



# O Café nas Olimpíadas

**N**o Boulevard Olímpico, área mais badalada durante os Jogos Olímpicos e a Paralimpiada Rio 2016, com grande afluxo de visitantes, a APEX Agência Brasileira de Promoção de Exportações e de Investimentos montou a CASA BRASIL em um dos antigos armazéns do cais do Porto, refor-

mado, em uma área de 12.000 m<sup>2</sup>, reunindo as representações de inúmeros produtos e setores da economia brasileira.

No ambiente da CASA BRASIL promoveram-se seminários, rodadas de negócios, exposições e degustações de produtos brasileiros, juntando empresários nacionais e com-

pradores estrangeiros. Em paralelo às agendas de negócios foram realizados painéis de debates sobre três temas relacionados com as Olimpíadas e a indústria nacional: Tecnologia & Saúde, Alimentos Funcionais e Tecnologia Assistiva, envolvendo cerca de 120 empresas brasileiras e estrangeiras.



Celso Merola Jinger (MAPA), José Ferreira, Diretor da Copercanol, Guilherme Pires Neto, Presidente do SindiCom-Café, e José Mauricio Soares, SEBRAE

## Exposições e Interações

Seminários voltados para a metodologia de internacionalização de empresas e para a atração de Fundos de Participação, despertaram grande interesse. A programação incluiu também o lançamento do Guia de Oportunidades de Investimentos pelo Itamaraty, MDIC e Apex. O Embaixador Roberto Jaguaribe, Presidente da APEX, destacou que “além da promoção de negócios, a Casa Brasil serviu para impulsionar o potencial das exportações e atrações de investimentos em linguagem de fácil entendimento, que valoriza os produtos e serviços brasileiros”. Neste contexto, a Exposição “O Brasil no mundo”, ao transmitir informações sobre setores como design, gastronomia, música e arquitetura, e um Mapa Interativo, mostrando ao público dados sobre a presença de produtos brasileiros no exterior, e exibindo vídeos sobre a indústria e a cultura brasileira, em 3D, proporcionou uma visão ampla das ações da APEX. A estimativa da APEX é a de que a CASA BRASIL recebeu, no período dos eventos – 4 de agosto a 18 de setembro – cerca de meio milhão de visitantes.



Público do Espaço das Artes do Café



5



Vanusia Nogueira

## O Café

O café teve uma presença marcante e despertou grande interesse do público. Ocupando, em local nobre da CASA BRASIL, uma área de cerca de 400 m<sup>2</sup>, denominada de “Espaço das Artes do Café”, a BSCA (Associação Brasileira de Cafés Especiais), Vanusia Nogueira à frente, encarregou-se da coordenação, organização e funcionamento do

“stand”. Através de parcerias com a indústria e, institucionalmente, com o CCCRJ, Centro do Comércio do Café do Rio de Janeiro, SINDI-COM-Café, Sindicato do Comércio Atacadista do Café do

RJ, e COOPERCANOL –Cooperativa de Café do Norte Fluminense, o local atuou no estilo cafeteria, oferecendo-se degustações de cafés das diversas regiões do Brasil. Apresentações didáticas de

como preparar o café e sobre a fascinante história do café, tiveram grande público. O Espaço do Café permaneceu funcionando no período de 4 de agosto a 18 de setembro, de modo ininterrupto,



Equipe do Rio de Janeiro que atuou na Casa Brasil

A COOPERCANOL, pelo seu Diretor José Ferreira, técnico do MAPA, fez uma apresentação abrangente sobre a cafeicultura fluminense, destacando os avanços alcançados sobretudo na região Noroeste, com a introdução de cafés especiais e conceitos de sustentabilidade. A implantação de um programa de gestão, controle de qualidade e melhoria dos processos de pós-colheita, por meio de projeto financiado pelo SEBRAE, despertou o in-

teresse dos produtores para a melhor classificação de bebida de modo a alcançar padrões especiais, mais valorizados no mercado. Estas ações resultaram, em 2015, no aumento de cerca de R\$ 1,3 milhão na renda de pequenos produtores, com forte influência da agricultura familiar.

Na região Serrana, outro importante núcleo e produção, a mesma preocupação com a necessidade da melhoria da qualidade se observa.

Na Fazenda Cedro, de propriedade da família Nioac de Salles, município de Bom Jardim, vencedora no Concurso de Qualidade do Rio de Janeiro, classificados como cereja descascado, de sabor adocicado e encorpado, leve fragância da flor do café, bebida mole, representando a região do Rio de Janeiro, foram degustados em evento no “Espaço das Artes do Café”, mostrando os avanços da cafeicultura fluminense. ☺

