Muitas delas têm fazendas de produção e são ao mesmo tempo exportadores nos países produtores. É preciso que o mercado de café, especificamente, tenha primeiro um fórum onde os produtores mais o setor privado dos países produtores e países consumidores se encontrem para conversar; segundo, que exista um sistema de estatísticas funcionando, e terceiro um sistema de promoção do consumo de café. Se não temos condição de impor um sistema de mecanismos compulsórios do tipo cotas, a estratégia certa seria incluir o setor privado e melhorar a qualidade de informação.

■ *Até que ponto a formação de blocos regionais interfere no processo de organização da oferta de café, defendida pela APPC?*

— Esses blocos são normalmente neutros, mas em alguns casos pode haver uma interferência real. Por exemplo, o México, porque assinou a Alca, tem compromissos de fornecimento preferencial de *commodities* para o mercado americano. Assim o México não pode entrar em nenhum acordo de produtores do tipo da APPC, pois não pode se comprometer a reter café ou a nada que impeça a venda preferencial do café para o mercado americano. Existem também outros pequenos problemas laterais, como os de tarifa no Mercosul. Enquanto o Brasil tinha tarifa zero, a Argentina tinha tarifa de 6%, impedindo portanto a entrada de solúvel.

■ *O CDPC é o instrumento institucional adequado à condução da política comercial de café?*

— Acredito que sim. O CDPC foi criado para coordernar todos os grupos de interesse do Brasil. Acho que é um instrumento bastante importante e está sendo útil; mas para funcionar adequadamente precisa de uma liderança. Alguém precisa liderar o processo.

■ *Que outros instrumentos institucionais estão em vigor em outros países?*

— Há uma tendência hoje de grande liberalização, e os institutos do tipo IBC estão terminando, com poucas exceções, como na Colômbia e nos países centro-americanos. Os institutos de café não têm caráter restritivo. São organizações dos empresários, e na maioria das vezes com uma visão muito liberal; eles não estão lá para controlar, para centralizar, mas para servir de instrumentos de apoio para o setor privado. Na Indonésia e no Brasil acabou esse tipo de instituição de controle interno.

■ *A previsão de safra é um elemento importante na organização institucional do segmento?*

— Muito importante, principalmente no Brasil. Nos próximos anos precisamos preservar a iniciativa da Embrapa, porque do contrário ficamos por conta das estimativas de especuladores do exterior. Devemos aprimorar o levantamento, dar credibilidade aos números estimados no Brasil. Essas estimativas influem na formação dos preços no exterior, porque o volume de produção é muito grande.

■ *O senhor espera posições mais protecionistas da Europa, Ásia e EUA na próxima rodada de negociações da OMC?*

— Creio que não, mas aqui é preciso qualificar. Hoje as negociações comerciais incidem sobre tarifas e desregulamentação. É isso que os países desenvolvidos tentam negociar na OMC e a rodada do milênio aponta para isso. Interessa a eles, já que as tarifas dos países em desenvolvimento ainda são altas em relação às suas. Na realidade, o que ocorre é que ficam de fora barreiras não-tarifárias sofisticadas e o resultado é negativo para países como o Brasil, que sofre a imposição de um crescente número de barreiras protecionistas muito sofisticadas e não-negociadas no âmbito da OMC. As negociações que se fazem nessa Organização passam a favorecer os países desenvolvidos que querem abrir os nossos mercados. Estamos em constante disputa com os EUA e com a União Européia para diminuir não as tarifas, que já são muito baixas, mas as restrições não-tarifárias, e essas eles não querem discutir. Esse é um dos problemas das negociações que vêm aí.

■ *Por que os países produtores não viabilizaram ainda a exportação de marcas próprias de café?*

— Porque a estrutura do mercado não favorece essa idéia. Os grandes compradores não têm interesse em que haja marca própria do Brasil, da Colômbia. O café

torrado ou solúvel feito aqui na Europa não é brasileiro nem colombiano, é café da Nestlé.

■ *Até que ponto as denúncias de uso de trabalho infantil prejudicam a imagem do café brasileiro no exterior?*

— Até agora não têm prejudicado o Brasil, mas há uma campanha aqui na Inglaterra da ONG Fair Trade. Essa ONG vem tentando convencer os supermercados a não comprarem café de países que não cumprem uma série de requisitos que eles definem unilateralmente, dizendo que no Brasil, na Colômbia e em outros países produtores há trabalho de menores em fazendas de café. Não há diálogo. Tentamos explicar várias vezes. Apesar de até agora não nos ter prejudicado, considero que é um problema que é preciso acompanhar de perto. O Brasil tem que mostrar que não existe trabalho forçado e que em muitas fazendas os filhos de cafeicultores trabalham para aumentar a renda familiar. Não se trata de um trabalho escravo, forçado. Faz parte da conjuntura social do país e isso de estar envolvido com a atividade familiar é melhor do que estar na rua, abandonado e metido em crimes e drogas. Temos mostrado que o governo procura convencer os pais dos cafeicultores de que o lugar das crianças é na escola.

■ *O mercado de café orgânico é promissor?*

— Sim, é um mercado importante. Publiquei um artigo agora no Brasil sobre esse assunto que teve muita repercussão. Há um mercado crescente de produtos orgânicos na Inglaterra, é um dos mercados que mais cresce, e acho que é um nicho de mercado, um mercado incipiente, mas que cresceu uns 500% nos últimos quatro anos e vai crescer cada vez mais, por causa de considerações ambientais e de saúde. Isso é importante, até mesmo no âmbito da OIC. Em fevereiro do ano que vem teremos um seminário sobre café orgânico, incluindo a produção e o mercado desse tipo de café.

■ *Que outros nichos de mercado estão em desenvolvimento?*

— Só vejo um, o *specialty coffee*.

■ *Quais os principais elementos que deveriam compor um plano de* marketing *institucional do café brasileiro?*

— Estou discutindo esse programa há quatro anos: o consumo do café no exterior. Primeiro, acho que devemos envolver todos os segmentos no Brasil. Nesse particular, temos que ressaltar o trabalho que a Abic está fazendo no sentido de aumentar o consumo interno; segundo, entender que se trata de um trabalho de longo prazo; terceiro, que precisa de recursos para a promoção. Estamos fazendo, através do Fundo de Promoção de Café de Países Produtores, promoção na Rússia e na China. A reação das companhias brasileiras foi muito pequena. Elas não estão participando dessas promoções. No caso da Rússia, só a Cacique e a Globo estavam presentes. Isso é uma pena, pois elas deveriam entrar no vácuo dessa promoção e utilizar a oportunidade, já que não está sendo financiada com o nosso dinheiro, mas com o dos países produtores. Temos que nos convencer de que deve ser um programa de longo prazo e que precisamos de recursos. Todos os setores, incluindo produção, exportação, indústria, torrefação, deveriam participar contribuindo com recursos para a promoção do consumo de café. A questão da promoção do consumo de café deveria ser examinada pelo CDPC.

■ *É possível descomoditizar o café?*

— Acho que sim. A questão da marca, da origem, de não se vender como produto primário mas como café do Brasil deve merecer mais atenção. No Brasil, o único que faz isso é o Café do Ponto. Acho que é importante conduzir o mercado nessa direção.

■ *O mercado interno brasileiro está em forte expansão. Até que ponto este fato trará mais estabilidade à economia cafeeira no país?*

— É importante e é aí que aparece a importância do trabalho da Abic. A expansão do mercado doméstico é importante, pois se houver um aumento de safra nos próximos anos, como está sendo previsto, teremos que aumentar a exportação. Por essa razão, devemos fazer promoção no exterior. O Brasil, hoje com a meta de 15 milhões para consumo interno no ano 2000, é de longe o segundo mercado consumidor, além de maior produtor, tendo assim um grande peso dos dois lados. Graças em parte ao trabalho da Abic, houve não só um aumento de consumo mas também conscientização maior quanto à melhoria na qualidade do café consumido no Brasil. Não podemos ignorar, por outro lado, que houve um aumento de poder de compra da população em geral com a introdução do Plano Real que se reflete no aumento do consumo.

■ *O Brasil exportou 2 milhões de sacas em setembro, estourando um pouco a alocação feita pela APPC. Como o senhor vê isso?*

— Temos que ver o semestre inteiro. No primeiro semestre de 1998, a exportação ficou abaixo do limite de 6 milhões de sacas. Em setembro exportamos 2 milhões, e se nos próximos dois meses tivermos 2 milhões, mesmo caindo um pouco em dezembro, ficaríamos um pouco acima da cota do segundo semestre. Mas no semestre passado ficamos abaixo da cota. Temos ainda o outro semestre e temos que ver o comportamento de outubro, novembro e dezembro. Falta um trimestre, veremos se vai ficar acima da cota nesse semestre. Temos ainda de examinar o que vai acontecer no outro semestre, são 15 milhões de sacas no total. Só então podemos saber se exportou demais ou não. Temos de examinar o período inteiro de julho a junho.

■ *Qual a importância dos movimentos financeiros internacionais na formação do preço do café?*

— A formação do preço tradicionalmente é feita de acordo com os fundamentos do mercado, quer dizer oferta, demanda, estoque, fatores climáticos (se houve geada, seca ou não). Nos últimos quatro ou cinco anos os investimentos financeiros passaram a ter um papel muito importante, as aplicações no mercado de *commodities* e de futuros nos mercados de Londres, de Nova York, por parte dos fundos de investimentos como *pension funds* e *hedge funds*, com grandes volumes e grande volatilidade. Os corretores mudam de uma posição para outra, do mercado de ações para o mercado de *commodities*, e isso introduz um elemento de incerteza como nunca houve no passado. Esse é um aspecto importante que os países produtores têm que levar em conta, uma vez que não podemos fazer nada contra isso.