

JORNAL DO CAFÉ

Associação Brasileira
ABIC
da Indústria de Café

Edição Nº 199 - 2017

O avanço da qualidade e a preferência dos consumidores

Indústrias investem em marcas diferenciadas, superiores e gourmet, agregam valor e obtêm mais rentabilidade nos negócios

De olho no café

Aplicativo da ABIC para celular vai aproximar consumidores e indústrias

Abastecimento

Cenário aponta oferta apertada para atender mercados interno e externo

700 certificações!

Em 2017, a ABIC chegou ao incrível número de **700 marcas certificadas no Programa de Qualidade do Café.**

Associado ABIC, comemore!
Essa marca também é sua, essa marca é nossa, esse é o

COMPROMISSO ABIC COM A QUALIDADE DO CAFÉ!



ABIC



A PALAVRA DA ABIC

Conforme temos alertado já há um bom tempo, o cenário de abastecimento está bastante crítico e conturbado. Além de ser uma safra de bienalidade negativa na maior parte dos estados produtores, problemas com granação, causados por altas temperaturas e falta de chuvas no primeiro bimestre, foram registrados em algumas regiões. De acordo com a Cooxupé, maior cooperativa no país, muitos grãos estão pequenos, apesar da boa bebida, mas estão sendo necessários 530 litros de café para dar uma saca de 60 kg, quando o normal seriam 480 litros. Com isso, preveem que a quebra deve ficar entre 10% e 15%. Já os estoques do setor privado este ano, de acordo com a CONAB, são 27,4% inferiores aos do ano-safra anterior.

Se a oferta de matéria-prima está apertada, a situação piora ainda mais com o agravamento da infestação de broca-do-café em diversas regiões cafeeiras. Conforme orientações da ABIC, as indústrias associadas estão recusando a entrega de lotes de café em grão com índice de broca acima de 5%. Isso para se prevenirem de irregularidades frente à RD 14/2014. Acontece que a atividade da indústria está sendo paralisada porque o mercado praticamente não tem lotes de café sem grãos brocados no percentual exigido pelas torrefadoras.

Esta é uma situação que está causando prejuízos imediatos na cadeia produtiva, inclusive para produtores e cooperativas. E o combate à praga não ocorre, sobretudo, em função da ineficiência dos defensivos agrícolas aprovados pela ANVISA e pela falta de tempo para o preparo dos cafeicultores para a sua aplicação. Temos conhecimento também que algumas empresas estão sendo notificadas pelas Vigilâncias Sanitárias estaduais por inconformidade quanto à RDC 14. Encontrar uma solução para a praga é uma demanda que a ABIC faz à ANVISA já há dois anos e meio!

Apesar deste cenário de abastecimento (além da situação econômica e política do país), sabemos que não podemos perder nenhum consumidor. E grande parte das indústrias está respondendo com o lançamento de novos e inovadores produtos, certificados e de categorias superiores e gourmet. Isso mostra que pode haver, sim, luz e café no final do túnel.

Ricardo de Sousa Silveira
Presidente



CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO TRIÊNIO 2016 – 2019



PRESIDENTE

Ricardo de Sousa Silveira
Café Cristal Ltda. - MG



1º VICE-PRESIDENTE

Egídio Malanquini
Vista Linda Ind. e Com. de Cafés Especiais Ltda - ES



VICE-PRESIDENTES

Vice Presidente de Relações Institucionais
Carlos Roberto Viana
Dicasa Ind. e Comércio de Alimentos - GO



Vice-Presidente Jurídico
Dagmar Oswaldo Cupaiolo
Café Lourenço Ind. e Com. Ltda. - SP



Vice-Presidente de Planejamento e Exportação
Lívio Baraúna Assayag
Ind. de Café Manaus Ltda. - AM



Vice-Presidente de Qualidade e Programa de Certificação
Pavel Monteiro Cardoso
Sobesa Indl. de Alim. Santanense Ltda. - BA



Vice-Presidente de Marketing e Comunicação
Bernardo Wolfson
Conselho Consultivo Melitta do Brasil Ind. e Com. Ltda. - SP



Vice-Presidente de Tecnologia e Modernização
Sílvio Aparecido Alves
Florão Alimentos Ltda. - PR



Vice-Presidente de Administração e Finanças
Marco Antônio Campos
Café Itaú Ltda. - MG



Vice-Presidente de Economia e Estatística
Edvaldo Frasson Teixeira
Treviolo Café Ltda. - SP



Vice-Presidente de PMES, Meio Ambiente e Sustentabilidade
Micheli Poli Silva
J.J. Mattos Ind. e Com. de Café Ltda. - SC



DIRETOR EXECUTIVO

Nathan Herszkowicz

REPRESENTANTES REGIONAIS

Nordeste - Francisco Leonel Pereira Freire
São Bráz S/A Ind. e Com. de Alim. S.A. - PB

Norte - José Iovan Teixeira
Cical Ind. e Com. de Prod. Alim. Ltda - RO

Centro-Oeste - Wilson Oliveira
Café Rancheiro Agro Industrial Ltda - GO

Sudeste - Vagner Lorenzetti Millani
Torrefação Noivacolinenses Ltda. - SP

Sul - Ewaldo Wachelke
Ind. e Com. de Café Juliana - PR

EXPEDIENTE

O **Jornal do Café** é uma publicação da **Associação Brasileira da Indústria de Café - ABIC**, enviada à associados, autoridades, entidades e pessoas representativas do setor cafeeiro. Os artigos assinados não refletem, necessariamente a opinião ou pensamento da entidade.

Diretor de Marketing e Comunicação da ABIC

Bernardo Wolfson

Editora: Marília Moreira (MTb 11381)

mariliatempocom@uol.com.br

Sub-Editor: Eduardo Buitron

edutempocom@uol.com.br

Redação:

Tempo de Comunicação
Rua Piracuama, 280 - cj. 44 - Perdizes
São Paulo - SP - CEP 05017-040
Fone: (11) 3868 4037

Criação, Diagramação e Projeto Gráfico:

GSB2 Propaganda
Praça Rio Branco, 13 - Centro
Espírito Santo do Pinhal - SP - CEP 13.990-000
Fone: (19) 3661 1313
jornaldocafe@gsb2.com.br
www.gsb2.com.br

Impressão: Gráfica Novo Mundo

Tiragem: 2.000 exemplares

ABIC - Associação Brasileira da Indústria de Café

Rua Visconde de Inhaúma, 50 - 8º andar
Rio de Janeiro - RJ - CEP 20091-007
Fone (21) 2206-6161
abic@abic.com.br - www.abic.com.br



/tudodecafe



@tudodecafe



@abic_cafe

ÍNDICE

06 **INDÚSTRIA**
O AVANÇO DA QUALIDADE E A
PREFERÊNCIA DOS CONSUMIDORES

10 **ENTIDADE**
ABIC DECLARA GUERRA
À FRAUDE E À ADULTERAÇÃO

12 BROCA DO CAFÉ

14 ALTERAÇÃO DO REGULAMENTO
DO SELO DE PUREZA ABIC

16 DE OLHO NO CAFÉ



18 **MARKETING**
EMBALAGENS COMEMORATIVAS ATRAEM CONSUMIDORES

22 **QUALIDADE**
ARMAZÉM DO CAFÉ - 20 ANOS DE HISTÓRIA

26 **INOVAÇÃO**
PRESSCA: UM NOVO MODO DE PREPARAR E CONSUMIR CAFÉ

30 **MERCADO**
ABASTECIMENTO APERTADO PARA ATENDER MERCADOS INTERNO E EXTERNO



34 **ARTIGO**
SUCESSÃO FAMILIAR E EMPREENDEDORISMO:
O FUTURO DA CAFEICULTURA BRASILEIRA

37 **CAFÉ E SAÚDE**
PESQUISAS MOSTRAM QUE CONSUMIR CAFÉ
AUMENTA LONGEVIDADE

38 **EMPRESAS**
SUPLICY CAFÉS ESPECIAIS LANÇA O COLD BREW NITRO
MELITTA PROMOVEU SUAS MARCAS NA FLIP 2007

39 **EVENTOS**

42 **COFFEE BREAK**





O avanço da qualidade e a preferência dos consumidores

Oferta de cafés diferenciados e os novos canais de venda e de comunicação atraem um novo público, ávido em experimentar e conhecer novos produtos e que paga por isso, agregando valor às marcas.

O mercado brasileiro de café vem passando, nos últimos tempos, por transformações marcantes. Há pouco mais de dez anos, as marcas praticamente não tinham diferenças de preços e basicamente todas se posicionavam nas prateleiras como o tradicional café para o dia a dia. Esse cenário vem sendo alterado com a crescente oferta de cafés finos, superiores e gourmet, em grão ou torrado e moído, e pelos cafés em cápsulas. “Maior qualidade resulta em maior agregação de valor”, avalia Nathan Herszkowicz, diretor-executivo da ABIC.

Essa diferenciação foi e ainda é o foco do Programa de Qualidade do Café – PQC, lançado pela ABIC há 13 anos (em 2004) com a proposta de trabalhar o mercado por categorias de produtos, Tradicional, Superior e Gourmet, auxiliando o industrial a posicionar sua marca e servindo de orientação aos consumidores. “Aos poucos estamos conseguindo quebrar o paradigma que cafés de melhor qualidade não oferecem rentabilidade”, diz Herszkowicz. Das 700 marcas certificadas pelo PQC, a grande maioria está na categoria Tradicional (mais de 360), mas vem crescendo substancialmente o número de produtos nas categorias Superior, com 150 marcas, e Gourmet, que já soma 177 marcas. E elas já representam 4% do mercado total.

Esse novo perfil do mercado decorre também dos novos canais de distribuição e comunicação, a exemplo dos clubes de café on-line e das redes sociais, como o Facebook, que permitem que as empresas divulguem e comercializem seus produtos para qualquer localidade, mesmo as mais remotas. Cafeteiras domésticas e os sistemas que combinam máquinas e cápsulas ou sachês, a preços mais acessíveis, trouxeram novas experiências, com praticidade e diversidade de blends e origens, inovando o hábito do consumo nos

lares e em outros diversos locais, como escritórios, consultórios, clínicas e academias.

São esses novos ambientes de negócio e consumo que têm incentivado as indústrias a diversificarem seus portfólios, ingressando nas categorias premiums. Melitta, Cooxupé, 3 Corações, Café Leão, Baggio Coffees, Noivacolinenses, San Babila, Mitsui, Lavazza, Utam e Cacique são algumas dessas empresas.

“Para ingressar na categoria Superior ou Gourmet não basta apenas mudar a embalagem; tem que investir no desenvolvimento do novo produto como um todo, cuidando da sua qualidade, desde a aquisição da matéria-prima até o ponto de torra e moagem adequados”, alerta Herszkowicz.

Relatório semestral produzido pelo Instituto Totum, gerenciador dos programas da ABIC, apresenta importantes indicadores do Selo de Pureza e certificações PQC, com conclusões retiradas das análises das notas fiscais de compra de café, dos preços de prateleira e do comparativo do valor agregado superior dos cafés certificados ABIC em relação aos demais.



“Esses indicadores são a comprovação de como a certificação ajuda na qualidade e na rentabilidade dos produtos”, diz Herszkowicz. Inclusive, é importante a empresa imprimir na embalagem, com destaque, a sua certificação, pois será mais um diferencial, como mostra o quadro Preço Médio, publicado ao lado: todos os cafés são certificados pela ABIC, mas há diferença de preço entre as marcas com o Selo de Qualidade na embalagem e as que não trazem essa informação. Como diz a campanha da ABIC, “café certificado sempre vai bem”. **JCO**

Preço Médio dos Cafés		Preço Médio dos Cafés na última Manutenção PQC	
	R\$ 43,50 Kg		R\$ 46,08 Kg
	R\$ 32,81 Kg		R\$ 38,61 Kg
	R\$ 20,49 Kg		R\$ 35,63 Kg
	R\$ 19,62 Kg		R\$ 22,58 Kg
Não Associados	R\$ 17,12 Kg		R\$ 18,48 Kg

Dados compilados entre os dias 01/01/2017 a 30/06/2017

Dados compilados entre os dias 01/01/2017 a 30/06/2017

Preço Médio dos Cafés Certificados PQC (Grão x Torrado e Moído)				
Tipo de Café	Preço Médio			
	Tradicional	Extratorite	Superior	Gourmet
Grão	R\$ 26,70	-	R\$ 35,97	R\$ 44,28
Torrado e Moído	R\$ 19,23	R\$ 19,50	R\$ 26,32	R\$ 42,03

Dados compilados entre os dias 01/01/2017 a 30/06/2017

Arte em fazer café

Atenta ao crescimento da demanda no segmento premium, a JDE apresentou em junho novos produtos nesta categoria, da linha Café do Ponto, marca que tem mais de seis décadas de história: Aralto, Safra Especial e Café do Ponto Aromatizado (Amêndoas Torradas e Chocolate Trufado).

“Acreditamos que o novo posicionamento “arte em fazer café” remete a um processo artesanal e muito cuidadoso que se reflete intensamente no paladar e aroma de quem aprecia um café premium acessível e de tradição”, explica Ricardo Souza, diretor de Marketing da JDE. “Os novos blends chegam para ampliar as experiências de

consumidores que buscam qualidade e acessibilidade de cafés de alto padrão”, completa.

Durante a apresentação dos novos produtos, Ricardo Souza citou alguns dados da Nielsen, informando que o mercado de café torrado e moído movimentou R\$ 7,6 bilhões em 2016 no varejo do Brasil. Desse total, 37,8% foram cafés de baixo preço, 57,7%, “mainstream” e 3,6%, premium. São considerados premium cafés com preço superior a R\$ 12 a embalagem de 500 gramas.

De acordo com o diretor de marketing, a categoria premium cresceu 31,3% em valor entre 2015 e 2016 no Brasil. Dentro desse segmento, o Café do Ponto é líder,

com uma fatia de 20%, acrescentou. “A meta é manter nossa participação e fazer a fatia da categoria dobrar em cinco anos no país”, disse Souza.

Os novos produtos têm blends com padrão Superior, conforme a classificação da ABIC, e estampam na embalagem o selo da certificação. Nos blends, são utilizados grãos arábica e conilon. “O objetivo é posicionar a marca como um premium acessível”, disse Souza. Para Lara Brans, presidente da JDE Brasil, há espaço para crescimento, uma vez que o brasileiro ainda tem um gasto anual médio baixo com café. **JCO**



JÁ VENDIDA
NO MERCADO BRASILEIRO!

30
embalagens / min



ARABELLA é uma embaladora a vácuo de alta produtividade que explora soluções técnicas avançadas.

Sua eficiência exprime-se também com a mudança de formato simples e rápida.

ARABELLA é fabricada em monobloco de dimensões compactas para permitir o melhor aproveitamento dos espaços.

OPEM
Brasil

OPEM Brasil Máquinas e Serviços Ltda.
Rua Zambeze, 505 - Vila Carrão - São Paulo - SP - CEP: 03441-000
Tel.: (0055) 11 3384-2284 / 2285 - e-mail: info@opembrasil.com.br

Associação Brasileira
ABIC
da Indústria de Café



declara **guerra**
à fraude e à
adulteração

Associação propõe Procons e Ministérios Públicos da qualidade das marcas

Em reuniões realizadas com Procons estaduais e Ministérios Públicos do Espírito Santo, Minas Gerais, Bahia, Goiás e Paraná, a ABIC tem proposto criar um modelo de cooperação no qual a entidade passa a incluir denúncias locais à sua vasta lista de marcas monitoradas no país, arcando ela

própria com todos os custos de coleta de amostras e análise laboratorial. O objetivo é que esse modelo de parceria permita um grande avanço na ação efetiva das autoridades para a proteção do consumidor, com segurança alimentar e qualidade, impedindo a adulteração e a fraude.

A proposta da ABIC parte da preocupação com a quantidade de casos de práticas condenáveis em outras categorias de alimentos. “Entendemos que não basta mais monitorarmos e penalizarmos as empresas conforme as regras de nosso Programa de Autorregulamentação, mas que é preciso ampliar as denúncias para que identifiquemos por quem e onde a fraude está sendo praticada. E nós podemos e desejamos contribuir e fazer parte deste esforço”, explica Pavel Cardoso, vice-presidente de Qualidade e Programas de Certificação da associação.

Desde 1989, a ABIC mantém ativo o seu Programa de Autorregulamentação da Pureza do Café – Selo de Pureza, tendo feito neste período de 28 anos mais de 65.000 análises de microscopia, com uma média atual de 3.000 coletas/ano e análises em laboratórios capacitados e credenciados. Este trabalho e rigor representam o compromisso da entidade com os consumidores e com a oferta permanente de cafés de melhor qualidade, diferenciados ou


A ABIC criou também em 2004 o Programa de Qualidade do Café – PQC, que analisa as características sensoriais da bebida, avaliando aroma, sabor, corpo, retrogosto e outros atributos, qualificando os produtos por categorias de qualidade e símbolos que facilitam os consumidores em suas escolhas. Este programa, inclusive, tem sido a base da exigência de centenas de organismos públicos em seus editais de licitação para a compra de café.

Todo este arsenal de laboratórios, classificadores e provadores, coletora de amostras e corpo administrativo é utilizado pela ABIC para garantir a confiabilidade de seus programas. A associação não hesita em punir e penalizar suas associadas quando colhidas na prática de adulteração e fraude.

“A entidade nunca foi e nunca será abrigo de fraudadores”, diz o presidente Ricardo Silveira, lembrando que, exatamente por isso, a ABIC aplaudiu o estudo do Procon - MG, divulgado em Setembro/2016, identificando as empresas cujos cafés apresentavam

e cooperação com para ampliar o monitoramento as de café no mercado

para o consumo do dia-a-dia, mas conformes com a legislação vigente, puros e confiáveis. E as empresas associadas são parte comprometida com este esforço. Ao longo dos anos, a fraude diminuiu e a qualidade melhorou.

irregularidades. “Algumas delas já haviam, inclusive, sido excluídas do quadro de associados por adulterarem e fraudarem seus produtos. Outras tantas já haviam sido denunciadas pela ABIC ao MP e ao Procon”. 



Broca do Café

ABIC faz
novos alertas para
que indústrias
restringam ao mínimo
possível porcentagem
de grãos brocados
nos lotes de café
verde

A ABIC está permanentemente em contato com a Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA desde o início de 2015, propondo e discutindo uma solução para a RDC 14/2014, que regulamenta as matérias estranhas e fragmentos em alimentos, inclusive no café torrado e moído.

Através de centenas de análises, a associação comprovou que os fragmentos encontrados eram eminentemente da broca-do-café, praga que infestou o parque cafeeiro desde 2013 por falta de defensivos agrícolas registrados pelo MAPA e ANVISA.

No início de abril, em reunião conjunta com o diretor adjunto do presidente da ANVISA, Dr. Pedro Ivo Sebba, ABIC, CNC – Conselho Nacional do Café e representantes da Secretaria de Política Agrícola do MAPA, foram apresentados novos estudos, relatórios e documentos que haviam sido solicitados anteriormente, comprovando o pedido das organizações para que a agência concedesse um prazo mínimo de 3 anos para que o campo e as indústrias pudessem se adequar aos limites da RDC 14, através da aplicação de defensivos, boas práticas de colheita e pós-colheita,

separação de grãos brocados, e restrições de qualidade na indústria, entre outras medidas.

De acordo com o diretor-executivo da ABIC, Nathan Herszkowicz, o Dr. Pedro Sebba fez uma análise das implicações e acenou que o problema já estava há tempos em discussão e que, de fato, era preciso adotar em breve alguma solução. “Infelizmente nada prosperou até o momento, mas a ABIC continua buscando uma alternativa em prol da proteção das empresas e do setor, contando com o apoio do CNC e do Departamento do Café do Ministério da Agricultura”, informa o diretor-executivo.


Essa indefinição tem levado a ABIC a emitir uma série de alertas aos associados, para que restrinjam ao mínimo possível a porcentagem de grãos brocados nos lotes de café verde porque, independentemente de uma solução, está em desenvolvimento o Programa de Monitoramento da Qualidade de Alimentos - Nacional 2017, através das Vigilâncias Sanitárias Estaduais e Municipais, que neste ano elencou o café torrado/moído como produto a ser monitorado e analisado.

A ABIC tem recebido informações de empresas que já tiveram seus produtos coletados pelas Vigilâncias Sanitárias e analisados em institutos oficiais, quanto à histologia e microscopia (RDC 277/2005); quanto a Matérias Estranhas (RDC 14/2014) e quanto a Matérias Estranhas – Sujidades Leves (RDC 14/2014).

A grande incidência de broca-do-café (Hapenemus Hampei) no campo e nos cafezais tem implicado na irregularidade de muitas marcas quanto ao limite de 60 fragmentos de insetos por 25g de café (RDC 14/2014). “Essa irregularidade representa um grande risco para as indústrias, que podem ter seus cafés reprovados, com enorme prejuízo para as marcas e o consumo de seus produtos”, diz Nathan Herszkowicz.

Por meio dos alertas, a ABIC procura orientar as indústrias a restringirem os grãos brocados nos lotes de café verde ao mínimo possível. E recomenda: 1 - Que restrinjam o limite a 5% de grãos brocados; 2 - Que devolvam o lote caso ele não obedeça às especificações; e 3 - Que evitem o uso de cafés baixos, especialmente os fermentados, pretos-verdes e ardidos.

Impurezas como cascas e paus (elementos extrínsecos ao café), também estão sendo analisados neste Programa de Monitoramento e podem resultar em penalidades e multas. A ABIC sugere que as empresas adotem como lema: IMPUREZAS, NÃO!

“Não permitam que a qualidade de seus produtos seja diminuída”, diz o presidente Ricardo de Sousa Silveira. “Combater a fraude e a adulteração é o principal objetivo da gestão atual do Conselho de Administração e do Comitê Permanente de Qualidade. E a ABIC não hesitará em apontar às autoridades, onde e quem fraudava o café no país”. 

ALTERAÇÃO DO REGULAMENTO DO SELO DE PUREZA ABIC

No dia 27 de Junho o Conselho de Administração da ABIC encaminhou correspondência aos associados, informando sobre as alterações efetuadas no regulamento do Selo de Pureza. A íntegra, a seguir:

Instituído há 28 anos, o Programa do Selo de Pureza sempre teve seu regulamento vinculado ao Regimento Interno da ABIC. Essa vinculação, em alguns casos, tornava o andamento dos processos lento, o que passou a exigir atualizações mais frequentes em vista do momento atual, com mudanças no perfil do setor torrefador e nos canais de distribuição.

Assim, diante da necessidade de tomada de decisões mais eficazes e rápidas, no último dia 27 de abril, o Conselho Deliberativo acatou a proposta do Conselho de Administração desvinculando o Regulamento do Programa Permanente de Controle da Pureza do Café do Regimento Interno. Com isto, o Conselho de Administração, que se reúne mensalmente, passou a ser o órgão competente para deliberar sobre qualquer atualização do Regulamento. Além da desvinculação, algumas outras mudanças foram aprovadas, trazendo como essência maior rigidez, rapidez e eficiência aos processos.

Dentre as principais alterações realizadas, podemos apontar a redução dos prazos dos processos, com a utilização do e-mail como meio oficial para realizar as comunicações dos processos e procedimentos do Programa. Uma redução dos limites de tolerância para o julgamento das inconformidades, e mais rigor na aplicação das penalidades vão garantir a respeitabilidade do programa junto ao mercado. Enquanto isto, a ABIC continua a aperfeiçoar as análises para impedir a fraude. A entidade não será nunca o refúgio de fraudadores.

Agora, o Selo de Pureza ficará mais ágil, mais rápido, mais eficiente, permitindo um monitoramento permanente e melhorando o combate a fraude e às adulterações. O uso indevido do Selo de Pureza, que ocorre quando a empresa é penalizada, mas não cumpre com a exigência de retirada do selo das embalagens, também será verificado com mais rigor, podendo gerar medidas judiciais para as empresas penalizadas.

O Regulamento e o Regimento Interno estão devidamente registrados, entrando em vigor a partir do dia 10 de julho de 2017, prazo máximo que as empresas terão para se adequarem às novas normas vigentes.

O Novo Regulamento poderá ser encontrado através do link: **http://www.abic.com.br/publicue/media/SEP_regulamentoPPCPC.pdf**.

É muito importante a sua leitura na íntegra. 

Café com
qualidade é
café certificado!

ABIC

Natural e saudável, o café é uma das paixões dos brasileiros, que estão mais exigentes quanto ao sabor e aroma da bebida e reconhecem que café não é tudo igual. Por isso, a ABIC sempre manteve um compromisso com qualidade do café, promovendo o consumo da bebida no País através dos seus inovadores e pioneiros programas de certificação.

Conheça:

1989

SELO DE PUREZA

Certificação pioneira no Brasil, que atesta a pureza do café torrado e moído, oferecendo segurança alimentar e respeito ao consumidor.



2007

CAFÉS SUSTENTÁVEIS DO BRASIL

Programa que certifica cafés com melhor qualidade e sustentabilidade da fazenda à xícara



2004

PROGRAMA DE QUALIDADE DO CAFÉ

Único programa no mundo que certifica a qualidade do produto final e diferencia os produtos nas categorias Tradicional, Superior e Gourmet.



CAFÉ NA MERENDA, SAÚDE NA ESCOLA

Promove o hábito saudável do consumo de café com leite pelos jovens em idade escolar, visando a melhoria da atividade intelectual, a concentração e consequentemente o aprendizado escolar.



2005

NÍVEL MÍNIMO DE QUALIDADE

Oferece um conjunto de especificações e procedimentos para assegurar a aquisição de um café de melhor qualidade em licitações.



CÍRCULO DO CAFÉ DE QUALIDADE

Diferencia e qualifica os estabelecimentos que trabalham com café de qualidade, promovendo atividades de capacitação e treinamento como ferramenta de apoio técnico e educativo



2016

CERTIFICAÇÃO DE CÁPSULAS



Certificação inovadora que oferece avaliação global do café em cápsulas, analisando os principais atributos de qualidade da bebida e sua intensidade.

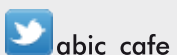
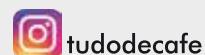
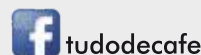
SELO UNIFICADO DE PUREZA E QUALIDADE



Os programas de
Qualidade e Certificação da ABIC
valorizam o produto e auxiliam na escolha pelo
consumidor!

COMPROMISSO COM A QUALIDADE DO CAFÉ

www.abic.com.br | abic@abic.com.br | (21) 2206-6161



DE OLHO NO CAFÉ



ABIC irá lançar aplicativo para consulta do consumidor aos cafés certificados

A ABIC coloca em breve no mercado mais uma ideia inovadora: **um aplicativo de celular que permite ao consumidor verificar as certificações que cada marca de café possui.** A iniciativa faz parte da proposta da entidade de criar ferramentas tecnológicas e formas de divulgação que fortaleçam a empresa associada no mercado, diferenciando-a frente ao consumidor final – que está cada vez mais consciente da importância da aquisição de um café puro e de qualidade.

O aplicativo, que estará disponível no início de setembro, será fornecido gratuitamente aos usuários de celular Smartphone (tanto na versão Android quanto para Iphone). Ele permite a qualquer consumidor consultar em tempo real se os produtos disponíveis nas gôndolas dos supermercados são certificados no Selo de Pureza e/ou no Selo de Qualidade, bem como sua categoria, Tradicional, Superior ou Gourmet, além de diferenciá-los dos não associados.

A utilização do aplicativo é bastante intuitiva e simples: após instalação do aplicativo no celular, basta ao consumidor abri-lo e 'scanear' o produto de duas formas: pelo código de barras da embalagem, através de um leitor da câmera, ou digitando o código de barras da embalagem através do teclado do celular.

A partir da captação do código de barras pelo aplicativo, o consumidor verá na tela uma mensagem imediata informando se o produto é certificado ou não pela ABIC, com uma mensagem adicional "Café certificado sempre vai bem", em linha com a campanha de marketing da entidade.

Além de verificar se a marca é certificada ou não, o consumidor também poderá avaliar os cafés (em uma escala de até 5 estrelas), podendo enviar, inclusive, comentários e opiniões sobre o produto. Esses dados serão compilados e informados às empresas associadas por meio de relatórios periódicos.

Por meio deste aplicativo, também será possível qualquer consumidor informar sobre os produtos não certificados que estejam estampando o Selo de forma indevida. Ou seja: se o consumidor 'scaneia' um produto e recebe a mensagem de que ele não é certificado, e observa que ainda assim possui algum Selo na embalagem, poderá enviar essa informação à ABIC, que checará em tempo real, tornando mais ágeis os processos de investigação por uso indevido da certificação.

Para que o consumidor tenha a informação correta sobre a certificação do café, a ABIC solicitou que cada empresa associada enviase a relação de seus produtos com seus respectivos códigos de barras (numérico), a fim de poder cadastrá-las em seu banco de dados e, conseqüentemente, as marcas autorizadas ao uso dos Selos poderem ser visualizadas no aplicativo. As



empresas que perderam o prazo de envio das informações deverão aguardar uma nova chamada.

Mais informações no Departamento de Qualidade da ABIC, com Aline Marotti, pelo telefone (21) 2206-6151 ou e-mail: aline@abic.com.br. 

JORNAL DO CAFÉ

Anuncie na revista oficial da ABIC e fale com milhares de pessoas do agronegócio café.

**Aproveite a condição especial.
Ganhe 20% de desconto
fechando a partir de duas edições.**



Associação Brasileira
ABIC
da Indústria de Café

Para anunciar entre em contato com a GSB2:
jornaldocafe@gsb2.com.br - (19) 3661-1313



Embala comem atraem consu

Não há dúvida: existem milhões de aficionados por embalagens diferentes ou edições especiais e comemorativas. Para muitos, elas são itens de coleção, para outros, significam lembranças ao incorporarem a história da empresa ou do próprio país. São embalagens sofisticadas, que colaboram na construção do conceito da marca e agregam valor ao produto, que deve sempre primar pela qualidade. O Grupo 3 Corações está participando de duas iniciativas nessa área: com a Confeitaria Colombo e com o Café Iguaçu, marca vice-líder no segmento de solúvel.



Com a tradicional Confeitaria Colombo, localizada no centro do Rio de Janeiro, que está completando 123 anos de atividades, a 3 Corações desenvolveu um café exclusivo, que o consumidor pode degustar coado ou 'espresso' na loja, ou pode levar para casa, em grãos ou moído, em latas semelhantes às utilizadas no século passado.

“O café é uma das marcas da Confeitaria Colombo. Estamos muito felizes com essa parceria em que podemos unir a nossa tradição com o melhor dos grãos da 3 Corações. Trabalhamos juntos para desenvolver esse produto e o resultado nos deixou muito satisfeitos”, conta David Mattos, gerente de operações da empresa.

gens orativas midores e se tornam itens colecionáveis, agregando conceito e valor à marca

A 3 Corações desenvolveu o blend inspirando-se em todo o significado da tradição cultural que o local representa. O resultado foi uma doçura acentuada com notas de caramelo, frutas amarelas e chocolate, provenientes de nobres regiões

brasileiras de cultivo. A experiência sensorial fica ainda mais memorável quando o café é combinado com as especialidades e doces da casa.

Já a lata foi criada em parceria com a designer Beatriz Rondon, da Fabricare Design. “O desenho da lata é inspirado na identidade visual que criamos para as embalagens da Confeitaria Colombo. O estilo vintage reforça a tradição da marca. Os elementos gráficos utilizados no clássico azul da Colombo remetem a detalhes da confeitaria e ao café”, conta Beatriz.

Desenvolvida pela Meister S/A, a lata foi vencedora, na categoria Premium, do 26º Prêmio Brasileiro de Embalagem EMBANEWS, distinção de maior tradição e prestígio do setor de embalagens no Brasil.






Café Iguazu

Já para comemorar o cinquentenário do Café Iguazu, o Grupo 3 Corações, que adquiriu a marca em março de 2016, lançou uma edição histórica e limitada. São duas latas colecionáveis, com ilustrações e design exclusivos: uma conta a história da chegada do café ao Brasil e, a outra, a trajetória da companhia, que nasceu em Cornélio Procópio, no Paraná, em 1967.

De maneira didática, a lata que ilustra a chegada do café ao Brasil e o caminho percorrido pelo grão mostra como a bebida se espalhou pelo país e, em um curto espaço de tempo, passou a ser um dos produtos básicos da economia brasileira. Já a segunda embalagem demonstra a chegada do café ao Paraná, comemora os 50 anos da empresa e traz dados históricos da companhia, fundada em 22 de junho de 1967.

As latas contêm o Café Solúvel Iguazu Tradicional, de 200 gramas, e o preço é o mesmo de sua versão original. A comercialização está sendo feita nos Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Minas Gerais e em outros países, como Chile, Bolívia e Uruguai.

“A marca Iguazu sempre teve como costume trazer as embalagens colecionáveis para seus consumidores, e achamos importante manter essa tradição, desta vez oferecendo uma versão histórica para contar como o café, uma das bebidas mais consumidas no país e no mundo, chegou em solo nacional, mudou toda a economia e tornou-se um dos produtos-chave do nosso sistema produtivo há tantas décadas”, disse Isabel Masagão, ‘head’ de marketing do Grupo 3 Corações. 

Café com qualidade é café certificado.

Natural e saudável, o café é uma das paixões dos brasileiros, que estão ficando cada vez mais exigentes na questão pureza e apurados na escolha de novos aromas e sabores. Por isso, a ABIC desenvolveu o PQC - Programa de Qualidade do Café. Um programa que classifica e garante a qualidade do café, facilitando a escolha e a identificação da qualidade de cada marca. Basta ficar de olho nos selos das embalagens: Tradicional, Superior e Gourmet. Escolha seu café preferido e relaxe. A ABIC garante a pureza e a qualidade do seu café.





Armazém do Café

20 ANOS DE HISTÓRIA

Casa especializada do Rio de Janeiro foi uma das precursoras no serviço de cafés finos e gourmet

Duas décadas se passaram, e Marcos Modiano se mantém firme e convicto no nicho que visualizou quando decidiu trocar o mercado financeiro por um negócio que até hoje lhe dá extremo

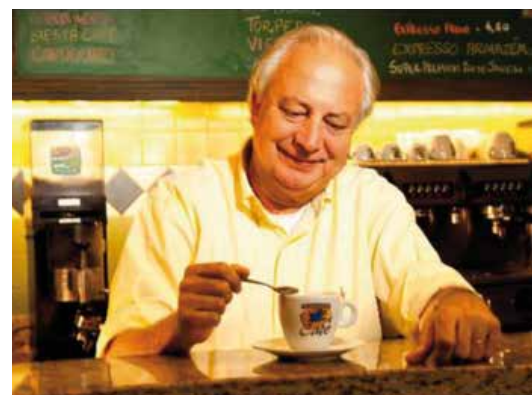
prazer: uma casa de café que vende qualidade e serviço para seu público específico, em seu bairro, como uma boutique, servindo apenas os melhores cafés arábicas extra-suaves brasileiros.



Da primeira casa aberta em julho de 1997, em Ipanema, hoje o Armazém do Café conta com uma rede de sete lojas, espalhadas também pelos bairros do Leblon, Centro e Barra da Tijuca. A propósito, esta casa da Barra foi eleita este ano, mais uma vez, a melhor cafeteria pelo jornal O Globo. Somando as premiações recebidas pelas lojas tanto da Veja Rio quanto do Globo, já são mais de 20 ao longo desse tempo.

Abrir franquias, nem pensar. “Nunca quis, para não perder o controle de qualidade. Por isso não expandi”, explica Modiano, catalão criado no Brasil em uma família que exportava café. “Ainda jovem, meu avô me levava para trabalhar à tarde, depois do colégio, no escritório de exportação de café da família. Foi ali, no Departamento de Classificação que aprendi tudo, a provar, a classificar, o funcionamento do comércio de exportação. Só mais tarde, a partir da faculdade, foi que ingressei no mercado financeiro”.

Entretanto, a paixão pelo assunto café, que ele sempre gostou, acabou falando mais alto. Aproveitando a desregulamentação do mercado, que possibilitou o livre comércio, Marcos Modiano decidiu retornar ao ‘mundo’ do café. Juntamente com a esposa Dóris – sua parceira também nas casas de café – viajou para vários países, para explorar e conhecer os diversos formatos de lojas que estavam inovando naquela época, como as casas especializadas na venda de cafés de várias origens, em grãos, torrado e moído, etc. “Adaptei o que tinha lá à nossa tradição e pioneirismo”, conta.



Casa temática de café

Com uma estrutura enxuta, a rede Armazém do Café tem administração familiar (Marcos e Dóris), um escritório central e uma equipe bem treinada de sete a oito funcionárias por loja. A decoração de cada uma das casas é temática, com objetos herdados, adquiridos ou garimpados em fazendas e antiquários. O slogan: “Uma verdadeira casa temática de café”.

Além dos cafés das várias regiões brasileiras, preparados nos diversos métodos, e de drinques à base de café, as lojas vendem kits para a pessoa levar e consumir em casa. “Muitos turistas nos procuram e eles são nosso mercado também”. O serviço ainda inclui acompanhamentos como doces e salgados, produzidos por parceiros selecionados.

“O preço médio e a rentabilidade variam de loja para loja. Mas um ticket médio de R\$ 17 a R\$ 20 de consumo é um parâmetro. Entretanto, esse ticket aumenta se incluirmos produtos de venda, como cafeteiras, acessórios e cafés em cápsulas”, diz Modiano. O total diário pode chegar à venda de 300 xícaras de café, cappuccinos e drinques por loja/dia.

Os grãos são torrados semanalmente para abastecimento das casas. E aqui um fato curioso: os cafés das diferentes regiões do país são batizados com nome de música ou ritmo musical, e sempre com cinco letras. Por exemplo: Samba é o café Sul de Minas; Mambo, café também do Sul de Minas; Valsa, os da Alta Mogiana; Conga, grãos do Cerrado baiano, Rumba, do Cerrado mineiro; e Frevo, um café orgânico de Pernambuco.



“Café com gosto de café”

São duas as razões que levaram o empresário a escolher esses nomes. Os de música se devem à Sonata Dell Caffé, de Beethoven. Já o nome com as cinco letras foi um hábito que Modiano herdou da época da exportadora. Nas décadas de 1950 e 1960 o café era oferecido ao exterior por cabograma noturno (Western & CO), e se pagava por letra. “Era muito caro, e a descrição técnica de um café é uma verdadeira bula de remédio. Então, se pagava por palavras de cinco letras. O exportador mandava o cabograma informando: 5 mil café Samba. E o importador já tinha toda a descrição”.

Novo público


Nestes 20 anos, além das mudanças de hábitos e nos métodos de preparo e serviço de café, mudou também o perfil do público consumidor. Modiano conta que, quando começaram, café era produto de homens, tomado de pé, no centro da cidade. Hoje, com a oferta de cafés especiais e a inclusão do público feminino e da geração fitness, o comportamento mudou. As pessoas sentam à mesa para degustar café, drinques de café, cappuccinos.

Os frequentadores são da vizinhança – “Nosso bairro, nosso público”, outro slogan da casa. Há também os turistas, que sempre aparecem recomendados por esses clientes fieis. Basicamente, o público é formado por apreciadores de café com idade acima de 35 anos. Pela alta qualidade do atendimento e serviços, o Armazém do Café é certificado na categoria Casa de Café pela ABIC, no Círculo de Qualidade do Café, programa do qual é um dos sócios-fundadores.

“Temos orgulho de dizer que nesses 20 anos o Armazém mudou corações e mentes a respeito do café; mostramos que o café é como um vinho sem álcool e cuja matéria-prima depende do clima, da colheita, da secagem e do terroir”, comemora Marcos Modiano, ele próprio um grande consumidor, que prefere iniciar o dia com um café coado, de preferência Samba, de Minas, ou Conga, da Bahia.

Número 7 cabalístico

A trajetória pessoal e empresarial de Modiano é repleta de ‘causos’ e curiosidades. Uma delas diz respeito ao número 7. “Nunca corri atrás desse número, mas eles apareciam e, pelo menos para mim, tem seu enigma”, diz, lembrando que a primeira loja foi aberta exatamente dia 07/07/1997.

Quando veio morar no Brasil, seu primeiro endereço foi no número 307 da Rua Belfort Roxo, em Copacabana. Mudou-se depois para a Rua Gomes Carneiro, 147, apartamento 701. Casou e foi morar em Ipanema, na Rua Redentor, 317. Ao procurar a primeira loja, que tinha que ter um sistema de exaustão por causa do torrador, a única que achou e serviu ficava na Rua Maria Quitéria 77, onde até hoje também funciona o escritório, na sala 417. As demais também sempre têm um 7, nem que seja no número do telefone! 



PRESSCA

novο modo de preparar e consumir café

Criação brasileira não utiliza filtro, prepara com rapidez e possibilita levar o café a qualquer lugar

Com tecnologia e produção 100% nacionais, e fabricada na cidade de Rio do Sul (SC), a Pressca é uma cafeteira portátil que permite o preparo e o consumo da bebida com rapidez e qualidade. Com um método exclusivo de extração por pressão, ela oferece a possibilidade de o consumidor testar novos sabores e aromas e realmente levar o café no seu dia a dia.

Com sete cores e formato moderno e vibrante, a Pressca é muito simples de ser usadas: basta adicionar água quente, o pó de café e aguardar alguns minutos.

Seu método dispensa o filtro de papel e permite extrair todas as propriedades do café.

De acordo com a empresa, a Pressca foi idealizada para ser a menor, mais leve e versátil cafeteira do mercado. Ao variar o tempo de preparo, por exemplo, é possível descobrir uma diversidade de sabores e criar um café que harmoniza totalmente com o paladar, mesmo utilizando sempre o mesmo tipo de pó. Além disso, ela possui um eficiente sistema de isolamento térmico, mantendo a bebida sempre quente.



PRESSCA X FRENCH

Produzido pelo jornalista Rafael Tonon, especializado em gastronomia e amante e produtor de café, como ele mesmo se denomina, o blog da Pressca traz excelentes informações, inclusive um artigo que ele compara esta cafeteira com outros dois métodos bastante semelhantes: French Press e Aeropress, e que reproduzimos a seguir:

Um pouco de pó de café, um tanto de água quente, espere alguns minutos e empurre o êmbolo para baixo para extrair o melhor da bebida. Pronto, é só tomar!

A descrição acima poderia estar relacionada a alguns métodos que se tornaram bem populares na elaboração do café, por sua facilidade e também por explorarem todo o potencial dos grãos com margem de erro baixíssima. Do que, afinal, estamos falando? Da hypada Aeropress? Da french press, a boa e velha prensa francesa? Da novíssima e versátil Pressca? Na verdade, estamos falando de todas elas, essas cafeteiras portáteis que cabem em qualquer lugar e não demandam nem eletricidade. Preparam o café por infusão e separam mecanicamente o pó de café do líquido, resultando na nossa amada bebida.

Mas qual a melhor entre elas? Difícil dizer! Cada uma tem as suas características, tanto de modo de preparo (apesar de serem semelhantes na engenharia de como extraem o café) quanto no resultado do café na xícara. Para ajudar, elaboramos um guia comparativo desses três métodos para você saber as qualidades e diferenciais de cada um. E escolher o seu próximo cafezinho. Porque seria impossível ter que tomar uma decisão dessas pra vida toda, né?

A Pressca pode ser usada de maneira pessoal e doméstica, ou até mesmo profissional. Com ela é possível preparar até 350 ml de café, conforme a dosagem do pó e conseqüente intensidade da bebida. Outro ponto positivo da Pressca é possibilitar que o café, depois de pronto, seja saboreado na própria cafeteira, usando o êmbolo/copo como xícara. Assim, esse recurso fundamental também auxilia no consumo fora de casa, no escritório, durante uma viagem, passeio, na praia ou onde a pessoa preferir.

Além de toda a facilidade de manuseio e preparo, a hora da limpeza também é outro ponto a destacar. A borra é removida inteiramente e, com um simples enxágue, o produto já está pronto para um novo uso.

A empresa comercializa a Pressca em diversos portais e no site www.pressca.com.br, na aba 'onde comprar', há uma área específica para aquisição por pessoas jurídicas.

PRESS X AEROPRESS: O GUIA DEFINITIVO

Tempo de infusão

Aeropress: cerca de dois minutos.

French press: cerca de quatro minutos.

Pressca: de três a quatro minutos.

Moagem

Aeropress: média.

French press: grossa.

Pressca: funciona bem para todas, mas grossa é a mais indicada.

Processo

Aeropress: adicione a água ao pó, mexa e espere. Escalde o filtro (caso ele seja o alvejado) para tirar os aromas da celulose e coloque-o no aparelho. Depois disso, pressione o êmbolo e sirva.

French press: coloque o pó no fundo da cafeteira e acrescente a água. Mexa com uma colher e deixe descansar. Mexa mais uma vez, pressione o êmbolo e sirva.

Pressca: coloque o pó no fundo da cafeteira e acrescente a água quente. Deixe descansar. Pressione o êmbolo e sirva.

Diferenciais

Aeropress: por combinar a filtragem com pressão, produz uma bebida aromaticamente complexa. Também diminui a sensação de amargor.

French press: o filtro de metal permite que os óleos essenciais do café passem para a bebida. A bebida fica com alguns resíduos no fundo.

Pressca: permite que os óleos essenciais do café sejam mais facilmente percebidos, trazendo mais características do sabor do café.

Vantagens

Aeropress: portátil. Geralmente usa filtros de papel, que podem ser mais facilmente descartados, facilitando a limpeza (há opções de filtros de metal, mas esses mudam o perfil sensorial da bebida).

French press: é bastante prática e pode ser de diferentes tamanhos (na medida de porções a serem servidas), e também feita em diferentes materiais – cerâmica, vidro, plástico, etc.

Pressca: é muito fácil de transportar e pode ser levada para qualquer lugar. Também tem a facilidade de se poder beber o café diretamente nela, sem necessidade de usar xícara. Tem parede dupla que mantém a temperatura da bebida.

Preço

Aeropress: de R\$ 250 a R\$ 280.

French press: de R\$ 70 a R\$ 350 (dependendo do tamanho e material).

Pressca: R\$ 130, em média. 



AEROPRESS



FRENCH PRESS



PRESSCA



Abastecime para atender mercad

Estoque privado 27,4% inferior e projeção de safra 2017/2018 menor apontam para uma oferta curta e possível aumento de preço do produto

Levantamento realizado pela Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB) sobre os estoques finais privados de café da safra 2016, em 31 de março de 2017, aponta um volume de 9,86 milhões de sacas armazenadas em todo o país. O estudo mostra que o volume declarado pelo setor privado neste ano é 27,4% inferior ao contabilizado no levantamento do final da safra 2015, quando o estoque privado registrado foi de 13,59 milhões de sacas. Já a previsão para a safra 2017/2018 é de 45,5 milhões de sacas, 11,3% inferior à colheita do período anterior, que foi de 51,37 milhões de sacas.

Para Edvaldo Frasson Teixeira, vice-presidente de Economia e Estatística da ABIC, esses números são preocupantes, pois o estoque somado à safra do ano deverá garantir um abastecimento apertado para atender as demandas dos mercados interno e externo, podendo resultar no aumento do preço do produto. “Não significa falta de café, que é um fenômeno raro, mas pode significar um mercado onde a oferta seja curta”, avaliou.

Nathan Herszkowicz, diretor-executivo da ABIC, diz que o mercado trabalha com uma demanda de 53 milhões de sacas anuais,



nto apertado os interno e externo

sendo 32 milhões para exportação e 21 milhões para o mercado interno. Em 2017, caso seja confirmada a expectativa de safra, a produção mais o estoque deverão somar cerca de 55 milhões de sacas para abastecer esses mercados, praticamente sem excedentes.

A grande preocupação do setor é com o café conilon, muito utilizado nos blends com arábica, e o que mais sofreu com a seca dos dois últimos anos. A produção do café conilon está estimada em 10,1 milhões de sacas em 2017. O estoque privado em 2016 foi o menor entre as espécies, com 994,8 mil sacas. “Mesmo sabendo que a colheita do café conilon deve ser um pouco melhor, fica o receio de que a oferta fique apertada durante todo o período, até a próxima safra”, disse Herszkowicz.

Estoque privado: pesquisa

O levantamento realizado pela CONAB, divulgado no dia 12 de julho e que pode ser acessado no site da companhia, mostra que o café do tipo arábica corresponde a 90% do total do café apurado, com estoque de 8,87 milhões de sacas. O conilon representa apenas 10% do estoque privado levantado, com 994,8 mil sacas. A região Sudeste, líder na produção nacional, abarcou 90,7% do estoque total brasileiro.

Estado com a maior produção do país, Minas Gerais responde por 78% dos estoques nacionais atuais, sendo 7,67 milhões de sacas de arábica e 20,2 mil sacas de conilon. O Espírito Santo, maior produtor de conilon, tem 7% dos estoques do país – 487,49 mil sacas de conilon e 162 mil sacas de arábica.

Os dados referem-se à posição dos estoques em 31 de março e foram fornecidos espontaneamente por produtores de todo o país. Como parte do processo de verificação das informações, foram selecionados armazéns nas principais regiões produtoras para conferência do estoque declarado por meio da contagem física pelos fiscais da Companhia.

A pesquisa é realizada anualmente pela CONAB para conhecer o estoque final de cada safra. Neste ano foram consultados 931 armazenadores, responsáveis por 1.495 armazéns participantes. As informações obtidas ampliam o conhecimento sobre o mercado brasileiro do produto e fornecem elementos para o planejamento e a ação governamentais, visando o equilíbrio de mercado, o abastecimento regular do café no país e o apoio ao setor cafeeiro.

Ano-safra 2016/2017: balanço

O Brasil exportou cerca de 33 milhões (32.906.287) de sacas de café no ano-safra 2016/2017 (período de julho de 2016 a junho de 2017), resultando na receita cambial de US\$ 5,6 bilhões, acréscimo de 5,0% em relação ao período anterior, e preço médio de US\$ 171,48 – incremento de 13,4% em comparação ao ano safra 2015/2016. As informações foram divulgadas pelo Cecafé – Conselho dos Exportadores de Café do Brasil.

Entre os destaques, o café arábica manteve o bom resultado, sendo responsável por mais de 28,9 milhões de sacas exportadas, enquanto o robusta atingiu a marca de 277.523 sacas. Os cafés diferenciados atingiram 4.869.012 sacas no ano período.

“Atingimos praticamente 33 milhões de sacas, um número que revela a influência dos fatores climáticos nos últimos dois anos, em especial na produção de cafés conilon”, comentou Nelson Carvalhaes, presidente do Cecafé. O total exportado mais a demanda interna, de 21 milhões de sacas, somam um total de 53 milhões de sacas de café brasileiro, o equivalente a um terço do consumo total mundial.

No ano safra (2016/2017), os Estados Unidos mantiveram a liderança do consumo do café brasileiro com 6.431.043 sacas, correspondendo a 19,5% do total. Na sequência, a Alemanha aparece com 5.881.811 sacas, sendo 17,9%. A lista ainda conta com a Itália com 2.990.189 sacas (9,1%), Japão com 2.337.667 sacas (7,1%) e Bélgica com 1.957.223 (5,9%). Destaca-se ainda no período o aumento das exportações de café para a Rússia (15,7%), Turquia (20,4%) e França (15,7%).




OPTIMA

KIT INICIAL
para 2,5 MI. cápsulas



START UP

Inicie a sua produção com alto nível de produtividade, através do suporte dos nossos especialistas.

 prazo de entrega de 3 a 6 meses



Seu **sucesso de entrada no mercado** com a **OPTIMA**, a especialista em cápsulas




Mais informações:
www.optima-packaging.com/cfr


OPTIMA do Brasil | R. Joana Foresto Storani 500 - Distrito Industrial | 13288-169 Vinhedo - SP, Brasil
Tel.: +55 19 3886-9800 | info-br@optima-packaging.com | www.optima-packaging.com/consumer

OPTIMA

Pacote de Entrada no Mercado

Kit Inicial

-  **OPTIMA CFR**
Dosadora rotativa para cápsulas
-  **Cápsulas**
-  **Filme**

-  **Entrada no Mercado**

Por Marcos Matos e
Marjorie Miranda *



SUCESSÃO FAMILIAR E

O futuro da cafeicultura brasileira

Atualmente, a sucessão familiar é um dos temas mais discutidos em todo o mundo no setor da agropecuária. Um dos desafios nas propriedades rurais é a falta de interesse dos jovens em permanecer na atividade, ocasionando o chamado êxodo rural. De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), as empresas familiares constituem

cerca de 65% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro e empregam 75% da força de trabalho. Portanto, empresas familiares são um dos pilares de economia e sua continuidade é de fundamental importância para o desenvolvimento do país. Porém, ainda de acordo com o SEBRAE, 70% dessas empresas encerram suas atividades com a morte de seu fundador e somente 5% das que restaram sobrevivem até a terceira geração.

No meio rural, de acordo com a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), até 2030 aproximadamente 40% dos produtores rurais sairão da atividade. Nos municípios onde a agricultura familiar é bem desenvolvida, há também maior desenvolvimento econômico devido à capacidade de geração de renda de forma contínua, em relação à agricultura patronal que caracteriza mão de obra por safras. Além de comprometer a oferta de produtos agropecuários, a crescente faixa etária dos produtores e a ausência de sucessores no negócio acarretam problemas para a gestão da atividade. Como exemplo, as dificuldades na obtenção de crédito, principalmente para investimento, caracterizado por prazos mais longos, para a aquisição de novas máquinas e equipamentos.

Diante disso, um dos desafios habitualmente enfrentados pelas empresas familiares está

no gerenciamento da sucessão e na inserção dos filhos e da nova geração na administração da empresa. Há constantes falhas no processo de transmissão entre a geração que está à frente do negócio e a que passará a dirigi-la. O fundador deveria iniciar o processo sucessório, mas no meio rural esta decisão quase sempre é postergada, acontecendo de forma abrupta, com a morte ou doença do gestor original. Dessa forma, as discussões familiares sobre a continuidade da empresa ocorrem em momentos de forte emoção e, assim, nem sempre as melhores alternativas serão escolhidas. Há inclusive um sentido no movimento contrário, em que os patriarcas incentivam sua prole a estudar fora justamente para que não continue trabalhando no campo.

O principal elemento para que a sucessão familiar seja alcançada com sucesso é manter a população no campo. Para isso, é

EMPREENDEDORISMO

necessário ampliar a renda dos agricultores, além de melhorar a sua distribuição, promover maior equidade social e de gênero e melhoria na qualidade de vida também compõem uma possível estratégia. No processo sucessório é importante considerar os valores da família gestora, a realidade em que ela se encontra e os valores presentes, bem como a expectativa de vida dos membros principais atuantes na gestão. A sucessão na gestão familiar é crucial no êxito da continuidade de uma organização,

uma vez que o processo intervém diretamente nos negócios e pode ser capaz de definir a sua estabilidade, crescimento ou ruína da empresa.

O planejamento do processo da sucessão pode resultar em vantagens para a organização familiar. Com a entrada de uma nova geração na empresa, a inovação tende a ser próspera e o receio de correr riscos tende a diminuir. Para tanto, a busca por um perfil empreendedor alinhado aos valores da

família pode ser capaz de suscitar a inovação organizacional dentro de empresas familiares.

Os herdeiros precisam ser preparados para o processo sucessório, para que suas expectativas sejam atendidas, visto que a contínua motivação é fator chave para que a segunda geração tome frente dos negócios. Portanto, conclui-se que a geração que seguirá na gestão da empresa familiar necessita ser capacitada, com base na educação empreendedora e estar motivada para integrar o processo de gestão.

O setor exportador de café do Brasil tem focado diretamente em ações de Responsabilidade Social e de Sustentabilidade nos últimos 15 anos. Nesse sentido, o CecaFé tem atuado para fortalecer as ações nas regiões cafeeiras, com importantes resultados que direcionam a cafeicultura brasileira a um futuro cada vez mais sustentável.

Em 2017, o CecaFé criou o Polo Café Sustentável, com base na renovação e integração dos tradicionais programas como o Criança do Café na Escola, o Produtor Informado e o Café Seguro, com foco nas pessoas envolvidas na cadeia produtiva do café, como crianças, jovens, produtores rurais, homens e mulheres. O Polo visa desenvolver boas práticas, sucessão familiar, inclusão digital, sustentabilidade, equidade de gênero e outros temas que sejam de interesse na região de atuação.

A maioria dos jovens opta por sair do campo para procurar melhores condições de trabalho nas grandes cidades. Diante disso, o desafio é propor ações para que os jovens

visualizem oportunidades no campo, com qualidade de vida e renda como incentivo para que esses jovens continuem a produzir café com qualidade e sustentabilidade. As ações e parcerias propostas pelo CecaFé têm como objetivo capacitar os jovens para serem empreendedores/gestores de suas propriedades, demonstrando a importância de uma cafeicultura sustentável, por meio da adoção de boas práticas agrícolas e tecnologias, com o propósito de construir um ambiente harmonioso e saudável para a sucessão familiar.

Entre as ações propostas, destacam-se os cursos especializados visando a educação empreendedora, orientação e qualificação, aulas de informática, tecnologia e sustentabilidade, por meio de workshops. Tal conteúdo poderá englobar as seguintes palestras: jovem sucessor que obteve êxito ao comandar uma fazenda; consultores do SEBRAE falando sobre gestão, governança, plano de negócio e processo sucessório; agrônomos e técnicos discorrendo sobre boas práticas e atendimento à normas e legislação; dia de campo demonstrativo. As iniciativas elencadas buscam colaborar para o desenvolvimento integral dos jovens, procurando estimular o protagonismo juvenil, sensibilizar, motivar e prepará-los para os desafios da cafeicultura no âmbito global, instigando-os a identificarem oportunidades e planejarem seu futuro por meio de atitudes empreendedoras.

*** Marcos Matos é diretor geral do CecaFé – Conselho dos Exportadores de Café do Brasil e Marjorie Miranda é coordenadora de Responsabilidade Social e Sustentabilidade da entidade.**

Pesquisas mostram que CONSUMIR CAFÉ aumenta longevidade



Dois novos estudos indicam que de uma a três xícaras por dia podem fazer muito bem

bebida a cada 24 horas podem reduzir o risco em 18% no mesmo período. "Nossos resultados sugerem que um consumo moderado de café, até três xícaras por dia, não é ruim para a sua saúde, e que incorporar café na sua dieta pode ter benefícios para a saúde", afirmou o doutor Marc Gunter, da Agência Internacional de Pesquisa sobre Câncer (IARC) da Organização Mundial da Saúde (OMS), à agência de notícias ANSA.

Eis aqui mais uma razão para continuar apreciando uma saborosa xícara de café: de acordo com dois novos estudos realizados sobre os benefícios da bebida, quem bebe ao menos uma xícara de café por dia vive mais do que quem não consome o produto, independentemente do método de preparação ou da escolha entre normal ou descafeinado.

Segundo os estudos, publicados dia 10 de julho na revista científica "Annals of Internal Medicine", beber 350 ml de café por dia diminui os riscos de se morrer mais cedo em 12% em 16 anos, enquanto três xícaras da

A primeira pesquisa, a mais ampla realizada sobre o assunto, foi conduzida por especialistas da IARC e do Imperial College de Londres em mais de 1,5 milhão de pessoas com mais de 35 anos de 10 países europeus, entre eles a Itália. Segundo a pesquisa, foram analisados em detalhes o consumo de café dos participantes, que faziam parte do estudo EPIC (European Prospective Investigation into Cancer and Nutrition), os modos e técnicas de preparação da bebida de cada um deles e a presença maior ou menor de cafeína em todos os casos.

Os participantes foram monitorados por um tempo médio de 16 anos. Após considerar o modo de vida dessas pessoas, seus hábitos alimentares e de fumo, os pesquisadores descobriram que o grupo que bebia cotidianamente café estava associado a um risco menor de morte por qualquer causa, principalmente por doenças dos sistemas circulatório e digestivo. "Nós descobrimos que um consumo maior de café estava associado com um risco menor de morte por qualquer causa, especificamente por doenças no sistema circulatório e digestivo", disse Gunter.


Já a segunda pesquisa foi conduzida pela norte-americana Southern California University (USC) com uma amostra de 215 mil pessoas nos Estados Unidos. Os resultados desse estudo demonstraram que ao beber uma xícara de café por dia, os riscos de morte diminuem 12% e que essa porcentagem aumenta para 18% se o número de doses aumentar para três. 

Foto: Rodrigo Zorzi

Cold Brew Nitro



Versão nitrogenada de café, com cara de chopp, é o novo lançamento da Suplicy Cafés Especiais

Há algum tempo a onda dos cafés especiais vem invadindo outras praias. O grão vem passando pelo mesmo processo de volta às origens – assim como as cervejas artesanais - e o barista segue sendo um personagem de peso nas cafeterias. A última novidade cafeeira foi apresentada no início de agosto pela Suplicy Cafés Especiais. Trata-se do Cold Brew Nitro, um café extraído a frio com injeção de nitrogênio para dar uma textura cremosa e colarinho caramelo, semelhante ao chopp.



O Cold Brew Nitro é produzido a partir do Cold Brew, onde o grão torrado e moído é extraído em

contato com a água fria durante um período maior, que pode variar de 8 a 18 horas.

Esse processo longo garante os mesmos sabores e aromas intensos do café filtrado em água quente. Após esse processo ele é extraído em uma chopeira, carregada com nitrogênio, para dar uma textura mais rica e cremosa, semelhante à cervejas como a do tipo Guinness.

“O processo é bastante artesanal e desde 2015 começou a aparecer em cafeterias nos EUA, e é bem recente no varejo”, conta Marco Suplicy, fundador da marca. A versão Cold Brew Nitro da Suplicy Cafés está sendo vendida exclusivamente na nova flagship da marca, localizada na região da Vila Olímpia, em São Paulo, (300 ml por R\$ 10). **JCO**

Foto: Divulgação

Melitta na Flip 2017 Espaço da marca na Casa Folha serviu sete tipos de café



Tomar um bom café rodeado por boas conversas literárias. Foi com essa proposta que a Melitta promoveu seus cafés, recebendo os visitantes da Casa Folha, na Festa Literária Internacional de Paraty, Flip 2017. De 26 a 30 de julho, baristas da Melitta receberam o público com uma variedade de cafés passados na hora.

Os participantes das mesas literárias ficaram à vontade para escolher a quantidade e os sabores de preferência. No cardápio, o variado portfólio da Melitta: Tradicional, Extraforte, Especial, Descafeinado e os cafés Superiores, da linha Regiões Brasileiras: Mogiana, Sul de Minas e Cerrado. Também estavam na lista bebidas como cappuccino, mocaccino e macchiato.

De acordo com Ricardo Andrade, gerente de marketing da divisão de Cafés da Melitta, essa iniciativa teve a intenção de

levar o aconchego do café aos bons momentos literários proporcionados pela Flip. “Afim, não tem combinação melhor do que café e literatura”.

A parceria da marca foi com a Casa Folha (espaço da Folha de S. Paulo), localizado no Centro Histórico. As dez mesas literárias do espaço foram gratuitas e, na programação, estavam conversas com escritores, tradutores e personalidades, com mediação de profissionais do jornal. **JCO**

Cardápio especial do 25º Encafé



Com uma programação variada, que combina palestras com atividades práticas, evento garantirá novos conhecimentos para a melhor gestão do dia a dia empresarial


De 22 a 26 de novembro, a ABIC promoverá no Iberostar Praia do Forte, resort localizado no litoral norte baiano, o Encafé – Encontro Nacional das Indústrias de Café, que este ano chega à sua 25ª edição. Serão quatro dias com uma intensa programação que mesclará palestras e atividades práticas com momentos de lazer e confraternização.

Abrindo a programação no centro de convenções, haverá na manhã do dia 23, a palestra do economista José Roberto Mendonça de Barros, um dos mais conceituados do país e que acompanha de perto o agronegócio café. Ele falará sobre o “Cenário Macroeconômico e Político do Brasil e as expectativas para 2018”. Um assunto dos mais importantes e oportunos, haja vista que as dificuldades e a atual situação de incerteza afetam diretamente a atividade pessoal e empresarial dos brasileiros.

A programação inclui a apresentação já tradicional da pesquisa sobre Tendências de Consumo de Café, que atualiza informações e aponta cenários futuros do mercado, permitindo aos industriais se prepararem para as novidades que irão surgir. Haverá também palestras sobre “Design, Embalagem, Estratégia e Agregação de Valor à Marca”; “Sucesso: os caminhos da governança corporativa e familiar” e sobre como utilizar o Marketing Digital, entre outros temas que

serão tratados pelos principais profissionais da área. A “Arena do Conhecimento”, lançada com sucesso na edição passada, retorna este ano com inúmeras atividades práticas e técnicas, enriquecendo ainda mais a participação dos industriais no evento. Também haverá a 5ª edição da Rodada de Negócios, uma iniciativa da ABIC para promover o encontro entre empresas compradoras e fornecedores, incentivando as parcerias de negócios.

Destaque em todas as edições do Encafé é o espaço da Exposição de Máquinas, Equipamentos, Produtos e Serviços. Este ano, já confirmaram participação as empresas: Embalagens Flexíveis Diadema, Cia Lilla de Máquinas, Probat Leogap, Sulprint Embalagens e OPEM Brasil (categoria Diamante); TME (categoria Ouro), e Optima, Bosch, Goglio do Brasil, Perfor e IMA (categoria Prata).

Outro sucesso na área de exposição é a Loja do Café, organizada pela ABIC com o objetivo de apresentar uma seleção de produtos temáticos que os torrefadores e agentes do agronegócio podem comprar e ter à disposição contatos de fornecedores para futuros negócios, principalmente as empresas que fazem brindes personalizados e presenteiam clientes. 

Melhores da Qualidade

A premiação dos “Melhores da Qualidade”, conferida às empresas que mais se destacaram no Programa de Qualidade do Café (PQC), deixará de ser feita no Encafé e ganhará evento próprio. “Queremos dar mais destaque a estas empresas e suas marcas junto

ao varejo e à imprensa”, diz Nathan Herszkowicz, diretor-executivo da ABIC.

O novo evento ainda está sendo formatado, mas deverá ser realizado em São Paulo, em outubro. “A ideia é realizarmos uma cerimônia de entrega dos certificados às

empresas campeãs, seguida de coletiva de imprensa, visando destacar o novo selo e as categorias de produtos. Queremos enfatizar o objetivo da ABIC, que é a melhoria contínua da qualidade do café ofertado aos brasileiros”, acrescenta Mônica Pinto, coordenadora de projetos da entidade.

eventos

Foto: Cláudio Arouca

Torrefadoras são homenageadas no Coffee Dinner JDE e 3 Corações receberam o Troféu Empreendedores do Café



Da esquerda para a direita, Marcos Matos, Rafael Martins, Pedro Lima e Nelson Carvalhaes



Da esquerda para a direita, Marcos Matos, Lara Brans, Sathyamurthy e Nelson Carvalhaes

Profissionais dos diversos segmentos do café nacional e internacional estiveram mais uma vez reunidos no Coffee Dinner, jantar de gala promovido pelo Cecafé na Sala São Paulo, dia 8 de junho. Entre as empresas e empresários homenageados da noite, dois foram do setor de torrefação. O Grupo 3 Corações, por seu empreendedorismo e investimentos inovadores, e a JDE – Jacobs Douwe Egberts no Brasil, pelos investimentos e aquisições efetuados no mercado interno brasileiro, pela sua posição de

liderança na exportação de café torrado e moído do Brasil, e como grande importador no mercado mundial.

As homenagens foram prestadas por Nelson Carvalhaes, presidente do Conselho do Cecafé, e Marcos Matos, diretor geral da entidade. O Troféu “Empreendedores do Café” foi entregue ao presidente do Grupo 3 Corações, Pedro Alcântara Rêgo de Lima, pelo conselheiro do Cecafé Rafael Martins, da ECTP. Lara Brans, presidente da JDE no Brasil, recebeu o troféu de M. Sathyamrthy, da Olam América do Sul.

A Câmara Setorial de Café de São Paulo anunciou duas novidades no regulamento do 16º Concurso Estadual de Qualidade do Café de São Paulo. Este ano, além das categorias Café Natural, Café Cereja Descascado e Microlote, foi criada mais uma: a de Nanolote, de apenas 10 kg. Cada cooperativa e associações de produtores do Estado poderão inscrever um Nanolote no concurso. Todos passarão pelo crivo do Júri Técnico, mas apenas um será eleito o melhor do Estado.

Concurso paulist

CAFÉ DE SÃO PAULO
Prêmio "Aldir Alves Teixeira"
natural - cereja descascado - despulpado - micro lote - nano lote
15ª Edição Especial dos Melhores Cafés de São Paulo



Homenagem a José Sette

A ABIC aproveitou a presença em São Paulo de José Sette, diretor-executivo da OIC, no Coffee Dinner e Summit para entregar uma lembrança da entidade: uma caixa com uma caneca e o café produzido pelo cafeicultor José Alexandre Abreu de Lacerda no Sítio Pedra Menina, no município capixaba Dores do Rio Preto. Trata-se do microlote que foi o campeão do 13º Concurso Nacional ABIC de Qualidade do Café – Safra 2016/2017. Na ocasião, José Sette confirmou sua presença no 25º Encafé, que será realizado de 22 a 26 de novembro no Iberostar Praia do Forte, na Bahia.

Mérito Industrial

Os 84 anos da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG) foram destaque na comemoração do Dia da Indústria, realizado dia 25 de maio, no Minascentro, em Belo Horizonte. Na ocasião, a federação entregou o título de Mérito Industrial às principais personalidades da indústria mineira e nacional. Entre os homenageados estava Vicente de Paula Rêgo de Lima, empresário e diretor de Logística e Desenvolvimento da TRES, do Grupo 3 Corações.

Vicente Lima tem uma carreira profissional que conta com mais de 30 anos dedicados inteiramente à construção e condução do Grupo Santa Clara (atual 3 Corações), onde foi diretor administrativo-financeiro, diretor industrial e

diretor de suprimentos. Também atuou no desenvolvimento da atividade de exportação de café verde e de distribuição dos produtos de norte a sul do país, em mais de 320 mil pontos de venda.



Vicente Lima, ao centro, rodeado por industriais e conselheiros da ABIC

a com novidades

A outra novidade refere-se ao valor do lance mínimo no leilão de venda dos lotes finalistas: passa a ser 80% acima da cotação BMF/Bovespa do dia anterior ao pregão (antes esse valor correspondia a 50%). O lance mínimo para aquisição do Nanolote será informado oportunamente pela comissão organizadora.

Evento tradicional e um dos mais antigos certames nacionais, o Concurso é uma iniciativa da Secretaria da Agricultura e Abastecimento, através de seus organismos, notadamente APTA e CODEAGRO - Coordenadoria de Desenvolvimento dos Agronegócios. As inscrições estão abertas até dia 9 de outubro. Mais informações no site www.sindicafesp.com.br.

COFFEE
BREAK



Nescafé Espresso

O Museu do Café, em Santos, foi o local escolhido pela Nestlé para apresentar o Nescafé 'Espresso', um lançamento da sua divisão de produtos para uso profissional, a Nestlé Professional. Trata-se de um novo blend de café torrado para ser moído no momento do preparo. Com isso, a empresa passa a atuar no segmento em grãos, reforçando ainda mais a sua expertise proveniente da sua significativa participação na cadeia cafeeira.

O novo produto é voltado ao mercado de estabelecimentos comerciais e apresenta uma solução para os negócios a partir da máquina multibebidas NESCAFÉ® Alegria, capaz de preparar diferentes tipos de 'espressos', cappuccinos e bebidas cremosas com a moagem instantânea do NESCAFÉ® Espresso. Com torra média, os grãos são de cafés arábica produzidos na região Sul de Minas Gerais.



Fotos: Divulgação

Café Cajuba em cápsulas

De olho nos consumidores que cada vez mais buscam praticidade e qualidade, a ICATRIL (Indústria de Café do Triângulo LTDA), de Uberlândia, lançou em julho durante o Super Encontro Varejista (SEVAR), o Café 'Espresso' em Cápsulas – TRIUM Cajubá Gourmet.

O novo produto é produzido com grãos 100% arábica, originários das regiões do Sul de Minas, Cerrado Mineiro e Mogiana Paulista. As cápsulas são embaladas individualmente no sistema flowpack e em atmosfera protegida para garantir a pureza do produto. Cada caixa contém dez cápsulas, e está sendo comercializada por, em média, R\$ 18,00.



Cappuccino Café Brasileiro



A Mitsui Alimentos lançou a sua linha Cappuccino Café Brasileiro em três versões: Tradicional, Baunilha e Chocolate. Produzidos com alta quantidade de leite em sua formulação, os cappuccinos apresentam sabores mais marcantes e cremosidade extra. A novidade acaba de chegar às prateleiras do varejo nacional, nas opções 200g e 400g. De acordo com a empresa, além da nova formulação e variedade de sabores, a linha Cappuccino Café Brasileiro inova suas embalagens, “agora em formato inspirado no copo de cafeteria, com design moderno e layout de dar água na boca”.

Museu do Café Fazenda Pessegueiro

Cafeicultor de destaque no cenário nacional e internacional, Clóvis Gonçalves Dias Filho, falecido em dezembro do ano passado, foi homenageado por seus herdeiros e colaboradores com um evento no dia 22 de julho, quando foi lançada a pedra fundamental do Museu do Café Fazenda Pessegueiro, que deverá ser aberto ao público em 2018.

Localizada em Mococa, na região de Ribeirão Preto (SP), a Fazenda Pessegueiro está em atividade desde 1870, com o café sendo cultivado há seis gerações da família.

Durante o evento, foi apresentada uma exposição fotográfica e de peças do acervo histórico da fazenda. De acordo com os filhos, o museu sempre foi um sonho de Clóvis Gonçalves Dias Filho. “Com seu falecimento, resolvemos dar seguimento ao projeto e torná-lo real”, diz José Renato Dias.



25 ENCAFÉ

O Maior Encontro das Indústrias de Café do Brasil!

De 22 a 26 de Novembro de 2017

Reserve esta data!

