Novidades em café e soja

O Brasil ainda é o maior produtor de café do mundo e também o maior exportador. Há 80 anos o país dominava 75% do mercado mundial do café e hoje tem cerca de 20 a 25%. Perdeu espaço para Colômbia, Costa Rica e Vietnã.

Mas já se sabe que é possível agregar valor ao café verde, por exemplo, torrando e moendo o produto ou buscando parcerias em exportação para nichos especiais. A Secex mostra que até setembro deste ano o volume de café verde exportado foi 27,2% maior que o do mesmo período do ano passado, enquanto a receita caiu 23%: são os preços extremamente baixos pagos hoje pelo mercado.



Roberto Rodrigues *é engenheiro agrônomo e agricultor, presidente da Abag (Associação Brasileira de Agribusiness) e professor de economia rural da Unesp/Jaboticabal.*

Os produtores – cooperativas ou individuais – que estão vendendo o produto já torrado e até moído recebem muito mais por saca. Isso implica investimentos, mas quem está fazendo jura que vale a pena. É o caso de Patrocínio de Minas (Expocaccer), desde 1997 vendendo Café do Cerrado para o Japão, com selo próprio, em acordo com distribuidores de lá. A Ipanema do Sul de Minas não torra, mas tem contrato com torrefadores que colocam sua marca no produto. Um de seus clientes é a Starbucks, maior empresa mundial de café no varejo, que distribui o selo "Brazil Ipanema Bourbon".

Também é preciso investir em *marketing*. Brasileiros que viajam pelo mundo estão cansados de ler, em cardápios de companhias aéreas européias, a propaganda subliminar "café suave das onduladas montanhas da Colômbia". O cafeicultor colombiano símbolo, Juan Valdez, "freqüenta" as quadras de Roland Garros, as televisões e revistas dos EUA, do Japão e da Europa. Quase nada fazemos: a própria Varig tem, em seu cardápio, a propaganda do Nescafé. Está certa a Nestlé, certíssima, errados estão os produtores brasileiros em não fazer *marketing*. Embora sejamos os maiores produtores e exportadores de café do mundo, poucas donas-de-casa sabem disso lá fora.

Alguns projetos de propaganda e *marketing* já estão saindo dos escritórios de promoção comercial.

No caso da soja, o assunto é mais delicado. Café pode receber melhores preços em função da grande diferença de qualidade, por um padrão de classificação internacional que agora a BM&F vai arbitrar para o produto nacional – um avanço formidável. Para a soja, o importante é reduzir os custos de transporte da zona de produção até os portos e portuários.

Somos extremamente competitivos em soja, nas fazendas brasileiras. Mas quando a soja sai da fazenda, a competitividade cai: juros, impostos, logística (do lado interno) e protecionismo desenfreado (do lado externo). Nosso potencial de produção – de até 80 milhões de toneladas – fica na teoria.

Quanto ao protecionismo, o governo brasileiro se prepara para uma dura batalha na OMC, onde questionará o brutal subsídio dos norte-americanos a seus sojicultores, garantindo-lhes um *target price* e lucro certo, independente dos preços do mercado internacional, além de fortes estímulos às exportações, restringindo os mercados para o Brasil. Uma boa luta, porque estamos bem preparados tecnicamente, embora o poder dos ricos seja impressionante.

Na logística, além de trabalhos realizados na área da intermodalidade como os do Grupo Maggi (da Hermasa), a Empresa Brasileira de Planejamento de Transportes (Geipot), em seqüência a estudo sobre corredores estratégicos de desenvolvimento, apresenta "Alternativas de escoamento da soja para exportações", com base em 2000 e projeções para 2015, que analisa a movimentação da soja nas regiões de maior potencial de crescimento da produção agrícola, examina os principais eixos de transporte e propõe alternativas para reduzir despesas com fretes e gastos com combustíveis, da origem do produto ao destino. O relatório interessa ao governo e ao setor privado, na priorização de investimentos que melhorem o desempenho do transporte, reduzindo custos e, até mesmo, economizando divisas com importação de petróleo.

Os números impressionam. Na hidrovia do rio Madeira, hoje operada pela Hermasa, um único comboio com capacidade para 18 mil toneladas substitui 600 carretas de 30 toneladas cada uma, nos eixos Cuiabá—Santos ou Cuiabá—Paranaguá. Em 2001 deverão ser transportadas pelo rio Madeira cerca de 1 milhão de toneladas de soja, volume carregado por 33 mil viagens de carretas: enorme economia de combustível e brutal redução do custo de manutenção das rodovias.

Segundo o Geipot, se no ano 2000 já tivessem sido implantados os caminhos propostos pelo estudo, a economia seria de US$44,50 milhões em frete e mais US$26,69 milhões de dispêndios energéticos. Para o horizonte de 2015, esses valores passariam, respectivamente, para US$130,33 milhões e US$43,16 milhões. O governo não poderia deixar de apoiar tais programas, oferecendo créditos a preços adequados.

A soja hoje já fatura perto de US$5 bilhões/ano. No primeiro semestre deste ano, o complexo todo – grão, farelo e óleo – teve uma receita de US$3,15 bilhões, movimentando 17,5 milhões de toneladas, segundo a Secex, para uma safra de 30 milhões de toneladas de grãos. Numa safra de 70 milhões de toneladas, quanta economia, quanto cresceria a nossa competitividade com uma bem montada logística de escoamento.