

# Revista do Café



Centro do Comércio de Café do Rio de Janeiro

Ano 95 - Maio 2016 - Nº 857



**ACS promove o XXI Seminário  
Internacional de Guarujá:  
Brasil é Negócio**

# Visite o novo site do Cecafé

Novo design, novas informações e agora acessível em computadores, tablets e smartphones

[www.cecáfé.com.br](http://www.cecáfé.com.br)



# Cecafé

Conselho dos Exportadores  
de Café do Brasil



/cecáfébrasil



@cecáfébrasil



Cecafé



Cecafé

# Sumário

## Revista do Café

### Coordenação

Alessandra Rodrigues de Almeida

### Jornalistas

Carine Ferreira, Paulo Kawasaki e Vinicius Morales

### Colaboradores

Afonso Lourenço, Celso Vegro, Delza Dias Ferreira, Felipe Lourenço, José Ferreira, Leila Vilela Alegrio e Luiz Otavio Araripe

### Foto Capa

Roberto Santini, presidente da ACS e o vice-governador de São Paulo Márcio França

### Crédito da Capa

José Luiz Borges

### Diagramação, Arte e Projeto Gráfico

Hands-on Editoração Eletrônica

### Impressão Gráfica

Grupo Smart Printer

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



Centro do Comércio de  
Café do Rio de Janeiro

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



**04** XXI Seminário Internacional de Santos

**16** Cápsulas: empresas ainda otimistas com o mercado

**20** Café: Brasil serve sua tecnologia na bebida

**04**

**22** Pesquisa brasileira apresenta embalagens sustentáveis

**24** Alex Beltrão – um estadista do café

**28** Museu do Café inaugura CPC

**30** Estimativas de safras – Luiz Otavio Araripe



**28**



**32** Cafeicultura do Rio de Janeiro

**34** Jurídico – Agentes Portuários cobranças abusivas

**38** Fazenda da Floresta

**43**

**40** PANORAMA

**52** Eventos CeCafé  
Formaturas do Produtor Informado

**54** Série Cafeterias do Mundo  
Café Gambrinus, Itália



**46**

# Brasil é Negócio

Seminário Internacional de Café de Santos traz tendências do mercado



4

O tradicional Seminário Internacional de Café de Santos, em sua 21ª edição, reuniu quase 400 participantes – foram 392 inscritos, sendo 86 estrangeiros que representaram 15 países. O número de inscritos aumentou frente à edição anterior, em 2014, quando foram registrados 342 participantes (destes, 81 estrangeiros de 20 países). Realizado no hotel Sofitel Jequitimar, na praia de Pernambuco, Guarujá (SP), o evento contou com a presença de várias autoridades na abertura, entre elas, o vice-governador do Estado de São Paulo, Márcio França, o presidente da Associação Comercial de Santos (ACS), Roberto Santini, o Diretor Executivo da Organização Internacional do Café (OIC), Robério Silva, prefeitos de municípios da região, além do presidente do Conselho Deliberativo do Conselho dos Exportadores de

Café do Brasil (CeCafé), Nelson Carvalhaes, e o presidente do jornal “A Tribuna”, Marcos Santini.

O Seminário, promovido pela Associação Comercial de Santos (ACS) nos dias 4 e 5 de maio, permitiu aos participantes, de mais de cem empresas, trocarem experiências e fecharem negócios. “O Seminário foi um sucesso, até mesmo pelo número de inscritos. É a oportunidade que exportadores têm de estreitar o relacionamento com [outros] exportadores e empresas, além de atualizar o conhecimento com as palestras”, disse Evelyse

Lopes, coordenadora da Câmara Setorial de Exportadores de Café e também gerente de exportação da Cooperativa Regional dos Cafeicultores em Guaxupé (Cooxupé).

Com o tema “Brasil é negócio”, os convidados que abriram o evento exaltaram o papel do Brasil na produção e exportação mundiais de café. O presidente da ACS, Roberto Santini, apresentou um vídeo mostrando sua visita a uma fazenda que iniciava a colheita do grão no Sul de Minas Gerais, tradicional região produtora de café. “As perspectivas para a safra de café 2016/17,

“ Não temos competência suficiente para impedir o Brasil de crescer

*Delfim Netto.*”



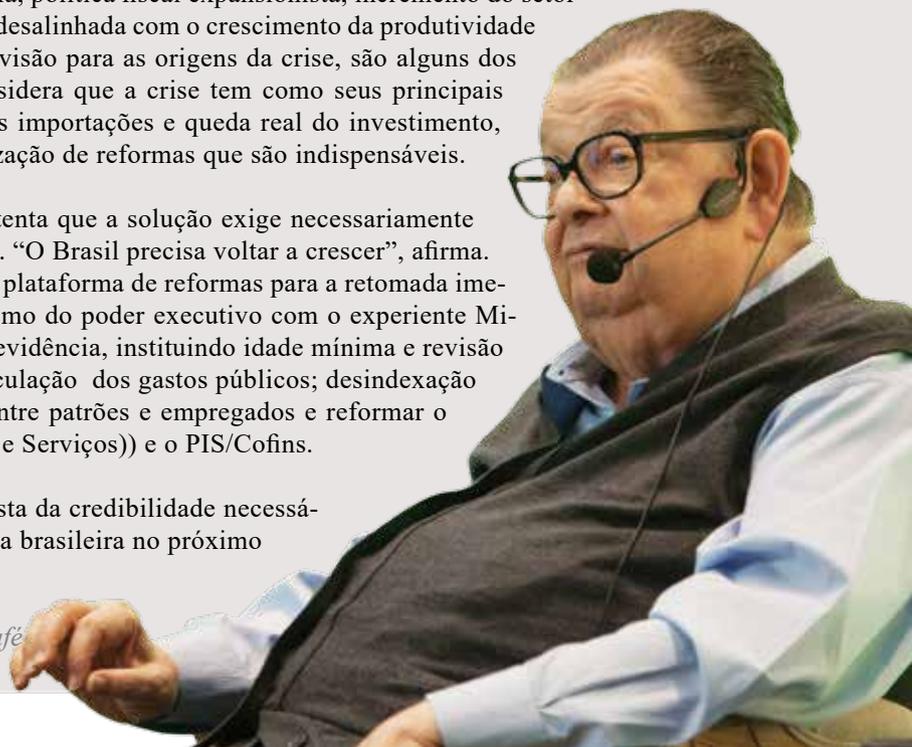
O famoso economista, professor universitário e político Delfim Netto, que já foi ministro da Fazenda, do Planejamento e da Agricultura, apresentou no 21º Seminário Internacional de Café de Santos um diagnóstico dos fatores que levaram o Brasil para o atual contexto, considerado “depressivo” por ele.

Indicadores como a expansão da carga tributária, política fiscal expansionista, incremento do setor de serviços na matriz econômica, política salarial desalinhada com o crescimento da produtividade e valorização cambial formaram as bases de sua visão para as origens da crise, são alguns dos problemas a serem superados. Delfim Netto considera que a crise tem como seus principais causadores a desindustrialização, crescimento das importações e queda real do investimento, que não repõe sequer a depreciação, e a não realização de reformas que são indispensáveis.

Mas, a despeito da seriedade da situação, sustenta que a solução exige necessariamente ações voltadas para a recuperação do crescimento. “O Brasil precisa voltar a crescer”, afirma. A partir disso, pode-se haver a construção de uma plataforma de reformas para a retomada imediata do crescimento, que consiste em protagonismo do poder executivo com o experiente Michel Temer (atual vice-presidente); reforma da Previdência, instituindo idade mínima e revisão dos benefícios (pensão por morte e rural); desvinculação dos gastos públicos; desindexação do salário mínimo; permitir a livre negociação entre patrões e empregados e reformar o ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) e o PIS/Cofins.

Essa agenda de medidas permitiria a reconquista da credibilidade necessária para haver um ligeiro crescimento da economia brasileira no próximo ano e uma rápida recuperação nos anos seguintes.

*Celso Vegro, pesquisador do IEA, para a Revista do Café*



os números são extremamente positivos”, disse Santini.

Também foram apresentados dados referentes à importância de Santos, tradicional praça de comercialização de café, para o setor. O porto do município representou 84,5% das exportações brasileiras de café de janeiro a março de 2016. No telão, também foi possível ver uma reportagem, ao vivo, direto do Porto de Santos, o que rendeu muitos aplausos da plateia.

O prefeito de Santos, Paulo Alexandre Barbosa, comentou sobre um amplo projeto de novo acesso ao porto para melhorar a competitividade do local, com investimentos totais de R\$ 700 milhões, divididos entre município, Estado e União. Para ele, o grande desafio é a participação do governo federal neste projeto.

Permeando um discurso sobre a realidade política do país, o vice-governador de São Paulo, Márcio França, ressaltou a pesquisa como fator fundamental para a modernização do setor de café no Brasil. E elogiou o esforço do setor exportador de continuar apostando no mercado

externo mesmo em períodos de maior crescimento econômico do país, quando muitos segmentos diminuíram o fluxo dos embarques para colocar mais peso no mercado interno. “Essa é a grande lição que o café nos dá. Nas horas boas, a gente continua investindo na exportação”.

França mencionou a possível mudança do governo federal. “Que saiam boas soluções para um novo país que vai começar a alguns dias”, afirmou.

E o ponto alto da abertura do 21º Seminário Internacional de Café foram três homenagens a personalidades do café do Brasil e do mundo. O primeiro deles foi Michael Timm, representante da quarta geração de uma família pioneira dedicada ao café. Seu pai veio da Alemanha e comprou a Stockler, empresa exportadora de café. Em seu discurso de agradecimento, Timm disse que enfrentou muitas lutas há 31 anos no setor. Uma delas era obter um mercado livre de café para exportação, pois quando começou na atividade o mercado era regulamentado pelo IBC (Instituto Brasileiro do Café) e havia cotas de embarque.

“Arranjei amigos e inimigos. Há muita coisa a ser feita para ter mais competitividade. Luta te mantém vivo. O café foi muito importante na minha vida”, concluiu.

O segundo homenageado foi Bernhard Arndt, que junto com a empresa Stockler construiu uma forte carreira no exterior no segmento de café. Também foi integrante da Associação de Cafés Especiais da Europa. Com 44 anos dedicados ao café, este alemão disse ter se apaixonado pelo povo brasileiro e pelo café. “Aprendi o jeito brasileiro que está ajudando muito até na Alemanha. Estou saindo do negócio, mas a amizade com vocês vai continuar”.

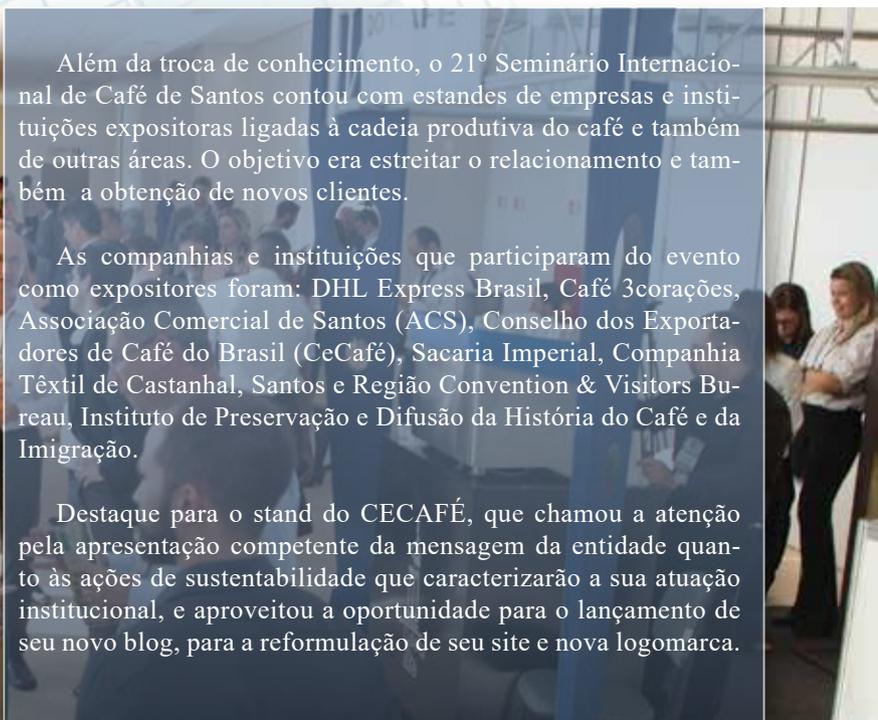
A terceira homenagem do seminário foi para Urs Wegmann, que foi presidente e diretor-geral da empresa suíça Volcafé, reconhecido pela sua luta pela classe exportadora. Wegmann arrancou risadas da plateia quando disse que nada mudou na região de Santos desde 1968. “A construção do túnel de Santos para Guarujá era iminente e continua”. Para ele, 50 anos no setor é um bom tempo e continuará em contato com os amigos do setor.



Além da troca de conhecimento, o 21º Seminário Internacional de Café de Santos contou com estandes de empresas e instituições expositoras ligadas à cadeia produtiva do café e também de outras áreas. O objetivo era estreitar o relacionamento e também a obtenção de novos clientes.

As companhias e instituições que participaram do evento como expositores foram: DHL Express Brasil, Café 3corações, Associação Comercial de Santos (ACS), Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (CeCafé), Sacaria Imperial, Companhia Têxtil de Castanhal, Santos e Região Convention & Visitors Bureau, Instituto de Preservação e Difusão da História do Café e da Imigração.

Destaque para o stand do CECAFÉ, que chamou a atenção pela apresentação competente da mensagem da entidade quanto às ações de sustentabilidade que caracterizarão a sua atuação institucional, e aproveitou a oportunidade para o lançamento de seu novo blog, para a reformulação de seu site e nova logomarca.





## Novos rumos para o mercado de café

**Albert Scalla, Vice- Presidente Executivo**  
INTL FCStone

O café é um dos produtos mais voláteis da cesta de commodities, com muitos fatores não controlados. Com esta premissa, Albert Scalla, vice-presidente executivo da INTL FCStone, abordou perspectivas de mercado e de preços para a commodity, na primeira palestra do 21º Seminário Internacional de Café de Santos.

Com mais de 20 anos de experiência no mercado de café, Scalla explicou algumas variáveis que afetam o preço da commodity. Nos últimos três anos, as moedas enfrentaram a maior volatilidade em 30 anos, pois há uma correlação entre os preços do petróleo e das moedas. Se o preço do petróleo cai, o real e o dólar sobem.

Assim, a desvalorização do real ajudou o café a não sentir a queda do mercado. Em 2015, todas as commodities, com exceção da canola, canola e suco de laranja, registraram queda nas cotações. No café, o recuo foi de 37%. “Nos próximos meses, é preciso ficar atento ao preço do petróleo para saber o preço do café”, disse Scalla. Também é necessário ficar de

olho na taxa de juros na Europa, nas taxas negativas nos EUA, no aumento das taxas de juros nos países emergentes e na possível saída da Inglaterra da Comunidade Europeia. Ele explica, por exemplo, que se a taxa de juros nos EUA sobe, os preços das commodities caem e vice versa. Se os juros aumentam nos países emergentes, há valorização interna de cada moeda. Se a Inglaterra sai da Zona do Euro, ocorre a queda do euro e alta do dólar.

E para apontar perspectivas para o mercado, faltam informações confiáveis. Para Scalla, a demanda e a oferta de café têm a pior informação estatística dentre as commodities, com deficiência muito grande de dados, gerando muitas dúvidas. A Organização Internacional do Café (OIC) informou recentemente que alguns membros não estão cumprindo suas obrigações estatísticas.

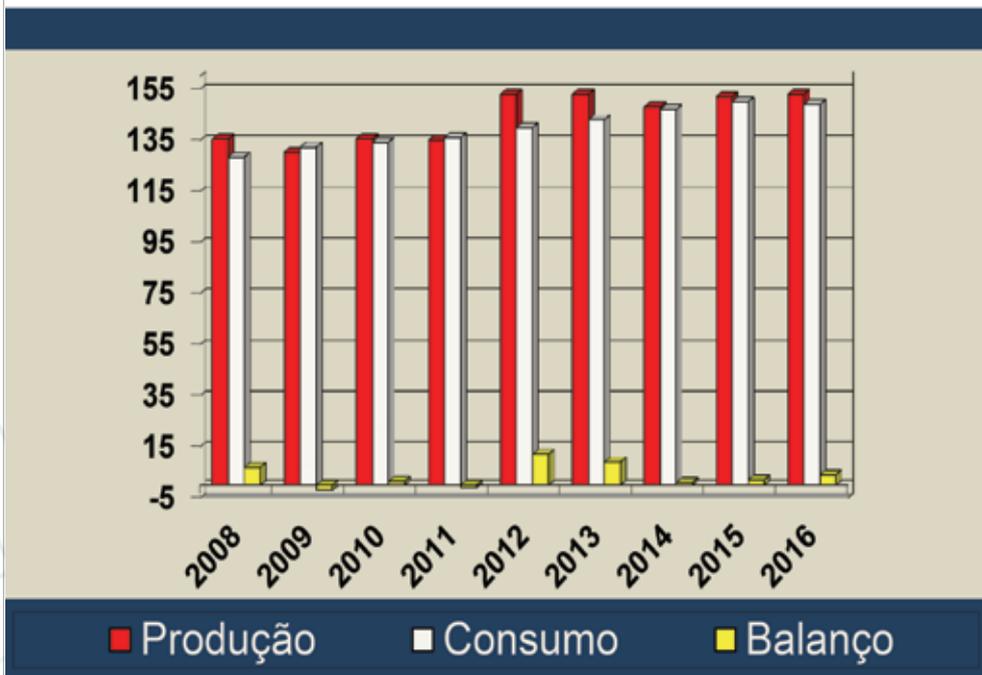
Tomando por base países produtores e exportadores, o representante da INTL FCStone apontou um cenário de demanda e oferta, com o consumo de 149 milhões a 150

milhões de sacas e produção de 153 milhões, o que geraria um superávit de 3 milhões a 4 milhões de sacas. O panorama global para 2016/2017 representa um pequeno excesso de café. Nos últimos quatro, cinco anos, houve um déficit de produção contra o consumo. “O mercado não caiu porque faltou café.” Ao mesmo tempo, os números de demanda, oferta e estoques não batem.

De acordo com Scalla, três cenários podem afetar os preços do café nos próximos três meses. O primeiro, positivo, leva em conta o efeito estendido do fenômeno climático El Niño na Ásia, na Colômbia e no Brasil, oferta e demanda estáveis, dólar fraco, manutenção da produção de outras origens e a safra brasileira inferior a 53 milhões de sacas. Nesse panorama, as cotações ficariam entre US\$ 1,25 e US\$ 1,50 por libra-peso.

No segundo cenário, há diminuição do efeito do El Niño e aparecimento do La Niña, oferta e demanda estáveis, dólar neutro, outras origens estáveis e produção brasileira em 54 milhões de sacas. Com

## PANORAMA GLOBAL 2016 - 2017



essas premissas, o preço da commodity ficaria entre US\$ 1,15 e US\$ 1,30.

O terceiro cenário, negativo, leva em conta uma melhora do clima, mais desvalorização das moedas, mundo sem crescimento econômico, recuperação da produção de outras origens e safra no Brasil superior a 55 milhões de sacas. Isso levaria a cotação do produto ao patamar de US\$ 1,20 por libra-peso, queda de 15% a 18% sobre os níveis atuais.



### Os segredos da Lavazza

Giuseppe Lavazza, Vice President,  
Luigi Lavazza S.p.A.

A Lavazza tem grande representatividade no mercado italiano de café e importante presença em vários países do mundo, somando 90 nações (ver matéria nesta edição). O objetivo é tornar-se cada vez mais internacional, expandindo o café brasileiro para muitos consumidores, disse Giuseppe Lavazza, vice-presidente da Luigi Lavazza S.p.A. durante o 21º Seminário Internacional do Café, em Guarujá, no litoral paulista.

Grande parte da matéria-prima adquirida pela empresa vem do Brasil. Somente a Lavazza comprou do Brasil 68.881 toneladas do grão verde, em 2015. Esse volume representa 41% do total importado do produto pela companhia e 47% em receita. Da quantidade importada, 90% são de café arábica e 10% de robusta. No mercado italiano, o café brasileiro representou no ano passado 31% do volume importado (164.751 toneladas)

do total de grão verde adquirido (527.898 toneladas). Com as recentes aquisições, cerca de metade do café requerido deve ser brasileiro, apontou o representante da Lavazza. A companhia adquiriu a Merrild (da Dinamarca) e a francesa Carte Noire, companhias já com bastante café brasileiro em suas receitas.

E por que o café brasileiro é tão importante para a Lavazza? Para o executivo italiano,

a resposta é o aroma, sabor e perfil do produto, com algumas características específicas de acordo com o processamento – natural, semi-lavado, especial.

Segundo Giuseppe Lavazza, atualmente a empresa é líder no mercado de varejo italiano, com 45% de market share. Na Itália, há muita competição no varejo e 70% desse mercado é representado por torrefadores locais. O país europeu é o quinto maior consumidor de café do mundo, o terceiro maior importador de café verde, depois de Estados Unidos e Europa. No Continente Europeu, é o segundo maior produtor e exportador (em volume) de café torrado, depois da Alemanha.

Nos últimos quatro anos, a Lavazza registrou grande crescimento. Em 2015, a receita da

empresa foi de 1,4 bilhão de euros, aumento de 8% sobre 2014. Para 2016, a expectativa é alcançar 1,7 bilhão de euros, conforme Giuseppe.

Ele alertou para o grande desafio que é o consumo global do produto. Em algumas regiões, ele segue estável ou em declínio. Na Itália, caiu em torno de 2% nos últimos dois anos. Na Europa, o consumo retraiu-se em 0,2% de 2010 a 2015. Ao mesmo tempo, alguns países aumentaram o consumo, como os Estados Unidos, nações da América Latina e Ásia/Pacífico. “Precisamos de todos os tipos de consumidores, de todas as regiões. Precisamos popularizar em volta do mundo diferentes tipos de café para provar”.

O executivo também contou um pouco da história da Lavazza e mostrou que a sus-

tentabilidade está no DNA da companhia há 120 anos, desde sua fundação. “Eu não quero ser parte de um mundo que destrói os tesouros da natureza”, já dizia o fundador Luigi Lavazza, bisavô de Giuseppe, que visitou o Brasil pela primeira vez, em 1934. Giuseppe considera que o Brasil é uma área interessante para desenvolver a sustentabilidade. Desde 2004, existe uma fundação para contribuir com as melhores condições de vida dos produtores e de sua família. Existem vários projetos que visam implementar boas práticas de agricultura sustentável e melhorar a qualidade do café, além de oferecer assistência técnica aos cafeicultores. Os padrões de qualidade sempre foram perseguidos pela companhia. “O desafio, com o fenômeno da globalização, é ir ao mercado e ser personalizado”, avaliou.

## “O consumidor é o rei”, a filosofia da Paulig

**Katariina Aho, Sourcing Director**  
**Paulig**



O Grupo Paulig, com sede na Finlândia, é uma empresa multinacional familiar que iniciou as atividades em 1876. Hoje, a companhia atua nos setores de café, alimentos, temperos e snacks. O grupo mantém operação em 13 países, com forte presença nos países Nórdicos e Bálticos, na Rússia e no Leste Europeu. As vendas

líquidas totalizaram 905 milhões de euros em 2015. Somente o café representa 38% dessa receita.

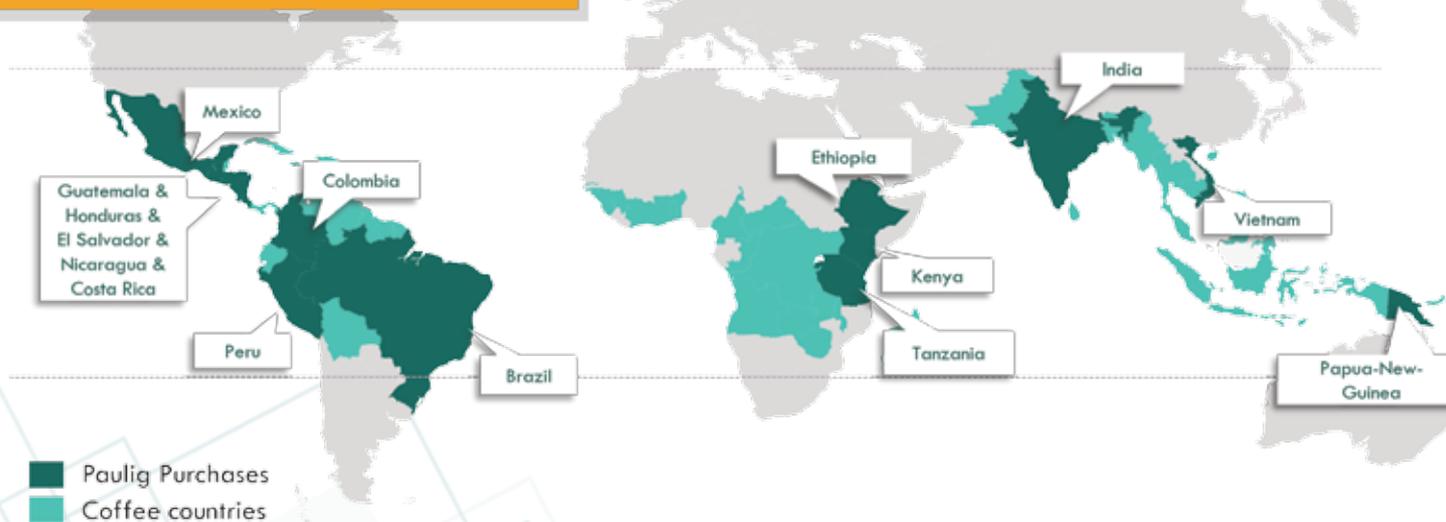
As compras do grão pela companhia somaram 890 mil sacas de 60 quilos no ano passado (53.400 toneladas), de várias regiões produtoras, informou Kathariina Aho, dire-

tora de “Sourcing” da Paulig, durante apresentação no 21º Seminário Internacional de Café de Santos.

Para Kathariina, o interesse pelo café vem aumentando e as expectativas são as mais diversas. “O consumidor é o rei”, repetiu muitas vezes durante a palestra que conduziu

## Paulig's green coffee purchases in 2015

- 890 000 bgs (60kg)
- 53 400 tons
- 2500 containers



no evento. Segundo ela, a Paulig identificou oito diferentes demandas por café no campo emocional, como por exemplo, tirar um intervalo das atividades diárias, experimentação, completar o visual. Do lado racional, a demanda para a bebida é oferecer energia e estimulação, concentração e estrutura ao dia a dia.

O café deixou de ser classificado como “água preta” para ser chamado de o novo vinho, conforme a representante da Paulig. “O café é divertimento, deleite, um pequeno “escape” de todo dia”. Para o grupo Paulig, este mercado vem exigindo cada vez mais qualidade. A sustentabilidade tornou-se mais e mais importante e as pessoas estão mais interessadas em experimentar novos cafés. Então, o desafio é oferecer aos consumidores esses novos produtos. Outra demanda, conforme a diretora da empresa, é que os consumidores querem saber de onde vem o café, a origem dele, quem o produziu. Um blend especial foi lançado em novembro de 2015, o Presidentti.

“O café tornou-se ferramenta para mimar e ser um pequeno luxo”, disse Kathariina.

Outra necessidade apontada é ensinar os consumidores a preparar o produto de maneiras diferentes. Um trabalho de educação está sendo feito pela companhia, com programas para melhorar a qualidade do café. “Temos que entregar qualidade”.

Aliado a isso, a concepção da Paulig é que a empresa precisa encontrar algo novo o tempo todo e rapidamente. “Os consumidores querem novos cafés que incluem novas variedades [do grão], sabor realçado, perfis diferentes”.

Por outro lado, os consumidores não querem pagar por ineficiências, explicou Kathariina. Por isso, segundo ela, a companhia opera com eficien-

te processo na cadeia como um todo, sem desperdício e entregas pontuais, além de transparência e rastreabilidade. A sustentabilidade ganha importância. A busca é por parceiros que tenham compromisso forte com esse princípio.

Questionada sobre as ações da empresa para atrair consumidores jovens, Kathariina disse que este é um assunto muito árduo. De acordo com ela, os produtos mais vendidos entre a população mais velha na Finlândia, por exemplo, não atraem os jovens. Então, a tentativa é fazer novos produtos, mais atrativos. “Os jovens querem produtos diferentes. E o mais importante: consumidores querem diferentes experiências e produtos”.

## Consumer is King!



Coffee Experience





## 3corações mostra otimismo com o mercado de café

Pedro Lima, Presidente  
Grupo 3corações

São mais de 20 anos no mercado de café. Pedro Lima, presidente do Grupo 3corações, contou a história da empresa, que se mistura com a sua história. Hoje, a 3corações é líder no mercado brasileiro de café torrado e moído e também de cappuccino, com 22% de market share. A companhia está presente em mais de 340 mil pontos de venda no país. A receita em 2015 foi de R\$ 2,98 bilhões, ante R\$ 2,758 bilhões no ano anterior. Para 2016, a estimativa é crescer e atingir R\$ 3,2 bilhões.

“Nada nasce grande”, enfatizou Lima ao mostrar onde tudo começou, na pequena São Miguel, no Rio Grande do Norte. O pai dele iniciou um pequeno negócio, vendendo café no lombo de burro. Em 1968, começou a industrialização do produto. O negócio foi comandado pelo patriarca até 1985. Depois, passou para as mãos dos filhos. Dali em diante, a empresa cresceu ainda mais e adquiriu outras companhias, principalmente a partir dos anos 1990. A joint venture com a israelense Strauss foi

firmada em 2005, quando o faturamento do grupo brasileiro já atingia R\$ 680 milhões.

Atualmente, o grupo conta com 18 marcas nacionais e regionais, cita Lima. São processadas, por mês, 270 mil sacas de café. E o executivo fez questão de dizer que herdou do pai os princípios que regem os negócios até hoje: simplicidade e sinceridade, inovação, paixão, cuidado e responsabilidade socioambiental. “Eu amo esse negócio que eu faço, por isso consigo o apoio do consumidor”.

O otimismo do presidente da 3corações tem como base o crescimento do consumo de café e a possibilidade de levar novas formas do produto aos consumidores. Segundo pesquisa da Nielsen apresentada pelo executivo, a participação do torrado e moído no mercado de café no país, em receita, passou de 86,4% em 2014 para 84,9% em 2015. Já a fatia das cápsulas cresceu de 1,7% para 3,3%, no mesmo período analisado. Já um estudo da GfK aponta que o volume de

cápsulas comercializadas pela 3corações, neste segmento há dois anos, representa 19,6% do mercado brasileiro, enquanto que a Nestlé tem fatia de 66,9% e a JDE, 10,3%. “As cápsulas devem crescer 225% nos próximos três anos”, afirma Lima com base em pesquisas, referindo-se ao mercado nacional do produto.

Lima vê um importante movimento para os cafés especiais e informou que a 3corações está desenvolvendo um projeto nesta área. “Os consumidores podem ter em casa os cafés tradicionais, mas também compram os especiais”. As marcas tradicionais têm força da marca, escala e forte relação com a cadeia de fornecedores, mas têm um limite de expansão. Já os produtos inovadores, como as cápsulas, ou cafés que trazem a origem dos grãos e diversidade de sabores, estimulam o anseio dos consumidores de terem novos cafés, argumenta.

De acordo com pesquisas, os cafés especiais devem ganhar espaço. A presença



do café no segmento de food service (alimentação fora do lar) vai aumentar e diminuir no varejo. Até 2001, o consumo de café era sustentado pela

população mais velha. Mas a indicação é que atualmente os jovens continuar a tomar a bebida e querem consumir o produto cada vez mais.

Outro plano da 3corações para os próximos cinco anos é começar a participar do mercado da América Latina.

## O mercado de café no Japão

**Yujiro Takei, Diretor**  
Kanematsu América do Sul

As tendências do mercado japonês de café foram apresentadas no 21º Seminário Internacional de Café de Santos por Yujiro Takei, diretor da Kanematsu América do Sul. A Kanematsu é um conglomerado japonês com empresas de vários ramos, desde eletrônicos até alimentos. Na área

de grãos e alimentos, a companhia atua desde a trading de commodities até a fabricação de fertilizantes, snacks e fornecimento de sementes.

O Japão é o quarto maior consumidor mundial de café e um dos países que mais inovam no produto, pois a bebi-

da gelada em latinhas possui grande penetração no mercado do país asiático. Atualmente, o Japão adquire 30% de seu suprimento do grão (em torno de 2 milhões de sacas) do Brasil, sendo 75% de arábica e 25% de robusta. Essa característica obriga os torrefadores a inovar sempre.

12

### 3. CONSUMPTION

### Category

#### For what usage, is coffee consumed in Japan ?

Each category has volume of 1/3 of total consumption roughly

Home consumption	1/3
Café & Restaurant	1/3
RTD (ready to drink)	1/3

Yujiro Takei afirmou que a Kanematsu foi a primeira companhia a criar um fornecimento de café por meio de compra pela Internet do produto. Neste caso, a aquisição era de micro e pequenos torrefadores que atuam em cafés especiais. Nesta modalidade, foram adquiridas no ano passado 4 mil sacas do grão de 600 clientes.



## O consumo de café nos EUA

**Carl Leonard, Vice President of  
Green Coffee and Tea Department, Community  
Coffee Company, LLC.**

Os Estados Unidos são os maiores consumidores de café do mundo. Como grande protagonista deste mercado, o país também sentiu reflexos do aumento do consumo das monodoses. Isso fez com que as vendas do varejo de café torrado e moído recuassem nos últimos anos. Em 2011, apenas 7% dos lares americanos tinham máquinas de preparo de monodoses. Este percentual teve elevação para 27% em 2015, o que evidencia o crescimento exponencial deste segmento. No Natal do ano passado, essas máquinas constituíram um dos presentes mais procurados e vendidos no país.

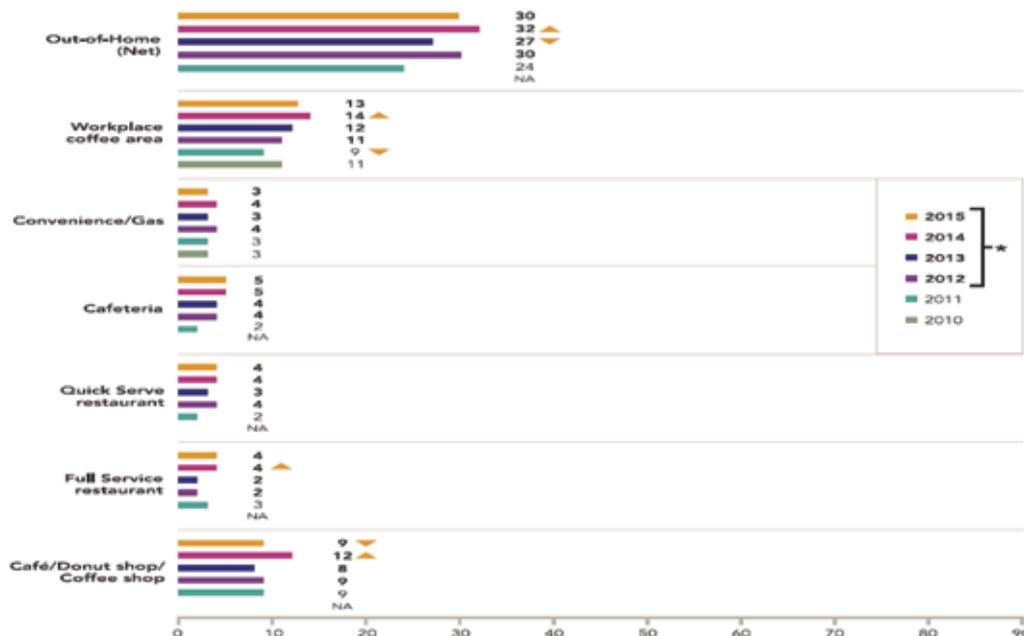
Os dados foram apresentados no 21º Seminário Internacional de Café de Santos por Carl Leonard, vice-presidente do Departamento de Café Verde e Chá da Community Coffee Company LLC, tomando por base informações da Associação de Cafés Especiais da América (SCAA, na sigla em inglês).

A Community Coffee é considerada uma das maiores marcas de café do varejo nos Estados Unidos, comandada por um grupo familiar. A companhia faz a torrefação e define os blends do produto a ser comercializado, usando como matéria-prima

os dez cafés melhores cafés do mundo, de acordo com o site da empresa.

Diante do crescimento do consumo de monodoses, como as cápsulas, a mudança de paradigma no maior mercado mundial desta bebida deverá influenciar a cafeicultura, em particular a brasileira, que precisará buscar o incremento dos negócios e oferecer mais valor ao produto. Isso significa que o Brasil deverá investir mais em qualidade, certificação, regularidade e competitividade.

**In Home Preparation  
continues to be dominant.**



Source:  
© 2015 National Coffee  
Association USA  
National Coffee Drinking  
Trends Study







# Cápsulas: empresas ainda otimistas com o mercado

Carine Ferreira

As perspectivas para o mercado brasileiro de cápsulas de café ainda são positivas para este ano, embora algumas empresas tenham redesenhado a estimativa de demanda por conta da crise econômica que assola o Brasil. Os consumidores parecem estar mais cautelosos na aquisição de vários produtos, dentre eles, as cápsulas. Entretanto, grandes companhias não deixaram de lado os planos de investimentos neste setor porque consideram o grande potencial do setor.

A 3corações, líder no mercado de café torrado e moído no país, tem investido fortemente no sistema TRES de máquinas e cápsulas de café. A empresa planeja começar a fabricação de cápsulas no Brasil em novembro deste ano, na unidade de Montes Claros (MG). A construção da fábrica começou no início deste ano e os aportes são de R\$

45 milhões para a primeira fase do projeto. Devem ser investidos, no total, de R\$ 90 milhões a R\$ 100 milhões, contando com uma possível ampliação da unidade. Inicialmente, a indústria deve produzir 10 milhões de unidades por mês. De acordo com o presidente da 3corações, Pedro Lima, a ampliação da capacidade de produção vai depender da evolução das vendas. Mas ele estima que, em 2018, a fábrica poderá ampliar a produção para 20 milhões de cápsulas mensais, o dobro da atual.

As cápsulas comercializadas pela 3corações atualmente são fabricadas na Itália, por meio de uma parceria com a empresa Caffitaly. A matéria-prima é toda de café brasileiro, enviado ao país europeu para depois retornar ao país como cápsula. São hoje vendidos 19 tipos de cápsulas, em vários blends de café espresso, filtra-

do, além de chás, cappuccino e chocolates. De acordo com Pedro Lima, a empresa acredita que com o café brasileiro é possível formar vários blends de qualidade, não sendo necessária a importação de café de outras origens. “Como empresa brasileira, temos cafés espetaculares no Brasil”, relata.

A indústria no país vai possibilitar, ao menos, a redução das despesas de logística nessa operação de enviar café brasileiro para a produção da cápsula na Europa. A despeito de outras variáveis, como o câmbio e inflação, o cenário é de muita incerteza, o que impede o executivo de projetar a economia total da fabricação do produto no Brasil em relação à importação.

São comercializadas por mês cerca de 6 milhões a 7 milhões de cápsulas pela companhia. Em 2015, este número era

ainda menor, afirma Lima. Ele explica que o volume avançou diante da maior venda de máquinas do sistema TRES, hoje em torno de 450 mil a 500 mil já em operação. A estimativa é registrar mais crescimento das vendas das máquinas em 2016, apesar do cenário econômico desafiador do país. As máquinas, em sua grande parte, são trazidas da China. Em média, custam para o consumidor R\$ 400 a unidade, enquanto que a caixa com 10 cápsulas pode ser encontrada por R\$ 16 a R\$ 17, em média.

O grupo 3corações já é vice-líder no mercado brasileiro de cápsulas, com cerca de 22% de participação, de acordo com informações repassadas pela empresa.

Apesar do otimismo com o setor, o presidente da 3corações considera que o consumidor está mais cauteloso nas compras. “Diante da crise, com inflação alta, o consumidor fica retraído, reflexivo”, diz.

Mesmo assim, espera que este mercado pode ficar mais retraído, mas ainda vai crescer acima de dois dígitos ao ano. “A dose única tem chegado ao Brasil para valer. Entendo que vamos continuar investindo”, resume.

O foco é desenvolver o mercado brasileiro de cápsulas, mas a companhia não descarta a possibilidade de exportar os produtos no futuro.

Com os problemas econômicos no país, as cápsulas vendidas pela companhia praticamente não sofrem reajuste. No ano passado, o faturamento da 3corações com este segmento de cápsulas e máquinas (sistema TRES) foi em torno de R\$ 150 milhões. Para 2016, a projeção é alcançar R\$ 170 milhões a R\$ 180 milhões, calcula Lima. O faturamento total na área de café deve chegar a R\$ 3,290 bilhões este ano, crescimento de 10% sobre os R\$ 2,988 bilhões registrados em 2015.

Ao longo dos últimos anos, a 3corações adquiriu várias marcas e empresas, o que acelerou seu crescimento. A mais recente “tacada” da companhia foi a aquisição das três

marcas

—Iguaçu, Amigo e Cruzeiro— da Iguaçu, controlada pela japonesa Marubeni, em operação anunciada em março. O presidente da 3corações ressalta que a Iguaçu era líder em café solúvel no Sul do Brasil. Somada à boa participação da 3corações no Nordeste, leva a empresa a ser vice-líder no mercado brasileiro de solúvel. “Vai nos ajudar a ficar mais forte e a ser mais competitivo”, declara Pedro Lima. Com a aquisição, a 3corações passa a ter de 29% a 30% de market share no mercado de café solúvel no país. Ela já comercializava o produto em algumas marcas, como a 3corações, Santa Clara e Pimpinela e já detinha 15% deste mercado, liderado pela suíça Nestlé.

Outra empresa que aposta na produção de cápsulas é a Nestlé. A multinacional começou a fabricar o produto da marca Nescafé Dolce Gusto em dezembro de 2015. Foram investidos R\$ 220 milhões na instalação da unidade em Montes Claros (MG). A nova fábrica tem capacidade para produzir até 360 milhões de cápsulas por ano. A estrutura conta com duas linhas de produção para as cápsulas Bongiorno, Barista, Espresso e Espresso Intenso, além do Café *Au Lait*, *Cappuccino* e o Cortado. Para este ano, está prevista a expansão para outras bebidas da linha, incluindo Nescau, *Latte Machiatto* e *Choccoccino*.

A unidade ainda tem infraestrutura e capacidade para a instalação de mais duas linhas de produção. O projeto e o terreno permitem ainda a expansão a longo prazo para que possa abrigar mais linhas de fabricação, segundo Pedro Feliu, diretor da Nescafé Dolce Gusto no Brasil, em entrevista por e-mail.

O Nescafé Dolce Gusto chegou ao Brasil em 2009, pioneira no segmento de máquinas mul-





tibebidas. Atualmente, lidera o mercado brasileiro de cápsulas de café, com 22 tipos de bebidas, quentes e frias. Os produtos fabricados na fábrica mineira são comercializados em todo o mercado brasileiro e exportados para Argentina, Paraguai e Uruguai.

A companhia afirma que toda a matéria-prima usada na indústria de Montes Claros é 100% nacional, incluindo o café. Para a composição do blend dos cafés Bongiorno, Barista, Espresso e Espresso Intenso foi realizado um trabalho de identificação de fornecedores para a aquisição de qualidades específicas de cafés arábica e conilon.

Com a nova unidade fabril, a Nestlé ampliou os investimen-

tos na cadeia de café e iniciou pesquisas para garantir a oferta de cafés nacionais que tenham os mesmos perfis sensoriais dos utilizados nos blends Nescafé Dolce Gusto, comercializados no Brasil e em outros mercados no exterior. Pela primeira vez, o café brasileiro foi escolhido como a grande “estrela” para uma edição especial de cápsula, que vai ser comercializada a partir de julho de 2016 em todos os países que comercializam a marca.

A empresa também segue com os investimentos em suporte técnico para agricultores brasileiros alcançarem um padrão de produção sustentável, por meio do programa Nescafé Plan. Iniciado em 2011, abrange atualmente 1.053 propriedades no Espírito Santo, Estado maior produtor de café conilon do país.

A companhia, porém, não informou se as vendas no mercado brasileiro foram afetadas pela crise econômica, mas avalia que a demanda de modo geral, tende a crescer. Para a empresa, as máquinas monodoses estão cada vez mais presentes no dia dia dos consumidores. “Esse sistema vem transformando o comportamento de compra e consumo de cafés no

Brasil e, atualmente, já é um dos segmentos que mais crescem no país. Acreditamos muito neste segmento”, disse o diretor da marca no Brasil, Pedro Feliu, por e-mail.

Já a empresa portuguesa Kaffa, que só se dedica à fabricação de cápsulas, reduziu sua estimativa de produção este ano na fábrica instalada no Brasil diante das incertezas econômicas do país. A previsão inicial era produzir acima de 50 milhões de cápsulas em 2016. Mas com a crise, a empresa baixou a estimativa para 30 milhões de cápsulas. Ainda assim, o número representa um crescimento de 172,7% sobre os 11 milhões de cápsulas fabricadas em 2015, na unidade do interior paulista.

Atualmente, a média de produção é de 2 milhões a 2,5 milhões de cápsulas por mês, de acordo com Alexx Noga, diretor comercial e marketing da Kaffa. O cenário da companhia para 2017 ainda não foi traçado perante a atual conjuntura econômica e política.

A fábrica brasileira, em Ribeirão Preto (SP), começou a produzir em julho de 2014, com investimentos iniciais de 2 milhões de euros. Entre julho e dezembro de 2014, a produção atingiu 1 milhão de cápsulas. Em agosto do ano passado, a unidade fabril, que era de 300 metros quadrados, passou para 1.100 metros quadrados. Em abril, uma nova ampliação: a mudança para Cravinhos (SP), ao lado de Ribeirão Preto, com estrutura de mais de 3 mil metros quadrados. Os mais recentes investimentos e o faturamento da companhia não são divulgados.

“O mercado nacional continua crescente, naturalmente num ritmo mais lento do que se previa, reflexo da condição

fábrica Nescafé Dolce Gusto, Montes Claros (MG)



econômica”, afirma Noga. Em conversa com vários clientes – hoje são cerca de 90 – todos dão a entender o que está acontecendo no mercado. Segundo Noga, os consumidores continuam comprando, mas em menor volume. Um consumidor que adquiria 100 cápsulas por mês, por exemplo, não vai deixar de comprar o produto, mas diminui a quantidade para 60, 70 unidades. “Ele não deixa de consumir, mas adequa ao orçamento”.

Atualmente, a fábrica brasileira atende apenas a clientes do país. Entretanto, nem todos são ativos. Alguns produzem a cada quatro meses, outros a cada 20 dias. Aproximadamente 60% desses 90 clientes são produtores de café que antes apenas produziam, colhiam, beneficiavam e vendiam o grão cru no mercado e que viram nas cápsulas uma agregação de valor. “A cápsula aumenta em dez vezes o valor de uma saca de café de qualidade”, argumenta Noga.

A produção brasileira é de apenas um tipo de cápsula, compatível com o sistema da Nespresso, da Nestlé. Para a fabricação do produto, como matéria-prima apenas o café produzido no país. Sobre a importação do grão verde de outros países para a variação de blends, uma reivindicação antiga de torrefadores, o diretor comercial da Kaffa avalia que é preciso um estudo mais aprofundado sobre o assunto, mas vê uma possibilidade positiva no sentido de se aumentar a linha de produtos e, conseqüentemente, maior rentabilidade para o detentor de marca de café.

O diretor da Kaffa ressalta que o mercado de monodose apresenta uma tendência mundial de crescimento, em todos os segmentos, não somente no café. A cápsula, embora mais cara, mostra-se muito vantajosa

frente à praticidade e redução do desperdício.

A Kaffa, que em Portugal produz seis tipos de cápsulas – uma delas compatível apenas no sistema da empresa –, produz anualmente cerca de 150 milhões de unidades desses produtos. Grande parte da produção vai para marcas próprias de supermercados em Portugal e em outros países da Europa. A companhia surgiu na década de 1960 como um armazém de revenda de café. Depois, foi criada torrefadora e operação de máquinas. Em 2004, a Kaffa passou a se dedicar apenas à produção de cápsulas. A partir de 2010, começou a produção de unidades compatíveis com o sistema Nespresso.

Para Nathan Herszkowicz, diretor-executivo da Associação Brasileira da Indústria de Café (Abic), o consumo de cápsulas no Brasil teve, de fato, uma redução do seu crescimento, mas que ainda continua elevado.

A mais recente pesquisa da Euromonitor International, contratada pela ABIC, e apresentada no fim de abril, aponta que o volume que as cápsulas representam dentro do consumo total de café industrializado no Brasil deve duplicar até 2019. Em 2014, essa fatia foi de 0,6% (de um total de 980 mil toneladas de café industrializado consumido no país) e deve chegar a 1,1% em 2019 (de um total de 1,126 milhão de toneladas de consumo total de café no país). O estudo mostra ainda que, de um volume de 6 mil toneladas em 2014, as cápsulas devem totalizar 12 mil toneladas em três anos, com receita que passará, no mesmo período, de R\$ 1,128 bilhão para R\$ 2,222 bilhões.

De acordo com o diretor-executivo da ABIC, a receita obtida com as vendas de cápsu-

las deve alcançar R\$ 1,2 bilhão este ano.

As mais recentes iniciativas de produção de cápsulas em solo brasileiro, como as das empresas 3corações e Nestlé representam, na avaliação do diretor-executivo da ABIC, a possibilidade de o Brasil exportar esses produtos para outros países, principalmente América Latina e Europa. “Em um ano e meio, o Brasil vai passar de importador para exportador de café industrializado basicamente em função dessas iniciativas”, diz.

Pesquisa da Euromonitor International, divulgada em novembro de 2015, mostrava que, a despeito da crise econômica e política no país, o consumo de café de forma geral apresenta um ritmo mais elevado. Depois de apresentar alta de apenas 0,86% em 2015, para 20,6 milhões de sacas, a estimativa é fechar 2016 com crescimento de 2% a 3% sobre o ano anterior, diz Herszkowicz. O estudo indica também que a população de maior renda no país vai manter ou aumentar o consumo de café, além de permanecer com a marca usualmente consumida. “É um segmento pouco sensível à crise”, afirma Herszkowicz. Já as classes C, D e E relatam manter o consumo do produto, porém muitos deles estão migrando para novas marcas, principalmente marcas mais baratas.

A troca de um produto por outro com menor preço também é dividida pelo presidente da 3corações, Pedro Lima. Ele não acredita em queda expressiva do consumo geral de café industrializado no país, como aventam alguns *players* do mercado internacional. Na sua avaliação, o consumo nacional ainda pode terminar 2016 com ligeiro aumento de 1,5%. ☺





# Café: Brasil serve sua tecnologia na bebida da população mundial

Uma em cada três xícaras de café consumidas no mundo tem origem brasileira, resultado obtido através dos investimentos em pesquisa, ensino e extensão

*Paulo A. C. Kawasaki*

Há anos, o Brasil se posiciona na vanguarda da cafeicultura global, sendo o principal *player* do mercado ao representar 35% do *market share*, liderar os rankings de produção e exportação e ocupar a segunda posição no consumo da bebida. Mas o planeta pouco sabe o que conduziu o País a essa frente moderna e que garante uma de cada três xícaras consumidas mundialmente.

Em 1990, com a extinção do Instituto Brasileiro do Café (IBC), o protagonismo brasileiro viu-se ameaçado, fato que estimulou o Governo Federal a criar e a implantar, em 1996, o Programa Pesquisa Café, que ficou sob coordenação da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) e tem, até hoje, sua execução realizada em parceria com instituições do Sistema Nacional de Pesquisa Agropecuária (SNPA), demais institutos

e universidades ligadas à ciência e à tecnologia, bem como aos segmentos do setor privado da cadeia produtiva.

Nesse contexto, em março de 1997, dez instituições envolvidas com estudos cafeeiros criaram o Consórcio Pesquisa Café. Passadas quase duas décadas da fundação, já foram executados mais de mil projetos, segundo informa Lucas Tadeu Ferreira, gerente adjunto de Transferência de Tecnologia da Embrapa Café.

“Esses trabalhos abrangem todas as áreas, passando por melhoramento genético; biotecnologias, como o sequenciamento completo do genoma do café; sistema para expressão dirigida de genes em raízes; sistema de expressão dirigida de genes em tecidos foliares e biofábricas para a obtenção de cultivares adaptadas às diferentes regiões produtoras do País; novas técnicas de plantio e condução da lavoura; nutrição mineral do cafeeiro; manejo de pragas e doenças; irrigação;

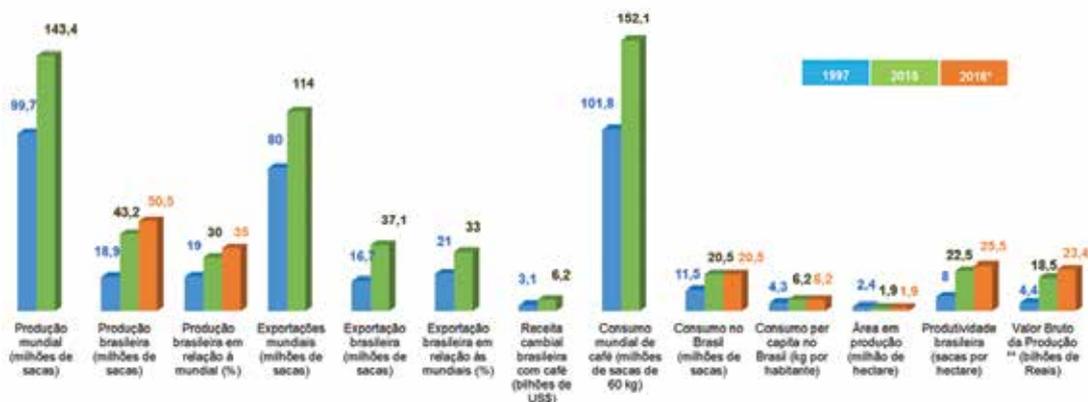
adubação orgânica; manejo de plantas invasoras; colheita; pós-colheita; e manejo sustentável, entre outras tantas desenvolvidas visando à sustentabilidade econômica, social e ambiental da produção cafeeira”, revela.

Um dos reflexos dessa união de esforços em pesquisa, ensino e extensão com os trabalhos desenvolvidos pelos demais elos da cadeia produtiva do café aparece no volume e na qualidade da produção brasileira. Em 1997, quando criado o Consórcio, o Brasil produzia, em 2,4 milhões de hectares, 18,9 milhões de sacas de 60 kg, com produtividade de 8 sacas por hectare. Hoje, a primeira estimativa da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) aponta o volume médio da safra 2016 em 50,5 milhões de sacas – a segunda maior da história se confirmada –, a serem colhidas em 1,9 milhão de hectares, o que implica produtividade de 25,5 scs/ha.

Ou seja, a implantação do resultado dos estudos desen-



Evolução do setor cafeeiro a partir da criação do Consórcio Pesquisa Café em 1997  
Comparativo dos dados de 1997 com 2015 e 2016\*



\* Estimativa / \*\* Valores nominais

volvidos gerou incrementos de 168% na colheita e de 319% em produtividade, e tudo isso em uma área dedicada ao cultivo do café 500 mil hectares menor. “Além disso, o Valor Bruto da Produção (VBP) saltou de R\$ 4,356 bilhões em 1997 para uma projeção de R\$ 23,438 bilhões em 2016, em termos nominais. Isso representa uma elevação de aproximadamente 540% nesse período”, destaca Ferreira.

O mercado internacional também reflete o avanço da cafeicultura brasileira como resultado dos esforços em estudos e tecnologia. No ano da fundação do Consórcio, o Brasil respondia por 19% da safra mundial, que foi de 99,7 milhões de sacas, de acordo com a Organização Internacional do Café (OIC). Atualmente, o País representa aproximadamente 35% do mercado global, que em 2015 trabalhou com o volume de 143,4 milhões de sacas colhidas. “Dessa forma, de cada três xícaras de café consumidas no mundo, atualmente uma é brasileira”, celebra o gerente adjunto da Embrapa Café.

Ferreira também ressalta o avanço produtivo e qualitativo alcançado, específica e individualmente, no cultivo das variedades arábica e conilon. “No

Brasil, em 2016, o café arábica representará 76,8% da produção total, algo entre 37,74 e 39,87 milhões de sacas, e o robusta os outros 23,2%, de 11,39 milhões a 12,08 milhões de sacas. No primeiro caso, a evolução alcançada se deve, principalmente, ao emprego das novas tecnologias citadas e também à incorporação de novas áreas que se encontravam em formação, além, obviamente, das condições climáticas mais favoráveis. Quanto ao café conilon, o resultado reflete, sobretudo, a recuperação da produtividade no Espírito Santo, Bahia e Rondônia, que decorre do emprego de novas tecnologias, como o plantio de café clonal e de outros investimentos realizados na modernização das lavouras”, explica.

As exportações brasileiras do produto surgem como ponto de evidenciação do avanço que os produtores conquistaram no campo, segundo o gerente adjunto da Embrapa Café. Em 1997, o Brasil vendeu para o exterior 16,7 milhões de sacas e, em 2015, 37,1 milhões de sacas, o que representa um acréscimo de 122%. Nesse mesmo período, as receitas dobraram, saltando de US\$ 3,1 bilhões para US\$ 6,2 bilhões. “Passados quase 20 anos, constata-se que os avan-

ços da cafeicultura brasileira são bastante significativos. O País vem mantendo o protagonismo como maior produtor e exportador de café e, ainda, conquistou a segunda posição no consumo em nível mundial, com 20,5 milhões de sacas por ano, ficando atrás apenas dos EUA com suas 23 milhões de sacas”, explica.

Ferreira anota, ainda, que essas conquistas só foram possíveis porque todas as pesquisas consideraram em seu desenvolvimento, direta e indiretamente, aspectos essenciais como produtividade, qualidade e competitividade, sustentabilidade ambiental e social, baixo custo, transferência e adoção de tecnologias, conjunto de fatores que realça a ação do Consórcio e mantém o Brasil como uma nação de referência na produção e na exportação de café. “Além disso, a evolução da cafeicultura brasileira também deve ser atribuída aos mais de 300 mil cafeicultores e demais entidades ligadas ao setor, que têm adotado as tecnologias geradas e sinalizado a necessidade de novas pesquisas para atender aos diferentes mercados”, completa. ☕

\* O Consórcio Pesquisa Café foi fundado por Empresa Baiana de Desenvolvimento Agrícola - EBDA, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - Embrapa, Instituto Capixaba de Pesquisa, Assistência Técnica e Extensão Rural - Incaper, Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais - Epamig, Instituto Agrônomo de Campinas - IAC, Instituto Agrônomo do Paraná - Iapar, Empresa de Pesquisa Agropecuária do Estado do Rio de Janeiro - Pesagro-Rio, Secretaria de Apoio Rural e Cooperativismo do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - SARC/Mapa, Universidade Federal de Lavras - UFLA e Universidade Federal de Viçosa - UFV.



# Pesquisa brasileira apresenta embalagens sustentáveis para armazenamento de café



Novos invólucros representam vantagem econômica, já que as tecnologias que se equivaleram ao vácuo na preservação sensorial do produto possuem estimativa de custo dez vezes menor

*Paulo A. C. Kawasaki*

**D**e 14 a 17 de abril, na 28ª Exposição Anual da Specialty Coffee Association of America - SCAA Expo 2016, considerado o principal evento mundial de cafés especiais, o Brasil apresentou ao planeta mais um resultado de seus investimentos em pesquisa e tecnologia. Trata-se de um novo modelo de sacas para o armazenamento de café cru, resultado da inédita pesquisa “Desenvolvimento de Embalagens e Métodos de Armazenamentos para Cafés Especiais”, contratada pela Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA) e pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) junto à Universidade Federal de Lavras (Ufla), cujos trabalhos foram conduzi-

dos pelo professor do Departamento de Engenharia da instituição, Flávio Meira Borém.

Para a realização dos estudos, as empresas de cafés especiais Bourbon e Carmocoffees forneceram grãos de elevadíssima qualidade para que fossem armazenados em invólucros desenvolvidos pelas indústrias Klabin e Videplast. A intenção foi identificar embalagens que preservassem atributos e qualidade dos cafés crus por mais tempo e alternativas economicamente viáveis para cafeicultores e compradores.

Segundo a BSCA, para efeito comparativo, os cafés foram armazenados em seis embalagens compostas por novas e di-

ferentes soluções tecnológicas: (i) papel multifoliado; (ii) papel multifoliado + barreira a vapor d’água; (iii) papel multifoliado + alta barreira; (iv) papel multifoliado + alta barreira + barreira contra condensação de umidade; (v) papel multifoliado + alta barreira + barreira contra condensação de umidade + injeção de CO<sub>2</sub>; e (vi) plástico alta barreira. Para confronto, os cafés especiais também foram embalados nas tradicionais sacas de juta e em embalagens a vácuo, que têm melhor desempenho na preservação dos atributos sensoriais dos frutos armazenados, porém custos elevados.

Após um período de 12 meses, com verificações trimestrais por meio de avalia-



Novo modelo saca

ções sensoriais, realizadas por um grupo de degustadores em prova cega, embasadas em um mesmo modelo estatístico de análise dos cafés especiais, destacaram-se – entre todas as amostras, incluindo lotes que foram exportados aos Estados Unidos depois de três meses armazenados no Brasil – as embalagens elaboradas com papel multifoliado + alta barreira + barreira contra condensação de umidade e com sacos de plástico alta barreira. Essas foram as duas opções que melhor conservaram a qualidade sensorial do café, apresentando o mesmo potencial de preservação das embalagens a vácuo.

Os pesquisadores do projeto explicam que esse fator representa benefícios econômicos, uma vez que as tecnologias que se equivaleram ao vácuo na preservação sensorial do produto possuem estimativa de custo dez vezes menor. Por outro lado, notou-se uma drástica redução na qualidade sensorial do café acondicionado nas tradicionais sacas de juta, que apresentaram redução qualitativa na bebida que chegou a até menos 10 pontos na escala de avaliação e, conseqüentemente, implica desvantagem financeira.

De acordo com o professor Borém, as novas embalagens

serão vitais ao mercado de cafés especiais, pois os recipientes historicamente utilizados não atendem às necessidades do setor por apresentarem pouca eficácia na preservação dos atributos dos grãos ou por terem custos muito elevados. “Embalagens permeáveis às trocas gasosas ou às trocas de umidade permitem impacto na qualidade do café, em um período curto, por causa da interação que possibilitam com o ambiente de armazenamento, resultando na degradação dos compostos químicos e, conseqüentemente, nos atributos sensoriais como sabor, doçura, acidez e corpo”, destaca.

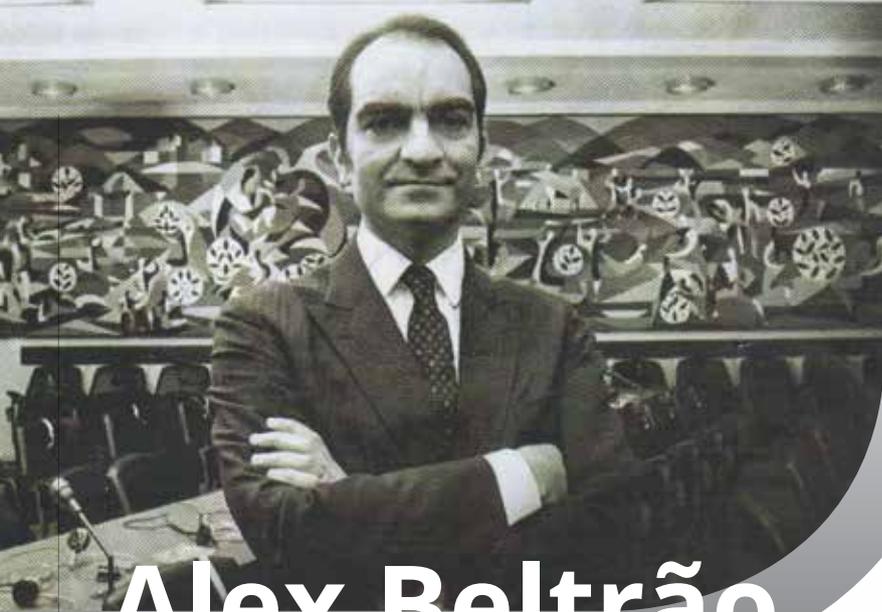
A diretora da BSCA, Vanusia Nogueira, acredita que o resultado dessa pesquisa é um divisor de águas e o mundo se deparará com a evolução, partindo do Brasil, das atuais sacas feitas de juta. “São novos recipientes que permitirão a preservação de todos os atributos físicos e sensoriais, das qualidades originais do café, por um período mais longo de armazenamento”, explica.

Vanusia informa que as embalagens aprovadas nas pesquisas já estão disponíveis para comercialização, com os interessados devendo fazer o contato diretamente com Klabin e Videplast. “Elas (embalagens)

terão as logomarcas da UFLA e da BSCA para evidenciar que são as que passaram pelos testes e estão aptas a preservar melhor a qualidade dos cafés por um intervalo mais longo”, comenta.

Segundo Cláudio Márcio Francisco, coordenador do projeto pela Videplast, os valores das novas embalagens produzidas pela empresa oscilam entre US\$ 1 e US\$ 2, corroborando a informação dos pesquisadores, que apontaram uma redução de até dez vezes em relação aos custos com o armazenamento a vácuo, atualmente em torno de US\$ 0,15 por libra-peso, ou aproximadamente US\$ 10 a cada 30 kg. “Além disso, pelo formato da nova embalagem, que se adequa perfeitamente ao pallet universal, também haverá economia na logística, a qual dependerá dos tamanhos dos contêineres selecionados”, completa.

A diretora da BSCA finaliza comunicando que o processo de estudos e evolução dos recipientes terá continuidade. “A partir da colocação das logomarcas, 1% do valor de comercialização dessas embalagens será depositado em um fundo destinado a outras pesquisas de qualidade nesse sentido”. ☺



# Alex Beltrão

## Um Estadista do Café

*Guilherme Braga Abreu Pires Filho*

**F**aleceu, no dia 6 de abril passado, no Rio de Janeiro, onde residia, Alexandre Fontana Beltrão (92), uma das mais influentes personalidades do mundo do café, nos últimos 50 anos. Nascido em Curitiba, em 28 de abril de 1924, graduado em Engenharia, com inúmeros cursos de especialização em Londres e Paris, estreou no café em 1963, quando, a convite do Governo do Paraná, realizou um amplo estudo sobre a economia cafeeira no Estado que despontava, na ocasião, como a mais importante região cafeeira do País. O ensaio que elaborou, “Paraná e a Economia Cafeeira”, sem dúvida o mais profundo estudo social e econômico sobre a atividade do Café na época, concedeu-lhe projeção nacional e o convite para atuar como Consultor do IBC - Instituto Brasileiro do Café. Sua missão era colaborar na formulação de políticas para estabilizar o mercado de café, repartir entre os países o esforço de organização do mercado, e dar tempo para o Brasil reduzir a sua dependência do café.

24

Iônice Tristão, Alexa Beltrão e Jair Coser



O passo seguinte, 1965, foi a sua designação para presidir, em New York, o Bureau Pan-Americano do Café e o Comitê de Promoção do Café, órgãos que atuavam na promoção das vendas de café e se constituíam no embrião principal da consolidação de um organismo internacional para a coordenação mundial do processo de cooperação entre os países produtores e consumidores, a OIC - Organização Internacional do Café, que ensaiava os seus primeiros movimentos e se confrontava com uma situação mundial de excesso de produção e consequentes preços baixos.

A sua destacada atuação no café levou-o, em 1968, a ser convidado para o cargo de Diretor Executivo da OIC, no qual permaneceu até setembro de 1994. As realizações de Beltrão ao longo dos anos, consolidaram a Organização como o centro mundial das decisões do café, encarregada de gerir um complexo sistema de disciplina do mercado através de um esquema de quotas e faixas de preços, e responsável em vários períodos pela estabilização dos preços mundiais do café e manutenção da renda dos mais de 50 países produtores. No acervo de suas realizações, destaca-se o seu comprometimento com as ações de promoção e fomento do consumo mundial do café. O Japão, hoje o 4º consumidor mundial entre os importadores, e a recuperação do consumo nos Estados Unidos, são os melhores exemplos da política adotada por Beltrão, que, permitiu em grande parte o salto do consu-

“  
As negociações para a assinatura de um Acordo Internacional do Café reforçaram a minha percepção de que todas as partes da economia cafeeira são interdependentes e que poderia ser alcançado um entendimento global, no qual o Brasil e os outros produtores poderiam compatibilizar os seus interesses  
”

mo de 40,0 milhões de sacas em 1970 para os atuais 152 milhões de sacas.

Os legados da gestão de Alex Beltrão, e reveladores das suas condições de estadista e homem de visão, traduzem-se não só na sua enorme capacidade de gerir e dar solução aos conflitos de interesses entre nações, entre produtores e consumidores, e neste ambiente de frequentes tensões, manter unida uma entidade mundial voltada para a cooperação internacional, que é a razão maior que explica a longevidade da OIC, e a sua permanência como foro de entendimentos das 75 nações cafeeiras que lá continuam, mesmo após encerrada a fase de intervenção no mercado. Assim como Beltrão, outros estadistas são responsáveis por essa maravilhosa e fascinante aventura, onde despontam Renato Costa Lima, Sérgio Frazão, Andrade Pinto, Rainho Neves, do Brasil, e Arturo Gomes Jaramillo e Jorge Cárdenas, pela Colombia.

Eu continuo a ver um Acordo Internacional do Café com os consumidores e produtores como um modelo válido para os próximos anos. Quanto mais as nações do mundo se tornam interdependentes maior será a necessidade de organismos internacionais como a OIC

O objetivo subjacente sempre foi o de, pela adoção de mecanismos de quotas e preços, dar aos países o tempo para fortalecer os setores de café e suas economias, face às realidades do mercado. Sem deixar que a natureza imediata do Acordo distorça a minha visão, eu diria que todos nós, que desempenhamos um papel no que foi um grande teste da cooperação internacional, podemos orgulhar das conquistas. A maioria dos países diminuiu significativamente sua dependência do café. Melhoraram a infraestruturas de seus parques produtores de café e de suas economias

Os meus contatos com importadores, torrefadores, retalhistas, restaurateurs, o público que bebe café, enfim o que chamamos consumidores, levaram-me a duas crenças fundamentais e que me orientam como Diretor Executivo: a primeira, foi a de que não poderia haver solução para os problemas do café sem a participação plena e direta dos consumidores, como diz o ditado, é preciso dois para dançar o tango; e a segunda, que nunca deve ser esquecido que o café é principalmente uma bebida, para ser saboreada e apreciada. Por muito tempo, os Governos e a indústria insistiam em tratá-la como uma mercadoria e uma política

Reverendo o passado, eu resumiria assim o que considero válido para o futuro: 1)- transparência: a distribuição para todos os interessados de informação e conhecimento do café é uma base firme para planejar e tomar decisões sobre o futuro; 2)- Qualidade: reforçar as políticas que dão prioridade ao café como uma bebida e melhorar a sua qualidade e popularidade; e, 3)- investimentos em produção e consumo resultarão em uma indústria modernizada e equipada para responder às mudanças e demandas dos mercados

Alex Beltrão e Ana Emilia



### “Um benfeitor do café



Dos muitos atributos que fizeram de Alex Beltrão um benfeitor da economia mundial do café, ficou-me a impressão do exímio administrador de conflitos. Não foi outra coisa quem dirigiu por quase 30 anos uma babel de 70 países consumidores e produtores - a Organização Internacional do Café - instalada em Londres. Em 1968, por uma dessas artes que o destino não explica, aquele paranaense - engenheiro de formação e planejador de vocação - viu-se no comando do organismo então criado à sombra da ONU para reger o multiforme, colorido e fascinante planeta do café. Dizer que se saiu bem é dizer pouco da bela obra deixada por Alex Beltrão quando trocou a OIC, na década de 1990, para voltar ao Paraná e encerrar sua luminosa vida pública na equipe de outro visionário admirável, o Governador Jaime Lerner. Alex era um intelectual de alta voltagem, um gentleman de extremo bom gosto, com a rara qualidade de ser o que parecia ser. Onde ele chegasse, todos tínhamos a sensação de que as coisas iriam melhorar. E melhoravam mesmo.”

Niló Dante, jornalista, coordenador de Comunicação Social do IBC e criador do raminho do café

26 “ Alexandre Beltrão foi o mais criativo diretor executivo da OIC, tendo editado um grande número de medidas para o funcionamento do mercado internacional do café, sempre com o acompanhamento efetivo das ações implementadas. Com isso, ele foi o fiador por longos anos da estabilidade mundial dos preços do café “

Robério Silva, Diretor Executivo da OIC



“Alexandre Beltrão escreveu a história do café do Brasil e do mundo. Suas contribuições foram muito valiosas para a defesa dos interesses dos governos durante a guerra fria”.

Roberto Ticoulat, presidente do Conselho de Administração do INCI

“Foram 25 anos à frente da OIC. Alexandre Beltrão consolidou a Organização e colocou o Brasil na liderança dessa nova fase de política internacional do café.”

Eduardo Carvalhaes, sócio diretor do Escritório Carvalhaes.





“Só temos a agradecer e a homenagear o ilustre brasileiro Alexandre Beltrão, que foi o mais longo diretor da OIC. À frente da OIC, teve grande papel na implantação de mudanças e na estruturação para que a instituição se convertesse no principal fórum de debate em busca de uma cafeicultura moderna e sustentável. Não à toa, é considerado, até hoje, um dos dirigentes mais influentes e inovadores que o organismo já teve”.

Silas Brasileiro, presidente executivo do CNC.

“Alexandre Beltrão tinha inteligência, auto disciplina, força de vontade e disposição para aprender e produzir boas coisas, fazendo de si um homem de grandes virtudes, e assim, sempre respeitado por todos”.

Jônice Tristão, presidente do Conselho de Administração do Grupo Tristão



“Foi o mais importante e longo Diretor da OIC – Organização Internacional do Café, foi reeleito vários anos para o cargo por acordos dos representantes dos países produtores e consumidores, uma vez que de acordo com Estatuto que só permite uma reeleição para o cargo de Diretor da OIC. A cafeicultura brasileira e mundial muito deve a Alexandre Beltrão por sua brilhante atuação na Organização Internacional do Café.”

Jair Coser, Diretor Presidente da Unicafé Cia de Comércio Exterior.

O Deputado Federal Carlos Melles, Presidente da Frente Parlamentar do Café, fez um discurso na Câmara Federal, no dia 6 de abril, como homenagem póstuma a Alexandre Beltrão, destacando a sua trajetória e importância para o café e as suas realizações, citando-o como “ um ávido e permanente defensor das iniciativas do consumo do café”



# Com inauguração do novo CPC,

Setor responsável pela capacitação e formação de baristas, o Centro de Preparação de Café agora conta com espaço ampliado, cinco máquinas de espresso e estrutura completa para estudos



*Vinicius Morales*

O Museu do Café realizou a cerimônia de inauguração oficial do seu novo Centro de Preparação de Café no último dia 29 de abril, e a solenidade marcou o início de um novo período para o equipamento cultural. Se antes o Museu já era conhecido como referência no assunto devido a suas exposições e projetos, com o CPC ampliado a tendência é que o nome e a marca se expandam ainda mais.

A abordagem a partir de agora passa a ser muito mais especializada. Com o novo espaço, os alunos que participarem de um dos cursos oferecidos pela instituição desfrutarão

de uma infraestrutura completa para estudos sobre o grão, com cinco máquinas profissionais de espresso, total climatização, acessibilidade, projetores, bancadas e os mais diversos materiais para compreender o que se passa por trás de um bom cafezinho.

O CPC foi criado em 1998 para difundir o conhecimento sobre as diferentes formas de preparo de uma das bebidas mais tradicionais do planeta. E segundo a diretora executiva do Museu do Café, Marília Bonas, “a ampliação do CPC representa uma importante conquista. Além de estar na primeira área qualificada do segundo andar do edifício da Bolsa Oficial de Café aberta ao público desde a criação do museu, este novo espaço potencializa a ação de preservação e divulgação do café numa perspectiva complementar às ações museológicas, dando ao visitante a oportunidade de explorar sensorialmente nosso objeto de preservação”.

Com a ampliação do espaço, uma agenda completamente reformulada foi proposta para o público. Além dos tradicionais cursos de barista básico e avançado, nos quais os alunos fazem uma profunda imersão no mundo do café e que integram o calendário da Semana de Formação do Barista, foram implantadas atividades que abrem novas portas para o tema e mostram o grão por diversos outros ângulos, como por exemplo o *Módulo Cápsula*. Este curso é resultado da parceria com a Nespresso, por meio do Nespresso Expertise Center, e aborda o segredo por trás das famosas cápsulas de café mundialmente conhecidas da empresa, terminando com uma degustação por diversas cafeterias por São Paulo. Juntos, esses três cursos duram cinco dias, e o aluno termina sua formação apto a procurar emprego no ramo do barismo.

**Cursos gratuitos de parceiros e “Dica do Barista”**

Também inclusos na nova grade do CPC, os cursos de parceiros vêm para dar oportu-

# Museu do Café leva ao público cursos variados sobre o grão



nidade de conhecer ainda mais o vasto mundo da bebida. Com profissionais capacitados pelas principais empresas de café do país, diversos cursos de curta duração são ministrados gratuitamente ao público, com ênfase em experiências sensoriais, como harmonizações, e até mesmo com um viés mais histórico do grão, focando na descoberta do cafeeiro, por exemplo. Já a “Dica do Barista” é uma atividade em que os especialistas do Museu do Café abordam de forma didática as principais dúvidas do público, oferecendo dicas de como se fazer um bom café em casa e também proporcionando uma breve degustação de café *gourmet* gratuitamente.

## Visita ao CPC

Um benefício a mais para quem visita o Museu do Café é a nova modalidade de visita ao CPC. Em horários pré-determinados e sem necessidade de agendamento prévio, o público participa de atividades de degustação de diferentes tipos

de café gourmet, com explicações, dicas e curiosidades, ministradas pelos baristas do Museu. A atividade é uma nova forma de apresentar o mundo do café àqueles que são apaixonados pela bebida.

As degustações são de três tipos de café, que variam de acordo com a época, extraídos pelo método mais comum para os brasileiros: o coado. Além disso, os baristas da instituição também focam nas explicações de cada café, como suas características e especificidades, e mostram ao público as diferenças existentes entre os cafés gourmet, superiores e tradicionais, rankeados de acordo com avaliação da Associação Brasileira da Indústria de Café (Abic), o que isso influencia no resultado da bebida, e como buscar o melhor tipo de grão para cada paladar.

As visitas com degustação no CPC acontecem sempre aos sábados em quatro horários:

10h30, 12h 15h e 17h. Para participar, o visitante deve comprar o ingresso de R\$ 6,00 na bilheteria do Museu para um dos horários, com limite de 20 participantes por turma. Aos sábados, a visita ao espaço expositivo é gratuita. Acesse o site do Museu e confira os horários e imagens das atividades do CPC. “Aumentamos a grade de cursos e atividades, e junto com essa nova estrutura, o CPC tem a possibilidade de alcançar um maior número de pessoas, disseminando o conhecimento sobre os cafés de qualidade”, finaliza o barista da instituição, Hallyson Ramos. ☺

Roberto Ticoulat, é Presidente do Conselho de Administração do INCI





# Estimativas de safras de café derivadas do fluxo de utilização

Uma revisão do consumo, exportação e da produção nos últimos cinco anos safra

As significativas quantidades de café embarcadas pelo Brasil nos últimos anos tem gerado em alguns dos participantes de mercado uma percepção de que as safras brasileiras seriam maiores do que as estimativas iniciais. Uma avaliação um pouco mais detalhada dos fluxos de exportação e consumo interno pode servir para uma análise mais esclarecedora dos níveis atuais de produção, quando derivados da exportação e consumo.

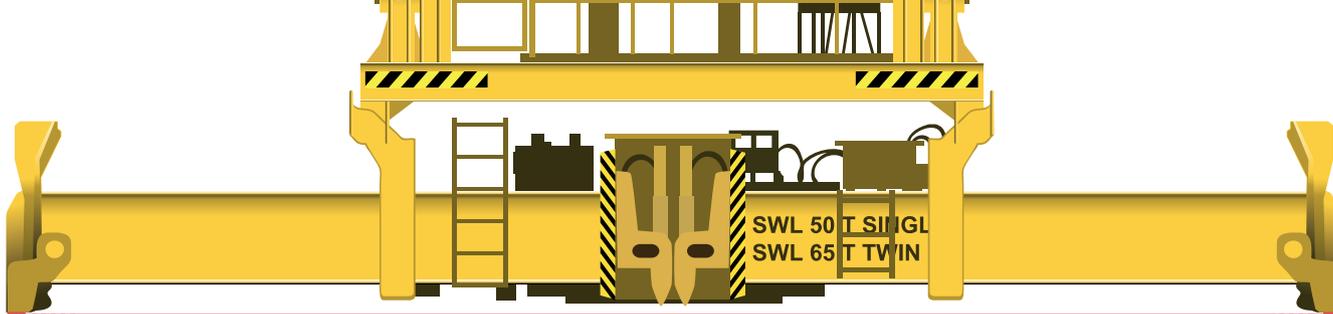
É um consenso que no final do ano safra 2010/11, e no final do atual ano safra

(2015/16) os estoques privados podem ser considerados como um “zero estatístico”. Mesmo que exista alguma diferença dos estoques nesses dois períodos, a diferença não terá relevância estatística. Ou seja, os estoques nesses dois períodos são, para efeito dessa avaliação, estatisticamente iguais. Portanto, nesses cinco anos safra, o desaparecimento de café, consumo interno + exportação, é igual à produção + vendas de estoque do governo.

A tabela 1 relaciona as exportações de café do Brasil para os anos em consideração. As estatísticas de exportação,

cumprindo determinação de conversão da OIC, considera a conversão de café solúvel para café verde em 1:2,6. Essa conversão é tecnologicamente ultrapassada e portanto utilizamos um total ajustado de conversão de solúvel para café verde de 1:2,2. Esse ajuste representa uma redução no volume exportado de cerca de 550 mil sacas por ano ou 2,7 milhões de sacas para o período, perfazendo um total de 164 milhões de sacas de exportação.

Os números de consumo interno são imprecisos. A partir de uma adaptação das



**TABELA 1 – Exportação**

Ano safra	Total publicado	Total Ajustado	Diferença
11 / 12	30.030.329	29.496.565	533.764
12 / 13	30.909.387	30.337.621	571.766
13 / 14	34.136.379	33.596.890	539.489
14 / 15	36.573.676	36.036.145	537.531
15 / 16	35.420.000	34.896.923	523.077
<b>Total</b>	<b>167.069.771</b>	<b>164.364.144</b>	<b>2.705.627</b>

Fonte: CECAFÉ

estimativas de 1 consumo publicadas pela ABIC a tabela 2 estima a quantidade por ano safra. Além dessa adaptação consideramos uma significativa redução de ajuste de 2 milhões de sacas por ano em relação aos números da ABIC. A entidade faz uma estimativa de consumo das empresas não associadas superior a 4 milhões de sacas

por ano. Considerando 1,000 empresas não associadas, teríamos um consumo médio de 4,000 sacas ano para essas empresas. A evidência parece suportar uma estimativa que considere 2 milhões de sacas a menor para o total das empresas de torrefação não associadas da ABIC, mesmo conside-

rando o consumo nas fazendas e áreas produtoras.

Portanto para o período desse levantamento estimamos um consumo no Brasil de 89 milhões de sacos conforme a tabela abaixo. ☺

**TABELA 2 – Consumo Interno**

Ano safra	Total publicado	Total Ajustado	Diferença
11 / 12	19.100.000	17.100.000	2.000.000
12 / 13	19.700.000	17.700.000	2.000.000
13 / 14	20.300.000	18.300.000	2.000.000
14 / 15	20.100.000	18.100.000	2.000.000
15 / 16	20.300.000	17.800.000	2.500.000
<b>Total</b>	<b>99.500.000</b>	<b>89.000.000</b>	<b>10.500.000</b>

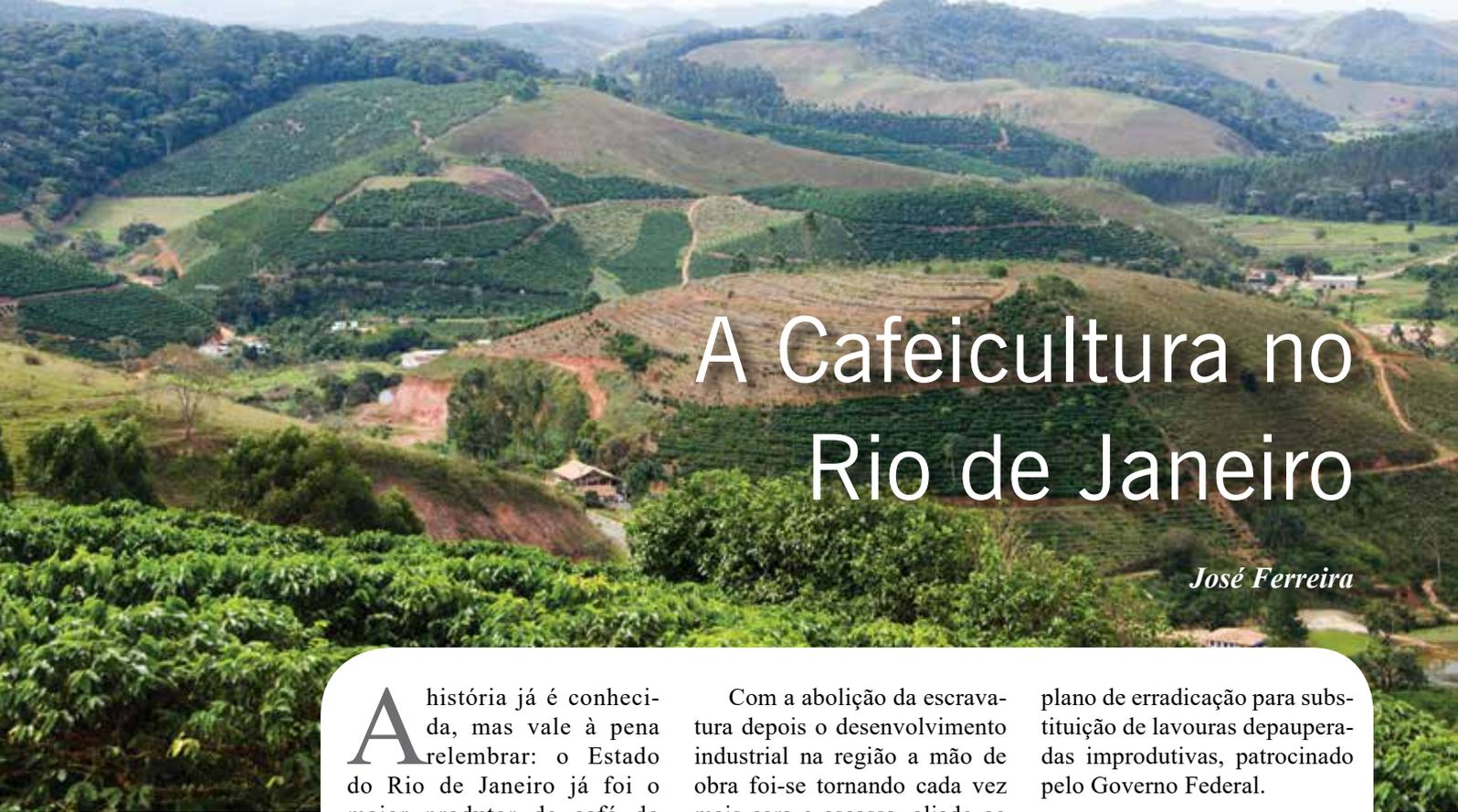
Fonte: Adaptado da ABIC



**Luiz Otavio Araripe**, Diretor da  
Valorização Empresa de Café S/A



<sup>1</sup> A ABIC publica estimativas de consumo para o ano calendário ou eventualmente para períodos diferentes do conceito de ano safra de exportação.



# A Cafeicultura no Rio de Janeiro

*José Ferreira*

A história já é conhecida, mas vale à pena lembrar: o Estado do Rio de Janeiro já foi o maior produtor de café do Brasil no século XIX, atingindo o auge de sua produção no período de 1860 a 1890, quando produzia por volta de cinco milhões de sacas de café beneficiadas de 60 Kg, numa época em que a mão de obra era farta e barata. O café era a maior riqueza. Grandes fazendas foram erguidas e o Vale do Paraíba era uma lavourada só. Época dos Barões do Café.

Com a abolição da escravidão depois o desenvolvimento industrial na região a mão de obra foi-se tornando cada vez mais cara e escassa, aliado ao depauperamento do solo, baixando a produtividade das lavouras, deu início a decadência do café no Rio de Janeiro, tornando a cultura inviável e, o café aos poucos, foi-se migrando para terras mais férteis de outros estados da Federação.

Já no século XX, na década de 1960, o café quase desapareceu das montanhas do Rio de Janeiro com o incentivo de um

plano de erradicação para substituição de lavouras depauperadas improdutivas, patrocinado pelo Governo Federal.

Na década seguinte, o plano era de incentivo ao plantio. O governo lançou o Plano de Recuperação e Revigoração de Cafezais (PRRC) do Instituto Brasileiro do Café que voltou a reerguer a cafeicultura nacional num modelo tecnificado, mas, no Rio de Janeiro o resultado não foi o esperado; houve uma baixa adesão do cafeicultor fluminense ao programa de incentivo do governo.

## Cafeicultura Atual

Passadas algumas décadas dessa tentativa de reerguimento da cafeicultura no Estado do Rio de Janeiro, hoje o que desperta atenção não é o volume de sacas produzidas, como no passado, mas a qualidade do café que é produzido. A maneira de cultivo e o preparo do café passou por uma transformação total nos últimos anos. E isto resultou que o Rio de Janeiro de tradicional produtor de cafés inferiores (bebida riada) passou a produzir um volume considerável de cafés finos (bebida dura para melhor), quando a partir de 2003

iniciou-se a produção de cereja descascado pelos produtores do Noroeste Fluminense, principal região produtora do Estado com 70% do total que é colhido. Dados concretos mostram a evolução da melhoria na qualidade do café produzido no Noroeste: 51% das amostras de café que foram classificadas pela Cooperativa de Café do Norte Fluminense Ltda (Coopercanol) na safra passada foram de bebida dura para melhor e apenas 7% de bebida rio zona. Esses percentuais, a poucos anos atrás, eram inversos.

O trabalho de melhoria de qualidade de café foi intensificado nas safras de 2014 e 2015 com um programa de produção de cafés especiais no Noroeste. O Programa foi patrocinado pelo Sebrae em parceria com o Ministério da Agricultura (SFA-RJ), Emater-Rio, Associação dos Cafeicultores do Estado do Rio de Janeiro (ASCARJ), Senar, Coopercanol e Prefeitura Municipal de Varre-Sai. Esse programa consistiu numa consultoria do professor Flávio Meira Borém, especialista em Qualidade de Café, da Univer-

sidade Federal de Lavras com uma equipe de mais oito técnicos também especialistas em qualidade de café que assistiram durante os dois anos a 25 produtores de café na região. Os produtores foram acompanhados pelos técnicos durante todo o período de colheita sendo orientados em todas as fases de pós-colheita. Os resultados foram satisfatórios conforme mostra o relatório final dos trabalhos em que 60% das propriedades assistidas conseguiram produzir café especial com pontuação acima de 80.

Outro grande ganho na cafeicultura do Rio de Janeiro está na produtividade. As lavouras vêm sendo bem conduzidas, com isso, apesar de uma pequena redução na sua área plantada, a produção vem se mantendo em torno de 300 mil sacas/ano, podendo ter atingido a 350 mil sacas no ano de 2013 com uma produtividade acima de 30 sacas por hectare. Para safra de 2016, segundo o primeiro levantamento de previsão de safra da Conab, a produção será de 309,5 mil sacas ou média de 25 sacas por hectare.

Uma grande deficiência que tem causado sérios prejuízos ao cafeicultor fluminense poderá



Armazém da Coopercanol

ser resolvida ainda nesta safra de 2016. É o caso da comercialização. A maioria do café do Rio de Janeiro é vendida para comerciantes de Minas e Espírito Santo onde é rebeneficiado. A Cooperativa de café do Norte Fluminense Ltda (Coopercanol) fundada em 1977, graças a uma luta incansável da Associação dos Cafeicultores do Estado do Rio de Janeiro (ASCARJ) e outras entidades ligadas aos interesses da cafeicultura fluminense, conseguiram recursos junto ao BNDES para sua reestruturação. A Cooperativa possui hoje armazém com capacidade para 20 mil sacas de café, duas máquinas ambulantes (adquiridas com recursos do Governo do Estado) para beneficio do café dos cooperados em suas propriedades e uma moderna unidade

de Rebeneficiamento capaz de preparar o café para exportação, agregando assim valor ao produto. A Coopercanol está sediada no município de Varre-Sai, que leva o título de Capital Estadual do Café por ser o maior produtor com 30% da produção do Estado, contando com 154 cooperados e está preparada para receber café de todo o Estado do Rio de Janeiro e de regiões próximas como Zona da Mata Mineira e Sul do Espírito Santo. Trata-se de um fato de grande relevância para a cafeicultura do estado, pois reduzirá o êxodo fiscal, conferindo mais recursos aos cofres dos municípios produtores de café; fortalecerá a competitividade do cafeicultor e poderá transformar Varre-Sai e região num Centro de Comercialização do Agronegócio Café. ☺

## Alguns dados

- ▶ Cafeicultura de pequenos produtores, maioria familiares com 75% com área plantada abaixo de 10,00 ha.
- ▶ Área: 12.538 ha
- ▶ Número de covas: 49.500.000
- ▶ Produção: 309.600 sacas em 2015 (Conab)

## Principais Municípios Produtores

- ▶ Noroeste:
  - Varre-Sai
  - Porciúncula
  - Bom Jesus do Itabapoana
  - Natividade
- ▶ Serrana:
  - Bom Jardim
  - Duas Barras
  - São José do Vale do Rio Paraíba
  - Cantagalo

# AGENTES PORTUÁRIOS

## COBRANÇAS ABUSIVAS



O Jornal VALOR, na sua edição de 5,6 e 7 de março do corrente ano, apresentou interessante e abrangente reportagem sob o título “Navegação enfrenta tempestade perfeita,” onde informou:

34

“ A indústria mundial da navegação vive um de seus piores momentos desde a crise de 2008, com taxas de fretes em queda vertical que derrubaram a rentabilidade de armadores em 2015”

“ A crise é resultado da “tempestade perfeita”: a combinação da queda dos volumes do comércio exterior de países emergentes com o excesso de capacidade. E o cenário pode ficar pior neste ano, com mais navios saindo dos estaleiros e mercados sem perspectiva de melhora, como o brasileiro.”

Tal circunstância, evidentemente, explica a tendência, cada vez mais acentuada, pelos agentes portuários, de impor novos custos aos exportadores, através de discricionária e abusiva criação de “novas” taxas, em tudo dissociadas da normatização vigente.

Neste trabalho, que procura ser prático e objetivo, vamos indicar as razões legais pelas quais consideramos que os exportadores devem, se preciso for, litigar pelos seus direitos.

Em primeiro lugar, um esclarecimento sobre a cobrança do Terminal Handling Charge- THC, de certo um dispêndio que o órgão regulador da atividade portuária – a ANTAQ – autoriza que o exportador seja cobrado, para efeito de ressarcir os valores anteriormente pagos pela empresa de navegação ao operador portuário.

Entretanto, este ressarcimento, previsto na legislação de regência, somente deve ser efetuado após a apresentação da neces-

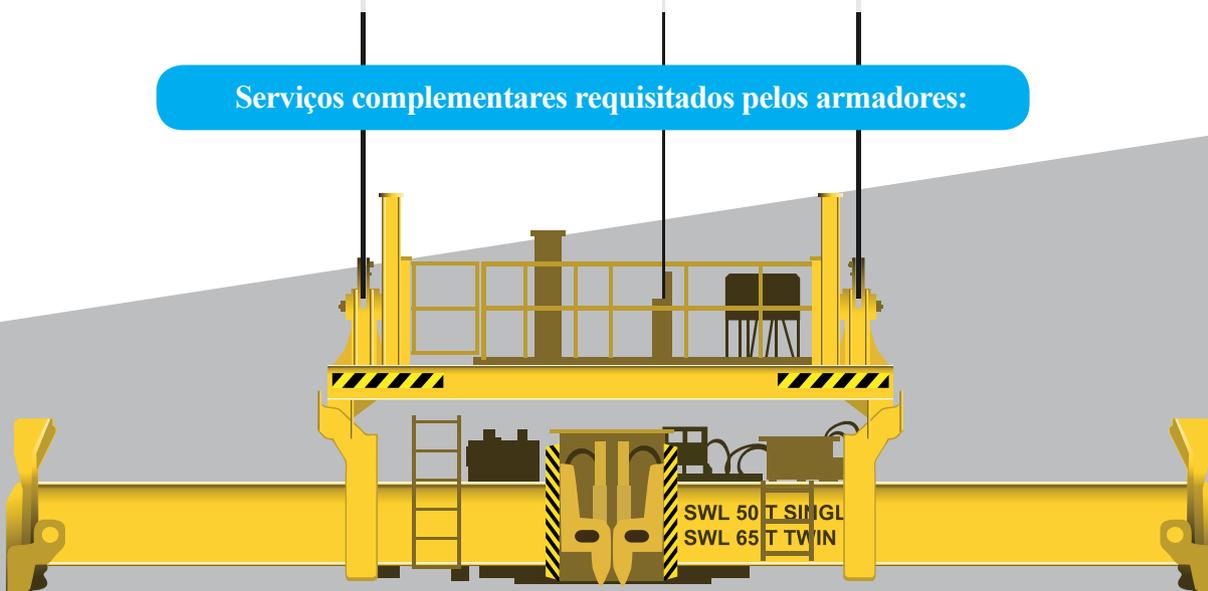
sária e imprescindível documentação fiscal hábil e idônea, comprobatória das custas, com a competente individualização de cada serviço prestado.

Neste sentido, vale ressaltar que o CECAFÉ efetuou Notificação aos agentes marítimos/armadores, sobre a necessidade da adoção de tais procedimentos, sob pena, na ausência dos mesmos, da tomada das medidas judiciais pertinentes.

Em sequência, não podemos deixar de considerar que uma série de outras cobranças abusivas e consequentemente indevidas, estão sendo efetuadas contra os exportadores.

Desta forma, como uma primeira indicação, para conhecimento mais detalhado da matéria, entendemos por oportuno transcrever o trecho a seguir, extraído da Cartilha de Orientação do Sistema Permanente de Acompanhamento de Preços e Desempenho Operacional dos Serviços Portuários, originada da ANTAQ, de seguinte teor:

### Serviços complementares requisitados pelos armadores:



SERVIÇO	DESCRIÇÃO
Pré-estivagem ou pré-stacking	Preparação e arranjo prévios dos contêineres de exportação, obedecendo a ordem com que deverão ser embarcados.
Remoções e safamentos	Mudanças de posição de unidades que já estejam a bordo do navio, de modo a ordenar seus futuros desembarques (as remoções), ocorrendo, por vezes o desembarque de unidades para o cais e posterior reembarque no mesmo navio (os safamentos);
Conferência de lacre	Verificação das condições e anotação do número do lacre de cada contêiner movimentado, por solicitação do armador;
Transbordo	Movimentação de contêineres descarregados de um navio para serem reembarcados em outro da mesma ou de outra companhia;
Movimentação de contêineres vazios	O descarregamento ou carregamento, transporte e armazenagem de unidades vazias não utilizadas, em virtude de desbalanceamento de tráfego;
Rechego	Ajuntamento e limpeza dos porões, ao final da descarga dos navios de granéis sólidos.

Serviços complementares prestados aos donos de mercadorias:



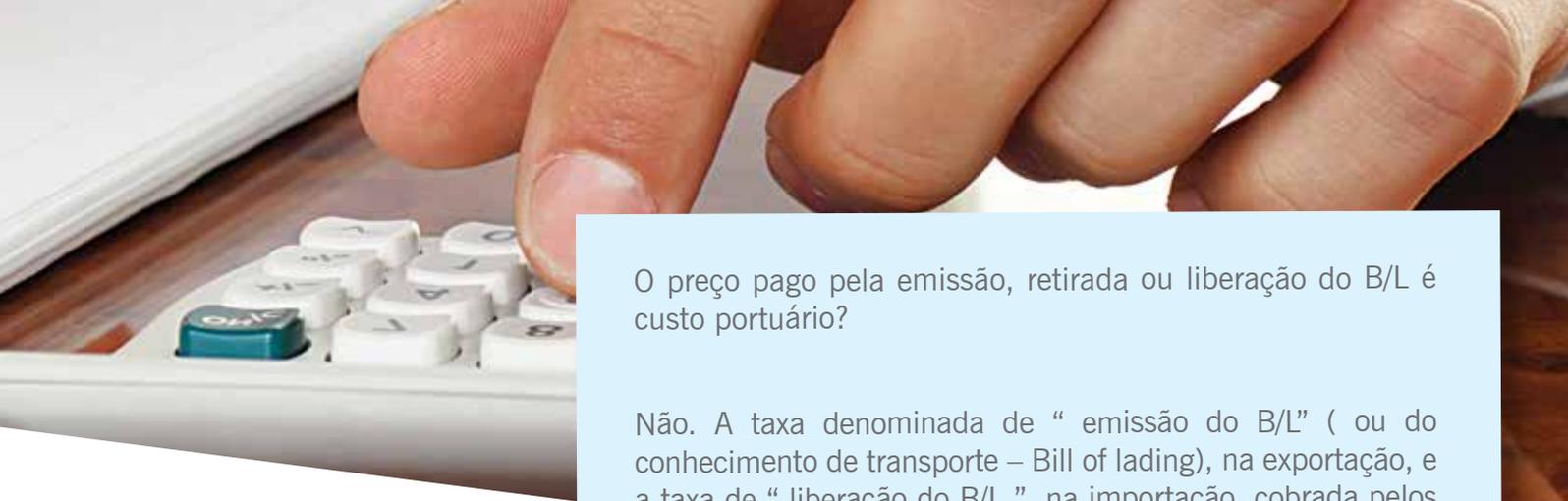
SERVIÇO	DESCRIÇÃO
Estufagem ou ovação	Enchimento ou consolidação de cargas soltas em contêineres nas dependências do porto, por conveniência do dono da mercadoria;
Transporte de contêiner vazio	No caso da ovação do contêiner ser efetuada no porto, caberá ao exportador pagar o transporte do contêiner vazio desde o terminal de retroárea até o pátio do porto;
Pesagem	Pesagem do contêiner cheio e o manuseio extra dos contêineres (retirada da pilha do pátio) inclusive a abertura para inspeção aduaneira ou de outros órgãos fiscalizadores;
Remoção para inspeção	Retirada da pilha do pátio e abertura para inspeção aduaneira ou de outros órgãos fiscalizadores;
Desova completa	Retirada das mercadorias do interior do contêiner e o carregamento posterior de caminhão a serviço do dono da mercadoria ou a reovação do contêiner;
Transporte interno	Transporte dos contêineres entre locais distintos do terminal por requisição e interesse do dono da mercadoria;
Serviço aos contêineres reefer	1. Acoplamento e o desacoplamento de clip-on em contêineres do tipo conair ou isolados; 2. O fornecimento de energia elétrica e o monitoramento das temperaturas e demais condições;
Serviços em contêineres especiais	Estufagem ou ovação de contêineres tipo flat, open top ou outros tipos.

Desnecessários maiores comentários.

Cabe ao exportador a efetiva defesa dos seus interesses, discutindo, inclusive através da via judicial, as cobranças que entender por abusivas.

Como em toda discussão judicial, o êxito não pode ser garantido, mas não se pode negar que um bom e consistente amparo legal garante os direitos dos exportadores.

Ainda sobre a matéria, válida a transcrição da ementa do Parecer 119/2013/CARG/PF-ANTANQ/PGF/AGU, verbis:



O preço pago pela emissão, retirada ou liberação do B/L é custo portuário?

Não. A taxa denominada de “ emissão do B/L” ( ou do conhecimento de transporte – Bill of lading), na exportação, e a taxa de “ liberação do B/L ”, na importação, cobrada pelos armadores, através dos agentes de navios é custo adicional ao frete marítimo, não se constituindo, portanto, em custo portuário.

PORTO ORGANIZADO. REGIME TARIFÁRIO. COMPETÊNCIA. AGÊNCIA REGULADORA. COBRANÇA INDEVIDA. ILEGALIDADE.

É competência da ANTAQ a supervisão e fiscalização das atividades desenvolvidas no porto organizado, razão pela qual também é sua a verificação da legitimidade da cobrança de valores, pela utilização da infraestrutura portuária, por quem quer que seja, e a que título for.

→ A cobrança de “ taxas” de lacre, de ENS, de ISPS, entre outras pelos armadores dos exportadores é contrária aos limites definidos pela regulação do serviço, no âmbito dos portos organizados.

A fixação de tarifas dentro do porto organizado é competência da ANTAQ, nos termos da Medida Provisória 595/2012, devendo atuar no caso de desvio ou ilegalidade.



Afonso Lourenço e Felipe Lourenço,  
da Lourenço e Rodrigues Advogados

Recentemente, os exportadores foram cobrados por uma “taxa de scanner” no Porto de Santos-SP, a qual, agora, através de entendimento interpretativo exarado pela Alfândega daquele Porto, teve reconhecido o caráter de que o procedimento se reveste de ato de segurança pública portuária, pelo que não pode, como em verdade nunca deveria ter sido, repassado ao exportador.

Em resumo, várias são as descabidas cobranças, como exemplo: taxa de Upgrade, taxa de argola; assim cabe aos que são indevidamente cobrados, não só a reclamação, mas sim a efetiva procura pela defesa dos seus direitos. ☹️

# Fazenda da Floresta



## Medalha de Bronze para o café de d. Carolina de Assis Isabel Campos

*Prof.<sup>a</sup> Leila Vilela Alegrio*

**D**urante a árdua tarefa de escrever sobre o cotidiano familiar, social e da administração nas fazendas de café do século XIX, chamou a atenção o noticiário do jornal Vassourense de 1883, que cita d. Carolina de Assis Isabel Campos, fazendeira de Juiz de Fora, entre os premiados na Exposição Internacional de Amsterdã, da qual participaram 879 fazendeiros.

É possível apenas imaginar como foi o dia a dia desta cafeicultora. Nas entrelinhas dos inventários *post mortem*, no entanto, podemos extrair dados importantes que nos levam a algumas hipóteses sobre a vida de Carolina na fazenda da Floresta.

Em 1873, morreu seu marido Francisco Ribeiro de Assis, e, após a abertura do inventário, vemos, na relação dos bens, que ele possuía naquela ocasião, além de muitos animais, como vacas e bestas, mais de cem escravos, 211 mil pés de café, quinhentos alqueires de terras e muitas dívidas ativas, que chegavam a 166:268\$258 contos de réis, valor superior ao da avaliação de seus escravos, que foi de 112:760\$000 contos de réis. O monte-mor alcançou 508:141\$968 mil réis, cabendo à inventariante d. Carolina, da meação com seus filhos herdeiros, 253:958\$369 mil réis.

A partir desses dados, é possível cogitar que Francisco ainda não estava totalmente envolvido

com a cafeicultura, já que havia em torno de 64 mil pés de café novos, de até dois anos. Qual era então a sua atividade principal? Como acontece, tradicionalmente, até os nossos dias, Francisco era um fazendeiro que se dedicava, sobretudo, à pecuária e ao empréstimo de dinheiro, pois praticamente um terço de seus bens consistia em dívidas ativas.

Até aqui, os números nos informam sobre a vida da uma família. Mas e d. Carolina?

Ela nasceu em 3 de maio de 1834 e deve ter se casado aos 29 ou 30 anos, portanto, um pouco tardiamente para a época, o que lhe deve ter permitido adquirir maturidade, em família, antes do matrimônio. Do seu inventário, podemos extrair ainda outros dados sobre esta senhora. Em 1873, quando morreu seu esposo, ela tinha cinco filhos, sendo a mais velha Maria Carolina, de 9 anos, e a pequena caçula Francisca, de apenas dois meses e que morreu em 1876.

Sua primogênita, Maria Carolina, casou-se em 15 de agosto de 1888 com o dr. João Nogueira Penido, que, de acordo com sua biografia, era um médico de renome formado pela Faculdade de Medicina do Rio de Janeiro, em 1883. Com diversos cursos na Europa (Paris), trabalhou em hospitais de Viena e Berlim. Anos mais tarde, já na República, tornou-se político, assumindo o cargo de vereador e presidente da Câmara Municipal de Juiz de Fora.

Podemos acreditar que o genro de d. Carolina não teve nenhuma influência em seus negócios de fazendeira. E seus outros filhos? Ignácio Ribeiro de Assis estudou advocacia em São Paulo e casou-se com d. Olga Burnier, com quem teve uma filha, mas morreu antes de sua mãe, d. Carolina. Sua outra filha Anna Carolina deve ter ficado ao lado da mãe até morrer, ainda solteira, aos 42 anos. O filho Theodorico, que se casou com d. Emerenciana Barbosa Alves de Assis, pode ter sido o único a ajudar a mãe na fazenda, mas como em 1883 tinha só 12 anos, é improvável que tenha sido determinante para que d. Carolina ganhasse o prêmio da exposição de Amsterdã.

Muitos podem argumentar que d. Carolina foi orientada por terceiros para poder administrar sua fazenda com tanta maestria, porém, mesmo que isso tenha acontecido, é preciso dizer que ela teve ousadia suficiente para multiplicar seu patrimônio e legar aos filhos uma verdadeira fortuna em bens imóveis, ações e debêntures, além da fazenda da Floresta.

D. Ana Carolina conseguiu transformar os 253:958\$369 mil contos de réis recebidos por meação após a morte de seu marido Francisco, em 1874, em um monte-mor de 1.679.140\$100 conto de réis, em 1913, quando foram avaliados os bens deixados por ela. Coube a cada um de seus filhos a soma extraordinária de 419:786\$525 contos de réis. Infelizmente, em seu inventário *post mortem*, por esquecimento ou omissão, não foram avaliados joias e outros objetos de luxo que ela devia possuir em seu palacete de Juiz de Fora, onde morava na época, assim como não foi possível conhecer o maquinário de sua fazenda. No entanto, lá havia 320 mil pés de café, ou seja, cem mil pés a mais em relação ao que fora declarado por ocasião da morte do marido.

A fazenda da Floresta passou para o filho de d. Ana Carolina, Theodorico. Em sociedade com o cunhado, ele administrou a propriedade que permanece até hoje na família





Presidente Ricardo Silveira com todos os ganhadores

## Edição Especial dos Melhores Cafés do Brasil chega ao mercado

A partir deste mês, consumidores de todo o país poderão adquirir em lojas gourmets, mercados especiais, em cafeterias e em sites das próprias indústrias, as marcas que integram a 12ª Edição Especial dos Melhores Cafés do Brasil – Safra 2015. Em embalagens sofisticadas de 250 gramas, essas marcas foram elaboradas com os grãos finalistas do 12º Concurso Nacional ABIC de Qualidade do Café.

No lançamento desta edição foi realizado em São Paulo, pela ABIC, os participantes puderam degustar os cafés elaborados pelas três empresas campeãs do leilão realizado em janeiro, quando adquiriram os lotes selecionados durante o Concurso Nacional ABIC: Cooperativa dos Cafeicultores da Região de Pinhal (Coopinhal), com a marca Gran Reserva, campeã na categoria Diamante, pelo maior investimento em qualidade, com a aquisição de 1 saca do produtor Paulo Rogério Marchi, de Serra Negra (SP), pelo valor recorde de R\$ 10.020,16; Il Barista Cafés Especiais, de São Paulo, rede de cafeterias vencedora na Categoria Ouro, pelo maior valor de aquisição para compra mínima de 4 sacas, tendo arrematado por R\$ 1.590,00 uma saca de café cultivado por João da Silva Neto, de Araponga (MG), que foi o produtor campeão do concurso, com nota final de 8,72 pontos; e Café do Mercado, de Porto Alegre (RS), vencedora na Categoria Especial, pelo maior lance dado em um Microlote, tendo arrematado as 2 sacas de café da produtora Maria Aparecida Maciel Gomes, de Japira (PR), por R\$ 1.500,00 a saca.

Neste ano os lotes do concurso foram avaliados por um Júri Técnico e também quanto à Sustentabilidade das propriedades rurais e suas Boas Práticas de Produção. De forma inédita, os cafés ainda passaram pelo crivo dos Júris Populares nos cinco estados participantes (SP, PR, MG, BA, ES), incorporando, assim, a opinião dos consumidores nas notas finais desses cafés premiados.



# BSCA e APEX-Brasil apostam em sucesso do projeto setorial

## “Brazilian Specialty and Sustainable Coffees”

O projeto setorial “*Brazilian Specialty and Sustainable Coffees*”, desenvolvido em parceria pela BSCA e a Apex-Brasil, tem como foco a promoção comercial dos cafés especiais brasileiros no mercado externo. Seu objetivo é alavancar o preço de vendas desses cafés e reforçar a imagem dos produtos nacionais em todo o mundo e posicionar o Brasil como fornecedor de alta qualidade, com utilização de tecnologia de ponta decorrente de pesquisas realizadas no País, visando,

também, expor os processos exclusivos de certificação e rastreabilidade adotados na produção nacional de cafés especiais, evidenciando sua responsabilidade socioambiental e incorporando vantagem competitiva aos produtos brasileiros.

Segundo informações veiculadas pela BSCA e APEX – Brasil, já tem se conseguido valores expressivos com esse projeto. Na 28ª Exposição Anual da Specialty Coffee Association of America – 28th Annual SCAA Exposition, em Atlanta, nos EUA, comercializou-se US\$ 20 milhões nos quatro dias do principal evento mundial do setor e espera-se concretizar mais US\$ 60 milhões nos próximos 12 meses.

Segundo a executiva da BSCA, Vanúsia Nogueira, resultados um pouco mais modestos, porém importantes, foram obtidos em outros eventos. “Na principal feira de café da Austrália, a Melbourne International Coffee Expo – MICE 2016, os negócios fecharam em US\$ 6 mi e esperamos realizar mais US\$ 15 mi nos próximos 12 meses. Já na China na maior feira do setor de

hotelaria e food service na China, a Hotelex Shanghai Expo Finefoods foram realizados US\$ 500 mil em negócios nos quatro dias de evento e há a possibilidade para concretizar mais US\$ 3 milhões nos próximos 12 meses. Por fim na Polônia, na Eurogastro em Varsóvia, que desponta como o principal mercado para cafés especiais no leste da Europa, devido ao tamanho de sua população e por ser a maior economia atual da região, a estimativa de negócios é de US\$ 500 mil”.



28ª Exposição Anual do Specialty Coffee Association of America





Carlos Paulino na abertura

## FEMAGRI da Cooxupé recebe mais de 35 mil visitantes compradores e cresce 25% em negócios

42

A Feira de Máquinas, Implementos e Insumos Agrícolas (FEMAGRI), promovida pela Cooxupé encerrou sua 15ª edição superando as expectativas. Durante três dias, 35.025 visitantes/compradores passaram pelo evento. O volume de negócios cresceu 25% ante aos 120 milhões de reais gerados em 2015.

Um diferencial dessa Feira é a concentração das negociações por meio da operação “Barter”, em que o pagamento dos insumos, equipamentos e maquinário são realizados por meio da entrega do grão na pós-colheita. Atualmente, aproximadamente 75% do volume de negócios ocorrem por meio desse tipo de operação. “Isso estimula o produtor a investir, já que o dinheiro que ele mais conhece é o café”, afirma Carlos Paulino.

O superintendente de Desenvolvimento dos Cooperados da Cooxupé, José Eduardo Santos Júnior, apontou que os valores estabelecidos à saca de café para a troca (R\$ 520,00 para 2016; R\$ 555,00 para 2017; e R\$ 585,00 para 2018) incentivaram os cafeicultores a investirem em tecnologias para melhorar a produtividade de suas lavouras.

Carlos Alberto Paulino da Costa, presidente da Cooxupé, destacou os fatores que impulsionam os resultados do evento. “A dedicação de toda a nossa equipe de colaboradores e dos fornecedores e, principalmente, a confiança dos nossos cooperados que, cada vez mais, estão conscientes da importância de levar tecnologias para suas propriedades, são os fatores que colocam a FEMAGRI no patamar que se encontra hoje. Estamos muito contentes com mais este desafio superado”.



Panorama da Feira



## 21ª Fenicafé

Em Araguari, no Triângulo Mineiro, a Fenicafé – Feira Nacional de Irrigação em Cafeicultura – chegou à sua 21ª edição com o tema “O futuro da Cafeicultura Irrigada em nossas mãos”, ultrapassando a casa dos 32 milhões em volume de negócios realizados na ocasião.

Na cerimônia de abertura contou com a presença de várias autoridades, entre elas, o vice-governador de Minas Gerais, Antônio Andrade (foto); o presidente do CNC, deputado Silas Brasileiro; o prefeito de Araguari, Raul José Belém; o presidente da Federação dos Cafeicultores do Cerrado, Francisco Sergio Assis; presidente do Conselho Deliberativo do Cecafé Nelson Carvalhaes; Deputado Estadual Leonídio Bouças; o superintendente do Banco do Brasil, Fábio Ribas.

A Fenicafé já se consolidou como uma vitrine de produtos e serviços, entre as novidades lançadas em 2016, destacam-se a colhedeira eletrônica da TDI, a Gama Phylgreen, da Tradecorp fertilizantes; o sistema UManage; o inseticida Benevia®; a máquina CaféCap; a Jacto K3500; e a Oxbo 9220, entre outros. O evento é promovido pela ACA e a Federação dos Cafeicultores do Cerrado com apoio do MAPA, Embrapa Café, Prefeitura e Câmara Municipal de Araguari.



# Expocaccer elege nova diretoria



## Diretoria

Presidente: Ricardo Bartholo

Vice-Presidente: Gláucio de Castro

Secretária: Érika Cristina Pires Ruiz

Eleito na última Assembleia Geral Ordinária o novo Conselho de Administração da Expocaccer escolheu, em sua primeira reunião, sua nova diretoria. Pelo período de três anos a Expocaccer conta com Ricardo Bartholo como presidente, Gláucio de Castro como vice-presidente e Érika Cristina Pires Ruiz como secretária do Conselho de Administração.

Após três mandatos consecutivos como vice-presidente, Ricardo Bartholo assume novamente o mais alto cargo da Expocaccer, o qual comandou pelo período de 1998 a 2001 e 2001 a 2004. “Assumir a presidência do Conselho de Administração da Expocaccer é algo que honra qualquer conselheiro. O patamar que a cooperativa atingiu nos últimos anos torna o cargo mais desafiador e de extrema responsabilidade. Atitude e inovação sempre fizeram parte da história da Expocaccer e este é o caminho que nós, Conselho de Administração e equipe da Expocaccer, queremos continuar trilhando. O foco sempre foi e continua sendo ampliar nossos mercados, valorizando o café produzido na nossa Região e agregando valor ao negócio do cooperado. Solidez, transparência e bons negócios para os nossos cooperados, sempre foi a bandeira da nossa cooperativa e esses pilares nos projetaram sempre à frente de todas as expectativas”, declarou o novo presidente.

## Conselho de Administração

Carlos Walter Behrend; Fernando Noguez Beloni; Helvécio Sebastião Batista; Jorge Moreira Marra; José Aparecido Naimeg; José Astrogildo de Oliveira; Lázaro Ribeiro de Oliveira; Marcelo Queiroz; Mariana Velloso Heitor; Maurício Carvalho Brandão; Mauro Galheri e Osmar Pereira Nunes como membros efetivos e como membros suplentes: Enéas Ferreira de Aguiar Neto; Gil César de Melo, Rogério Nunes dos Santos; Valter Batista Reges e Vicente de Paula Arantes.

## Conselho Fiscal

Eduardo de Carvalho Carneiro,

Francisco Pinheiro de Campos e Sebastião Henrique Amaral.

44

# Illycaffè traz arte de Salgado ao Brasil

## Exposição com fotos de cenários do café em países produtores foi aberta em SP

Durante mais de 10 anos, Sebastião Salgado desenvolveu um projeto para a illycaffè em que percorreu países produtores de café de diferentes continentes, registrando com suas lentes a beleza do trabalho e da natureza que mantêm a cafeicultura viva. As imagens produzidas pelo renomado fotógrafo internacional foram expostas em formato de livro, mostras realizadas na Itália (como na EXPO Milão 2015) e agora chegaram ao Brasil.

A exposição “Perfume de Sonho – Uma jornada ao mundo do café”, com 80 imagens de Salgado foi instalada no mezanino do Instituto Tomie Ohtake, na capital paulista. Houve coquetel para os convidados, bem como as presenças de Andrea Illy, CEO da illycaffè, e Juliano Salgado, filho do fotógrafo brasileiro, residente na França.

As expressivas fotografias em preto e branco revelam um trabalho em homenagem às mulheres e aos homens que são essenciais para que os grãos de café cheguem adequadamente, no que diz respeito à qualidade, às xícaras de milhões de apreciadores pelo mundo.



# Lavazza é o novo líder no mercado da França



O Grupo italiano Lavazza passou a ocupar não só a liderança no mercado italiano de café mas também na França. Acabou de adquirir por 800 milhões de dólares a marca líder *Carte Noire* da *Jacobs Douwe Egberts Company*, que surgiu pela fusão da *Mondelez International* e da *D. E. Masters Blenders 1753*. A *Carte Noire* pertencia à *Mondelez International* e a sua venda à Lavazza decorreu de decisão da Comunidade Europeia tomada em face de suas regras sobre concorrência. A marca *Carte Noire* somada às vendas da Lavazza garante à empresa a liderança no mercado Frances.

## Nestlé investe no fomento da produção de café conilon em Rondônia

45

A suíça Nestlé anunciou um investimento de cerca de R\$ 30 mil para ampliar a capacidade do viveiro municipal de mudas de café conilon de Alto Alegre dos Parecis (RO), onde há produção dessa espécie do grão. Conforme informou a empresa em nota, a capacidade do viveiro vai aumentar de 300 mil para 500 mil mudas de café conilon.

O recurso foi repassado à Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável do município, e, segundo a Nestlé, o objetivo é renovar as lavouras de café da região, promovendo “a melhoria da produção local” e (...) “auxiliando no desenvolvimento da cadeia”.

Com a iniciativa, a multinacional suíça, que já compra café conilon na região, pretende desenvolver novos fornecedores para sua fábrica de café solúvel em Araras (SP). Na unidade, é produzida toda a linha da marca Nescafé.

Rondônia é o segundo maior produtor de café conilon do Brasil, atrás do Espírito Santo. Após um crescimento vertiginoso no final dos anos 1990, as produções da região mostraram estagnação seguida de quedas no volume por não terem acompanhado a evolução tecnológica ocorrida no Espírito Santo. Agora, há um nítido esforço para reverter a situação e a ação da Nestlé insere-se nesse propósito.



# Museu do Café lança aplicativo de perguntas sobre o café

Com a tecnologia, os jogadores podem duelar com amigos ou disputar a liderança do ranking individual do jogo

O Museu do Café lançou o WebApp CafeiCULTURA – O quiz do Museu do Café. Baseado em questões relacionadas ao café, o jogo é dividido em diversos assuntos sobre o grão, tornando a brincadeira uma imersão para quem quer se aprofundar no tema após visita à instituição. O aplicativo é gratuito e está disponível no endereço [www.museudocafe.org.br/quiz](http://www.museudocafe.org.br/quiz), e pode ser acessado por meio de smartphones, tablets e navegadores convencionais, não sendo necessário download para jogar.

O CafeiCULTURA é um jogo que apresenta o café em seus mais variados temas de uma maneira divertida e interativa. Com a possibilidade de duelar com amigos ou desconhecidos, o aplicativo é dividido em seis tópicos – Artes e Arquitetura, Barismo, Ciências, Conhecimentos Gerais, História e Museu do Café.



46

# Museu da Imigração promove Seminário sobre pioneirismo dos imigrantes

O MI recebeu o seminário “O Pioneirismo brasileiro em contextos regionais”, evento que evidenciou o valor para a sociedade contemporânea do pioneirismo dos imigrantes.

O encontro foi marcado ainda pelo lançamento do livro “O Brasil Reencontra os Pioneiros: Textos e Contextos Regionais”, organizado pelos professores Jacques Marcovitch e Maria Cristina Oliveira Bruno, ambos da Universidade de São Paulo, também autores de ensaios presentes na obra. O seminário foi um preparo para a próxima exposição sobre as trajetórias de duas dezenas de empreendedores estudados, programada para o ano de 2017, no Museu da Imigração.

José Renato Nalini, Secretário de estado de Educação, na mesa de abertura do seminário ‘Pioneiros e Empreendedores’





## Os desafios para o café de qualidade 47

### Seminário com presença de Andrea Illy discutiu o futuro da cafeicultura como agronegócio

No início de abril, a Sala da Congregação da FEA/USP recebeu o webinar “Os desafios globais do agronegócio café e da cafeicultura”, que contou com palestras do CEO da illycaffè Andrea Illy e do consultor de mercado Ivan Wedekin. Também participaram da coordenação e do debate o Prof. Dr. Samuel Giordano, coordenador da Università Del Caffè Brazil e o Prof. Dr. Décio Zylbersztajn, presidente do Centro de Conhecimento em Agronegócios (PENSA).

Na palestra intitulada “Atualidades do mundo do café, o desafio da mudança climática”, Andrea Illy ressaltou que o consumidor em geral está mais exigente em relação aos produtos na área da gastronomia, o que gera uma boa perspectiva para os negócios. “As pessoas se tornaram mais conhecedoras do café. A globalização e o crescimento das classes médias tendem a gerar mais consumidores”, afirmou.

Andrea explicou que ao mesmo tempo em que o aumento da produção de café se mostra necessário, desafios como as alterações climáticas surgem e exigem que o setor cafeeiro busque novas alternativas para seguir prosperando. No caso específico do Brasil, que deve ser um dos países produtores mais afetados pelas mudanças no clima, o executivo foi otimista e exaltou sua diversidade de clima. “O Brasil tem muita terra e diferenciação climática. Isso pode gerar migração de algumas zonas cafeeiras”, avaliou.

Ivan Wedekin ministrou a palestra, “Desafios do agronegócio brasileiro e implicações para a cafeicultura”, discorrendo sobre a atual conjuntura econômica do Brasil, com foco nos impactos da crise no agronegócio. Após um breve apanhado histórico, no qual exaltou a simbologia do café para o Brasil e definiu o grão como “financiador do desenvolvimento industrial no país”, o consultor admitiu os obstáculos impostos pela crise ao setor, mas lembrou a capacidade da agricultura nacional de crescer mesmo em períodos de dificuldade.

# Federação da Colômbia quer levar recado à indústria

## Colômbia quer mostrar à indústria que preços atuais do café não são sustentáveis

A Federação Nacional dos Cafeicultores (FNC) da Colômbia vem alertando que, diante dos custos de produção muito altos, derivados principalmente da mão de obra, a cafeicultura pode não ser mais economicamente viável. Em entrevista à Revista do Café, Felipe Robayo, gerente comercial da FNC comparou a atual situação dos cafeicultores aos músicos do Titanic, que vêem que o barco vai afundar. “Sabemos primeiro, mas o torrefador acha que está tudo bem. A indústria não está reconhecendo que o mais importante da sustentabilidade é o produtor. E com os atuais custos, o produtor vai ter dificuldade de manter o negócio de café nos próximos anos”, afirma.

O gerente geral da federação, Roberto Vélez Vallejo, está liderando um trabalho para reunir os países produtores e tentar convencer a indústria de que o atual nível de preços do café torna a atividade inviável. E que mais que sustentabilidade ambiental e social, é preciso ter a sustentabilidade econômica do produtor. Vallejo também participou do 21º Seminário Internacional do Café, em Guarujá (SP). Ele encontrou-se com lideranças do setor no Brasil e, durante o evento no litoral paulista, reuniu-se com o presidente do Centro de Comércio de Café do Rio de Janeiro, Guilherme Braga, e com o chefe do escritório da FNC em Nova York, Juan Esteban Orduz, para apresentar suas propostas.

A intenção é fazer um encontro com as nações produtoras e consumidoras na Colômbia no próximo ano para discutir o assunto, aproveitando a comemoração dos 90 anos de existência da Federação Nacional dos Cafeicultores do país. Também devem ser convidados representantes governamentais para imprimir um cunho político ao evento. “A

ideia não é estabelecer cotas ou restringir o comércio, isso é coisa do passado, mas estabelecer um diálogo com a indústria para que ela entenda as necessidades do produtor também”, diz Felipe Robayo.

Além dos problemas relacionados à sustentabilidade econômica, os cafeicultores da Colômbia enfrentam o mais forte El Niño a atingir o país, de acordo com a FNC. A federação também pesquisou os efeitos do fenômeno climático nas lavouras de café em todo o país. A seca afetou quase que totalmente o parque cafeeiro nacional, embora algumas regiões tenham efeitos com intensidade diversa. O El Niño esteve presente no segundo semestre de 2015, mas ocorre-





ram algumas chuvas em outubro e novembro, e foi mais intenso de dezembro até abril deste ano.

O problema climático aumentou a incidência da broca e prejudicou, principalmente, o tamanho do grão e a qualidade. Isso tornou-se um problema para os exportadores que, em muitos casos, não vão conseguir atender alguns contratos que exigem grãos de peneira maior (17 ou 18, por exemplo), explica Felipe Robayo, gerente comercial da federação colombiana. “Vai ter uma produção maior de peneira 12,13, mais que normalmente”, afirma. De acordo com ele, a perda de rendimento é visível. Normalmente, para se preencher uma saca de 70 quilos de café verde é preciso cerca de 94 quilos de pergaminho. Agora, por conta da seca, são necessários mais de 100 quilos, relata o gerente da FNC.

Por isso, a estimativa é de perda de 1 milhão de sacas na produção. A última medição da federação, em março de 2016, apontava que a Colômbia produziu 14,4 milhões de sacas nos últimos 12 meses. Em 2016 (ano civil), a safra deve totalizar 13 milhões de sacas, mas pode-se chegar a 13,5 milhões, estima Robayo. Ele conta que a safra que começará em outubro pode ser boa se as chuvas retornarem. O país fechou 2015 com produção de 14,2 milhões de sacas (ano civil). São duas safras: a principal, que vai de outubro a fevereiro, a mais afetada até agora pela seca, e a secundária, que ocorre do fim de abril até julho.



Juan Esteban Orduz

## Museu da Imigração inaugura Centro de Preservação, Pesquisa e Referência

Setor pretende ser ponto de diálogo entre instituição e pesquisadores interessados na temática do MI

O Museu da Imigração realizou a abertura oficial do Centro de Preservação, Pesquisa e Referência (CPPR), setor que tem como funções a salvaguarda, a pesquisa e a difusão de referências patrimoniais sobre a história das migrações em São Paulo.

O CPPR é uma instância articuladora das várias áreas técnicas e coleções que a instituição possui. É o ponto de encontro entre objetos, documentos textuais, livros, entrevistas de história oral e os saberes de diferentes especialistas. Todo esse conjunto é entendido como uma forma de preservar, pesquisar e divulgar todo o patrimônio cultural abrigado no local. Atualmente, a instituição possui aproximadamente 12 mil itens em sua coleção museológica, 10 mil títulos em sua coleção bibliográfica, 500 entrevistas de história oral. Além disso, possui um arquivo institucional sobre as atividades de pesquisa realizadas pelo antigo Memorial do Imigrante e do atual Museu da Imigração, que poderá ser consultado parcialmente.



Roberto Ticoulat e a equipe do Museu da Imigração

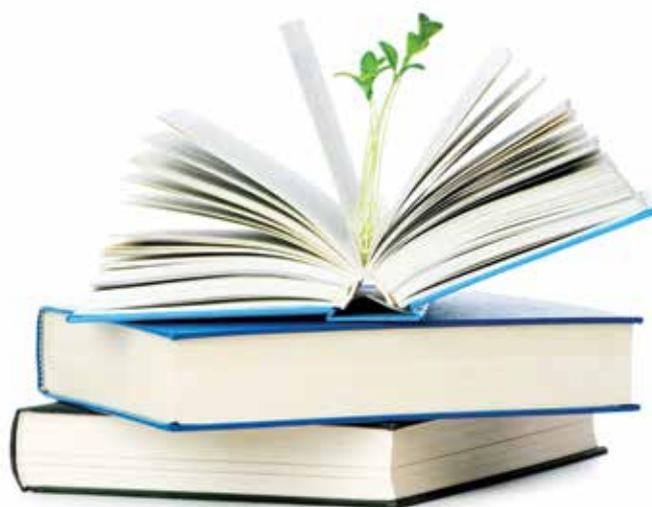
# Fundação Procafé oferece graduação em cafeicultura



A partir de uma parceria com a Universidade de Uberaba (Uniuibe), a Fundação Procafé passa a oferecer o curso de pós graduação em cafeicultura com o propósito de proporcionar o crescimento profissional e disseminar conhecimento e o desenvolvimento de atividades do agronegócio café.

O curso, completo e prático, será realizado com total de 400 horas, com material didático próprio, professores experientes e metodologia especialmente planejada, com aulas/encontros presenciais em finais de semana, visando atender aos participantes que precisam conciliar estudos e outras atividades.

Com a parceria com a UNIUBE, o PROCAFÉ dá um importante impulso na sua atuação voltada para a formação de profissionais nas diversas áreas de café, preenchendo um enorme vazio existente e se credencia como uma das instituições mais presentes e mais identificada com as demandas do setor. Merece destaque, também, a expressiva presença na realização de um número crescente de Dias de Campo.



50

## BTG Pactual anuncia cisão do negócio de commodities

O BTG Pactual anunciou a cisão de sua unidade de negociação de commodities e criação de uma nova companhia chamada *ECTP Engelhart Commodities Trading Partners*, com sede em Luxemburgo, que irá reunir a plataforma de commodities. A nova companhia, que exclui a mesa de trading de energia do Brasil, terá aproximadamente 1,6 bilhão de dólares de patrimônio líquido e 5,7 bilhões de dólares em ativos totais.

Desde a sua criação, a plataforma de Commodities cresceu globalmente em termos de tamanho e escala de suas operações. “A segregação é resultado de tal crescimento e maturidade, e é esperado que ela otimize a estrutura de capital da plataforma de commodities, de modo compatível com a de seus principais concorrentes. Representa uma nova era para a área de commodities, mas com a preservação de nossos principais valores, sendo que a priorização de relacionamentos de longo prazo com os nossos clientes permanece como um dos principais objetivos”, destaca a empresa em seu comunicado sobre o assunto.



# CNC critica “atrocidades cometidas pelo atual Governo nesse apagar das luzes”.

O Presidente do CNC, Silas Brasileiro, criticou os últimos atos da gestão atual do MAPA, encerrando “lastimáveis ações no que diz respeito à política destinada ao setor, as quais repudiamos de prontidão obtendo apoio dos deputados e senadores da Frente Parlamentar da Agropecuária (FPA)”, à revelia do setor da produção. São elas:

## 1) IMPORTAÇÃO DE CAFÉ

O primeiro deles foi a publicação, no DOU da Resolução nº 1 da Secretaria de Defesa Agropecuária do MAPA, a qual revoga a Resolução nº 3, de 20 de maio de 2015, que suspendia a importação de grãos verdes de café provenientes do Peru até que a Organização Nacional de Proteção Fitossanitária (ONPF) daquele país apresentasse plano de trabalho ao Departamento de Sanidade Vegetal. De acordo com o CNC, abre-se a possibilidade de que praga existente no Peru (monília – moniliophthor roreri) que atinge as lavouras de cacau, produto que compartilha, no Peru, equipamentos de preparo de café, possa ser trazida para o Brasil, via contaminação dos grãos de café.

## 2) PREÇO MÍNIMO

Foi publicada na também a Portaria nº 92, de 10 de maio de 2016, que reajustou em 7,57% os preços mínimos dos cafés arábica (congelado desde 2013) e conilon, que saltaram, respectivamente, de R\$ 307,00 para R\$ 330,24 e de R\$ 193,54 para R\$ 208,19. O fato foi criticado pelo CNC na reunião da FPA, primeiramente porque, após três anos de congelamento, a correção no valor do arábica foi irrisória, bem como a no do robusta, com o Governo demonstrando total desrespeito com o principal setor social do Brasil ao desconsiderar os elevados custos de produção.

## 3) JUROS DO FUNCAFÉ

Frente à conturbada condição macroeconômica do Brasil, o CNC, em 11 de fevereiro de 2016, encaminhou ofício à ministra da Agricultura, Kátia Abreu, solicitando esforços para que este cenário não contaminasse as linhas de crédito do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (Funcafé).

À época, houve o comprometimento do Ministério em manter a tributação para as linhas do Funcafé (ao setor da produção) nos níveis praticados em 2015, no entanto, foi publicada no DOU a Resolução nº 4.485, a qual elevou as taxas efetivas de juros do Fundo para 9,5% a.a. às linhas de Custeio, Estocagem, Opções Privadas e Operação em Mercados Futuros, Recuperação de Cafezais Danificados e FAC para cooperativas de produção que exerçam as atividades de beneficiamento, torrefação ou exportação; e para 11,25% a.a. para as linhas de Capital de Giro para Cooperativas de Produção, Indústria de Torrefação, Indústria de Solúvel e FAC para demais instituições que não cooperativas de produção.

O CNC, juntamente com os membros da Frente Parlamentar da Agropecuária se comprometeram a unir esforços com o Conselho Nacional do Café no sentido de combater as atrocidades cometidas pelo atual Governo nesse apagar das luzes.









Fachada do Café Gambrinus

## Série *As 10 mais belas Cafeterias do mundo*

### Café Gambrinus Nápoles – Itália

Fundado em 1960, o Café Gambrinus logo foi reconhecido por decreto como “fornecedor da Casa Real”.

O Gambrinus é lendário não só por ser o mais antigo Café da cidade, mas porque desde que abriu em meados do século 19 tem recebido a realeza, artistas e celebridades atraídos por seu belo interior

Ao longo de sua história, recebeu personalidade de todos os países e clientes fiéis como : Gabriele D’Annunzio, que em uma mesa de café escreveu a poesia “ *O Vucchella*”, mais tarde musicada por FP Tosti, e registrada por Caruso em 1919; Benedetto Croce;



Matilde Serao; Eduardo Scarpetta; Totó; De Filippo(it); Ernest Hemingway, Oscar Wilde; Guy Maupassant; Jean Paul Sartre, que marcaram suas presenças através de um poema, uma dedicatória ou uma foto.

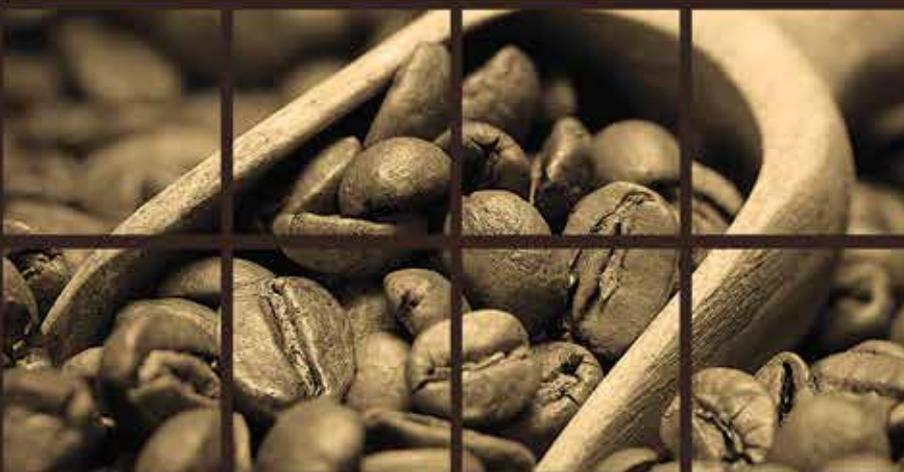
A decoração interna do Gambrinus foi confiada aos melhores pintores da escola napolitana, e hoje ainda se pode admirar seus afrescos, como também os frisos florais que anunciavam a Art Nouveau.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO, SECRETARIA DA  
CULTURA E MUSEU DO CAFÉ APRESENTAM



Centro de Preparação de Café  
MUSEU DO CAFÉ



Com nova estrutura,  
o **CPC** dedica-se a oferecer  
 **cursos, oficinas, workshops**  
e **palestras** para diversos  
tipos de público.

Tem como objetivo **estimular**  
**a busca por conhecimento**  
**sobre o grão** e **capacitar**  
**profissionais especializados.**

Confira as atividades e  
obtenha mais informações em:  
[www.museudocafe.org.br](http://www.museudocafe.org.br)



Rua XV de Novembro, 95 - Centro Histórico - Santos - SP  
Tel.: (13) 3213-1750 | Horários: terça a sábado, das 9h às 17h  
Domingos, das 10h às 17h | Sábados com entrada gratuita  
Ingresso: R\$ 6,00 | [www.museudocafe.org.br](http://www.museudocafe.org.br)

 /museudocafe



Realização





# 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