



Brasileiros são apaixonados por café, e o consumo do produto continua a crescer anualmente

Puro, com leite, ou ainda mais elaborado, misturado a bebidas alcóolicas ou outros ingredientes. Quente ou frio. Coado, solúvel, expresso ou em cápsulas. Moído ou em grãos. Em casa, na rua ou no trabalho. As opções e ocasiões para consumir café são variadas. Quase unanimidade é a adoração dos brasileiros pelo produto nativo das regiões altas da Etiópia e que foi o carro chefe da economia nacional durante décadas. Uma pesquisa realizada em 2021, pelo Instituto Axxus, sobre *Hábitos e preferências dos consumidores de café no Brasil*, revelou que 56% dos 4,2 mil entrevistados afirmaram “gostar muito”, 23% “gostar” e 16% “gostar moderadamente” da bebida. Apenas 5% declararam “não gostar” dela. Mais do que isso, o levantamento confirma que o café não é apenas a bebida mais consumida no Brasil, depois da água, mas que “o consumidor continua demonstrando que tem uma relação emocional e afetiva com o produto e que a experiência de beber café é um dos prazeres da vida, além de uma forma de melhorar o humor e a disposição”.

Segundo o diretor executivo da Associação Brasileira da Indústria de Café (Abic), Celirio Inácio, o café tem crescido de modo sustentável no Brasil. Se considerados os dados de 2017 em diante, o consumo aumenta cerca de 2% anualmente. “O consumo interno de 2021 foi de 21,5 milhões de sacas de café, aumento de 1,71% em relação ao ano anterior. O consumo cresce mesmo em um momento em que o café chega para o consumidor com preços mais altos. Isso reforça a ideia que o brasileiro não abre mão da bebida no seu dia a dia. Entendemos que, por conta desse cenário, o consumidor está, sim, mais exigente” declara o representante da entidade.

Para Celso Luis Rodrigues Vegro, engenheiro agrônomo, mestre em Desenvolvimento Agrícola, e pesquisador científico do Instituto de Economia Agrícola da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo, as virtudes da cafeicultura brasileira incluem o fato de o café ser plantado em quase todo o país, do norte do Paraná a Rondônia. “Os variados climas e as condições ambientais diferenciadas encontradas ao longo do Brasil oferecem terroir, oferecem sabores, qualidades, tipos diversos de café, e o mercado precisa disso: que a bebida surpreenda o apreciador dela”, destaca. Ou seja, temos potencial para oferecer um menu de sabores e qualidades, ao contrário do que acontece em outras nações. Outra

qualidade do setor cafeeiro nacional, segundo Celso, reside nos fatos de o Brasil ser o país que mais desenvolve tec-

nologia na área e reunir os melhores empreendedores. “Enquanto no resto do mundo, como no México, por exemplo, colher-se oito sacas de café por hectare, por aqui chegamos a colher 40 sacas/hectare”, destaca.

Questionado sobre a expectativa a respeito da produção

Qualidade e classificação

Abic promove a Certificação de Qualidade dos cafés, que atesta a qualidade do produto final por meio de uma metodologia de análise sensorial, e classifica e diferencia os produtos nas categorias: Gourmet, Superior e Tradicional e Extraforte. Entenda-as:

Gourmet: são cafés de alta qualidade. Suas notas sensoriais são elaboradas e possuem sabor e aroma mais suaves por causa da seleção cuidadosa dos grãos e de torra controlada. São cafés finos, raros e exclusivos, e deixam um gosto muito delicado e agradável na boca. Para serem classificados como Gourmet, os cafés precisam alcançar uma nota de Qualidade Global (QG) $\geq 7,3$ até 10.

Superior: esses cafés estão na escala intermediária de qualidade. Seu amargor não é tão intenso e geralmente são feitos para quem procura uma experiência diferenciada no hábito de tomar a bebida. Têm sabores e aromas equilibrados e agradáveis, e deixam um gosto prolongado na boca. Para serem classificados nesta categoria, os cafés precisam alcançar uma nota de QG $\geq 6,0$ e $\leq 7,2$.

Tradicional e Extraforte: são os tipos mais consumidos pelos brasileiros. Estão na base da escala de qualidade global da bebida, possuem torra e amargor bem acentuados e normalmente são consumidos pela sua alta rentabilidade. São bons para serem degustados no dia a dia, pois possuem custo bem acessível. Para essa classificação, precisam ter QG $\geq 4,5$ e $\leq 5,9$.

no país depois dos problemas climáticos vivenciados em 2021, Celirio Inácio afirma que “iniciamos o ano com informações de que não passaríamos de 57 milhões de sacas, mas, agora, órgãos como a Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) já falam em 61, 62 milhões. Claro que todas as informações referentes ao clima criam inseguranças de que esse número não será atingido. Por enquanto, temos expectativa de uma safra melhor do que o esperado. De fato, os problemas econômicos, junto ao aumento constante do café na prateleira, em conjunto com o preço da matéria-prima, colocam todo o setor em alerta, e estamos observando o comportamento do consumidor, que diariamente descobre formas de continuar tomando seu café”.

REGRESSO

A Camil Alimentos, atenta à paixão nacional pelo café, optou por ingressar nesse mercado e trazer de volta o produto com a marca União. O movimento faz parte da estratégia de diversificação do portfólio da empresa. “É desafiador entrar em um segmento de mercado bastante consolidado como o de café: tanto pela alta penetração na casa dos consumidores, quanto pela variedade e qualidade de marcas disponíveis. Para enfrentar esse desafio, acreditamos que a força da marca União será reconhecida na categoria de café também”, explica o diretor presidente da Camil Alimentos, Luciano Quartiero. Segundo ele, a maior parte do mercado nacional está concentrada na categoria tradicional/extraforte e, por isso, a empresa a priorizou nesse primeiro momento. “A União vem para atender aos consumidores que buscam marcas em que podem contar com qualidade, confiança e reconhecimento de mercado. Lançamos recentemente a versão Tradicional para quem prefere um café com aroma e sabor marcantes e a Extraforte, para aqueles que preferem um aroma e sabor mais intensos. Temos também as marcas regio-

nais, como Seleteo, Bom Dia e Sul de Minas, adquiridas no ano passado, com foco no mercado de café torrado e moído”, detalha Quartiero. Ciente de que os cafés gourmet e em cápsulas têm ganhado representatividade entre consumidores, e que o café solúvel é procurado por quem quer praticidade, a Camil tem interesse em atuar nestes segmentos em breve.

Categoria	Nov/19 a Out/20 (sacas/ano)	Nov/20 a Out/21 (sacas/ano)	Crescimento %
Empresas associadas Abic	14.585.320	14.989.730	2,77
Empresas não-associadas	5.653.140	5.568.350	-1,50
Total geral de café torrado e moído	20.238.460	20.558.080	1,58
Empresas de café solúvel (*) <small>(*) Fonte: mercado</small>	943.020	985.308	4,48
Total nacional de consumo de café <small>(scs/ano)</small>	21.181.480	21.543.388	1,71
Consumo per-capita: café em grão cru <small>(kg/hab.ano)</small>	5,99	6,06	1,06%
Consumo per-capita: café torrado e moído <small>(kg/hab.ano)</small>	4,79	4,84	1,06%

Fonte: Abic

Versão on-line

<http://pointcm.com.br/online/cafe2022/>

Projeto e comercialização: Point Comunicação e Marketing Tel.: (11) 31670821 – point@pointcm.com.br | Redação e edição: Gustavo Dhein | Layout e editoração eletrônica: Maniolo Pacheco e Sergio Honorio

SUSTENTABILIDADE

A busca por um café social, ambiental e ecologicamente correto

Setor se preocupa, cada vez mais, com a adoção das melhores práticas na cadeia do produto

Adoção de práticas sustentáveis está se difundindo por diversos setores, e o de café não fica de fora. Trata-se de uma exigência cada vez maior por parte dos consumidores e de uma necessidade para o futuro do planeta. Para Celso Luis Rodrigues Vegro, engenheiro agrônomo, mestre em Desenvolvimento Agrícola, e pesquisador científico do Instituto de Economia Agrícola da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo, a produção cafeeira no Brasil é sustentável e sempre teve componentes nesse sentido. Ele destaca, entre outras coisas, o Novo Código Florestal vigente no país, que completou 10 anos recentemente. Além disso, ressalta que há vários trabalhos sendo desenvolvidos no setor, como, por exemplo, os relativos ao emprego de bioinsumos para diminuir emissões no uso de fertilizantes, à otimização na correção de acidez do solo (já que o calcário também emite CO₂) e ao menor emprego de defensivos nas lavouras.

A Associação Brasileira da Indústria de Café (Abic) promove, desde 2007, o Programa Cafés Sustentáveis do Brasil, que pretende estimular a sustentabilidade em toda a cadeia produtiva, do processo agrícola até a industrialização. Com isso, quer, também, oferecer garantias ao consumidor de ele estar acessando cafés produzidos seguindo regras que preservam o meio ambiente e respeitam o produtor ao auxiliá-lo em suas necessidades básicas e fundamentais para uma vida e um trabalho dignos, valorizando-o como ser humano e cidadão.

EXEMPLO

Empresas também investem para garantir a produção sustentável. A Nestlé é um exemplo. “Hoje, 100% do nosso café é certificado e rastreado. Isso quer dizer que nossas fazendas fornecedoras passam por auditorias periódicas, e sabemos de

onde vem cada xícara de café. Essa proximidade com o campo é o que nos permite apoiar o produtor e estimular práticas cada vez mais sustentáveis, numa melhoria contínua”, descreve Taissara Martins, gerente de Sustentabilidade de Cafés Nestlé.

Segundo ela, as boas práticas na cafeicultura representam respeito por quem produz e por quem bebe o café. “Isso quer dizer que nos beneficiamos – como empresa, produtores e consumidores – não apenas com a qualidade do produto, mas com a tranquilidade de saber que o cultivo não foi prejudicial ao meio ambiente ou à comunidade envolvida”, explica. A Nestlé acredita, segundo Taissara, que a agricultura regenerativa é o futuro do setor. Isso porque “regenerar é sobre devolver mais do que se retira, é sobre replicar práticas que imitam a natureza, mas ainda combinando produtividade e qualidade”. Para ela, é preciso entender que a pauta climática não é mais assunto apenas para ativistas ou conhecedores das causas ambientais, e a agricultura é um dos poucos setores que estão nos dois lados da moeda: o do problema, mas principalmente, o da solução. “E a agricultura regenerativa é sobre esse novo olhar: o de resgatar o equilíbrio, sem abandonar a tecnologia, a produtividade e a qualidade”, diz.

Desde 2011, a Nestlé mantém o programa *Cultivado com Respeito*, que apoia mais de mil famílias de produtores rurais e exige o atendimento de mais de 150 itens relacionados a direitos humanos, qualidade e meio ambiente. Em 2021, com uma década de trabalho junto aos cafeicultores, ela decidiu dar um novo passo: começar o projeto *Regenerar*, que tem o objetivo de trazer um novo olhar para a cafeicultura, conver-



Isantili

tendo as fazendas em regenerativas e neutras em emissão de carbono. “Em relação às nossas metas de sustentabilidade, temos intenção, para esse ano, de garantir que 100% das nossas fazendas adotem ao menos uma prática de agricultura regenerativa, e que tenhamos, até o fim de 2022, 35 propriedades modelos que sejam neutras ou negativas em emissões de carbono. Além disso, vamos plantar, até 2025, 3 milhões de árvores nativas na mata atlântica em parceria com a ONG SOS Mata Atlântica, recuperando mais de 1,2 mil hectares de bioma, fazendo acompanhamento físico do crescimento dessas árvores por 5 anos, e acompanhamento remoto por mais de 25 anos”, relata Taissara.

Diversidade acessível via internet

Amantes do café estão com a vida cada vez mais facilitada. Sites especializados na bebida difundiram-se nos últimos anos, permitem fazer uma seleção muito rica de pós, grãos e/ou cápsulas e, ainda, recebê-los em casa.

Na Café Store (www.cafestore.com.br), por exemplo, há diversos tipos de café e também acessórios para o preparo da bebida. Segundo o site da empresa, “todos os grãos disponíveis são especiais do tipo arábica, e grande parte deles é certificada e premiada”, e o cliente tem a oportunidade de descobrir novos sabores e aromas com as marcas e safras exclusivas oferecidas.

Outra opção é o MelhorCafé (melhorcafe.com). Há quase três anos, ele

nasceu para ajudar produtores e torrefadores de pequeno e médio portes a vender seus produtos online de forma competitiva. Segundo a página do empreendimento, trata-se do primei-



Bubbers

ro marketplace de cafés especiais da América Latina. Pela plataforma o produtor e torrefador do produto vende e envia diretamente para o cliente.

ASSINATURAS

Boa opção pode ser associar-se a clubes de assinatura. Um site que oferece essa modalidade é o Moka Clube (www.mokaclube.com.br), que além de proporcionar acesso a uma loja bastante rica, permite ao cliente fazer um plano em que ele recebe um café especial diferente a cada mês.

A Grão Gourmet (www.graogourmet.com) também oferece assinatura. Ao fazê-la, o cliente passa a receber um café gourmet diferente com a torra fresquinha a cada 30 dias. Pode-se escolher o tamanho e a quantidade de embalagens desejados por período, o tipo de café (moído ou em grãos) e a torra (média-clara e média).

POINT 30
COMUNICAÇÃO E MARKETING ANOS

ANUNCIE NOS NOSSOS
CADERNOS ESPECIAIS EM 2022:

SAÚDE
TECNOLOGIA
COMPORTAMENTO
INFRAESTRUTURA
FINANÇAS
AGRO
NEGÓCIOS
BEM-ESTAR

CONSULTE NOSSA AGENDA



(11) 3167-0821

WWW.POINTCM.COM.BR
CADERNOESPECIAL@POINTCM.COM.BR

PREPARO

Dicas simples para obter um café com mais qualidade

Coador é a principal forma de preparo da bebida no país, e cápsulas ganham mercado

A pesquisa sobre os *Hábitos e preferências dos consumidores de café no Brasil*, do Instituto Axxus, revelou que a principal forma utilizada pela população para preparar a bebida é o uso de coadores de pano. Há algumas dicas simples que podem ajudar a obter uma bebida ainda mais saborosa com o emprego desse método.

A primeira delas é selecionar um bom café. Para isso, a própria internet pode ser uma aliada, já que ela garante acesso a uma ampla diversidade de marcas e tipos da bebida de várias regiões do Brasil. Verifique, por exemplo, se o café possui certificado de qualidade.

Quanto ao preparo propriamente dito, um dos aspectos que merecem atenção é a água. O líquido não deve chegar a ferver. A recomendação é de

que ela seja usada numa temperatura entre 90 e 95 graus (se a água estiver muito quente, ela pode queimar o pó e deixar o café amargo em excesso). Ainda: prefira água filtrada ou mineral!

Sobre o coador de pano, antes de usá-lo pela primeira vez, é importante

deixá-lo de molho para tirar o gosto de tecido. Faça isso usando água fervente com café. Outra dica é que o pó deve ser colocado no filtro de forma espalhada, uniformemente, e não se deve compactar e nem apertar a camada de pó.

Na hora de coar a bebida, a água deve ser despejada de forma a umedecer o café por completo. Pode-se começar molhando das beiradas para o centro do coador em movimentos circulares. Não é indicado usar uma colher para ajudar no processo. Finalmente, prepare uma quantidade de café para ser consumida na hora. A partir de 30 minutos depois de pronta, a bebida começa a oxidar, o que altera o paladar e o aroma.

CÁPSULAS

Cada vez mais pessoas se rendem às máquinas que preparam os cafés em cápsulas. Os motivos para isso, segundo Tiago Buischi, gerente da Nescafé Dolce Gusto, incluem o fato de tratar-se de um segmento de alto valor agregado, o que faz com que a maioria das marcas disponibilize cafés de melhor qualidade nesse formato, que permite que ela seja preservada até o momento do consumo (evitando o contato do café com o ambiente). “Além da qualidade, a conveniência é um claro diferencial para o consumidor, pois é possível preparar cada dose em segundos e obter uma bebida



makidotvn

sempre fresca e sem desperdício”. Por fim, segundo ele, as cápsulas permitem experimentar diversos sabores, intensidades, origens e bebidas típicas de cafeteria, como capuccinos e latte machiatos, sem sair de casa. Buischi também orienta sobre a escolha da máquina. “Cada marca possui seu portfólio de cafés e bebidas, que não é compatível com máquinas de outras empresas. Portanto, é importante observar isso e casar esse aspecto com as preferências de cada um”, explica.

Bebida pode ser aliada da saúde

O site da Abic (www.abic.com.br) traz uma área com diversas informações sobre “Café e Saúde”, que merece uma consulta. O conteúdo, bastante acessível, aborda estudos realizados sobre a relação da bebida com o sistema cardiovascular, com doenças degenerativas (como Parkinson e Alzheimer), com o metabolismo, com o sistema respiratório, com o sistema nervoso central, entre outros. Assim como acontece com qualquer outro tipo de bebida ou alimento, evidentemente, excessos no consumo podem ter efeitos nada bem-vindos, mas de maneira geral, a ingestão moderada de café se revela positiva.

NESCAFÉ
ORIGENS
do Brasil

Colmeia

24
MAIO

No dia Nacional do Café, te convidamos a experimentar o poder transformador de um café regenerativo.

EDIÇÃO ESPECIAL

NESCAFÉ
ORIGENS
do Brasil

CAFÉ ESPECIAL 100% ARÁBICA
SERRAS DO ALTO PARANAÍBA

Café cativado em 8 Países da América do Sul

INTENSO ***** 9

COM POTE DE MEL do Brasil

CONTÉM: 1 LATA DE NESCAFÉ ORIGENS COLMEIA, 1 POTE DE MEL DO BRASIL

EDIÇÃO LIMITADA

Entenda como café e mel estão intimamente ligados, e conheça mais sobre a cafeicultura do futuro:

WWW.NESCAFEORIGENS.COM.BR

Experimente Café união

Sabor que transforma
café em união.

O seu açúcar preferido
agora também é café.

