

Flávia Barbosa, Nelson Carvalhaes, Luciana Florêncio e Eduardo Heron

CeCafé tem nova governança

Carine Ferreira

O Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (CeCafé), na representação do comércio exportador, vem ao longo dos últimos anos participando ativamente do desenvolvimento do setor exportador e também de toda a cadeia do café. Hoje, a entidade representa 139 empresas associadas que, juntas, representam 95% de todo o café verde embarcado para 129 países. Depois de 13 anos da administração - marcada pelos avanços e estruturação da entidade - comandada pelo presidente do Conselho Deliberativo João Antonio Lian e pelo diretor geral Guilherme Braga Abreu Pires Filho, tomou posse em São Paulo a nova diretoria da entidade,

em 19 de outubro. Os novos dirigentes do Conselho foram eleitos na reunião do Conselho Deliberativo do CeCafé, realizada em junho deste ano e, em outubro, foram contratados a diretora geral Luciana Florêncio de Almeida e o diretor técnico Eduardo Heron.

Nelson Carvalhaes foi eleito presidente do Conselho Deliberativo. Carvalhaes é sócio-diretor no Escritório Carvalhaes de Café Ltda, onde começou sua carreira há 36 anos, e também é sócio-diretor da empresa Porto de Santos Comércio e Exportação. Carvalhaes começou a atuar este ano como integrante da delegação brasileira nas reuniões da Organização Internacional do Café (OIC), representando

o CeCafé. A vice-presidente do Conselho é Flávia Barbosa Paulino da Costa, com experiência no mercado financeiro e hoje responsável pela área de comercialização da Exportadora de Café Guaxupé, uma das empresas líderes na exportação.

A direção geral da entidade ficará com Luciana Florêncio de Almeida, doutora em Administração pela FEA-USP e com ampla experiência no agronegócio. O trabalho de compilação, sistematização de dados vai ter como diretor-técnico Eduardo Heron Santos, que desde 2001 coordena toda a geração de informações estatísticas.

A Revista do Café nesta edição entrevista João Antonio

Lian e Guilherme Braga, ex-presidente do Conselho Deliberativo e o primeiro diretor geral do CeCafé sobre o balanço dessa gestão. Na próxima, trará uma entrevista com os novos dirigentes sobre os seus planos de trabalho.

REVISTA DO CAFÉ (RC) - Como como foi a evolução do CeCafé desde sua criação?

JOÃO ANTONIO LIAN (JAL) - Na verdade, o CeCafé foi criado em julho de 1999, sucedendo a Federação dos Exportadores de Café. Em 2002, na minha presidência, fizemos uma ampla revisão estatutária, a partir da decisão dos membros do Conselho Deliberativo de reformular a entidade de classe, que antes tinha uma atuação mais política junto a autoridades, no âmbito do CDPC (Conselho Deliberativo da Política do Café). Para executar esse trabalho de redirecionamento foi contratado o diretor geral Guilherme Braga.

RC - No que consistiu essa reformulação?

JAL - O objetivo da nova administração era tornar o CeCafé mais funcional. Antes, era dirigido por um presidente, membro do comércio, auxiliado por um Secretário Geral, e as tarefas executivas limitavam-se à coordenação do Sistema de Emissão de Certifica-

dos de
O r i -
g e m
d a s
e x -
p o r -

tações brasileiras de café. Entendia o comércio que os novos tempos, a crescente participação dos setores da cadeia nos destinos do café, a dinâmica do mercado e das atividades ligadas à exportação de café, e, sobretudo, o tema da sustentabilidade, que começava a ganhar importância no mercado de café, requeriam uma entidade mais estruturada e operacional. A partir desses novos conceitos, e já com a presença de Guilherme Braga, procedeu-se a uma alteração estatutária profunda. Extinguiu-se o cargo de presidente e foi criado em seu lugar a posição de diretor geral, a ser ocupada por um profissional remunerado, com dedicação exclusiva, com poderes de gestão e representação da entidade. O Conselho Deliberativo, por sua vez, presidido por um integrante do comércio membro do próprio Conselho, também foi estruturado, como órgão superior da entidade. Foi estabelecido, para o Conselho Deliberativo, as competências básicas de definir as linhas gerais de administração e as diretrizes em relação às políticas para o café, além da contratação de diretores e aprovação do orçamento anual, relatórios de atuação e demonstrações financeiras.

GUILHERME BRAGA (GB) - A partir dos parâmetros definidos pelo Conselho Deliberativo, a missão e os objetivos da entidade foram construídos e inseridos no Estatuto, na medida em que se tornaram diretrizes permanentes. Consagraram-se, entre outros, os objetivos de representar os interesses das empresas exportadoras e de aprimorar e criar condições para o desenvolvimento da exportação de café do Brasil, assegurando amplo acesso do nosso produto aos seus merca-

dos, com ênfase na defesa dos princípios básicos de liberdade de iniciativa e da manutenção das exportações em regime de economia de mercado. Promover a imagem do exportador brasileiro, manter serviços de assistência técnica, jurídica e tributária aos associados, estimular o intercâmbio de informações, defender o interesse dos associados perante o poder público e outros organismos, viabilizando ações coletivas, tornaram-se objetivos expressos e que passaram a orientar as ações que foram desenvolvidas ao longo dos anos futuros.

Para a execução dessas importantes missões, optou-se pela tercerização. O CeCafé tinha uma estrutura administrativa pequena, mas muito competente. Contrataram-se assessorias na área de comunicação, jurídica e tributária, que tiveram grande importância e deram respaldo técnico às ações desenvolvidas. Inúmeros cursos de treinamento, orientação em matérias tributárias e jurídicas, ações judiciais coletivas quanto ao FUNRURAL e outras, foram frequentes.

RC - O que foi feito na área da sustentabilidade?

JAL - Considero que nessa área concentram-se realizações do CeCafé da maior significação e relevância. Como já disse, a sustentabilidade, ano após ano, tem importância crescente no comércio de café. O mercado importador cada vez mais procura por parceiros engajados nessas ações. Logo, atuar dentro dessas regras de conduta, significa, de início, proporcionar condições de acesso ao nosso produto. O CeCafé, ciente disso, adotou um elenco de medidas, entre as quais destaco: adotou um código de ética a ser seguido pelos seus associados, contendo regras de conduta responsá-

João Antonio Lian



5

Guilherme Braga



veis; aprovou uma vinculação orçamentária, desde 2004, prevendo que, obrigatoriamente, 20% das receitas sociais do CeCafé devem ser obrigatoriamente investidas em ações de responsabilidade social; participa do Conselho do Programa 4-C, ações comuns com a agência IDH, para estimular a certificação, e mantém contato estreito com as diferentes certificadoras; e, sobretudo, o desenvolvimento do Programa de Inclusão Digital “Criança do Café na Escola”, e seu complemento, Produtor Informado.

RC – Como o CeCafé avalia o Programa de Inclusão Digital nas zonas cafeeiras?

JAL – Sem dúvida, uma ação de grande efeito social. Levar a informática às zonas rurais, em muitos rincões, áreas sem acesso aos programas públicos, representou melhorar a educação das crianças dessas regiões, igualando as suas oportunidades de aprendizado com as crianças das áreas urbanas. Informática e acesso à Internet são vitais não só para a educação, mas também para a informação. Os pais destas crianças, dentro da metodologia criada, têm aces-

so aos computadores e noções de acesso à Internet, e podem consultar dados de mercado e de clima que orientam o seu trabalho. Enfim, nesses 12 anos, 135 laboratórios de informática (com 10 computadores cada) foram montados em 110 municípios, em praticamente todos os Estados produtores, beneficiando mais de 40.000 crianças. Importadores do café brasileiro, como Lavazza, Mondelez, Folger, Café Mundi e outros, como a Microsoft, participaram do projeto e de seu custo, que supera R\$ 6,5 milhões. Atualmente o Conselho, em face de uma atuação mais ampla do governo no suprimento de computadores às escolas, está avaliando outras alternativas no campo do treinamento e da formação de pessoas para o mercado de trabalho do café.

RC -Quais os entraves que o CeCafé enfrentou no início de sua atuação?

GB - Não diria que foram entraves, mas sim desafios a vencer. Nessa época, um dos problemas a resolver era a imagem do comércio exportador. Havia uma visão negativa e incorreta de que o comércio exportador era contra os pro-

dutores, e que os exportadores queriam preços baixos para ter maiores margens de lucro. Um intenso trabalho foi feito nessa direção e isso, por certo, já foi superado. Isto por conta do consistente trabalho efetuado pelo CeCafé no campo do fomento ao espírito de cadeia, a postura clara e transparente da entidade na veiculação de dados e estatísticas da exportação e do mercado, a presença continuada, como palestrantes, de exportadores e dirigentes do CeCafé em eventos da cafeicultura. E, até mesmo a partir da constatação e veiculação pela OIC de que o produtor brasileiro é um dos que recebe, na fazenda, uma das mais altas percentagens do preço FOB.

RC - Quais foram as principais medidas tomadas durante essa gestão no CeCafé? Qual foi a primeira delas?

GB – As ações iniciais convergiram para tornar a estrutura operacional funcional. Como disse, dotamos a entidade de assessorias de apoio nas áreas tidas como objetivos básicos. É importante notar que as diversas missões atribuídas guardam afinidades intrínsecas entre si, o quer dizer que muitas vezes uma determina-



João Antonio Lian, Guilherme Braga e a equipe do CeCafé

da ação adotada guarda relação com mais de um objetivo. Assim, por exemplo, a contratação de uma assessoria de comunicação para estabelecer uma política de comunicação entre a entidade e a sociedade e, sobretudo, com a imprensa, visando a uma nova postura para prestar informações, contempla mais de um objetivo. Estão ali presentes, metas de melhoria de imagem da instituição, de sustentabilidade pela veiculação de informações de mercado que interessam à comunidade do café. E posicionar o CeCafé com uma presença mais clara e mais representativa.

RC - Que outras ações foram desenvolvidas ao longo dos anos?

GB - Entre várias outras realizações, destacaria três que considero emblemáticas e marcantes na vida da entidade.

Refiro-me primeiramente ao objetivo institucional de contribuir para a preservação da memória do café e da riqueza de sua história. Beneficiando-se da própria inserção do CeCafé como entidade capaz de gerar fatos e comportamentos, foi possível desenvolver ações junto à Associação dos Amigos do Museu do Café, entidade formada, entre outros, por exportadores de café e outras representações da cadeia, para impulsionar

o desenvolvimento do Museu do Café, em Santos (SP). Atuando como presidente da Associação, por alguns anos, reestruturamos a entidade, transformando-a em Organização Social da Cultura, realidade que permitiu a sua inclusão no Sistema Museológico do Estado de São Paulo e apta a receber a transferência de recursos públicos. Com isso, o Museu do Café tem uma situação financeira adequada, que o torna independente e capaz de cumprir de forma competente a sua missão de preservar a memória do café.

Como segunda realização, e que se enquadra no objetivo de aprimorar a estrutura de comercialização do café brasileiro e proporcionar meios para a expansão das exportações, e preços, menciono os esforços, árduos mas muito bem sucedidos, de inclusão do café brasileiro na Bolsa de New York, no chamado Contrato “C”, composto dos cafés suaves. Foram anos de trabalho, solitário, para se vencer a objeção política de países da América Central e da Colômbia, contra a inclusão. Finalmente, a aprovação da proposta do CeCafé, em 2011, trouxe benefícios enormes para o café brasileiro: reconhecimento de sua qualidade, opção de hedges e novas oportunidades de comercialização.

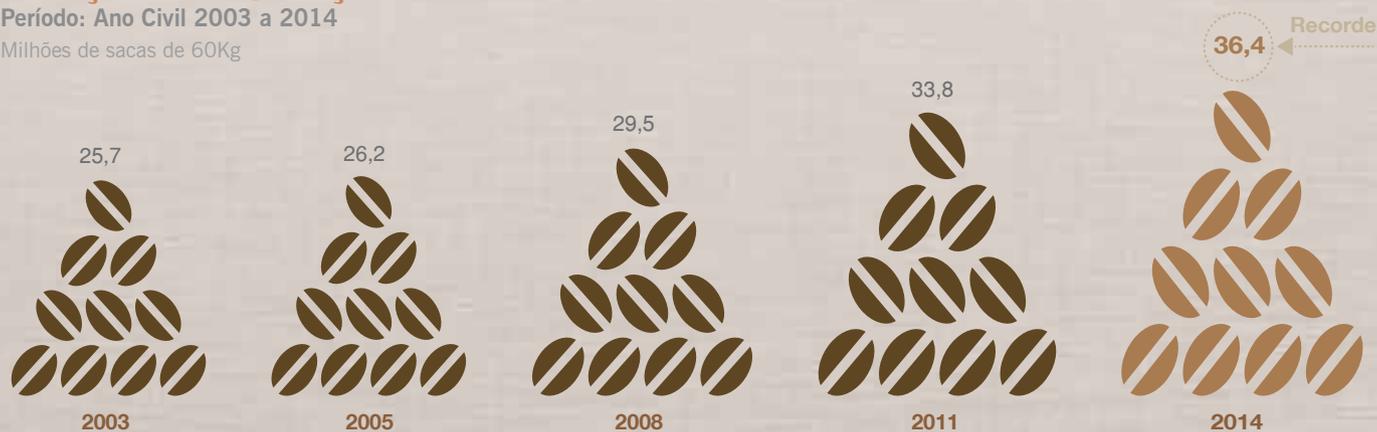
Outro destaque foi a campanha Café Seguro, para compatibilizar internamente o café ao uso adequado de defensivos agrícolas, diante da crescente demanda por parte de países importadores de estabelecer limites de presença desses agroquímicos para acessar os seus mercados, caso do Japão, União Europeia e mais recentemente a Coréia do Sul, mercado emergente de bom potencial. O CeCafé coordenou um processo intenso na flexibilização desses limites de uso dos produtos defensivos. Esse trabalho estende-se até hoje.

JAL - Penso que deve ser destacada também uma outra ação desempenhada pelo CeCafé, qual seja a correção das enormes distorções trazidas ao conjunto da cadeia café, sobretudo ao comércio exportador, pela legislação do PIS e da COFINS. São amplamente conhecidos os problemas gerados pela concessão excessiva de créditos fiscais. O trabalho liderado pelo CeCafé de convencimento dos demais setores e daí, com consenso da cadeia, convencer o governo a alterar a legislação. As negociações com o Ministério da Fazenda estenderam-se por mais de um ano, quando então as mudanças legais foram feitas. O problema foi resolvido, contudo permanece até os dias atuais um

Evolução das exportações brasileiras de café nos últimos 13 anos

Período: Ano Civil 2003 a 2014

Milhões de sacas de 60Kg



Fonte: CECAFÉ

contencioso fiscal indevido, que preocupa o setor.

RC - Nós sabemos que hoje o CeCafé mantém uma grande credibilidade no mercado e na mídia. Um dos pontos fortes são os dados estatísticos da exportação brasileira, divulgados mensalmente.

GB - Ao longo dos anos, foi feita a construção de um banco estatístico, abrigado na diretoria técnica. A tradição de apresentação desses dados, de forma clara e transparente, tornou o CeCafé um setor confiável e de referência de dados no setor de café. De fato, o CeCafé é uma fonte importante de informação para a cadeia produtiva e para a sociedade.

RC - Neste período, o que ocorreu com o mercado exportador de café?

JAL - As exportações de café que em 2003 alcançaram 25,712 milhões de sacas, re-

ceita de US\$ 1,535 bilhão e, em 2004, um total de 26,478 milhões de sacas, receita de US\$ 2,022 bilhões, atingem em torno de 36 milhões de sacas nos anos 2014 e 2015, com receita média de US\$ 6,450 bilhões em cada ano. Este notável crescimento tem a ver diretamente com o aumento das safras brasileiras e da indiscutível capacidade do comércio exportador de ampliar as vendas externas, garantindo mercados para a colocação das produções nacionais.

RC - Querem fazer as considerações finais sobre o assunto?

JAL - Como foi dito ao longo desta entrevista, nos últimos 13 anos, o CeCafé viveu uma fase de grandes transformações, construídas para permitir o alcance dos objetivos estabelecidos pelo Conselho, tanto no que se refere ao re-

lacionamento com o setor externo – governo, autoridades, instituições, cadeia produtiva, sociedade e clientes do café brasileiro -, quanto no que diz respeito ao seu público principal, os associados. A sensação do dever cumprido levou-nos, eu pessoalmente e Guilherme Braga, à decisão de darmos por encerrada a nossa missão. Assim, concluo o meu mandato e Guilherme, a convite do Conselho, permanece, conforme sua vontade por um tempo limitado, como consultor.

Quero, em meu nome pessoal e de Guilherme Braga, agradecer aos colaboradores do CeCafé, seus funcionários e assessoria, pela excelência do trabalho prestado. Tenho a certeza de que os associados do CeCafé e os membros do Conselho Deliberativo têm orgulho de sua entidade de classe. ☺

Colheitadeira Mecânica
P1000
& **CON-8**
Conjugada

Mais uma **dupla de sucesso**
com a qualidade e tecnologia
da Pinhalense.



Colheitadeira Mecânica
P1000



Conjugada CON-8

 **PINHALENSE**

Mais vantagens para o produtor

65
ANOS

Acesse: www.pinhalense.com.br ou
ligue (19) 3651 9200 e conheça
todos os nossos lançamentos.







