

# Revista do Café



Centro do Comércio de Café do Rio de Janeiro

Ano 94 - Junho 2015 - Nº 854



## Campeãs Nacionais

Cooxupé, Terra Forte, Unicafé e  
Exp. Guaxupé: 8,5 milhões de sacas  
exportadas em 2014

Edição Especial  
6º Forum & Coffee Dinner

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO, SECRETARIA DA CULTURA,  
MUMAC, GRUPPO CIMBALI E MUSEU DO CAFÉ APRESENTAM A EXPOSIÇÃO

Exponente

# DESIGN ESPRESSO

EM CARTAZ ATÉ 14 DE JULHO DE 2015



Em parceria com o Museo della Macchina per Caffè (MUMAC), de Milão, a exposição apresenta as transformações tecnológicas e estéticas das máquinas de espresso desde sua criação, no começo do século XX, até a década de 1970.

Realização



GRUPPO CIMBALI



# Sumário



## 6º Forum & Coffee Dinner

06 Jantar

08 Homenageados

06

## Forum

32 Palestras

56 4C e Certifica Minas  
Café firmam acordo

30



## Forum

57 Memorando de  
Entendimento CeCafé  
e IDH

58 III Torneio de Golfe  
do Café

57

60 Campeãs de  
Exportação 2014

62 BSCA lança novo posi-  
cionamento de branding

58



## Revista do Café

### Coordenadora

Alessandra Rodrigues de Almeida

### Reportagens

Paulo A. C. Kawasaki

### Capa

João Faria, Carlos Paulino, Flávia Barbosa Paulino da Costa e  
Jair Coser

### Crédito da Capa

Cláudio Arouca

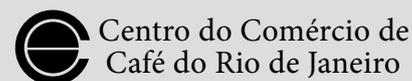
### Diagramação, Arte e Projeto Gráfico

Hands-on Editoração Eletrônica

### Impressão Gráfica

Grupo Smart Printer

<http://www.gruposmartprinter.com.br>



### Diretoria Biênio 2015/2017

Presidente: Guilherme Braga Abreu Pires Filho

Diretor Tesoureiro: Batista Mancini

Diretor Secretário: Alexandre Todeschini Pires

Diretor de Patrimônio: Ruy Barreto Filho

Gerente Geral: Guilherme Braga Abreu Pires Neto

### Conselho Administrativo

Warrant Exportadora e Importadora Ltda.

Unicafé Cia. Comércio Exterior

CSB Trading S/A Exp. E Importação

Armada Administração e Participação Ltda.

Agropecuária São Francisco de Paula Ltda.

GBP Assessoria Consultoria Empresarial Ltda.

Alexandre Todeschini Pires

Três Aranhas Com. Ind Ltda.

Stockler Comercial e Exportadora Ltda.

Antônio Augusto Cardoso Garcez

Halley Importadora e Exportadora Ltda.

Victor Augusto Jansen Verdades Garcez

## Sindicato do Comércio Atacadista de Café do Município do Rio de Janeiro

### Diretoria Quadriênio 2014/2018

Presidente: Guilherme Braga Abreu Pires Neto

Secretário: Batista Mancini

Tesoureiro: Ruy Barreto Filho

Diretor de Patrimônio: Alexandre Todeschini Pires

Rua Quitanda, 191- 8º andar- Centro- CEP: 20091-000

Rio de Janeiro - RJ- Brasil

Fone: (21) 2516-3399 / Fax: (21) 2253-4873

[riocafe@cccjr.com.br](mailto:riocafe@cccjr.com.br) / [www.cccjr.com.br](http://www.cccjr.com.br)

# 6º Forum & Coffee Dinner

## 6º Forum & Coffee Dinner

Mais uma edição de sucesso, de integração do setor e de oportunidades para o debate das questões do café.

O Cecafé agradece a todos que participaram e contribuíram para essas conquistas.







# 6º Forum & Coffee Dinner

## 6º Forum & Coffee Dinner recebe lideranças do Café

Organizado pelo CeCafé, evento reuniu cerca de 650 convidados.

*Paulo A. C. Kawasaki*

A união de vanguarda e tradição, no contexto de modernidade da cafeicultura brasileira, não poderia ter um cenário mais adequado e glamuroso, na capital paulista, do que a Sala São Paulo, sede do jantar de abertura da 6ª edição do Fórum & Coffee Dinner, realizada pelo Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (CeCafé), no dia 18 de maio, para aproximadamente 650 convidados. Presentes o Governador de Minas Gerais, Fernando Pimentel, um dos homenageados, o vice-governador Antônio Andrade, o Deputado Federal Arnaldo Jardim, Secretário de Agricultura de São Paulo, representando o Governador Alckmin, o vice Governador do Espírito Santo, Cesar Colnago, os Secretários de Governo, Odair Cunha, e da Agricultura, João Cruz, de Minas Gerais, o Secretário de Agricultura do Espírito Santo Octaciano Neto, além de parlamentares e dirigentes de entidades de classe.



João Antonio Lian



O presidente do Conselho Deliberativo da instituição, João Antônio Lian, no discurso de abertura, apresentou o tema “Tendências do Mercado Mundial e Oferta Brasileira” para a edição de 2015, salientando os debates que seriam realizados no dia seguinte, ao longo do Fórum, na sede da Fecomércio de São Paulo, e o desempenho dos embarques do País.

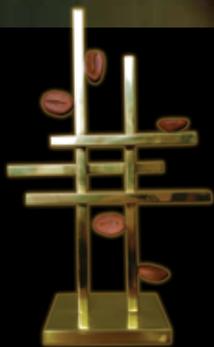
“No ano passado, acompanhamos um crescimento consistente e estável do volume das exportações brasileiras de café, indicando uma regularidade do fluxo de vendas, não só durante o período de entressafra, mas também no primeiro semestre de 2014/15, com médias men-

sais em torno de três milhões de sacas, o que nos permite vislumbrar um novo patamar de vendas para o produto do Brasil”, destacou.

Segundo Lian, esses resultados são animadores e incentivam o setor a querer melhorar diariamente em tecnologia, cuidado com o meio ambiente e no aspecto social, mantendo o Brasil como o maior produtor e exportador de cafés sustentáveis do mundo, nas mais diversas certificações existentes. “Nesse contexto, voltamos a reafirmar que, dentro do tripé da sustentabilidade, apoiamos e trabalhamos pela boa, justa e digna remuneração do produtor, afinal, somos uma cadeia e va-

lorizamos o trabalho de todos os envolvidos na produção”, enfatizou.

Na sequência, foi realizada a solenidade de entrega do troféu “Empreendedores do Café”, outorgado às empresas e empresários que, no dia a dia de suas atividades, contribuem para o fortalecimento e o crescimento global e sustentável do agronegócio café, e houve a apresentação de dança da Companhia Ballet Stagium, cuja apresentação foi um passeio musical pelo universo de Pixinguinha, Valdir Azevedo, Altamiro Carrilho, Jacob do Bandolim e Zequinha de Abreu.



# Governador Fernando Pimentel

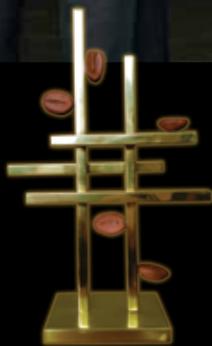
*Economista graduado pela Pontifícia Universidade Católica (PUC) de Minas Gerais e mestre em Ciência Política pela Universidade Federal de Minas (UFMG), Pimentel foi o primeiro prefeito na história da capital mineira a ser eleito no primeiro turno, em 2004, e encerrou seu mandato com índices de aprovação superiores a 90%.*

*O governador Fernando Pimentel reconhece a importância da cafeicultura no estado de Minas Gerais como fonte geradora de renda e emprego e entende a necessidade de políticas públicas e parceiras com a iniciativa privada que fomentem cada vez mais a atividade cafeeira, de forma sustentável, tornando-a duradoura para beneficiar as futuras gerações.*



*Maior estado produtor, responsável por mais de 50% da safra nacional, Minas Gerais, com suas universidades e centros de pesquisa, também se destaca como um dos mais importantes difusores de novas tecnologias de manejo das lavouras, de cuidados pré e pós-colheita, e de seleção perfeita dos lotes, o que lhe confere ser um polo de excelência na produção de cafés de altíssima qualidade.*

*Pelas ações políticas que têm contribuído para fomentar a cafeicultura mineira que Fernando Pimentel recebeu o troféu “Empreendedores do Café”. Entregaram a premiação João Antonio Lian e Guilherme Braga Abreu Pires Filho, do Cecafé, acompanhado do Secretário de Governo de MG Odair Cunha.*



## Henry Dunlop

*Henry Dunlop se destaca pela sua parceria no mercado internacional de café, em especial pelo importante suporte e apoio a favor da inclusão do Café do Brasil no Contrato C da Bolsa de Nova York.*

*Dunlop é presidente da Atlantic, dos Estados Unidos, e diretor gerente da empresa matriz Ecom Agroindustrial Co., líder global em negócios de café, açúcar, cacau e*

*algodão. Henry é também Chairman da National Coffee Association.*

*O vice-presidente do Conselho Deliberativo do CeCafé, Jorge Esteve Jorge, entregou o troféu Henry C. Dunlop.*



# Escritório Carvalhaes Corretores de Café



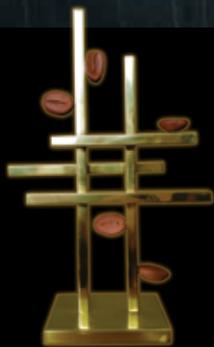
*Um dos mais antigos e respeitados escritórios de corretagem de café, com mais de 90 anos de história, o Escritório Carvalhaes Corretores de Café vem prestando relevante contribuição ao agronegócio e ao comércio exportador.*

*Na verdade, Carvalhaes e Café são praticamente sinônimos. A família trabalha com café desde o final do século 19, quando produzia, comercializava e exportava. A partir de 1918, Álvaro Carvalhaes, da 3ª geração em café, começou a trabalhar na*

*corretagem do grão, negócio que viria a se transformar no Escritório Carvalhaes. No final dos anos 1920, seu irmão Nelson se juntou ao Escritório.*

*Atualmente o Escritório Carvalhaes é dirigido por Eduardo Hayden Carvalhaes (4ª geração), que trabalha com café desde 1945, e por seus filhos Eduardo, Sérgio e Nelson.*

*Eduardo Hayden Carvalhaes recebeu das mãos do Conselheiro João Faria o Troféu Empreendedores do Café.*



## COOXUPÉ

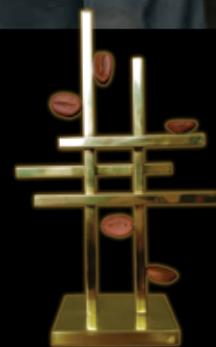
*Com mais de 11 mil cooperados, a Cooxupé manteve sua liderança no ranking de exportações, embarcando para o mercado externo 3 milhões 232 mil e 663 sacas de café arábica - um aumento de 19% comparado ao ano de 2013.*

*Ao longo dos seus mais de 80 anos de história, a COOXUPÉ vem ampliando mercados, e beneficiando os seus cooperados, 96% deles pequenos produtores, a partir da*

*promoção e difusão de técnicas e conhecimentos para que gradativamente melhorem cada vez mais as suas produções.*

*O presidente Carlos Alberto Paulino da Costa, presidente da Cooxupé, recebe o Troféu Empreendedores do Café do conselheiro do Cecafé Jair Coser.*

# Café Três Corações



*Maior indústria de torrefação e moagem de café do Brasil, líder no consumo interno em 2014 e cuja participação ativa tem contribuído para o desenvolvimento do Café do Brasil.*

*Trata-se da indústria de Café Três Corações, empresa que se destaca também pela inovação, a exemplo do recém-lançado sistema de multibebidas Três. Só para atender a este segmento, a empresa está investindo 45 milhões de Reais na 1ª etapa de uma nova fábrica em Montes Claros,*

*Minas Gerais, com capacidade de produzir 10 milhões de cápsulas por mês.*

*Criada em 1959 por João Alves de Lima, no Rio Grande do Norte, como Café Santa Clara, a empresa incorporou em 2006 a marca mineira 3 Corações, o que a levou a mudar o nome e ganhar maior expansão para o Sul do país.*

*O conselheiro do Cecafé Michael Timm entregou a premiação para o presidente da Três Corações, Pedro Alcântara Rego de Lima.*



## Nestlé do Brasil

*A inovação faz parte do DNA da Nestlé do Brasil desde o início, quando desenvolveu a tecnologia do café solúvel, na década de 1920. O Nescafé evoluiu de uma simples lata de café para um amplo portfólio de produtos e sistemas, a exemplo do Nescafé Dolce Gusto, lançado em 2006.*

*O sucesso absoluto obtido pelo novo produto levou a Nestlé de investir em uma fábrica própria, no município mineiro de Montes Claros, ao lado da sua indústria de leite condensado, para atender a de-*

*manda do Dolce Gusto. A nova unidade, na qual serão investidos R\$ 200 milhões, empregará tecnologia de ponta para o uso sustentável dos recursos.*

*A Nestlé do Brasil, empresa líder na exportação de café solúvel em 2014, representada pelo diretor da Unidade de Negócios, Antônio Diogo, recebeu o Troféu 'Empreendedores do Café' das mãos do conselheiro fiscal do Cecafé Urs Walter Wegman.*



# Fazendas Dutra



*A Fazendas Dutra, de Manhuaçu, Minas Gerais, homenageada pelo Cecafé pela relevante atuação no campo da produção, na qual seguem padrões de sustentabilidade e de contínua melhoria de processos e da qualidade do Café do Brasil.*

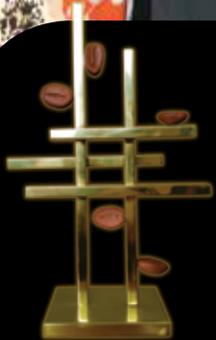
*É também um reconhecimento ao trabalho persistente dos irmãos Walter e Edmilson de dar continuidade ao sonho e paixão pelo café de seu pai, José Dutra Sobrinho, falecido em 1999.*

*A história dessa família tem início na década de 1950, quando José Dutra Sobrinho herdou um pequeno sítio. Em mais de 40 anos, ampliou seu patrimônio passando a dedicar-se à cafeicultura. A continuidade foi dada por Walter e Edmilson a partir da maior capacitação administrativa, o que permitiu às Fazendas Dutra despontar no cenário nacional como grande e premiada produtora de cafés de altíssima qualidade.*

*O conselheiro do Cecafé Nelson Carvalhaes entregou o troféu “Empreendedores do Café” aos irmãos Edmilson Alves Dutra e Walter César Dutra.*



16



## Ivampa Palhares Lopes

*O santista Ivampa Palhares Lopes é um dos mais conceituados técnicos do café que, após 43 anos de trabalho na Exportadora de Café Guaxupé, onde atuou no controle de qualidade e também como diretor comercial, se aposentou.*

*Ivampa foi membro da Câmara Arbitral de Genova, e classificador honorário da Bolsa de Nova York pela contribuição no estabelecimento dos Padrões Standards de cafés Naturais brasileiros a serem entregues na Bolsa nos contratos Futuros em Diferencial.*

*Em reconhecimento à dedicação e contribuição dada ao comércio exportador de café por um profissional ímpar, cuja ética e compromisso são fonte de inspiração e referência para a nova geração atuante no mercado, Ivampa Palhares recebeu da conselheira do Cecafé Flávia Barbosa Paulino da Costa a premiação “Empreendedores do Café”.*





18











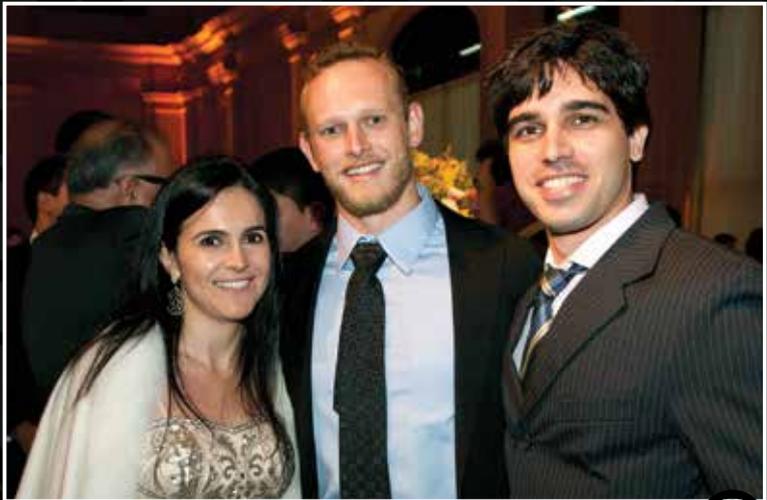














# Lian destaca necessidade de união para o ‘ganha-ganha’ na cafeicultura

Na abertura das palestras do 6º Fórum & Coffee Dinner, presidente do Conselho Deliberativo do CeCafé defende remuneração justa aos produtores e política de “ganha-ganha”

*Paulo A. C. Kawasaki*

Com a intenção de trazer novos entendimentos a respeito da safra de café

no Brasil, após os impactos climáticos que assolaram as lavouras nos últimos dois anos, e de-

bater questões ligadas às atuais tendências da oferta mundial, com ênfase na disponibilidade



brasileira, comparando-as com as expectativas sobre a evolução do consumo global, o Fórum, sob o tema “Desafios, tendências e sustentabilidade da produção brasileira e consumo interno”, teve início com a composição da mesa oficial, formada por João Antonio Lian e Guilherme Braga, respectivamente presidente do Conselho Deliberativo e diretor geral do Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (CeCafé); Antônio Chinellato Neto, diretor do Banco Bradesco; Robério Silva, diretor executivo da Organização Internacional do Café (OIC); João Carlos Hopp, secretário do Conselho Deliberativo do CeCafé e diretor comercial da Exportadora de Café Guaxupé.

Após a execução do Hino Nacional Brasileiro e da apresentação de vídeos institucionais de Bradesco, CeCafé e BSCA, o presidente do CeCafé, João Lian, em pronunciamento inaugural, agradeceu ao público presente, aos moderadores dos painéis e à comissão organizadora, composta por Márcio Calves, João Carlos Hopp, Wilson Carvalho, diretor de Exportação da Mitsui Alimentos, Nelson Carvalhas, diretor da Porto de Santos Comércio e Exportação.

Na sequência, Lian alertou que vivemos um momento importante no mercado de café, no qual agentes buscam

tomar suas posições analisando o cenário futuro. “Também deixo uma mensagem de otimismo, apontando que nossos embarques têm sido relevantes e a manutenção desse market share é fundamental, buscando sempre parceria com outros segmentos, como Abic, Abics, CNC e CNA, de forma que sempre alcancemos uma remuneração justa e adequada aos produtores, à procura de fazer um trabalho de ganha-ganha”, salientou. Na sequência, a Revista do Café apresenta os temas debatidos no Fórum pelos palestrantes.



## Economista do Bradesco apresenta panorama econômico mundial

Fabiana D'atri acredita que 2015 será ano de ajustes, com retração do PIB e enfraquecimento do mercado de trabalho. Perspectiva pós-2016 é de benefícios

*Paulo A. C. Kawasaki*

Apresentando um “Panorama Econômico Mundial”, a economista coordenadora do Departamento de Pesquisas e Estudos Econômicos do Banco Bradesco, Fabiana D'atri, pontuou que 2015 será um ano de ajustes, com provável retração relevante do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil e enfraquecimento do mercado de trabalho. “A questão mais importante, no entanto, é a perspectiva pós-ajuste a partir de 2016, pois a melhora da sinalização da política econômica deverá gerar custos de curto prazo, mas benefícios em horizontes mais dilatados”, explica.

Segundo ela, a política implantada até 2014 não foi sus-

tentável, o que permite que 2015 seja uma oportunidade para o Governo construir uma nova plataforma visando ao crescimento futuro. “Para tanto, ajustes em diversas frentes precisam acontecer, como a queda da inflação, melhora das contas públicas, aumento da eficácia dos gastos da União e correção de distorções”, exemplifica.

Em relação ao agronegócio, a economista citou que o setor vai bem, com suas perspectivas de investimentos, inovação e boas possibilidades mercadológicas. Na contramão, ela crê que o setor de serviços, assim como o consumo das famílias, levam as empresas a analisar suas estruturas

de custos, gerando cortes. “O setor que mais sente é o industrial, com queda produtiva de 4%, principalmente nas áreas automotivas, de insumos para construção civil e de máquinas e equipamentos” revela. Fabiana indica que o desafio, portanto, é equilibrar estoque com vendas, com tendência de freada ou redução nos lançamentos.

O Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) deverá superar a meta traçada pelo Governo e ter uma variação de 8,3% em 2015, de acordo com ela, refletindo realinhamento de preços e depreciação da taxa cambial. “Já em 2016, observaremos significativa descompressão, para

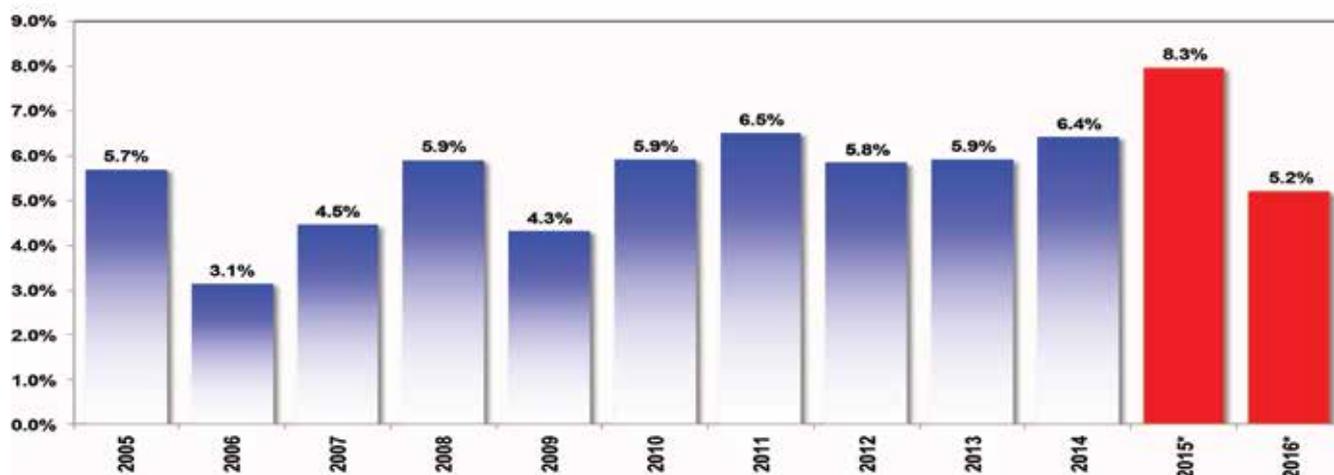
“

5,2%”, prevê a economista, que entende, também, o nível de R\$ 3 como compatível para o dólar, considerando fundamentos como termos de troca, expectativas em relação às políticas a serem adotadas pelo FED, o diferencial da taxa de juros e a confiança doméstica.

Para tanto, ajustes em diversas frentes precisam acontecer, como a queda da inflação, melhora das contas públicas, aumento da eficácia dos gastos da União e correção de distorções

”

## IPCA - VARIAÇÃO ANUAL - 2005-2016



FONTE: IBGE  
ELABORAÇÃO E PROJEÇÃO: BRADESCO

33

A respeito da perspectiva da retomada do crescimento a partir do ano que vem, Fabiana entende que, superada a tarefa de redução da inflação, os juros poderão ingressar em nova tendência de queda, sendo observada menor assimetria entre as taxas. “Mas esperamos uma menor contração fiscal a partir de 2016, pois o ajuste das condições do crédito direcionado já vem sendo realizado, com taxas de juros mais elevadas e menor disponibilidade de recursos (como as linhas de financiamento do BNDES), e os efeitos da crise no setor de construção deverão ser gradualmente supera-

dos, bem como a Petrobras deverá entrar em fase mais positiva”, prognostica.

Pensando no médio prazo, a economista projeta a recuperação do equilíbrio macroeconômico como o principal fator favorável à retomada do crescimento a partir de 2016. “Isso porque a reformulação do programa de concessões deve elevar investimentos em infraestrutura; o fluxo de investimento estrangeiro direto permanece elevado, com o Brasil seguindo atrativo; a depreciação do câmbio pode beneficiar setores exportadores, com virtuais acordos co-

merciais impulsionando nossa indústria; a provável retomada da agenda de reformas microeconômicas tende a beneficiar a produtividade; a produção de petróleo, apesar da redução de ritmo, seguirá em expansão; e, por fim, a demografia ainda favorável, com expansão da população abaixo de 1% e a melhora da escolaridade observada nos últimos anos, serão fatores positivos”, conclui.

## Sustentabilidade: ferramenta para consolidar a força do agro brasileiro no mundo

Presidente da Rural Brasileira indica que o Brasil precisa “vender” melhor a sustentabilidade do seu agronegócio para alcançar diferenciais competitivos.

*Paulo A. C. Kawasaki*

O agronegócio brasileiro precisa “vender” o que vem realizando em termos de sustentabilidade para ter diferenciais competitivos no mercado internacional, foi assim que o presidente da Sociedade Rural Brasileira (SRB), Gustavo Diniz Junqueira, iniciou sua explanação no painel “Sustentabilidade do Agronegócio Brasileiro”, moderado pelo diretor geral do Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (CeCafé), Guilherme Braga

Com o tema “Agro Brasil: o mais sustentável negócio”, ele destacou a força do setor, que responde por 23% do PIB, 27% dos empregos formais e 44% das exportações do País. “Uma força que vem de todas as commodities, pois estamos em primeiro, segundo e terceiro lugares em tudo aquilo que é mercado agrícola no mundo. Somos um grande *player* mundial”, ressalta.

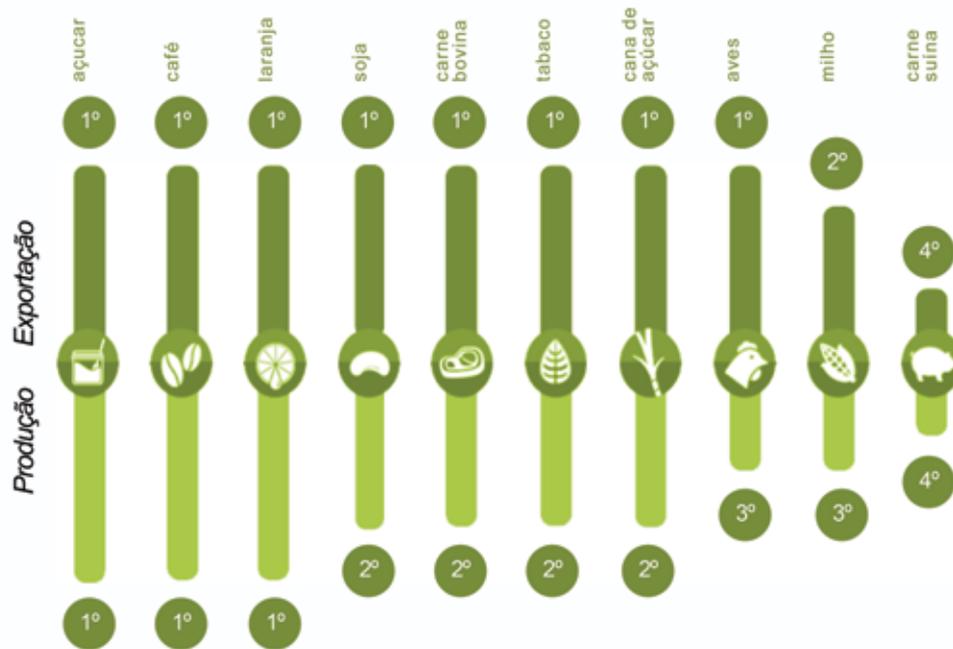
No entanto, Junqueira observa que o Brasil ainda está fora das principais cadeias globais de valor, com a maioria das exportações parando nos portos mundiais e não chegando às gôndolas. Para superar a concorrência “brutal de nossos clientes, mas também concorrentes”, ele citou que a saída é vender melhor a

“

Temos a maior área protegida do planeta, as mais rígidas legislações ambiental e trabalhista, a maior classe rural do mundo, com tecnologia de ponta e trabalho em rede, que nos dão a vantagem competitiva e nos transformam em um fornecedor confiável em volume e qualidade, possibilitando-nos assinar contratos de longo prazo e melhores preços

”

# HOJE O BRASIL É UM PLAYER NO AGRO MUNDIAL ...



Fonte: USDA E MAPA

sustentabilidade, que pode ser a ferramenta de consolidação da força brasileira no mundo. “A sustentabilidade é o caminho. Gera um custo, mas temos que entendê-lo como investimento e não apenas gasto”, indica.

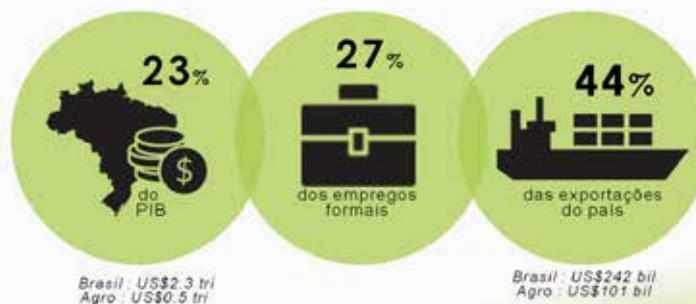
Junqueira deseja que o alimento produzido no Brasil seja a primeira escolha. Para isso, diz que o País precisa explorar melhor as suas vantagens. “Temos a maior área protegida do

planeta, as mais rígidas legislações ambiental e trabalhista, a maior classe rural do mundo, com tecnologia de ponta e trabalho em rede, que nos dão a vantagem competitiva e nos transformam em um fornecedor confiável em volume e qualidade, possibilitando-nos assinar contratos de longo prazo e melhores preços”, explica.

Para alcançar esse cenário desejado, o presidente da SRB

cita que a inserção no Cadastro Ambiental Rural (CAR) é a primeira etapa, pois permitirá o mapeamento do uso da terra, o planejamento e a redução de gastos. “Também será possível a compensação ambiental, com mitigação dos custos, o desenvolvimento de mercados de ativos ambientais e o uso das áreas de preservação para fins comerciais através de manejo sustentável da reserva legal”, conclui.

## A FORÇA DO AGRO



Fonte: MDIC, MAPA E IBGE



## Dunlop: a indústria mundial depende da saúde do café do Brasil

O presidente da Atlantic USA e diretor gerente da Ecom AgroIndustrial explica que o País é a principal variável no mercado de arábica e também no de robusta.

*Paulo A. C. Kawasaki*

**É** o produtor do Brasil que informa ao mundo o preço que será pago ao café. Foi com essa afirmativa que Henry C. Dunlop, presidente da Atlantic USA LLC e diretor gerente da Ecom AgroIndustrial Co., abriu sua palestra no painel “Oferta e demanda mundiais com ênfase



## Global Balance by Crop Year

World Coffee S&D	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15
Total Production	138.64	143.52	148.76	150.62	146.23
% Change	10.43%	3.52%	3.65%	1.25%	-2.91%
Total Demand	138.26	144.38	146.62	148.43	150.32
% Change	0.87%	4.43%	1.55%	1.23%	1.27%
Surplus / Deficit	0.38	-0.86	2.14	2.19	-4.09

Arabica Production	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15
Total Production	84.93	83.04	87.97	84.54	81.21
% Change	17.99%	-2.23%	5.94%	-3.90%	-3.94%
Arabica Demand	84.03	82.15	85.61	87.84	87.7
% Change	2.00%	-2.24%	4.21%	2.60%	-0.16%
Surplus / Deficit	0.9	0.89	2.36	-3.3	-6.49

Robusta Production	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15
Total Production	53.71	60.48	60.79	66.08	65.02
% Change	0.28%	12.60%	0.51%	8.70%	-1.60%
Arabica Demand	54.23	62.23	61.01	60.59	62.62
% Change	-0.84%	14.75%	-1.96%	-0.69%	3.35%
Surplus / Deficit	-0.52	-1.75	-0.22	5.49	2.4



Source: ECOM

# Arabica Production by Crop Year

Arabica	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15
Mexico	3.74	4.45	3.9	3.2	2.78
Guatemala	3.91	4.23	3.8	3.19	2.9
Honduras	4.03	6.12	4.02	4.36	5
Costa Rica	1.6	1.8	1.7	1.45	1.45
El Salvador	1.58	1.17	1.23	0.71	0.9
Other North & Cent	2.44	2.83	2.9	3.04	2.78
North & Central Ame	17.3	20.6	17.55	15.95	15.81
Colombia	8.52	7.68	9.93	12.12	12.45
Peru	3.91	5.29	4.35	4.2	3.02
Other South Americ	1.04	1.3	1.23	1.05	1.15
South America	13.47	14.27	15.51	17.37	16.62
Brazil	41.55	34.53	42.2	38	36.08
of which Semi-wast	5	5.2	6	5.25	5.5
Ethiopia	4.85	4.9	5.01	5.05	5
Uganda	0.64	0.74	0.79	0.76	0.64
Cote D'Ivoire	0	0	0	0	0
Tanzania	0.47	0.29	0.58	0.49	0.45
Kenya	0.6	0.92	0.65	0.79	0.68
Other Africa	1.6	1.82	1.8	1.69	1.67
Africa	8.16	8.67	8.83	8.78	8.44
Vietnam	0.8	0.87	0.72	1.02	0.97
Indonesia	1.27	1.06	1.13	1.27	1.11
India	1.41	1.73	1.34	1.3	1.33
Papua New Guinea	0.97	1.31	0.69	0.85	0.85
Other Asia & Ocean	0	0	0	0	0
Asia & Oceania	4.45	4.97	3.88	4.44	4.26
Total	84.93	83.04	87.97	86.54	81.21

Source: ECOM



se nos mercados emergentes”, moderado por João Carlos Hopp, secretário do Conselho Deliberativo do CeCafé e diretor comercial da Exportadores de Café Guaxupé. “O Brasil representa 40% do mercado, é o segundo maior consumidor e a nação produtora que tem as indústrias de capital e bancária mais sofisticadas do mundo, fornecendo liquidez sempre que necessário quando os preços estão baixos”, explica.

Dunlop, que fez a abordagem sobre os cafés arábicas, foi uma das peças fundamentais para a inclusão do produto brasileiro na Bolsa de Nova York. “A *ICE Futures US* queria, mas o problema era a diferença que se alegava entre o café natural brasileiro e os suaves das Américas Latina e Central comercializados na plataforma. O produtor do Brasil, contudo, resolveu a questão investindo em lavados (cereja descascado) e despolidos, com grandes investimentos, o que propiciou cafés aceitáveis e que superaram

essa questão, que tinha cunho principalmente político, e o processo agora está implementado”, conta.

Ele explica, ainda, que o Brasil é a principal variável não apenas no mercado de arábica, mas também no de robusta. “No resto do mundo, são poucas alterações, com a quebra (na safra) de uns sendo compensada pelo crescimento de outros”, pondera. A demanda por conilon, conforme ele, sofreu decréscimo até a safra passada e a de arábica veio em uma crescente. “Tivemos déficit de arábica nos últimos dois anos. Não há dúvida que o consumo global superou a demanda dessa variedade”, completa.

Apresentando gráficos sobre a produção da variedade, Dunlop entende que apenas o Brasil apresentou crescimento sustentável. “Estimamos 25 milhões de novos consumidores a cada ano. Assim, a indústria depende muito da saúde do café brasileiro”, explica. Portanto, conforme ele, a mensagem do resto do mundo para o Brasil é: sejam saudáveis. “Precisamos que aumentem a produção. Os preços subirão e cairão, pois ciclos sempre fizeram parte do mercado de commodities, mas tenham paciência, usem seus recursos, capitalizem quando o preço estiver bom, vendam quando estiver excelente. Trabalhem esses elementos fundamentais para chegarem ao lucro e suprir a cadeia”, conclui.

“

Tivemos déficit de arábica nos últimos dois anos. Não há dúvida que o consumo global superou a demanda dessa variedade

”





## Consumo mundial de café será de 175 a 195 milhões de sacas em 2025

O Diretor executivo da OIC aponta cenário otimista e explica que os mercados emergentes puxam o avanço no consumo da bebida.

*Paulo A. C. Kawasaki*

O diretor executivo da Organização Internacional do Café (OIC), o brasileiro Robério Silva, trouxe boas perspectivas sobre o consumo do café em sua explanação no painel “Oferta e demanda mundiais com ênfase nos mercados emergentes” do 6º Fórum & Coffee Dinner, moderado por João Carlos Hopp, secretário do Conselho Deliberativo do CeCafé e diretor comercial da Exportadores de Café Guaxupé.

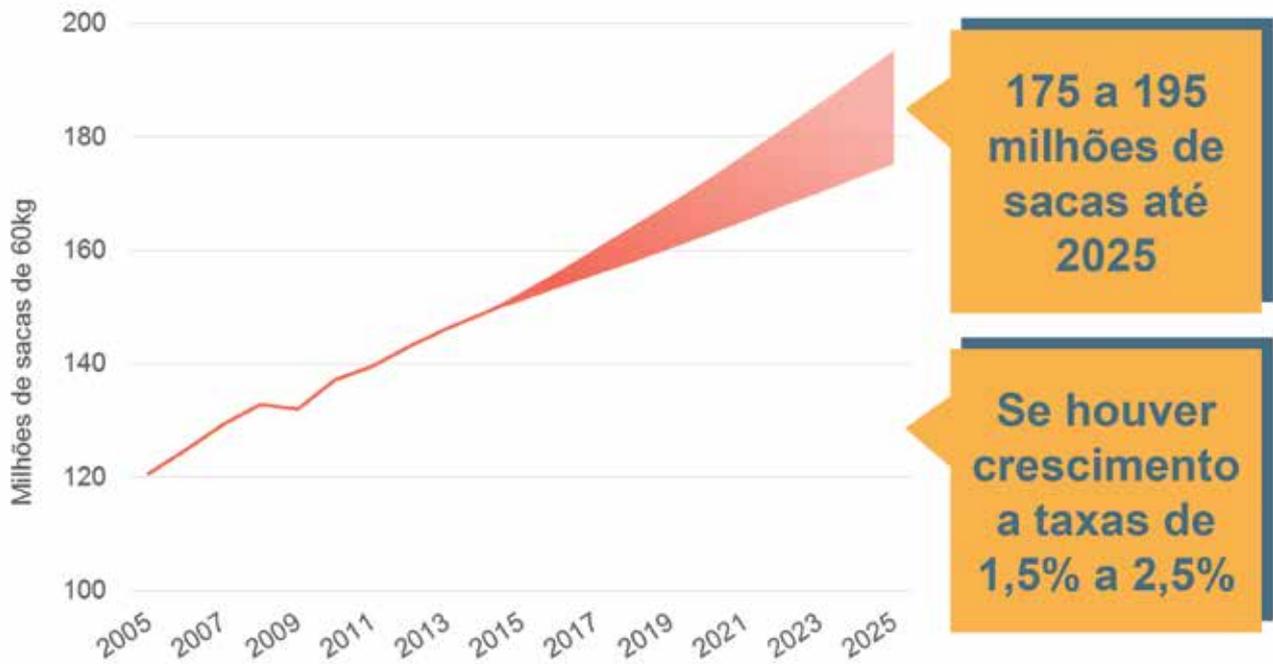
Segundo ele, o consumo mundial cresce a uma taxa anual de 2,3% e foi estimado em 149,3 milhões de sacas em 2014. “Os mercados tradicionais ainda preponderam, mas saíram de 73% para 54% de 1965 a 2014. Já os emergentes saltaram de 2% para 15% no período”, revela, aproveitando para comunicar o ingresso da Rússia na OIC.

Silva demonstra que o crescimento nos mercados tradicionais é de 1,5% ao ano desde 2011, com um movimento rumo à adição de valor ao invés do volume, focado nos cafés especiais. “De acordo com a NCA (Associação Nacional de Café dos Estados Unidos, sigla em inglês), as bebidas à base de espresso são mais procuradas e os lares possuem mais máquinas de monodose no maior consumidor do mundo”, explica.

Por outro lado, o diretor da OIC apresenta que o maior potencial de consumo está



# Perspectivas do consumo no futuro



nos mercados emergentes. “O consumo frequente é induzido pelo crescimento econômico e pela maior renda disponível. Essas populações veem o café como um produto de luxo”, conta. Silva completa explicando que o aumento das casas de café é um símbolo de status e da cultura ocidental.

Apresentando os cenários mais conservador, de 1,5%, e mais otimista, de 2,5% ao ano, ele projeta que o consumo mundial da bebida se situará entre 175 milhões e 195 milhões de sacas em 2025. “Estamos falando de, no mínimo, mais 25 milhões de sacas. É um futuro brilhante para o café que temos que trabalhar. Temos que focar o potencial para o maior crescimento nos países exportadores e nos mercados emergentes”, explica.

“

Estamos falando de, no mínimo, mais 25 milhões de sacas. É um futuro brilhante para o café que temos que trabalhar. Temos que focar o potencial para o maior crescimento nos países exportadores e nos mercados emergentes

”

Silva informa que nem a crise econômica em alguns países emergentes afeta as boas perspectivas. “Com a economia de parte desses países perdendo força, o avanço pode ser explicado pelo crescimento populacional e porque o café é visto como produto saudável e de *‘lifestyle’*”, conclui.





## Retorno financeiro para produtores de robusta é satisfatório

Afirmção é do diretor comercial da Louis Dreyfus, Octavio Pires, que também explicou que o conilon brasileiro tornou-se fatia prioritária nos estoques de Londres.

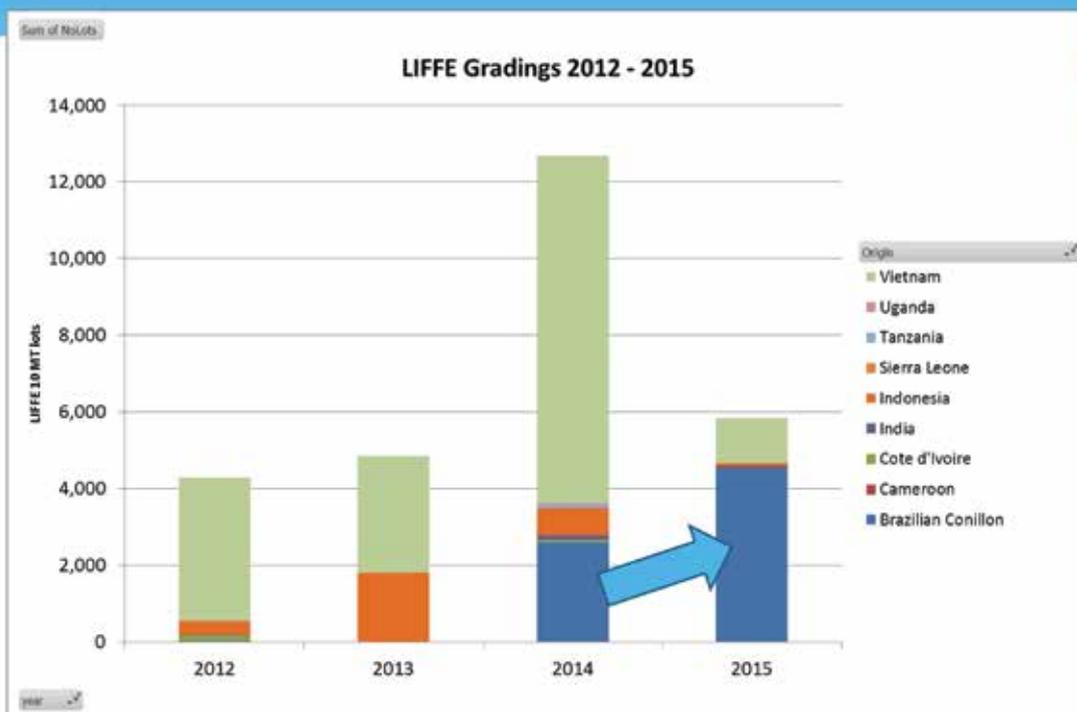
*Paulo A. C. Kawasaki*

O diretor comercial de café da Louis Dreyfus Commodities Brasil, Octavio Pires, abordou o ce-

nário global do café robusta em sua explanação no painel “Oferta e demanda mundiais com ênfase nos mercados

emergentes” do 6º Fórum & Coffee Dinner, moderado pelo secretário do Conselho Deliberativo do CeCafé e di-

### Brazil Conillon has significantly contributed to the recent build



“

O conilon brasileiro tornou-se fatia prioritária em Londres, o que praticamente não existia até há pouco tempo. Em 2013, praticamente não existia café do Brasil em estoque na Bolsa

”

retor comercial da Exportadores de Café Guaxupé, João Carlos Hopp.

Ele considerou que, em geral, o retorno financeiro para os cafeicultores de robusta tem sido bastante satisfatório. “Não é o caso desse produtor estar nadando em dinheiro, mas apenas uma constatação que identificamos nas produções de conilon em todo o mundo, com retornos bem razoáveis. Esse produtor está feliz”, analisa.

Em relação aos custos de produção, o retorno médio aos produtores de robusta, na safra 2014/15, foi superior a 60%. “Em 2015/16, deve crescer a níveis superiores a 80%. Já para 2016/17, o retorno ainda será satisfatório, mas inferior ao período 2015/16”, projeta o diretor da Louis Dreyfus.

Pires anota que, no Brasil, o rendimento vem crescendo em uma constante nos últimos anos. “Recentemente, tivemos uma queda e isso preocupou, pois não sabemos até quando nossas novas tecnologias nos permitirão crescer mundialmente nessa velocidade”, destaca, completando que a Indonésia também deve se recuperar nesta safra, enquanto o Vietnã apresentou certo recuo em seus embarques.

No ritmo desse crescimento constante, o café robusta nacional, a partir de 2014, começou a crescer nos estoques certificados da Bolsa de

Londres. “O conilon brasileiro tornou-se fatia prioritária em Londres, o que praticamente não existia até há pouco tempo. Em 2013, praticamente não existia café do Brasil em estoque na Bolsa”, revela, completando que o volume armazenado na *ICE Futures Europe* ajuda a dar maior transparência ao mercado e possibilita uma melhor visualização da oferta mundial.

Octavio Pires encerra comunicando que, acompanhando o cenário evolutivo do consumo mundial de café, a demanda por robusta cresceu e vem sendo puxada nos países emergentes ao longo dos últimos anos.





## Tristão: Brasil tem capacidade para honrar demanda por conilon

No 6º Fórum & Coffee Dinner, o presidente da Tristão Companhia de Comércio Exterior destaca o trabalho de evolução da cafeicultura capixaba

*Paulo A. C. Kawasaki*

O presidente da Tristão Companhia de Comércio Exterior, Sérgio Giestas Tristão, foi o responsável por abordar a disponibilidade de café robusta nacional no painel “Oferta brasileira / Tendências”, moderado por Nelson Carvalhaes, diretor da Porto de Santos Comércio e Exportação, ao longo da 6ª edição do Fórum & Coffee Dinner, realizada pelo Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (CeCafê).

Ele citou as variáveis existentes a respeito da demanda no País. “São duas as considerações que existem sobre a representatividade do conilon no consumo nacional. Alguns consideram 40%, enquanto outros trabalham com 50% em suas projeções”, destaca Tristão, que completa que ambos os cenários entendem que, no café solúvel, a participação da variedade é de 80%.

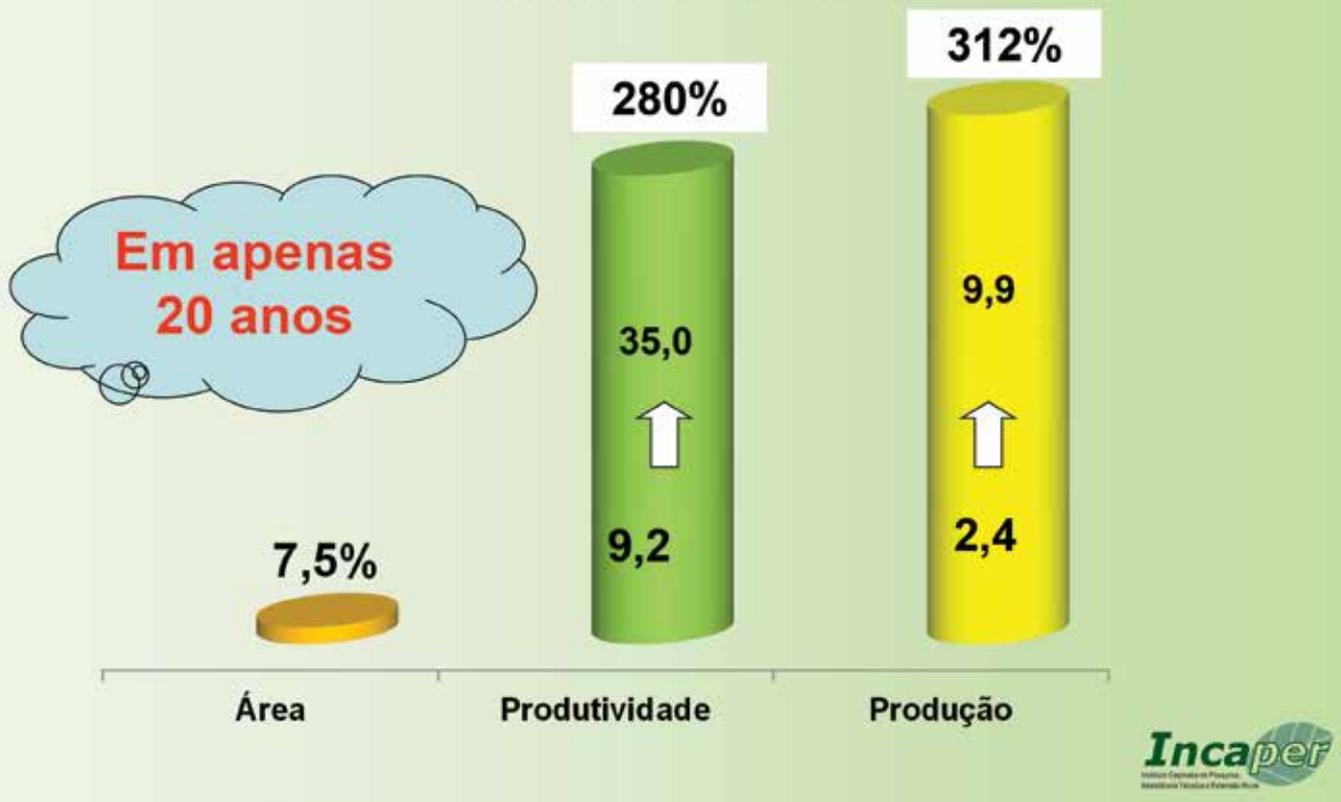
Partindo dessa premissa, ele projetou o desaparecimento do robusta nacional na safra 2014/15. “Somando as exportações, considerando volume de 80% nas de solúvel, e 50% do consumo, a demanda pela variedade terá saltado de 10,8 milhões de sacas, em 2004, para 16,4 milhões no ano passado. Já alterando o percentual

“ Somando as exportações, considerando volume de 80% nas de solúvel, e 50% do consumo, a demanda pela variedade terá saltado de 10,8 milhões de sacas, em 2004, para 16,4 milhões no ano passado. Já alterando o percentual no consumo para 40 pontos, os números pulariam de 9,3 milhões, em 2004, para 14,3 milhões em 2014

”

# EVOLUÇÃO DO CONILON CAPIXABA

ES - Crescimento da Área, Produtividade e Produção do Conilon  
(de 1993 a 2014, em %)



no consumo para 40 pontos, os números pulariam de 9,3 milhões, em 2004, para 14,3 milhões em 2014”, calcula.

Ao apresentar o caminho percorrido até a atual caracterização da cafeicultura de conilon do Espírito Santo e enaltecer o trabalho do Instituto Capixaba de Pesquisa, Assistência Técnica e Extensão Rural (Incaper) no desenvolvimento de variedades com maior potencial produtivo e mais resistência a fatores bióticos e abióticos, Tristão

mostrou que o salto produtivo foi de 64% nos últimos 10 anos, acima dos 52% do arábica, o que fez o Estado representar 25% da safra brasileira total de café.

Enaltecendo o crescimento superior a 300% ocorrido na produção de café no Espírito Santo – com um avanço de apenas 7,5% na área –, que saltou de 2,4 milhões para quase 10 milhões de sacas entre 1993 e 2014, e o investimento constante, inclusive em qualidade, que institui-

ções e produtores realizam, Tristão acredita que a oferta de robusta tem condições de suprir a demanda, seja a participação no consumo de 40% ou 50%.

Ele encerra contando que pensamento similar vale para o arábica. “A capacidade de o Brasil produzir café é robusta! Independente de ser café arábica ou conilon, nossa capacidade é robusta”, brincou ao finalizar sua participação.

## Analista do Rabobank prevê cenário de aperto para o café arábica

Mantendo os cenários de estoques e demanda, Jefferson Carvalho projeta déficit de 1 milhão a quase 9 milhões de sacas para a variedade em 2015/16

*Paulo A. C. Kawasaki*



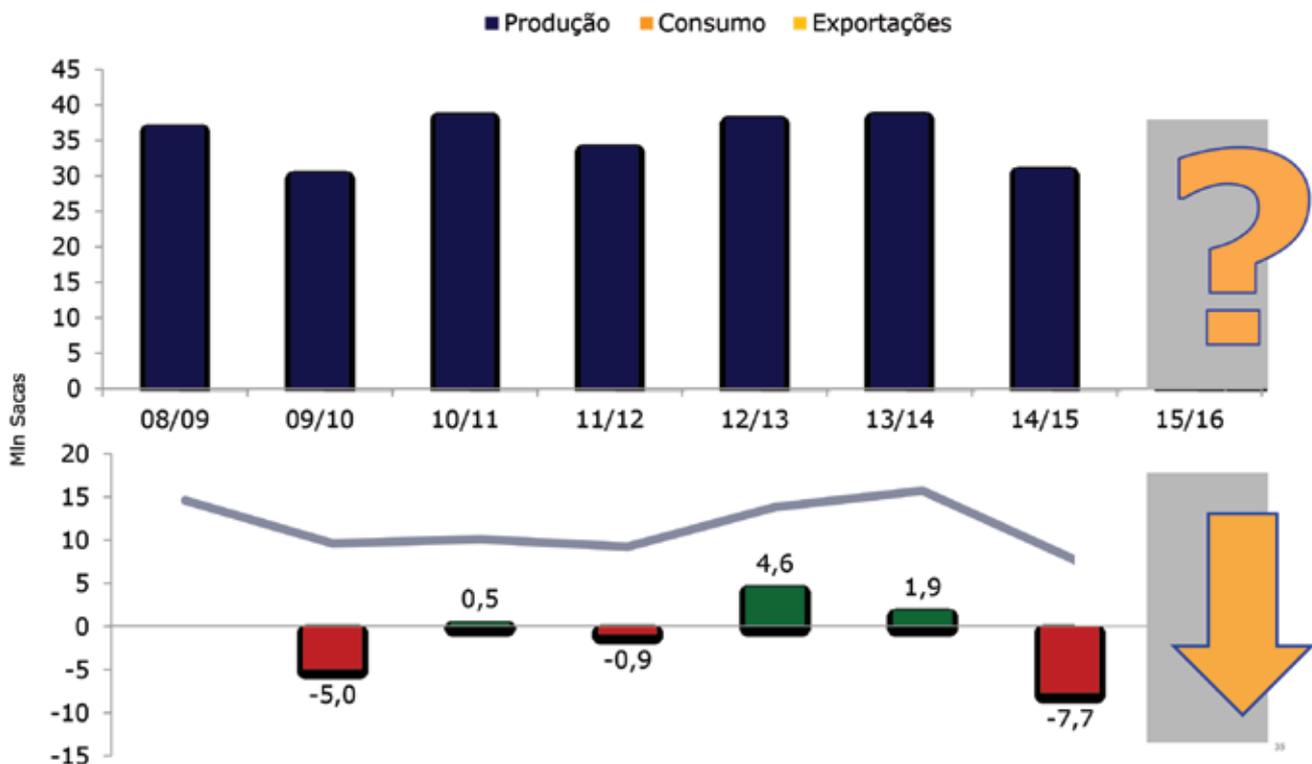
O analista do Departamento de Pesquisa e Análise Sensorial do Rabobank Brasil, Jefferson Carvalho, falou a respeito da disponibilidade de café arábica no painel “Oferta brasileira

/ Tendências”, moderado por Nelson Carvalhaes, diretor da Porto de Santos Comércio e Exportação.

Segundo ele, o clima tem sido protagonista, fazendo

com que muitas regiões produtoras tivessem chuvas abaixo da média e apresentassem déficit hídrico, entre dezembro de 2013 e março de 2014, o que influenciou negativamente a produção no ano passado e

### Qualquer simulação aponta para aperto no mercado nacional



a questão vegetativa da planta para 2015. “O cenário foi repetido entre setembro de 2014 e fevereiro deste ano, atrapalhando ainda mais a florada da safra atual”, anota.

Carvalho citou, também, a constante diferença de previsões para as safras brasileiras e considera que, neste ano, houve uma “explosão” entre as pontas mínima e máxima. “Sempre tem os que apontam mais e os que indicam menos, mas, em 2015, essa diferença chegou a 30%, representando algo em torno de 8 milhões de sacas somente no arábica”, aponta.

Sem entrar no mérito dos fundamentos dos prognósticos e considerando a manutenção dos atuais níveis de estoque e demanda (exportação e consumo), o analista do Rabobank apresentou projeções relacionadas aos picos de baixa e alta estimados para o arábica no Brasil. “Se a exportação for mantida em 29,2 milhões de sacas e o consumo em 9,5 milhões, teremos uma necessidade de 38,7 milhões. Quando trabalhamos com a previsão mínima, de 30 milhões de sacas para a variedade, vemos um déficit de quase 9 milhões de sacas”, calcula.

Na outra ponta, ele revela que os mais otimistas creem em uma produção de arábica de 38 milhões de sacas, o que representaria, também mantidos os níveis de estoque e demanda, um déficit de cerca de 1 milhão de sacas. “Ou seja, qualquer simulação aponta para aperto no mercado nacional de arábica na safra 2015/16”, explica.

Carvalho alerta que ainda é cedo para se prever o cenário para 2016/17, haja vista que o clima será crucial nos pró-

ximos meses. “Da para cravar que o preço do insumo subiu, como primeira variável, porque o câmbio pega na veia. A segunda é o crédito, essencial, mas que não sabemos como será a liberação dos agentes e a ação do Governo. Por fim, temos os estoques. Assim, resolveremos o cenário se colhermos muito em 2016? Não! Devemos manter níveis muito apertados”, prevê. Ele conclui: “para 2015 é aperto. Para 2016 é chute. Podemos ter uma safra muito maior em 2016, mas podemos não tê-la também”.

“ Ou seja, qualquer simulação aponta para aperto no mercado nacional de arábica na safra 2015/16 ”

”



## Cápsulas: tendência que vêm puxando o consumo interno de café

Pedro Lima, presidente da Três Corações, crê que as monodoses puxam a qualidade e o consumo em geral. Atualmente, as cápsulas respondem por 1,7% do total



*Paulo A. C. Kawasaki*

Com um tom descontraído, Pedro Lima, presidente da Três Corações Alimentos S/A., falou a respeito das tendências de mercado e consumo de café no Brasil, também no painel “Oferta brasileira / Tendências”, moderado por Nelson Carvalhas, diretor da Porto de Santos Comércio e Exportação Ltda.

Ao apresentar os dados da Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC), que demonstram o consumo interno de 20,3 milhões de sacas (crescimento anual de 1,24%), ou 40% da safra nacional, ele revelou que o consumo do produto com qualidade superior e em cápsulas são tendências no País. “Atualmente, são nichos de mercado, mas que vêm puxando o segmento tradicional”, explica.

Segundo Lima, o café é o alimento mais consumido no Brasil, com penetração em 98,7% dos lares, conforme pesquisa da Nielsen, o que

corresponde a 81 litros de café por habitante/ano. Nesse cenário, ele acredita que as monodoses devem continuar a crescer no País e contribuir para melhorar a qualidade dos cafés de uma maneira geral. “O café coado continuará a ser a preferência do brasileiro, mas as cápsulas são uma tendência e seu consumo tem crescido, representando 1,7% do total atualmente”, prevê.

Seguindo essa tendência, Lima anuncia que sua empresa realizará investimentos de R\$ 90 milhões na construção de uma fábrica de cápsulas em Montes Claros (MG), com metade desse valor sendo empregada na primeira fase, para uma capacidade de produção de 10 milhões de cápsulas/mês a partir do segundo semestre de 2016. Os outros R\$ 45

milhões serão investidos em uma segunda etapa, dobrando a capacidade. “Deixaremos de importar cápsulas e o grande ganho será em logística. Atualmente, a Três Corações vende 5 milhões de cápsulas ao mês”, destaca. Em 2014, a empresa faturou cerca de R\$ 2,7 bilhões, operando oito fábricas, com processamento de 143 milhões de kg de café.

Pedro Lima conclui contando que sua empresa só trabalha com cafés do Brasil. Do total adquirido, 30% são comprados diretamente de produtores e o restante de cooperativas e exportadores. “Sobre preços, acredito que estão em um patamar saudável, mas o comportamento do mercado dependerá do desempenho das exportações e do tamanho da safra do País”, finaliza.

“ O café coado continuará a ser a preferência do brasileiro, mas as cápsulas são uma tendência e seu consumo tem crescido, representando 1,7% do total atualmente ”

## PÓ E SOLÚVEL



Representam mais de 90%, porém os outros segmentos crescem em ritmo mais acelerado

IMPORTÂNCIA EM VALOR DOS SEGMENTOS	MOV 13	MOV 14	VARIAÇÃO EM VALOR 14 Vs 13
CAFÉ EM PÓ	87,3%	86,4%	4,7%
CAFÉ SOLÚVEL	9,1%	9,3%	6,0%
CAPPUCCINO	2,2%	2,3%	8,9%
CAFÉ COM LEITE	0,4%	0,4%	19,0%
CÁPSULAS	1,1%	1,7%	55,5%

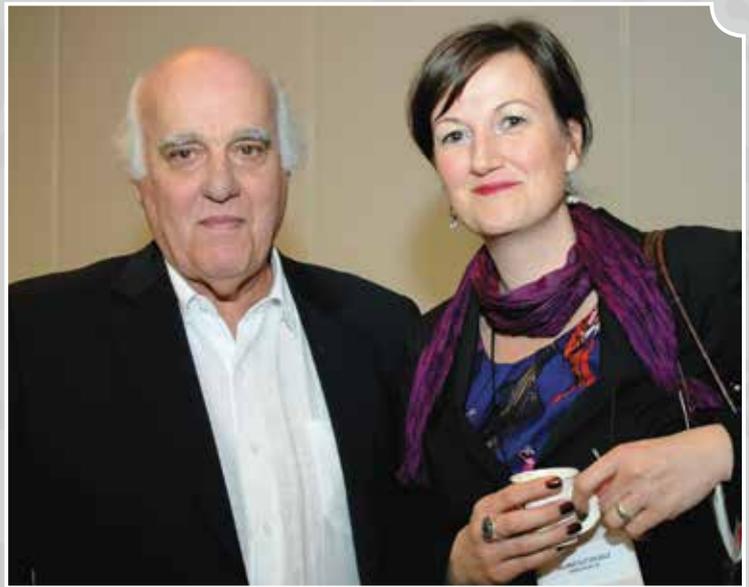
1. Café (pó + solúvel + cappuccino + cápsulas de café) | T. Brasil INA

Fonte: Nielsen | Retail Index

Os dados de Cápsulas de Café representam somente o volume dos AS 5+ CK  
Fonte: Nielsen | Scantrack



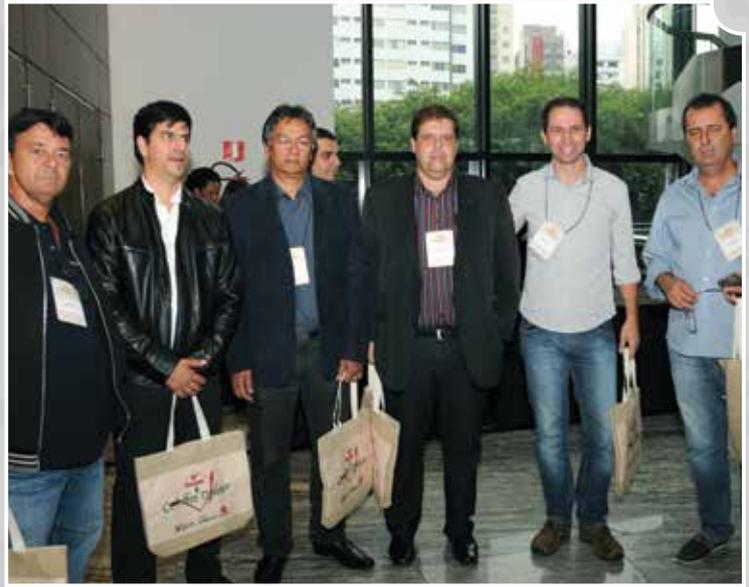
















Robério Silva, Melanie Ritten-Sülz, João Cruz Reis Filho (Secretário de Agricultura MG), João Antonio Lian, Jenny Kwan e Carlos Brando

# Associação 4C e Certifica Minas Café firmam acordo de *benchmarking*

Aproximadamente 1.600 fazendas mineiras serão beneficiadas diretamente com um novo portal de entrada no mercado sustentável de café.

*Paulo A. C. Kawasaki*

O *grand finale* da 6ª edição do Fórum & Coffee Dinner, no dia 19 de maio, ficou por conta da assinatura do Acordo de Benchmarking entre a Associação 4C e o Certifica Minas Café (CMC), que resultou da comparação técnica dos padrões desses programas.

A partir de agora, os produtores que possuem um certificado pelo pro-

grama Certifica Minas Café poderão obter uma Licença 4C e vender Café 4C sem a necessidade de uma auditoria de verificação específica para o padrão desse programa.

Com a assinatura do benchmarking, os produtores passam a ter dois benefícios sem custos adicionais: um novo portal de entrada para o mercado de café sustentável e a consolidação do reconhecimento internacional do café certificado CMC de

Minas Gerais e sua demanda. Aproximadamente 1.600 fazendas de café, que atualmente possuem certificação pelo Programa CMC, serão beneficiadas diretamente.

O estudo de comparação técnica entre os padrões que culminou no acordo foi conduzido pela IMO Control do Brasil, uma empresa de auditoria independente com grande experiência em estudos de benchmarking. O projeto todo foi supervisionado pela Secretaria de Agricultura de Minas Gerais, pela Associação 4C, pelo Instituto Mineiro de Agropecuária e pelo Emater-MG.



# Memorando de Entendimento entre o CeCafé e o IDH

57

A partir da estrutura do Projeto de Inclusão Digital do Cecafé, que atualmente dispõe de 135 centros digitais, com 10 computadores cada um, nas principais regiões cafeeiras do país, com ênfase em áreas de pequenos produtores, a agência holandesa IDH – Iniciativa de Café Sustentável firmou o Memorando de Entendimento com o Cecafé para a difusão do Currículo de Sustentabilidade do Café.

O Currículo de Sustentabilidade do Café é um documento de elaboração coletiva coordenado pelo Programa Café Sustentável e baseado no PI-Café da Embrapa. O Currículo foi construído com a participação dos serviços de assistência técnica e extensão rural dos principais estados produtores, das principais entidades representativas do

agronegócio café brasileiro, inclusive o próprio CeCafé, e das plataformas de sustentabilidade ativas no país. É, portanto, um conjunto de temas centrais e fundamentais para a atuação em sustentabilidade tanto do produtor como do técnico/extensionista.

Essa parceria permitirá que os centros digitais do Cecafé, que tem como objetivo integrar digitalmente os pequenos cafeicultores e suas famílias e já disponibiliza diversos programas aos usuários como, por exemplo, o Produtor Informado e o Café Seguro, ampliar sua abrangência contribuindo para o fortaleci-

mento das ações e o aceleração do processo de entrada na sustentabilidade, principalmente pelos pequenos e médios produtores de café.





## III Torneio de Golfe 6º Coffee&Dinner

**O** III Torneio de Golfe 6º Coffee&Dinner, tradicional encontro incorporado à programação do C&D reuniu mais de 180 pessoas, entre competidores e convidados, no Santos São Vicente Golf

Club, um dos mais tradicionais e antigos clubes de golfe do Brasil, que completa 100 anos de idade este ano. Presentes no Torneio representantes de multinacionais, indústrias, corretoras, transportadoras ou importadoras, todos convidados das empresas patrocinadoras ou com alguma ligação com o setor.

*Cerca de 60 golfistas participaram da competição, disputada na modalidade scramble. O grupo vencedor foi formado por Giovani Trude, Alexandre França e Gustavo Foz. A equipe vice-campeã foi composta por Arthur Graf, presidente do clube, Ricardo Santos, Yoshihiro Yamamura e Laercio Allegratti. Os terceiros coloca-*



## 6º Forum & Coffee Dinner

dos foram Cláudio Apolinário, Hye Lee, Maria José Mizuta e José Luiz Tavares. Os prêmios foram peças que fazem alusão ao café criadas pela artista plástica Regina Medeiros, que trabalha com minerais aplicados ao vidro.

Após o jogo, os participantes participaram de um almoço de confraternização,

seguido pela entrega de prêmios. Arthur Graf, presidente do Golf Club, entregou uma doação especial para Alfredo Moura, presidente da Câmara Municipal de São Vicente, destinada à melhoria das condições das creches do município de Santos/SP. ☺



# As campeãs nacionais da exportação de café

Cooxupé, Terra Forte, Unicafé e Exportadora Guaxupé responderam, juntas, por 23,5% do total remetido ao exterior pelo Brasil.

*Paulo A. C. Kawasaki*

A Cooxupé, a Terra Forte, a Unicafé e a Exportadora Guaxupé tiveram uma participação destacada no ranking das exportações em 2014. Juntas, remeteram 8,5 milhões de sacas ao exterior e responderam por 23,5% do volume total. Em receita, movimentaram mais de US\$ 1,6 bilhão, representando uma fatia de quase 25% da renda originada com os embarques do País. A Revista do Café conversou com profissionais das exportadoras e verificou quais as características que as diferenciam no setor.



Uma organização singular, com grande abrangência da produção – quase 11 mil cooperados –, permitiu que a Cooperativa avançasse de pouco mais de 204 mil sacas embarcadas em 1990, alcançasse a liderança do ranking pela primeira vez em 2008 e, a partir de 2010, se consolidasse nessa posição. Em 2014, a Cooxupé bateu seu recorde ao remeter mais de 3,2 milhões de sacas a 43 países, o que elevou o total, nos últimos 24 anos de atuação, para 30,8 milhões de sacas.

A Cooperativa adquire café de todos os elos, mas principalmente dos cafeicultores. “Ao comprar diretamente dos produtores, conseguimos maior valor agregado e isso nos permite prestar mais serviços aos

associados, como a disponibilização de armazéns, assistências técnica e mercadológica, além de realizarmos a Femagri, feira onde podem trocar seu produto por maquinários e têm prazo de três anos para o pagamento”, revela o presidente Carlos Paulino. “Com essa estrutura, esperamos elevar os embarques para 3,6 milhões de sacas em 2015”, completa.

A Cooxupé trabalha com todos os tipos de café, sendo este um atrativo para os compradores. “Temos qualidade e volume, então a tendência é que *players* e corretores nos procurem por essa confiabilidade de ter o produto na época certa”, conclui.



*Carlos Paulino*

Iniciando as atividades em 2006, a Terra Forte alcançou, no ano passado, substantiva exportação de 2,3 milhões de sacas e receita de quase US\$ 460 milhões. Em oito anos até o final de 2014, a empresa já contabiliza 12,4 milhões de sacas embarcadas, com movimentação de aproximadamente R\$ 4,7 bilhões. “O agregado de todos os nossos trabalhos é o que permite que tenhamos um desempenho expressivo. O conjunto das ações das áreas comercial e administrativa, de armazenamento e a utilização de maquinários modernos é que nos possibilita ter uma estrutura operacional e financeira que dê resultado”, explica o empresário João Faria.



A Terra Forte adquire café de produtores, comerciantes e cooperativas, com seus representantes realizando viagens às origens para a realização dos negócios. A empresa trabalha exclusivamente com arábica, possuindo todos os tipos e variedades, o que é um atrativo aos olhos dos importadores, além da garantia de entrega do produto, que dá confiabilidade. “O trato com nossos compradores se dá através de viagens de funcionários da Terra Forte ao exterior para as negociações, apresentando informações sobre os cafés e analisando as demandas. Em ocasiões como o Coffee Dinner, também aproveitamos para levar alguns importadores que desejam visitar fazendas produtoras”, completa Faria.



*João Faria*



**F**undada em 1969, a empresa exportou 77,5 milhões de sacas de café em sua história, gerando uma movimentação financeira de US\$ 10,3 bilhões. Se contabilizadas as vendas no mercado interno, esse volume ultrapassa 90 milhões de sacas, “quantia jamais alcançada por qualquer exportadora de café do Brasil”, conforme o presidente Jair Coser.

Nascida da fusão de sete empresas capixabas, a criação da Unicafé partiu da ideia de somar esforços e capital, gerando uma exportadora de porte nacional.

Foram abertas, imediatamente, filiais no Rio de Janeiro e em Santos (SP). Com a saída de alguns sócios, atualmente a composição da empresa é formada pela Coser Café (majoritária) em parceria

com os diretores Carlos Honorato Ferreira, Batista Mancini, Ary Bortolini, além do presidente e do diretor Octávio Rudge, que, segundo Coser, “são os responsáveis por esse grande sucesso”.

Ele recorda que em 19 anos a Unicafé foi a maior exportadora do Brasil e que sua estrutura operacional é destacada. A sede é em Vitória (ES), havendo filiais nas mineiras Manhumirim e Varginha, em Londrina (PR), Vitória da Conquista (BA), além de Rio de Janeiro e Santos. “A empresa atua, ainda, diretamente em 34 países. Temos grandes relacionamentos com todos importadores dos Cafés do Brasil, que nos fazem, além de uma grande exportadora, uma grande família, uma grande grife no mercado mundial”, celebra Coser.

*Jair Coser*



**GRUPO UNICAFÉ**



**A**pós registrar seu recorde em 2013, quando embarcou mais de 1,1 milhão de sacas, a Exportadora Guaxupé chega a um volume acumulado de aproximadamente 18,5 milhões de sacas entre 1990 e 2014, tendo alcançado o quarto lugar do ranking no ano passado e enviado cafés para 24 países do mundo. “Compramos café arábica de todas as origens, especialmente do Sul e do Cerrado de Minas e da Mogiana, diretamente de produtores e corretores parceiros”, revela o trader sênior César Augusto Azevedo Marques.

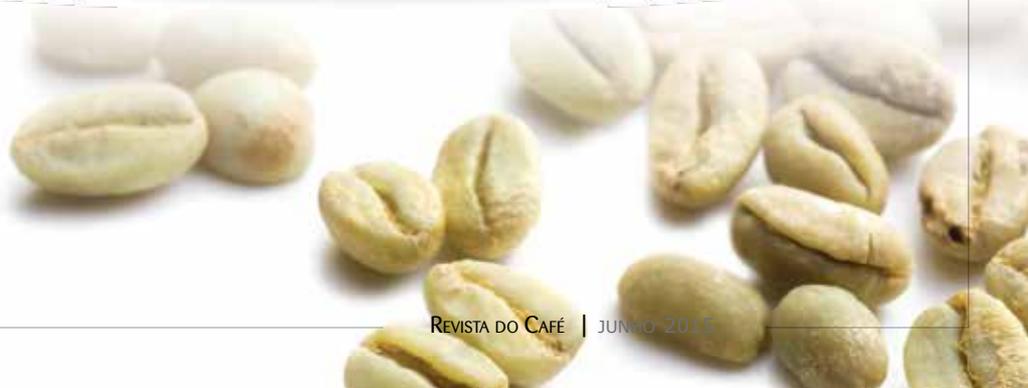
Conforme ele, a empresa caracteriza-se por manter um relacionamento de muitos anos com produtores, criando até vínculos de amizade. “Nossos profissionais assessoram os cafeicultores téc-

*Flávia Barbosa e César Augusto*

nica e mercadologicamente. E também temos a ‘Sala do Produtor’ na nossa sede, onde disponibilizamos a eles a movimentação dos preços”, conta. Marques entende que o segredo para o sucesso da Exportadora Guaxupé são responsabilidade e seriedade nos processos de embarque. “Temos elevado controle de qualidade, contato com os principais torradores mundiais, que realizam visitas ao Brasil na época da colheita, assim como a atuação de agentes exclusivos na Alemanha e na Itália”, conclui.



Exportadora de Café Guaxupé Ltda



# “Brazil. The Coffee Nation”

BSCA lança novo posicionamento de branding para mostrar ao mundo a verdadeira nação do café, que vai muito além das limitações geográficas de um país cafeeiro.

*Paulo A. C. Kawasaki*

Mostrar ao mundo a verdadeira nação do café, indo muito além das limitações geográficas de um país cafeeiro. Esse é o start do novo posicionamento de *branding* ‘Brazil. The Coffee Nation’ que a Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA) lançou, nacionalmente, na 6ª edição do Fórum &

Coffee Dinner, realizada pelo Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (CeCafé), nos dias 18 e 19 de maio.

A entidade contou que utilizará esse novo conceito na promoção dos cafés especiais brasileiros em todo o mundo. A ideia é mostrar que uma nação não é apenas um território geográfico delimitado por suas fronteiras, mas sim que tem cultura própria e única e é composta por um povo que partilha os mesmos interesses, propósitos, valores e paixões, e que entre elas está o café.

O presidente Silvio Leite expôs que o posicionamento também apresentará a responsabilidade sustentável da produção, focada no respeito ao meio ambiente e aos aspectos sociais e econômicos, demonstrando que o País segue a legislação mais



rígida do mundo para ter um posicionamento muito além do posto de maior produtor e exportador. Ele revelou que a intenção é fortalecer a imagem do Brasil como origem de produtos *high end*, que estão presentes nos mais sofisticados e exigentes centros de consumo mundiais.

“O Brasil é muito orgulhoso do que produz e da forma como produz, mas somos humildes em expressar isso. Com o fundamental apoio da Apex-Brasil, assumimos o desafio de apresentar um trabalho que revele ao mundo toda a vanguarda, a tecnologia, os investimentos em pesquisa e o glamour do café especial brasileiro, que é produzido por cafeicultores especiais para pessoas também especiais”, diz.

A entidade informa, ainda, que as ações promocionais apresentarão a cultura e a história de sucesso do País no café, revelando a paixão, a história e a tradição de sustentabilidade, além do sucesso do Brasil como produtor, industrial e exportador, trazendo à tona profissionalismo, conhecimento, diversidade e comprometimento com os compradores.

“

O Brasil é muito orgulhoso do que produz e da forma como produz, mas somos humildes em expressar isso.”

”

## Vai dizer que você pensou no seu banco quando viu essa foto?

Tem horas que a última coisa que vai passar pela sua cabeça é o seu banco. Por isso, existe o Bradesco Prime: para cuidar das suas finanças, dos seus investimentos e de tudo que é da sua conta. Para você ficar totalmente livre para pensar nas outras coisas valiosas da sua vida.

**VIVER É PRIME.**

Fone Fácil Bradesco Prime: 4002 0022 / 0800 570 0022

SAC - Alô Bradesco: 0800 704 8383

SAC - Deficiência Auditiva ou de Fala: 0800 722 0099

Ouvidoria: 0800 727 9933

[bradescoprime.com.br](http://bradescoprime.com.br)  [facebook.com/bradescoprime](https://facebook.com/bradescoprime)



# A natureza é incontestável

A tradição de uma empresa também.



**UNICAFÉ**

COMPANHIA DE COMÉRCIO EXTERIOR

#### Matriz/Head Office

Av. Nossa Senhora dos Navegantes, 675  
Conj. 500 - Enseada do Suá - Vitória-ES  
CEP: 29058-900 • Tel: (55) 27 2123-5858

#### Escritório / Branch - Rio de Janeiro-RJ

Rua São Bento, 8 - 19º andar - Centro  
CEP: 20090-010 • Tel: (55) 21 2159-8989  
e-mail [unicafe@unicafe.com.br](mailto:unicafe@unicafe.com.br)

#### Escritório / Branch - Santos - SP

Rua do Comércio, 41 - Centro  
CEP: 11010-141  
Tel: (55) 13 2102-8787

Londrina-PR



Vitória da Conquista-BA



Varginha-MG



Manhumirim-MG