O pior dos mundos

Ganhar em volume de exportação sem ganhar dinheiro e ainda nocautear a capacidade produtiva é péssima estratégia de marketing para o setor cafeeiro

ARMANDO MATIELLI E ANDRÉ LUIS MATIELLI

O depauperamento das lavouras cafeeiras se explica em parte pelos baixos tratos culturais dos últimos anos, principalmente os anos 2001/02. Somam-se a isso velhos cafezais plantados à época do Plano de Renovação e Revigoramento das Lavouras Cafeeiras (década de 70), que já sofreram secas e geadas, podas e desbrotas malconduzidas e para os quais não há previsão de trato adequado. O clima seco agrava o quadro sombrio para as próximas safras: cafeicultores na maioria descapitalizados, desestimulados e assustados com dificuldade de continuar a produzir e sobreviver em ambiente tão hostil.

Cerca de 70% dos cafeicultores são pequenos e médios produtores, que geralmente não comercializam sua produção no mercado futuro via BM&F, crédito rural, pré-comercialização, opções de vendas ou quaisquer outros instrumentos de sustentação econômica. Não estão nem culturalmente nem burocraticamente preparados para enfrentar a BM&F e as instituições bancárias.

O único caminho é a venda de seu café pelos preços que reinam no mercado à época da safra, quase sempre muito baixos. Além disso, agravantes intrínsecos ao processo produtivo forçam esses produtores a vender entre maio e outubro. Itens como mão-de-obra usada na colheita; sacaria; beneficiamento; dificuldade de armazenamento na propriedade; recursos para a própria sobrevivência e compromissos que normalmente vencem em setembro e outubro, como o pagamento de insumos, tiram o fôlego dos produtores, estrangulados antes do término da safra.

A maioria dos produtores portanto já vendeu boa parte da produção a preços aviltados entre R$90,00 e R$110,00/saca (preço médio de US$30,00/saca para os arábicas). Descapitalizados, têm que continuar na atividade e se deparam com os altos preços dos adubos, defensivos e outros insumos. Quando a situação se torna inviável, deixam suas lavouras sem o devido trato ou as abandonam, partindo para outras atividades.

Em épocas normais conseguia-se adquirir uma tonelada de adubo por 1,5 a duas sacas beneficiadas de café. Atualmente são necessárias cerca de quatro sacas.

Tudo leva a crer em fortes quedas de produção nos próximos anos. Outra safra recorde da ordem de 45 milhões de sacas provavelmente só acontecerá daqui a muitos anos. O que foi ganho em aumento de produção e *market-share* nos últimos três ou quatro anos está comprometido para os anos vindouros.

Missão impossível

É praticamente impossível manter 27 milhões de sacas de exportação e mais 13,5 milhões para o consumo interno. Voltaremos a perder mercado na Alemanha, no Japão, na Itália, sem falar nos EUA, que só compram café a preços extremamente baixos e são pouco exigentes no quesito qualidade. Atingiremos neste ano perto de 30% de *market-share*, com percentual declinante nos próximos anos. Um indício desse amadorismo é que só sabemos vender o café a preços baixos, superofertando o mercado e derrubando as cotações e deixando os clientes disponíveis para os concorrentes, que se aproveitam da nossa fragilidade logística.

Para nossa cafeicultura sobram o abandono dos cafezais e a erradicação das lavouras. Basta observar as olarias, padarias, fábricas de doces, os quintais das casas da zona rural e a periferia das pequenas cidades, principalmente nas regiões de cerrado, onde predomina a lenha de café como fonte de energia alternativa e barata. Em algumas regiões, antes da colheita, o metro cúbico de lenha estava na faixa de R$20,00 a R$22,00. Hoje o aumento da oferta de lenha de café, com a erradicação das podas, fez o preço despencar entre R$12,00 e R$14,00.

O saldo é a tristeza dos cafeicultores, que não conseguem honrar os salários dos trabalhadores, aumentando o desemprego e a marginalidade. A situação só não é mais trágica porque alguns instrumentos ajudam a minimizar a crise, graças à luta insistente das lideranças.

Essas táticas comerciais precisam ser aprimoradas e dinamizadas nas próximas safras. Esses instrumentos afinados e a possibilidade de atingir maior número de produtores permitirão profissionalizar a atual logística tupiniquim e ganhar dinheiro.

Precisamos passar longe dos comentários "ultramodernistas" de quem não sabe fazer contas e alega que instrumentos como a pré-comercialização são ultrapassados e anticomerciais. Esquecem que o mundo rico, do qual fazem parte os EUA e a União Européia, investe em média US$1 bilhão/dia em subsídios e intervenções protecionistas a seus produtores rurais. Ganhar *market-share* em volume de exportação sem ganhar dinheiro e ainda nocautear a capacidade produtiva é péssima estratégia de marketing para o setor cafeeiro.

Armando Matielli e André Luis Matielli *são engenheiros agrônomos com MBA em agribusiness (FGV) e cafeicultores na Fazenda Jacutinga, em Guapé, MG. matielli@uol.com.br*