

## FALE COM A GENTE!

Editor Marcelo Santos  
E-mail economia@atribuna.com.br  
Telefone 2102-7274

## Corecon reúne economistas em Santos

O Conselho Regional de Economia de São Paulo (Corecon-SP) realiza amanhã o Café com Economistas, às 18h, na Associação Comercial de Santos. O evento discutirá impacto da inteligência artificial na região e desafios do ensino tecnológico.

## ECONOMIA

## Onda de commodities ajudará Brasil

Segundo economista Ricardo Amorim, que abriu debates do Seminário de Café, tendência atrai recursos e reduz inflação, mas há riscos

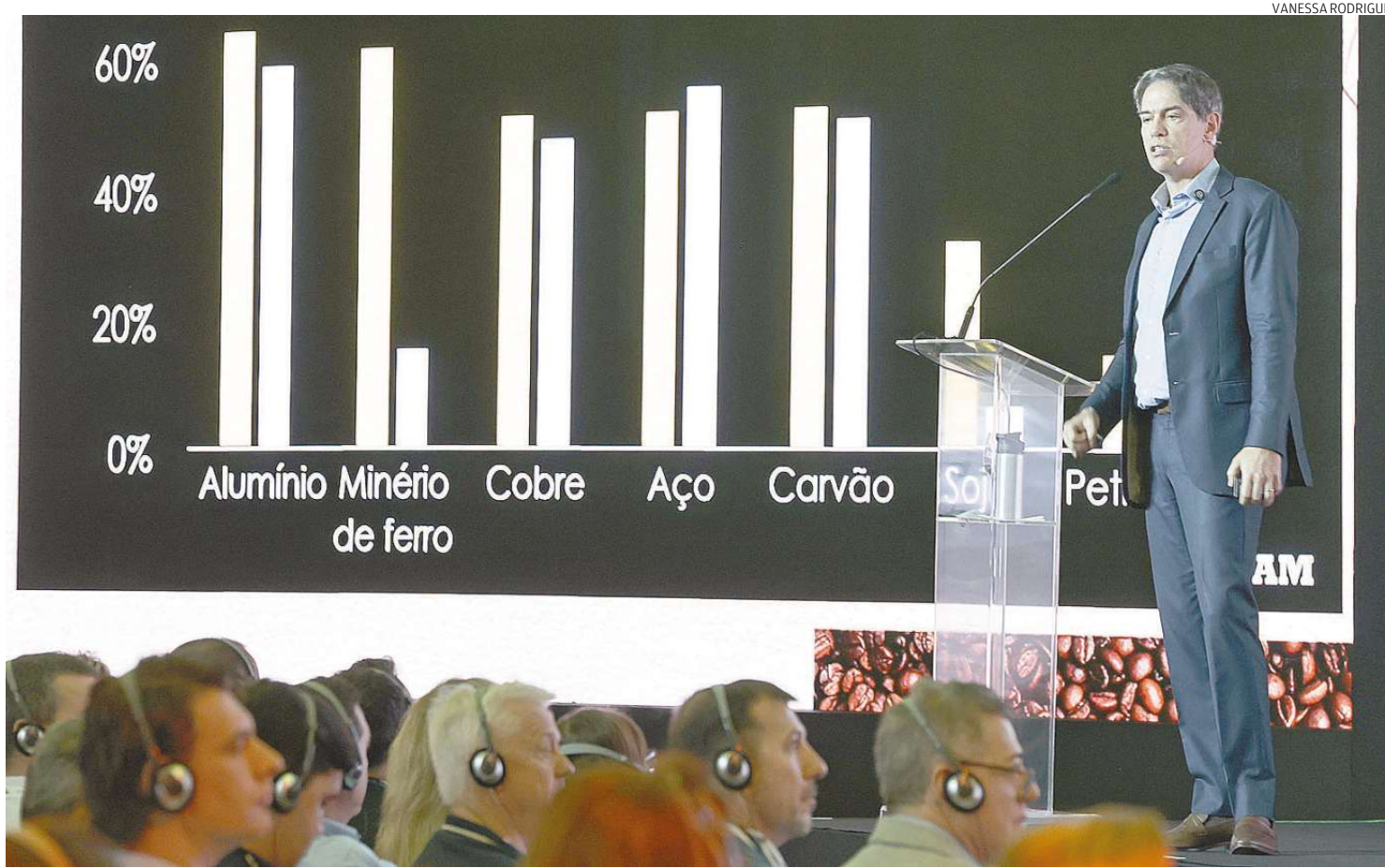
ANDERSON FIRMINO  
DA REDAÇÃO

A economia da América Latina, e do Brasil em especial, possui um “bilhete premiado” para um momento de crescimento econômico. Mas precisa evitar ao máximo, erros que possam “queimá-lo”. Esse é o conselho deixado pelo economista Ricardo Amorim, que abriu, ontem, os debates do 24º Seminário Internacional do Café de Santos, que termina hoje no centro de convenções da Ponta da Praia.

Segundo Amorim, países exportadores de commodities (produtos minerais e agropecuários cotados em bolsas internacionais) devem ter aumento de demanda, com vendas de quantidades maiores a preços menores, permitindo grande entrada de recursos.

“Quando entra esse dinheiro de fora, muito dólar no País, a oferta cresce e o preço cai. Quando isso acontece, você barateia tudo o que é importado no País, e isso ajuda a derrubar a inflação. Com ela em queda, os juros também podem cair e, com isso, passamos a ter mais crédito, mais consumo, e o País cresce mais. O que precisa fazer é aproveitar isso”.

Ele lembra que, nos últimos anos, algumas moedas



Amorim: expectativa de aumento da produção de café no próximo ano vai coincidir com a continuidade da expansão do consumo da bebida

da América Latina tiveram bom desempenho. “Sistematicamente, o Brasil tem crescido mais do que os economistas acham. O mundo inteiro foi pior do que o FMI (Fundo Monetário Internacional) achava, o Brasil foi melhor e puxou a América Latina para cima”, complementa. “Os países

que “não se esforçarem” para ir mal, terão desempenho melhor do que muitas pessoas acreditam”.

Amorim acrescenta que, no curto prazo, houve uma redução de produção de café, uma das explicações para a elevação recente de preços. “Do ponto de vista do produtor, com prazo um

pouco maior, e considerando o ano que vem, quando se olha para a perspectiva de safra, a gente vai ter um aumento de produção, com algumas das variedades de café no mundo batendo recorde de produção”.

De acordo com o economista, o café, que já é um produto importante para o

Brasil, deve ter seu valor amplificado. “O consumo mundial vai continuar crescendo nos próximos anos e a participação brasileira no mercado tende a crescer. O que eu acho que falta: fortalecer a marca do café brasileiro fora do Brasil. Essa é uma parte importante para que isso, de fato, se materialize”,

## MARCA FORTE

“(A Colômbia) É o país que melhor fez isso. Eu vivi nos Estados Unidos e percebi quão bem-feito foi o trabalho que eles fizeram de fortalecimento da marca colombiana. Você fala “café” e provavelmente nove entre dez americanos, na mesma hora, pensam em Colômbia. Está na hora do Brasil fazer a mesma coisa nos maiores mercados consumidores”

Ricardo Amorim  
Economista

acrescenta, citando o exemplo colombiano de valorização da marca própria.

## SANTOS

O economista conta que a presença no seminário tem caráter especial para ele. “Meu sangue é santista: pois três dos meus quatro avós são daqui de Santos. E eu sou consumidor de café. Além disso, acredito que a única forma da gente conseguir melhorar é tomando decisões melhores. E decisões melhores exigem informação e conhecimento. Para mim, poder participar e, quem saber, colaborar para disseminar informação boa, é o melhor dos mundos”.

## OIC defende participação feminina

Primeira mulher a comandar a Organização Mundial de Café (OIC), Vanúsia Nogueira tem na equidade de gênero uma de suas grandes preocupações. A executiva lembra que elas participam da produção do café, mas não das etapas seguintes, como venda e distribuição.

“Por volta de 70% do trabalho no café são feitos por mulheres. Mas é uma mulher que atua no campo, faz o trabalho braçal, mas não tem o menor poder de decisão. Na sua imensa maioria, na hora de vender, não tem acesso a uma conta bancária, a crédito e, em alguns países, nem mesmo possui direito à terra. Precisamos encarar essa questão”, avalia ela, durante a palestra Desafios para o Futuro, no Seminário do Café.

Vanúsia também alerta para a falta de renovação da força produtiva do café. “Temos que buscar atrativos para manter os jovens no campo, cuidando da terra e, também fornecendo não só o café, mas os alimentos que nós precisamos. Em muitos locais, a faixa etária do produtor rural é de 60 anos, porque não tem uma renovação”.

Ela afirma que a OIC nasceu nos anos 1960, visando equilibrar oferta e demanda, tentando trazer o setor de café de uma forma sustentável. Hoje, a entidade é composta por 76 países-membros, tanto produtores



Vanúsia, 1ª mulher a chefiar OIC: homens dominam venda e distribuição

res como consumidores.

Uma outra preocupação de Vanúsia é quanto aos mecanismos de financiamento da produção cafeeira. “Estamos em um País que teve muita política pública envolvida. Porém, muitos ainda precisam de ajuda para mudar a forma de operar”.

“A OIC pensa num mecanismo que seja uma rede de contatos entre quem tem recursos para aplicar e quem tem necessidade. Ser uma espécie de ponte,

dentro do contexto da escala. Temos milhares de projetos, mas que ainda não estão ganhando envergadura”, completa.

## ECONOMIA CIRCULAR

Um outro desafio da OIC é a expansão do conceito de economia circular de café. Ela prevê a redução e reutilização dos resíduos gerados pela cadeia de valor do café em outros processos de produção. O site circularconomyincoffee.org traz mais detalhes sobre a ação. (AF)

## MAIS TENDÊNCIAS

## Imagens de satélite

O diretor de Desenvolvimento de Negócios da Serasa Experian, Joel Rizzo, destacou em palestra no Seminário do Café a importância do uso de dados e imagens de satélite para identificação de zonas aptas para cultivo do café. Isso tem o objetivo de comprovar para a União Europeia que a produção nacional é sustentável e não usa espaços proibidos e/ou desmatados. A falta dessa informação poderá impedir a negociação com os europeus.

## Domínio brasileiro

O País vai responder, nos próximos anos, por até 80% de toda a produção mundial de café, espera o diretor-geral da Volcafé, Trishul Mandana, que participou de painel com CEOs. O diretor global de Café da Louis Dreyfus, Ben Clarkson, diz que o País está “em posição de protagonismo” e o diretor-geral na Ecom Agroindustrial, Teddy Esteve, destaca que o mercado está nas mãos do País, que precisa saber o que vai fazer com essa vantagem.

## Inteligência artificial

Em seu último dia, o Seminário do Café vai discutir, às 9h, a inovação em meio às mudanças climáticas e o impacto da inteligência artificial na agricultura. Também será debatido o novo cenário do fluxo do comércio global do produto em tempos de ESG. Já o CEO da McCann Worldgroup, o santista Hugo Rodrigues, falará sobre a marca Cafés do Brasil. O último painel apontará o futuro da cafeína e outras formas de consumo da bebida.

## País deve agregar valor à produção

Um País que conta com uma forma própria de fazer agricultura, tropical, que não deve se deixar influenciar por práticas de outros países, como os europeus. É o que pensa o gerente de Agronegócio da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex Brasil), Laudemir Muller, durante a palestra Promoção Sustentável das Exportações do Café Brasileiro.

“Somos muitos diferentes. Quando a gente vai trabalhar sustentabilidade, os métodos que a Europa considera que poderiam ser adequados para mensurar os nossos cafezais, podem funcionar na Europa, mas aqui não. Às vezes, quando você tem no método europeu, por exemplo, uma imagem de satélite, às vezes ele confunde o que é ma-



Cafezinho no intervalo do evento: País com produção diversificada

ta e o que é cafezal. O Brasil tem uma realidade que a Europa não tem”, sintetiza.

Ele aponta desafios para o setor. “Um deles é agregar valor à produção, mas principalmente à exportação do café. E trabalhamos muito forte-

mente para que o Brasil seja reconhecido lá fora como um país que tem cafés, ou seja, todo tipo de café. Não somos só o maior produtor mundial de café, mas temos a maior diversidade: arábica, cerrado, conilon”. (AF)