



MINISTÉRIO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA

ATA DE REUNIÃO

ATA DA REUNIÃO EXTRAORDINÁRIA DO COMITÊ TÉCNICO DO CONSELHO DELIBERATIVO DA POLÍTICA DO CAFÉ (CT/CDPC)

Aos dezoito dias do mês de novembro do ano de dois mil e vinte e cinco, às quatorze horas e trinta minutos, teve início a Reunião Extraordinária do Comitê Técnico do Conselho Deliberativo da Política do Café (CT/CDPC), realizada de forma virtual por meio da plataforma de comunicação por vídeo Microsoft Teams.

Participaram da reunião os membros do Comitê: Guilherme Campos Júnior - Secretário de Política Agrícola (MAPA), José Maria dos Anjos - Diretor de Comercialização/SPA (MAPA), Janaína Macedo Freitas - Coordenadora-Geral do Café/DCA/SPA (MAPA), Sérgio Rosa Ferrão - Ministério da Fazenda (MF), José Henrique da Silva - Ministério do Desenvolvimento Agrário e Agricultura Familiar (MDA), Grace Tanno - Ministério das Relações Exteriores (MRE), Silvana Schimanski - Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC), Silas Brasileiro - Conselho Nacional do Café (CNC), Raquel Vilela da Mata Miranda e Fabrício Teixeira Andrade - Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), Aguinaldo José de Lima - Associação Brasileira da Indústria de Café Solúvel (ABICS), Pavel Monteiro Cardoso e Celírio Inácio da Silva - Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC), Marcos Antônio Matos e Eduardo Heron Santos - Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (CECAFÉ), e os convidados: Antônio Guerra, João Bosco e Lucas Tadeu Ferreira - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA Café), Ana Lígia Aranha Lenat - Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), Letícia Rodrigues da Silva - Instituto de Inteligência Regulatória e Márcio Ferreira - Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (CECAFÉ). Estiveram também presentes: Felipe Moreira - Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC), Marcelo da Silva Scapin - Instituto de Inteligência Regulatória, Almir Cezar de Carvalho Baptista Filho, Antônio Augusto Ribeiro Vaz Costa, Edmara Souza Montalvão, Flávia Araújo de Melo, Silvia de Souza Vasco e Luciana Martins - Coordenação-Geral do Café /DCA/SPA/MAPA.

A reunião teve como objetivo tratar dos assuntos constantes da pauta, a saber: **1.FUNCAFÉ - Direcionamento dos recursos discricionários - saldo de R\$ 4.896.062,00;** 1.1.Apoio ao Projeto Promoção dos Cafés do Brasil no valor de R\$ 1.800.922,00; 1.2.Apoio ao Consórcio Pesquisa Café - Ampliar em R\$ 3.095.140,00 o Termo de Execução Descentralizada-TED nº 03/2025 firmado com a EMBRAPA Café; **2.Orçamento 2026;** **3.Outros assuntos;** 3.1.Glifosato: mudanças de LMR na União Europeia (apresentação de representante do Instituto de Inteligência Regulatória); 3.2. Acesso aos recursos da linha Recuperação de cafezais danificados.

ABERTURA DA REUNIÃO

O Sr. Guilherme Campos Júnior (SPA) iniciou a reunião dando boas-vindas aos presentes. Em seguida, o Sr. Aguinaldo Lima (ABICS) pediu para apresentar,

juntamente com a Sra. Raquel Miranda (CNA), os resultados do lançamento do rebranding da marca "Cafés do Brasil" (projeto que teve apoio financeiro do Funcafé), ocorrido na Semana Internacional do Café (SIC), realizada em Belo Horizonte/MG, de 5 a 7 de novembro de 2025. Exibiu um vídeo institucional destacando os novos conceitos da marca: Tradição, Tecnologia e Transformação (ESG+T). Agradeceu à EMBRAPA Café e à ABIC por viabilizarem o projeto.

Dando prosseguimento, a Sra. Raquel Miranda apresentou um balanço das métricas alcançadas durante a SIC. Destacou que a mídia espontânea gerada (jornais, TV, digital) equivaleria a um investimento publicitário de aproximadamente R\$ 12 milhões, superando o valor investido no projeto. Ressaltou a ausência de notícias negativas e o alto engajamento nas redes sociais. Destacou a participação de mais de 25 mil pessoas nos três dias do evento.

Ao final da apresentação, o Sr. Aguinaldo e Sra. Raquel teceram agradecimentos pelo apoio recebido e o Sr. Guilherme Campos (MAPA) parabenizou a equipe pelo trabalho realizado e pelo sucesso do evento.

APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO SOBRE OS ITENS DA PAUTA

Item 1. FUNCAFÉ - Direcionamento dos recursos discricionários (saldo de R\$ 4.896.062,00)

Item 1.1. Apoio ao Projeto Promoção dos Cafés do Brasil no valor de R\$ 1.800.922,00

O Sr. Guilherme Campos (SPA) mencionou o posicionamento da Secretaria Executiva do MAPA, que orientou que se faça articulação com a Secretaria de Comércio e Relações Internacionais (SCRI) e a área de Comunicação da Pasta sobre as ações do projeto.

O Sr. Guilherme também informou que o Conselho Nacional do Café apresentou parecer contrário à aprovação do direcionamento dos recursos no total de R\$ 1,8 milhão para o plano de promoção no formato em que foi apresentado.

Quanto ao referido parecer, o Sr. Silas Brasileiro (CNC) esclareceu que sua elaboração foi motivada por manifestações encaminhadas por representantes daquele Conselho. Relatou que, ao tomar conhecimento dos recursos disponíveis, registrou preocupação por considerar que a proposta apresentada carecia de maiores especificações. Informou que, em síntese, a nota técnica elaborada pelo CNC apontou três aspectos principais: 1. Ausência de tempo hábil para análise do retorno efetivo das ações de promoção já realizadas, sem métricas que indiquem resultados positivos dos valores aplicados; 2. Desalinhamento com a realidade do mercado internacional, que privilegia marcas próprias e indicações de origem, sendo necessária maior promoção da origem brasileira e 3. Necessidade de direcionar recursos para pesquisa, considerada essencial para manter a competitividade da cafeicultura brasileira frente aos desafios da concorrência internacional. Enfatizou que não há oposição à continuidade da promoção da marca Cafés do Brasil, mas defendeu que isso ocorra com projetos detalhados, evitando riscos à gestão e garantindo transparência. Alertou para o prazo exíguo (até 2 de dezembro) para execução, sob pena de perda do montante de R\$ 1,8 milhão, que poderia ser realocado pelo Ministério para outras finalidades, sugerindo que o recurso seja destinado integralmente à Pesquisa (EMBRAPA).

O Sr. Aguinaldo Lima (ABICS) retomou a palavra para manifestar, de forma respeitosa, divergência em relação ao posicionamento apresentado pelo CNC. Ressaltou que o plano de trabalho foi elaborado de forma coletiva pelo grupo técnico, incluindo o CNC. Esclareceu que os recursos em questão se destinam à

comunicação, abrangendo diversas ações, e que o programa possui especificações técnicas descritas, ainda que não detalhadas, pois os eventos serão construídos gradualmente, com definição dos pontos estratégicos em reuniões do grupo. Reforçou que há governança no processo e que as ações estão sendo conduzidas com transparência. Afirmou que as ações de comunicação têm como objetivo fortalecer a imagem do café brasileiro no mercado internacional, beneficiando diretamente os produtores. Ressaltou que não procede a alegação de ausência de métricas, pois já existem indicadores sobre alcance e participação, e que o trabalho de rebranding foi concluído recentemente, permitindo iniciar a fase de exposição internacional. Alertou para a necessidade de continuidade das ações, sob pena de desperdício dos recursos já aplicados e perda de impacto das iniciativas. Informou que parte do orçamento está reservada para a comemoração dos 300 anos da cafeicultura no Brasil, considerada estratégica para a promoção internacional. Por fim, reiterou confiança na condução das ações pela EMBRAPA Café e defendeu a revisão do plano de trabalho, mantendo a execução das atividades previstas. Ressaltou que a interrupção do projeto comprometeria os esforços voluntários das instituições envolvidas e os resultados esperados para a cadeia produtiva. Também destacou que é muito positivo o envolvimento da SCRI e da área de Comunicação do MAPA no projeto.

O Sr. Marcos Matos (CECAFÉ) reforçou as considerações apresentadas pelo Sr. Aguinaldo, destacando que refletem o sentimento geral do grupo, e agradeceu pela clareza na exposição. Relatou os esforços realizados nos últimos meses, incluindo ações internacionais em embaixadas, com resultados positivos e depoimentos que serão compartilhados oportunamente. Ressaltou que o posicionamento do Brasil no mercado internacional é essencial diante das exigências atuais, como barreiras tarifárias, questões ambientais e geopolíticas, e que o marketing moderno demanda evidências concretas para fortalecer negócios. Enfatizou a importância de dar continuidade às ações de promoção da imagem do café brasileiro, aproveitando o momento estratégico e a proximidade da comemoração dos 300 anos da cafeicultura em 2027.

O Sr. Guerra (EMBRAPA) esclareceu que não é possível à EMBRAPA firmar um novo convênio com o mesmo objeto (Promoção) e com a mesma instituição (ABIC) enquanto o convênio vigente não for concluído, uma vez que tal prática configuraria fracionamento de despesa, o que é vedado pela legislação.

A Sra. Janaína Freitas (CGCAF) indagou sobre a possibilidade de firmar outro convênio com o mesmo objeto, porém com instituição distinta. Em resposta, o Sr. João Bosco (EMBRAPA) esclareceu que a celebração de novo convênio com o mesmo objeto, ainda que com outra entidade, pode também caracterizar fracionamento de despesa.

Esclarecendo o questionamento da CNC acerca da prestação de contas, o Sr. João Bosco (EMBRAPA), ressaltou a necessidade de que a instituição contratada apresente à EMBRAPA um relatório técnico detalhado da execução física das ações realizadas, e não apenas a demonstração financeira dos recursos aplicados. Por sua vez, o Sr. Aguinaldo Lima (ABICS) informou que não houve tempo hábil para a conclusão do referido relatório técnico, considerando que as atividades ainda estão em andamento. Acrescentou que os documentos estão sendo elaborados e serão disponibilizados em breve ao Comitê, juntamente com a prestação de contas.

O Sr. Celírio Inácio (ABIC) concordou com a fala do Sr. Aguinaldo e destacou que todas as etapas do trabalho foram conduzidas de forma conjunta e discutidas amplamente com a EMBRAPA, garantindo alinhamento e transparência. Enfatizou que o Brasil é reconhecido pela excelência na produção, mas ainda apresenta fragilidades na comunicação, sendo imprescindível avançar nesse aspecto para

consolidar a imagem do café brasileiro no mercado internacional.

O Sr. Fabrício Andrade (CNA) destacou a importância de investir em marketing para fortalecer a imagem do café brasileiro, ressaltando a necessidade de boa governança na aplicação dos recursos do FUNCAFÉ, por se tratar de verbas públicas. Defendeu também investimentos em pesquisa, inteligência de mercado, logística e treinamento, visando manter a competitividade diante do crescimento do consumo global. Enfatizou três pontos principais para justificar o marketing: agregação de valor ao produto, combate à desinformação sobre a cafeicultura brasileira e fortalecimento da liderança do Brasil no setor. Manifestou apoio à participação de outras secretarias e órgãos governamentais nos grupos de trabalho, bem como à continuidade das ações estratégicas, incluindo iniciativas para a comemoração dos 300 anos da cafeicultura em 2027.

O Sr. Pavel Cardoso (ABIC) destacou a necessidade de investimentos consistentes e longevos em promoção e marketing para fortalecer a imagem do café brasileiro perante o consumidor internacional. Ressaltou que, apesar de o Brasil ser o maior produtor mundial, com cerca de 40% da produção global, ainda perde espaço em posicionamento de marca frente a concorrentes, como a Colômbia, que investe continuamente em ações estratégicas. Defendeu a continuidade e ampliação dos investimentos em comunicação, incluindo iniciativas de grande expressão, para consolidar a marca “Cafés do Brasil” no mercado global e aumentar a participação na receita internacional.

O Sr. Márcio Ferreira (CECAFÉ) reforçou a importância de manter os investimentos em marketing para valorização da imagem do café brasileiro, destacando que o país, apesar de ser líder mundial na produção, ainda apresenta baixa eficiência em promoção e comunicação, o que impacta sua competitividade internacional. Ressaltou que a falta de ações estruturadas contribui para perda de espaço em mercados estratégicos. Defendeu a continuidade das iniciativas de fortalecimento da marca “Cafés do Brasil”, considerando que o valor de R\$ 1,8 milhão é irrisório diante da relevância do setor, mas essencial para evitar retrocessos. Reiterou que o maior beneficiário dessas ações é o produtor rural.

O Sr. Guilherme Campos (SPA) destacou o consenso sobre a importância da comunicação e da promoção do café brasileiro, considerando o valor de R\$ 1,8 milhão insuficiente diante da relevância do tema. Defendeu a participação do MAPA e da Secretaria de Comércio e Relações Internacionais no processo, bem como a definição de ações práticas e mensuráveis, com foco na comemoração dos 300 anos da cafeicultura. Ressaltou a necessidade de alinhamento com a estratégia de reposicionamento da marca “Cafés do Brasil”.

O Sr. Sérgio Ferrão (MF) concordou com a necessidade de ações de promoção, mas reforçou a ausência de indicadores de desempenho no plano de trabalho. Ressaltou que, como gestor de recursos públicos, é imprescindível dispor de métricas claras para avaliar impacto, além da conformidade fiscal. Defendeu a análise do retorno econômico das ações, como aumento de vendas, posicionamento de mercado e percepção da marca “Cafés do Brasil”, citando como exemplo a ação na Fórmula 1, cujo efeito ainda não foi mensurado. Posicionou-se favorável à aprovação caso haja ajustes técnicos, caso contrário, sugeriu direcionar os recursos para pesquisa.

O Sr. Guilherme Campos (SPA) esclareceu que o projeto consiste em um processo de reposicionamento de imagem, cujo impacto não é imediato, mas depende de uma trajetória contínua para consolidar o conceito da marca “Cafés do Brasil”. Ressaltou que os resultados não podem ser medidos de forma imediata, pois se trata de ações estruturantes de longo prazo, fundamentais para fortalecer a imagem do café brasileiro no mercado internacional.

A Sra. Raquel Miranda (CNA), em resposta ao Sr. Sérgio Ferrão, relatou que a marca “Cafés do Brasil” é a mais reconhecida internacionalmente entre as marcas brasileiras, superando inclusive Havaianas e Vale, sendo também a que mais agrega valor à imagem do país. Informou que, apesar do curto prazo para consolidação dos resultados, já foi estimado que a mídia espontânea gerada equivale a aproximadamente R\$ 12 milhões em investimento publicitário. Acrescentou que os números tendem a crescer, considerando que as métricas completas ainda estão em consolidação, incluindo impactos em redes sociais e entrevistas posteriores e que o trabalho de mensuração está sendo realizado com apoio voluntário de profissionais, sem uso de recursos públicos, visando orientar futuras estratégias de investimento.

O Sr. Sérgio Rosa Ferrão (MF) reconheceu a relevância do trabalho apresentado e elogiou a profundidade das informações trazidas pela Sra. Raquel. Contudo, reiterou sua preocupação quanto à ausência de indicadores claros que permitam estabelecer relação entre os gastos realizados e os resultados obtidos. Destacou a necessidade de vincular despesas a impactos concretos, ainda que estimados, para assegurar fundamentação técnica na aplicação dos recursos. Ressaltou que, embora o valor de R\$ 1,8 milhão possa parecer pequeno, sua utilização deve ser justificada por métricas consistentes, evitando que a análise se restrinja a documentos fiscais sem evidências de efetividade.

O Sr. Aguinaldo Lima (ABICS) esclareceu que o projeto tem duração de dois anos e ainda não foi concluído, tendo sido utilizado apenas parte do recurso. Informou que as métricas serão apresentadas nos relatórios à medida que as ações forem finalizadas e indicou que o grupo técnico estará empenhado em atender a essa demanda.

O Sr. José Henrique (MDA), alinhando-se à preocupação já manifestada pelo Sr. Sérgio Ferrão quanto à ausência de elementos fundamentais no plano de trabalho, ressaltou que, embora não seja necessário um detalhamento profundo neste momento, seria importante prever minimamente aspectos operacionais mencionados anteriormente, os quais não constam no documento atual. Alertou que, conforme entendimento apresentado pelo Sr. Guerra (EMBRAPA), não é possível firmar dois instrumentos para o mesmo objeto, ainda que destinados a instituições distintas, sob pena de infringir a legislação. Enfatizou que essa limitação precisa ser analisada com rigor e falou da preocupação com a tempestividade na execução, alertando para o risco de perda do recurso caso não haja definição célere. Reforçou que, apesar da unanimidade acerca do mérito do assunto em pauta, persistem entraves operacionais que impedem a tomada de decisão. Por fim, sugeriu que, diante das dificuldades apresentadas pela EMBRAPA quanto ao instrumento e das preocupações técnicas do CNC, seja considerada a alternativa já estruturada para pesquisa, evitando riscos de perda orçamentária. Concluiu reiterando que o valor é modesto frente à relevância do setor e que a promoção é imprescindível, mas que a decisão deve superar os obstáculos identificados.

O Sr. Silas Brasileiro (CNC) propôs que, caso haja condições técnicas, seja dada continuidade ao projeto de promoção, mas que, na impossibilidade de execução, os recursos sejam direcionados para pesquisa, conforme previsto na Nota Técnica, evitando a perda do montante disponível.

O Sr. Celírio Inácio (ABIC) destacou que a proposta inicial da reunião foi discutir a aplicação do recurso de R\$ 1,8 milhão para ações de promoção do café, conforme previsto, e não sua destinação para outra finalidade. Reforçou que a posição da ABIC é manter a verba para promoção, considerando que foi originalmente destinada para esse objetivo.

Decisão: Após extensa discussão, onde foi registrada unanimidade quanto à importância de que sejam adotadas ações de promoção do café brasileiro, ficou

decidido que o grupo técnico terá até o dia seguinte (19/11) para reformular o plano de trabalho, buscando viabilizar legalmente a execução, seja por alteração do objeto ou da forma de execução. Caso não seja possível concluir a adequação, o recurso de R\$ 1.800.922,00 será automaticamente destinado à pesquisa (EMBRAPA), conforme proposta do CNC, evitando perda orçamentária. Pactuou-se ainda que, caso os recursos sejam direcionados à pesquisa, esta ação deverá devolver ou realocar valor equivalente para ações de promoção e marketing em 2026.

Item 1.2. Apoio ao Consórcio Pesquisa Café - Ampliar em R\$ 3.095.140,00 o Termo de Execução Descentralizada-TED nº 03/2025 firmado com a Embrapa Café

O Sr. Guilherme introduziu o item referente ao Consórcio Pesquisa Café sugerindo sua aprovação, visto que parecia haver consenso de todos acerca do tema. Pediu que, caso houvesse posição contrária, que essa fosse manifestada.

O Sr. Guerra (EMBRAPA Café) alertou sobre a urgência do prazo, solicitando que a descentralização do recurso ocorra na próxima semana devido aos feriados e ao encerramento do ano fiscal.

A Sra. Janaina Freitas (CGCAF) informou que a operacionalização ocorrerá via termo aditivo, que é um procedimento mais rápido, e indicou empenho da equipe para realizar a descentralização no início da próxima semana.

Decisão: Não havendo manifestação contrária, o item foi aprovado por unanimidade, garantindo a ampliação de R\$ 3.095.140,00 ao TED nº 03/2025 para a Embrapa Café.

Item 2. Orçamento 2026

A Sra. Janaina Freitas (CGCAF) informou que o panorama atual do Projeto de Lei Orçamentária nº 26 prevê o total de R\$ 8.000.000,00 para ações discricionárias do FUNCAFÉ, ressaltando que o prazo para apresentação de emendas já se encerrou e que será aberto o prazo para relatorias. Comunicou que mantém o Secretário/SPA atualizado sobre a situação e que já tratou com o Sr. Aguinaldo (ABICS) sobre a formalização de um documento do setor junto ao Ministério, visando ampliar a previsão orçamentária.

O Sr. Aguinaldo Lima (ABICS) destacou que o valor previsto não atende sequer às necessidades da EMBRAPA, classificando-o como insuficiente para os projetos estratégicos. Relatou que já protocolou, via SEI, um documento oficial assinado por todos os representantes do setor privado do CT-CDPC, solicitando audiência com o Ministro. Destacou a necessidade de mobilização intensa e efetiva, alertando para o risco de prejuízos à EMBRAPA e ao setor diante da insuficiência de recursos. Criticou o orçamento encaminhado pelo Ministério, afirmando que não representa a força e o tamanho da cadeia produtiva do café. Agradeceu à Sra. Janaina e ao Sr. José Maria (MAPA) pelas diretrizes e apoio e reforçou a necessidade de se adotar uma estratégia mais objetiva e efetiva, evitando a repetição de práticas limitadas e pouco inovadoras. Defendeu convênios com o Ministério do Trabalho, parceria com a CONAB e projetos com a EMBRAPA Territorial para garantir mapeamento e respostas estratégicas às demandas do setor.

Item 3. Outros assuntos

3.1. Glifosato: mudanças de LMR na União Europeia (apresentação de representante do Instituto de Inteligência Regulatória)

A Sra. Letícia Rodrigues, à convite dos representantes do Conselho dos Exportadores de Cafés do Brasil-CECAFÉ (consultora do Instituto de Inteligência Regulatória) apresentou a proposta de estudo para viabilizar a solicitação de Tolerância de Importação de glifosato em café na União Europeia, considerando o histórico de revisões dos Limites Máximos de Resíduos (LMR) do ingrediente ativo. Informou que atualmente o LMR para café na UE é de 0,1 mg/kg, podendo ser reduzido para o limite de quantificação (0,05 mg/kg), o que inviabilizaria a exportação do produto brasileiro tratado com glifosato. No Brasil, o LMR atual é de 1,0 mg/kg, porém os resíduos encontrados em campo são superiores ao estabelecido. Para atender às exigências europeias, seria necessário realizar análise regulatória, estudos de resíduos, avaliação de risco dietético (agudo e crônico), além da validação de metodologias analíticas. A proposta inclui cinco etapas principais: 1. Levantamento regulatório e histórico de revisões; 2. Identificação de lacunas e requisitos adicionais; 3. Estudos de campo e boas práticas agrícolas; 4. Modelagem de risco dietético conforme diretrizes internacionais e 5. Elaboração de relatório final com recomendações técnicas, matriz de riscos e roadmap para submissão. Informou que o custo estimado do estudo é de R\$ 92.000,00, com prazo de execução de quatro meses após aprovação. Concluiu ressaltando a urgência da iniciativa para evitar barreiras comerciais e garantir a competitividade do café brasileiro no mercado europeu.

O Sr. Márcio Ferreira (CECAFÉ) alertou que 50% das exportações brasileiras de café destinam-se à Europa, onde há exigências adicionais relacionadas ao uso de glifosato, problema inexistente para concorrentes como o Vietnã. Classificou o tema como urgente e destacou que o investimento de R\$ 90.000,00 é necessário para adequação às normas. Advertiu que, além da falta de divulgação prejudicar a imagem do produto, o não cumprimento das exigências legais poderá resultar na perda de mercados estratégicos para o café brasileiro.

O Sr. Guerra (EMBRAPA) confirmou que, caso aprovado, a EMBRAPA pode realizar uma "Chamada Induzida" no consórcio de pesquisa para executar o projeto.

Em complemento, a Sra. Letícia (consultora) esclareceu que o estudo em pauta trata da viabilidade de solicitação de import tolerance junto à União Europeia. Informou que é necessário verificar se os limites propostos atendem aos parâmetros de ingestão aceitável e toxicidade. Caso haja viabilidade, será iniciada uma segunda etapa com estudos em campo, baseados em boas práticas agrícolas, conduzidos em parceria com empresas registrantes de glifosato, que possuam dossiê toxicológico, responsáveis pela solicitação junto à União Europeia. Esclareceu que o estudo atual consiste em modelagem com base em dados existentes, não sendo possível avançar para a fase de campo sem um desenho metodológico adequado. Ressaltou a importância de considerar fatores como dosagem e época de aplicação, determinantes para os resultados.

O Sr. Fabrício e a Sra. Raquel (CNA) registraram o apoio da CNA e do SENAR ao projeto e destacaram a importância de conduzir os estudos com qualidade e rigor científico. O Sr. Fabrício reforçou a possibilidade de envolver organizações de pesquisa internacionais para validar os estudos junto aos consumidores e a relevância estratégica da iniciativa para produtores e toda a cadeia, lembrando que outras moléculas já foram descontinuadas por questões de mercado e royalties.

Decisão: Ficou acordado que os representantes do CECAFÉ dariam retorno para a Sra. Letícia sobre a possível contratação do projeto.

3.2. Acesso aos recursos da linha Recuperação de cafezais danificados

A Sra. Raquel Miranda (CNA) registrou relatos de produtores do Espírito Santo que

enfrentaram dificuldades para acessar recursos da linha de recuperação de cafezais danificados. Informou que, segundo o painel do FUNCAFÉ, até o momento os recursos foram aplicados apenas em Minas Gerais, sem contemplar o Espírito Santo, estado que tem sofrido com intempéries climáticas e solicitou apoio para identificar o gargalo e garantir que os recursos cheguem aos produtores rurais afetados.

A Sra. Janaína (CGCAF) informou que algumas instituições financeiras, como Banco do Brasil e Sicredi, contrataram recursos do Fundo para recuperação de cafezais nos meses de julho e agosto, e que o desembolso ocorre de forma dinâmica, em até três dias após a solicitação. Comprometeu-se a verificar quais instituições contrataram recursos e o andamento dos desembolsos.

ENCAMINHAMENTOS E ENCERRAMENTO DA REUNIÃO

A Sra. Janaína Feitas (CGCAF) reforçou o lembrete para que os representantes das instituições que ainda não assinaram a ata da 12ª Reunião Ordinária do CT-CDPC (MDA, MDIC, CNA, ABICS e CECAFÉ) procedam à assinatura com a maior brevidade. Destacou a importância da formalização, uma vez que o documento foi requisitado em diligência pelo Tribunal de Contas da União (TCU), relacionada ao acórdão de 2022.

Por fim, agradeceu a paciência e participação de todos os presentes, e nada mais havendo a tratar, encerrou a reunião às dezoito horas e dois minutos, lembrando o compromisso de encaminhamento do plano de trabalho acerca do item 1.1 da pauta (Apoio ao Projeto Promoção dos Cafés do Brasil no valor de R\$ 1.800.922,00) a ser ajustado pelo grupo responsável.

DESDOBRAMENTO DO ITEM 1.1. APOIO AO PROJETO PROMOÇÃO DOS CAFÉS DO BRASIL NO VALOR DE R\$ 1.800.922,00

Como desdobramento deste ponto da pauta, em reunião realizada em 19/11/2025 envolvendo a CNA (Raquel Miranda - representando o Grupo Técnico vinculado ao CT/CDPC), Embrapa Café (Antônio Guerra e João Bosco), e CGAF/DCA/SPA/MAPA (Janaína Macedo e Flávia Araújo), os representantes da Embrapa Café mencionaram a possibilidade de ampliar o Termo de Cooperação (instrumento firmado entre EMBRAPA CAFÉ e ABIC, em 2024), em até 50% do valor global, com base no art. 43, inciso I, alínea "a" do [Decreto 11.948, de março de 2024](#). Situação essa que viabilizará um Termo Aditivo ao Termo de Execução Descentralizada nº 08/2024, firmado entre a Secretaria de Política Agrícola e a EMBRAPA CAFÉ. Neste sentido, foi encaminhado o Primeiro Termo Aditivo ao Termo de Execução Descentralizada nº 08/2024, no valor de R\$ 1.800.922,00, com EMBRAPA Café para promoção dos cafés do Brasil.



Documento assinado eletronicamente por **JANAINA MACEDO FREITAS, Coordenador(a) - Geral do Café**, em 09/12/2025, às 14:43, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **JOSE MARIA DOS ANJOS, Diretor do Departamento de Comercialização**, em 09/12/2025, às 16:28, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **GUILHERME CAMPOS JUNIOR, Secretário de Política Agrícola**, em 10/12/2025, às 16:54, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Sérgio Rosa Ferrão, Usuário Externo**, em 15/12/2025, às 10:34, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Aguinaldo José de Lima, Usuário Externo**, em 15/12/2025, às 15:51, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Marcos Matos, Usuário Externo**, em 17/12/2025, às 18:07, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Celirio Inacio da Silva, Usuário Externo**, em 18/12/2025, às 11:02, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Fabricio Teixeira Andrade, Usuário Externo**, em 21/01/2026, às 15:24, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **JOSE HENRIQUE DA SILVA, Usuário Externo**, em 22/01/2026, às 09:01, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **SILAS BRASILEIRO, Usuário Externo**, em 27/01/2026, às 18:12, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site: https://sei.agro.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **48586070** e o código CRC **4D696F1F**.