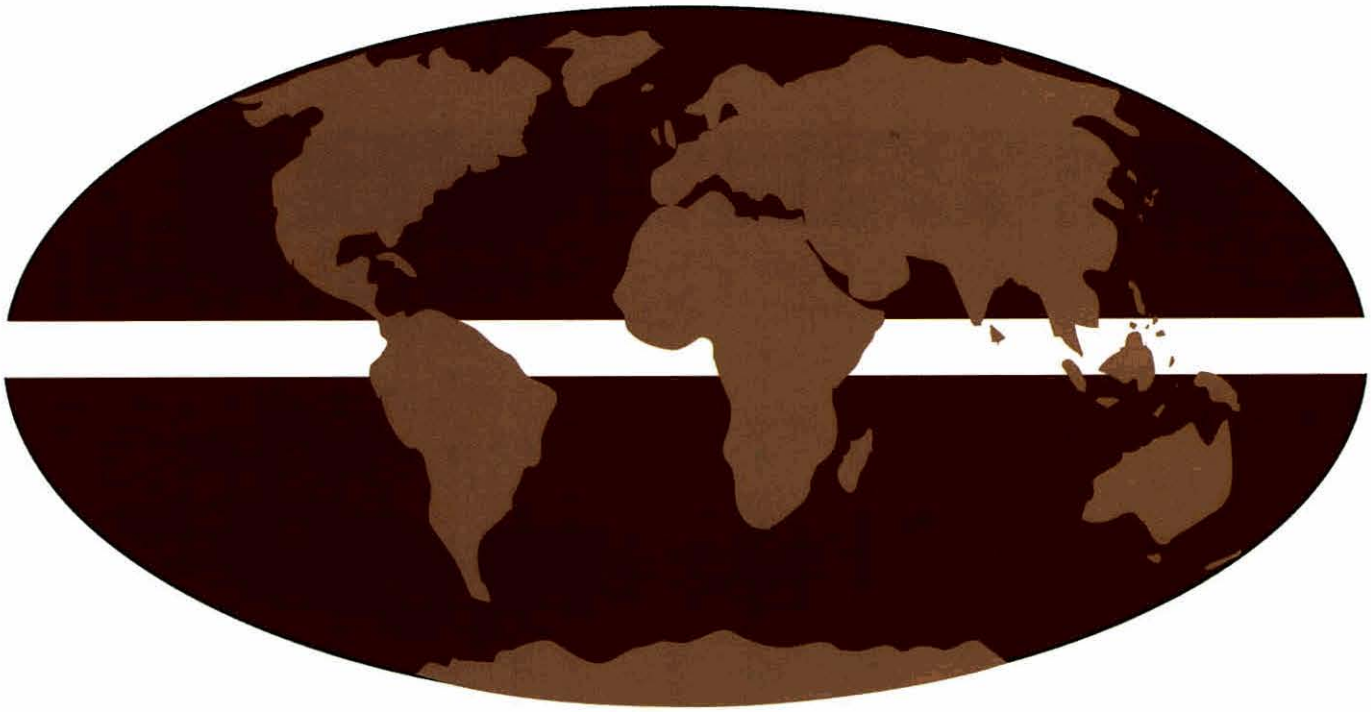


Sem medo da concorrência

Cabe ao Brasil abocanhar uma fatia maior neste negócio de US$ 75 bilhões/ano

ARMANDO MATIELLI
ANDRÉ LUIS MATIELLI

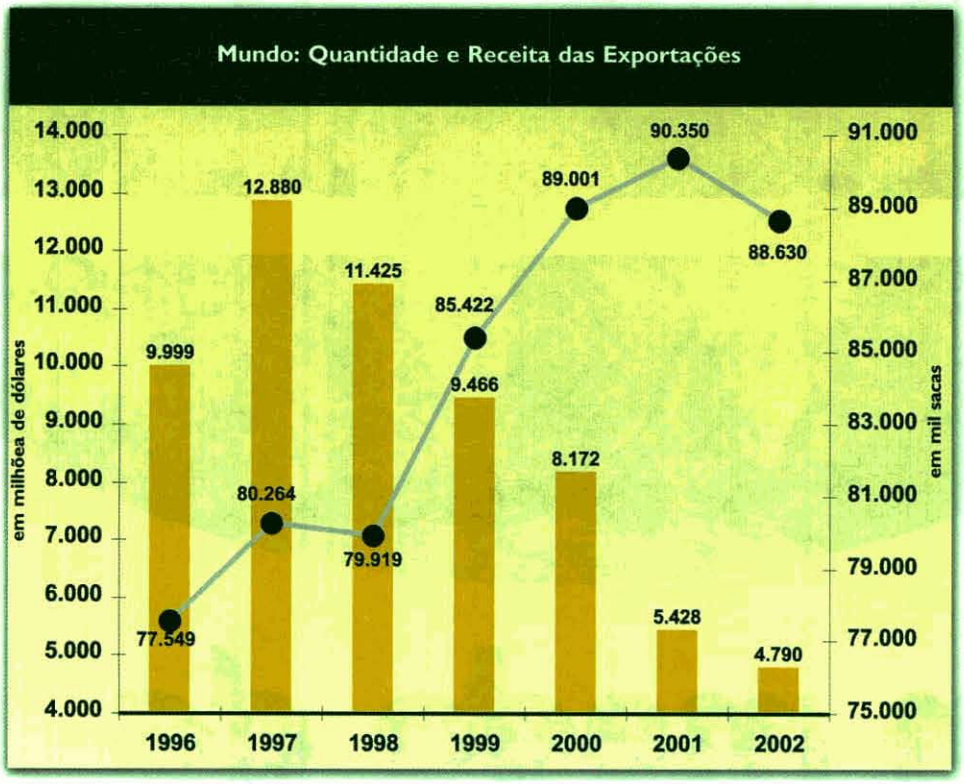
A primeira exportação comercial de café realizada pelo Brasil foi em 1731, na quantidade de sete libras, do Pará para Lisboa (1). De lá para cá, o País se comportou muito mais como exportador de matéria-prima, com exceção do solúvel, surgido nas últimas décadas e mesmo assim pouco representativo quando comparado com o total exportado.

Em milhões de sacas, o consumo mundial vai de 110 a 113, sendo de 83 a 85 pelos países importadores e de 27 a 28 pelos países produtores.

Com uma receita total do agronegócio ao redor de US$ 70 a 80 bilhões, cada saca gera uma receita média entre US$ 650 e US$ 730. Há uma dicotomia no desempenho comercial dos países denominados desenvolvidos e os em desenvolvimento: os primeiros agregam valor às matérias-primas adquiridas a custos baixos e atuam de forma sólida no setor terciário da economia, com planejamento estratégico, marketing moderno e foco no consumidor final. A receita média gerada por saca fica subestimada nos países desenvolvidos.

O cafeicultor brasileiro mostra capacidade inovadora no aspecto tecnológico: com uma produtividade em sacas por hectare ascendente de 9 nas décadas anteriores para 16 nos últimos sete anos. Mas, enquanto atividade agrícola exportadora com base única e exclusiva na produção, a economia cafeeira é vulnerável e precisa ser socorrida por planos econômicos. Entre 1996 e 2002, os países exportadores tiveram uma queda de 63% na receita, frente um aumento de 13% no volume de café exportado.

Em 2002, o Brasil exportou 28 milhões de sacas de café, que multiplicadas pela receita média mundial gerada por saca, de US$ 650 e US$ 730, dá uma receita total do agronegócio café entre US$ 18,2 bilhões e US$ 20,4 bilhões. Mas a arrecadação efetiva das exportações nacionais ficaram em US$ 1,35 bilhões. Há algo errado na divisão do bolo: US$ 1,35 bilhões para quem produziu e de US$ 18,2 bilhões a US$ 20,4 bilhões para quem comprou e comercializou.



Paradigmas

Os ganhos na cafeicultura decorrem das "quebradeiras" de produtores e de eventos climáticos, principalmente a geada, mas capitalizar dentro da normalidade produtiva é quase um sonho.

Enfim, nas palavras do professor Mauro de Rezende Lopes : "com mão-de-obra barata, recursos naturais abundantes e com a produção de matéria-prima, ou seja, no setor primário da economia, não se ganha dinheiro; ganha-se dinheiro no setor terciário da economia, com planejamento estratégico, equipes de alto desempenho, ferramentas empresariais modernas, qualidade das estratégias de negócios, posicionamento mercadológico e foco no cliente."

Após 273 anos da primeira exportação brasileira de café, está mais do que na hora de "partir" para o mercado sem medo da concorrência, com industrialização, segmentação do consumo, diversas modalidades de bebidas e novas alternativas. Em 2002, com 42% da produção mundial, há market share para "virar o jogo". Com conhecimento e liderança na produção infra-estrutura e logística de exportação, cabe angariar maior participação no "bolo" de US$ 75 bilhões, num mercado extremamente competitivo onde cinco ou seis firmas multinacionais atuam com força.

O mercado é soberano e sempre há espaço para iniciativas inteligentes. Alguns produtores já buscam parcerias com torrefadoras e marcas próprias. O surgimento da ABCA (Associação Brasileira de Café Arábica) abre expectativa para a criação do "Brasil-Café", com um plano de marketing e comercialização do café arábica no mercado internacional. São iniciativas para a quebra de paradigmas e saída do anacronismo. Uma visão distinta daquela que reina há quase três séculos na cafeicultura brasileira e dar um caráter mais empreendedor para introduzir o Agronegócio Café no conceito de modernidade, competitividade e lucratividade. ■

ARMANDO MATIELLI e ANDRÉ LUIS MATIELLI *são cafeicultores em Guapé (MG)*