

Veículo: CAFÉ POINT	Editoria: Notícias	Página:	Data: 25/02/2015
Tipo: INTERNET	Assunto: Cafés Especiais do Brasil atendem às diferentes demandas mundiais		
Unidade citada jornal Consórcio Pesquisa Café e Embrapa Café			
Fonte citada: Dirigente [] Chefe [] Outros empregados [] Sem citação [] Pesquisador []		Presença do nome: Capa [] Manchete [] Rodapé/legenda [] Citação [] Título [] Destaque no texto []	
Posição Gráfica: 02 elementos gráficos [] 03 elementos gráficos [] 04 elementos gráficos [] 05 ou mais elementos []		Ocupação na Página: 1/4 [] 2/4 [] 3/4 [] 1 página [] 2 páginas [] 3 ou mais páginas []	
Gênero: Crônica [] Entrevista [] Nota Informativa [] Notícia [] Artigo [] Coluna [] Reportagem [] Editorial [] Nota opinativa [] Carta ao leitor [] Charge [] Agenda []			
http://www.cafepoint.com.br/noticias/producao/cafes-especiais-do-brasil-atendem-as-diferentes-demandas-mundiais-93552n.aspx			



CAFÉ POINT O ponto de encontro da cadeia produtiva do café

Buscar Conteúdos

Cafés Especiais do Brasil atendem às diferentes demandas mundiais

postado em 25/02/2015

[Comente!!!](#)

A+ a-

Tweetar 0 Curtir 75 +1 0 Share 0

O consumo dos cafés especiais cresce de maneira expressiva no Brasil e no mundo comparativamente ao mercado dos cafés comuns. Dados recentes mostram que a demanda pelos grãos especiais cresce em torno de 15% ao ano, principalmente no exterior, em relação ao crescimento de cerca de 2% do café commodity. O segmento representa hoje cerca de 12% do mercado internacional da bebida. O valor de venda atual para alguns cafés diferenciados tem um sobrepreço médio que varia entre 30% e 40% do café convencional. Em alguns casos, pode ultrapassar a barreira dos 100%.



Foto ilustrativa: Alexia Santi/agencia ophelia/ Café Editora

Devido à diversidade de regiões ocupadas pela cultura do café, o País produz tipos variados desse produto, fato que possibilita atender às diferentes demandas mundiais, referentes a paladar e preços. O Brasil tem 12 principais regiões produtoras de café (identificados como Sul de Minas, Matas de Minas, Chapada de Minas, Cerrado de Minas, Mogiana-SP, Montanhas do Espírito Santo, Conilon Capixaba, Paraná, Planalto da Bahia, Cerrado da Bahia e Conilon de Rondônia), o que evidencia a variedade de aromas e sabores dos cafés do Brasil. Mesmo sendo os aspectos sensoriais os mais relevantes na caracterização de um café especial, os padrões de sustentabilidade ambiental, econômica e social da cafeicultura brasileira cada vez mais têm influenciado na caracterização do produto.

Para saber da expansão dos vários Cafés Especiais do Brasil no mercado interno e externo, e ainda sobre o que falta fazer para consolidar e conquistar novos mercados, a Embrapa Café, coordenadora do Consórcio Pesquisa Café, entrevistou Vanúzia Nogueira, diretora-executiva da Associação Brasileira de Cafés Especiais – BSCA. Vanúzia é formada em Engenharia de Sistemas e Administração pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC-RJ. Tem dois MBAs e um pós-MBA com focos em gestão, marketing e gestão avançada de projetos na FGV-RJ. No momento, está concluindo Doutorado em Marketing pela Universidad Nacional de Rosario, na Argentina. Filha e neta de produtores e comercializadores de café, trabalhou por 15 anos para uma empresa de consultoria e auditoria (Pwc). Desde 2002, trabalha mercados de nicho para os cafés brasileiros e, desde 2007, colabora com ações da BSCA. Confira a entrevista:

Embrapa Café - Qual é a missão institucional da BSCA? E quando ela foi criada?

Vanúzia Nogueira - A BSCA foi criada em 1991 por 12 produtores de café que vislumbraram grandes oportunidades para os cafés finos e especiais brasileiros, os quais eram completamente desconhecidos dos consumidores no Brasil e no mundo. A principal missão da BSCA, desde sua fundação, é a promoção de cafés especiais brasileiros, principalmente fora do País.

Embrapa Café - A definição de café especial, além da qualidade, reflete, muitas vezes, os efeitos da cultura, costumes e valores de cada povo, região ou país, estando associada ao prazer que a bebida proporciona. Para ser considerado especial, quais requisitos o café precisa atender e como é feita essa identificação?

Vanúzia Nogueira - Acredito que o primeiro ponto a ser discutido é que não existe uma definição oficial do que é café especial. Algumas instituições chegam a simplificar, dizendo que, ao final do dia, um café especial é aquele que alguém paga mais por ele porque identificou algum atributo que, para ele, agregou valor. Ou seja, poderíamos dizer que um café especial pode não ser necessariamente produto de altíssima qualidade, mas possuir forte conotação de atributos sociais e/ou ambientais. A BSCA entende que, para um café ser considerado especial, ele precisa atender a requisitos mínimos de qualidade (80 pontos na escala Specialty Coffee Association of America - SCAA ou Cup of Excellence) e também pode atender a outros atributos que o valorizarão ainda mais, como as certificações de sustentabilidade, os orgânicos, os fair trades e as origens especiais, que podem ser caracterizadas por uma propriedade ou uma região demarcada oficialmente.

Embrapa Café - Poderia explicar o que é café de origem certificada, café gourmet, café orgânico e café fair trade?

Vanúzia Nogueira - Café de origem certificada é aquele que vem de uma região demarcada oficialmente (Indicações Geográficas - IGs, podendo ser por Indicações de Procedência - IPs ou Denominações de Origem - DOs). Cada região deve se caracterizar por atributos que a identificam, delimitar onde ela está estabelecida, definir a qualidade mínima que a caracteriza, assim como o protocolo de rastreabilidade e confirmação de qualidade. O café gourmet é aquele que atende a altos requisitos de qualidade e não se preocupa com os métodos utilizados para sua produção. Ou seja, é a qualidade do produto em si. Café orgânico é aquele produzido por meio de requerimentos que caracterizam a agricultura orgânica e, para tal, são certificados. É importante ressaltar que

existem diferenças entre países e continentes quanto à caracterização de uma produção orgânica. O café fair trade é aquele produzido por membro de uma instituição certificada como de comércio justo, ou seja, onde a maioria dos produtos provêm da agricultura familiar. Também é importante destacar que nem todos os cafés produzidos por certificados orgânicos ou fair trade serão considerados especiais face aos atributos de qualidade. Traduzindo, o mercado paga primeiro pela qualidade e, depois, pelas demais qualificações.

Embrapa Café - O Brasil desponta como um dos maiores fornecedores de cafés especiais, diferenciados por sua qualidade e agregação de valores socioambientais. Praticamente todas as regiões cafeeiras do Brasil produzem grãos especiais, como o Cerrado, Zona da Mata e Sul de Minas Gerais, Serra do Espírito Santo, Bahia, São Paulo e Paraná. A que se deve esse resultado e, na sua opinião, qual a contribuição da pesquisa do Consórcio Pesquisa Café para termos esse cenário hoje?

Vanúzia Nogueira - A produção de café especial está diretamente ligada a alguns fatores. Os principais são a escolha correta da cultivar, a localização, da topografia e do microclima da região e, posteriormente, dos tratamentos e do manejo antes, durante e após a colheita. Costumamos dizer que somos um País privilegiado pela natureza e, no caso do café, não é diferente. "Recebemos" o café de braços abertos e aqui ele encontrou sua vocação. Nas microrregiões onde encontramos os requisitos naturais expostos acima, chega a ser "fácil" produzir café especial, mas, nas outras áreas, também podemos chegar a esse patamar por meio da pesquisa, tecnologia e muito cuidado. Ou seja, os desafios são maiores, mas podem ser superados. Acredito que, em todos os pontos citados, o Consórcio Pesquisa Café, coordenado pela Embrapa Café, tem contribuído sobremaneira, especialmente ao identificar cultivares mais propícias à qualidade e processos de mecanização pós-colheita para produzir com qualidade.

Embrapa Café - Quais as principais características do mercado de café especial brasileiro, especialmente no Brasil, e por que está evoluindo o gosto da população por esse tipo de café?

Vanúzia Nogueira - É fácil se habituar por tudo o que é bom! Com o café não tem sido diferente. O brasileiro, até bem pouco tempo, não tinha contato com os bons cafés, sejam eles brasileiros ou de nossos concorrentes. Com o crescimento do número dos "amantes do café", iniciou-se o aumento da abertura de boas cafeterias em diferentes cidades brasileiras e esse movimento se tornou um ciclo virtuoso: mais cafeterias, mais gente conhecendo bons cafés, mais cafeterias. Considero isso, felizmente, um caminho sem volta.

Embrapa Café - Em geral, o café consumido nas três esferas de governo é adquirido com base nos menores preços de mercado. Que iniciativa pode ser tomada para que os servidores públicos, que são formadores de opinião, também possam consumir café de melhor qualidade e até especial?

Vanúzia Nogueira - Não só os servidores públicos, como nós quando os visitamos (risos). Nós merecemos degustar nossos produtos de melhor qualidade. Alterações de legislações, com inclusão de requisitos mínimos de qualidade para as compras de governo (que não devem ser tão mínimos assim, na minha opinião), são de primordial relevância para esse nosso "cartão de visitas".

Embrapa Café - E sobre a performance dos cafés especiais brasileiros no mundo, quais os tipos mais apreciados pelos principais países consumidores?

Vanúzia Nogueira - É sempre importante lembrar que o Brasil, infelizmente, foi retardatário no seu posicionamento competitivo para cafés especiais. Fizemos nossas primeiras inserções nesse mercado há cerca de duas décadas após nossos principais concorrentes. Ou seja, hoje temos a metade do tempo de nossos competidores nesse mercado. Minha opinião é que o Brasil já conseguiu se posicionar em uma colocação bem confortável na percepção dos compradores de cafés, mas ainda não estamos no imaginário da maioria dos consumidores em mercados tradicionais, como provedores de cafés tão finos quanto nossos concorrentes. Todos sabem que produzimos muito, somos os maiores, mas não necessariamente sabem que também estamos entre os melhores. Já nos mercados em que o consumo de café especial teve início mais recente, estamos muito bem posicionados.

Embrapa Café - Como o Brasil poderia aproveitar melhor e expandir a participação nesse nicho de mercado que é crescente internamente e também no exterior? Ações sistemáticas de promoção e marketing ajudariam, por exemplo? Pode-se dizer que a imagem internacional dos cafés especiais do Brasil está consolidada?

Vanúzia Nogueira - Não considero que a imagem esteja consolidada. Há muito que fazer ainda. Precisamos focar a promoção da diversidade de produtos que possuímos para que possamos alavancar nossa participação nesse nicho. Entretanto, quero fazer uma consideração: é muito melhor ter o que oferecer para que não frustremos demandas por falta de possibilidade de oferta.

Embrapa Café - E quais são as melhores estratégias, na ótica da BSCA, para a conquista e a consolidação de mercados de cafés especiais no mundo, mas também para que os consumidores percebam o Brasil como um dos grandes produtores de cafés especiais?

Vanúzia Nogueira - O bom seria se pudéssemos contar com recursos para realização de campanhas massivas focadas no consumidor, como faz, por exemplo, a Coca-Cola. No entanto, sabemos que essa não é a realidade desse negócio e partimos para um trabalho com os formadores de opinião e compradores potenciais, usando muita criatividade para chegar ao consumidor final, quando possível.

Embrapa Café - Nesse contexto, podemos afirmar que os cafés brasileiros atendem ao gosto do mercado internacional especialmente em que requisitos? Em que ponto podem ainda podem melhorar?

Vanúzia Nogueira - Os cafés naturais brasileiros já são um sucesso internacional por sua doçura e seu corpo. Já os cafés lavados/despulpados têm atingido níveis de acidez muito interessantes e chegado a substituir os cafés suaves de nossos concorrentes, agradando a todos os paladares. Ou seja, temos cafés para todos os tipos e gostos. Acredito que ainda podemos melhorar muito no processo de separação dos grãos na colheita e na pós-colheita. O café especial é o maduro, o cereja. Não pode ter verde misturado. Considero que, se os cafeicultores acreditarem nisso, poderemos elevar muito nossa produção de cafés finos.

Embrapa Café - Dos países que mais importam café no mundo, quais os que mais buscam cafés especiais brasileiros e, além disso, quais são mercados potenciais?

Vanúzia Nogueira - Os japoneses apreciam muito nosso produto e a Coreia do Sul está adquirindo hábitos de consumo muito favoráveis aos nossos cafés.

Embrapa Café - Está havendo expansão de cafeterias sofisticadas na Ásia, Oceania e também no Brasil, nos últimos anos. Na sua opinião, como esse fenômeno pode ser explicado?

Vanúzia Nogueira - Bom produto atrelado ao prazer de estar com amigos em um local muito agradável. Esta é a fórmula do sucesso.

Embrapa Café - A China, o mais populoso país do mundo, consome pouco café. Na sua opinião, o que pode ser feito para que o café brasileiro também seja amplamente consumido nesse país?

Vanúzia Nogueira - A China é uma nação grande consumidora de chá, assim como o Japão e a Coreia do Sul. Acredito que o primeiro passo é "apresentar" o produto café ao chinês e buscar entender como ele pode vir a saboreá-lo.

Embrapa Café - O que representa para a cultura do café no País e para a economia brasileira o crescimento da demanda por cafés especiais e, consequentemente, da valorização desse produto no mercado?

Vanúzia Nogueira - Em momentos de crise de preço do café, como passamos nos dois últimos anos, acredito que ter cafés finos tenha sido a fronteira da sustentabilidade econômica para muitos produtores brasileiros.

Embrapa Café - Apesar de a pluralidade dos sabores e aromas dos cafés do Brasil ser fato inquestionável pelos conhecedores da cultura, no mercado internacional, pode-se dizer que o Brasil ainda possui a imagem de 'apenas' grande produtor de café commodity. Como alterar essa visão da cafeicultura brasileira no exterior?

Vanúzia Nogueira - Pelas últimas pesquisas realizadas, acredito que o mundo continua com essa imagem do Brasil apenas em alguns mercados específicos. Eles são muito importantes, claro, mas digamos que a questão está bem localizada e temos trabalhado para reverter esse quadro.

Embrapa Café - As crises mais recentes da economia mundial afetaram a exportação de cafés especiais do Brasil? De que forma? Quais as perspectivas de mercado no futuro para os cafés especiais brasileiros no País e no exterior?

Vanúzia Nogueira - As exportações de cafés especiais brasileiros só tem aumentado, independente da crise. Nossa expectativa é que sigamos crescendo, mas de forma responsável e atendendo a todas às demandas dos mercados interno e externo.

Reportagem por Carolina Costa e Flávia Bessa / Embrapa Café



Tags: embrapa, orgânico, bahia, marketing, aromas, demarcada, mba, espírito santo, necessariamente, china, conilon, paraná, commodity, certificados, rio de janeiro, sobrepreço, bsca, cafés especiais, embrapa café, associação brasileira, vanusia, chapada, commodities, coréia, ambiental, capixaba, rondônia, cafeeiro, brasileiro, café, produção, qualidade, cafeicultura