

CIRCULAR TÉCNICA

n. 2 - abril - 2007

ISSN 0103-4413



Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais
Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento

Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais
Av. José Cândido da Silveira, 1.647 - Cidade Nova - 31170-000
Belo Horizonte - MG - site: www.epamig.br - e-mail: faleconosco@epamig.br



Construindo um novo tempo

VISÃO EMPRESARIAL NA CAFEICULTURA¹

Glória Zélia Teixeira Caixeta²

INTRODUÇÃO

O setor café, além de ter mais dificuldade de ajustar produção e preços às condições do mercado, tem inerente à estrutura do seu processo produtivo uma variabilidade mais intensa nos preços do que os demais setores da economia. Por apresentar ciclos em que a um ano de alta sucede outro de pequena produção, o café tem variabilidades de safras que constituem condições excepcionais para a especulação. Há ainda na atividade um tempo de desequilíbrio de dois a três anos entre o plantio e a primeira produção, que faz com que a oferta responda mais tarde aos estímulos de preços. Os ciclos fisiológico e de preço, os mecanismos do mercado que respondem morosamente à produção, aliados a aspectos climáticos, a ataques de pragas e a doenças, determinam grande variação quanto ao volume de produção desejado e fazem com que a oferta do produto, num determinado momento, não seja adequada ou chegue ao mercado, quando os preços já foram alterados ou tornaram-se insatisfatórios. Essas características, aliadas à presença de grande número de produtores, contribuem para o aumento de concorrência e têm grande efeito sobre o processo de formação dos preços, que são, então, determinados pelo mercado sem que o cafeicultor consiga, individualmente, controlá-los. O produtor de café é, portanto, aceitador de preços e, ao aceitá-los, precisa ajustar sua produção de forma o mais eficiente possível.

ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Após os anos 90, pelo fato de a economia cafeeira mundial estar vivendo importantes transformações, passam a protagonistas da atividade cafeeira, o empresário empreendedor e a empresa inovadora. Empresas bem sucedidas são aquelas que procuram elevar seu nível de competitividade, por meio do aprimoramento da qualidade de seu produto e serviços, reduzindo custos e orientando-se para as necessidades dos clientes, em mercados cada vez mais exigentes.

Hoje, os lucros dos cafeicultores têm sido menores, devido aos preços e aumentos da concorrência, da volatilidade e da concentração vigentes no mercado. É preciso baixar custos e ter uma gestão estruturada em tecnologia.

O acirramento da competição exige do cafeicultor maior eficiência e esta será a condição para se manter na atividade.

COMPETITIVIDADE

Na atual conjuntura, correm maior risco os produtores com menor possibilidade de investir em tecnologia capaz de elevar a produtividade. A competitividade só pode ser obtida pela alta produtividade de cafezais adequadamente cultivados e pela maior rentabilidade, com administração adequada, programação empresarial e comercialização eficiente.

¹Circular Técnica produzida pela EPAMIG-Centro Tecnológico da Zona da Mata (CTZM). Tel.: (31) 3891-2646 - correio eletrônico: ctzm@epamig.br

²Economista Rural, M.Sc., Pesq. EPAMIG-CTZM, Caixa Postal, 216, CEP 36570-000 Viçosa-MG. correio eletrônico: gcaixeta@epamig.ufv.br

Para serem competitivos na atividade, os cafeicultores precisam buscar uma cafeicultura rentável por meio de um gerenciamento adequado, que tenha como foco qualidade, ambientes ecológico e social. Estes fatores impactam a empresa, mas requerem planejamento, organização, direção e controle da atividade. É imprescindível operar com menores custos, comercializar eficientemente, administrar riscos, defender-se das mudanças bruscas de preços, ganhar em produtividade. Investimento em qualidade, tipo, bebida, ponto de seca, valorização da qualidade, garantida pela sua própria classificação, bom conhecimento da atividade e não adivinhações quanto a preços são fatores determinantes de competitividade. Importante é atentar para o fato de que o mercado mundial tornou-se altamente competitivo. O Brasil não é mais o único exportador de café. Novos países entraram no mercado e investem na qualidade e na produtividade desse produto. Mostrar que, economicamente, é inviável produzir café com produtividade de 8 a 10 sacas/ha e que há um tamanho mínimo para o uso ótimo dos investimentos, são atitudes pertinentes.

Há, também, necessidade de estar organizado, de fazer parte de um grupo. Não há mais lugar para o indivíduo isolado. Nas regiões mais dinâmicas, os cafeicultores têm associações, que buscam o seu mercado, diferenciam e garantem a qualidade e o fornecimento do seu produto.

CONSIDERAÇÃO FINAL

O atual cafeicultor, para ter sucesso, precisa ser um bom observador, um grande comerciante e ter a prudência de um economista, para planejar e exercer o controle de sua atividade. A cafeicultura só será uma atividade lucrativa, se for exercida com competência. O mercado de café é bastante exigente e não dá margem para o amadorismo.