

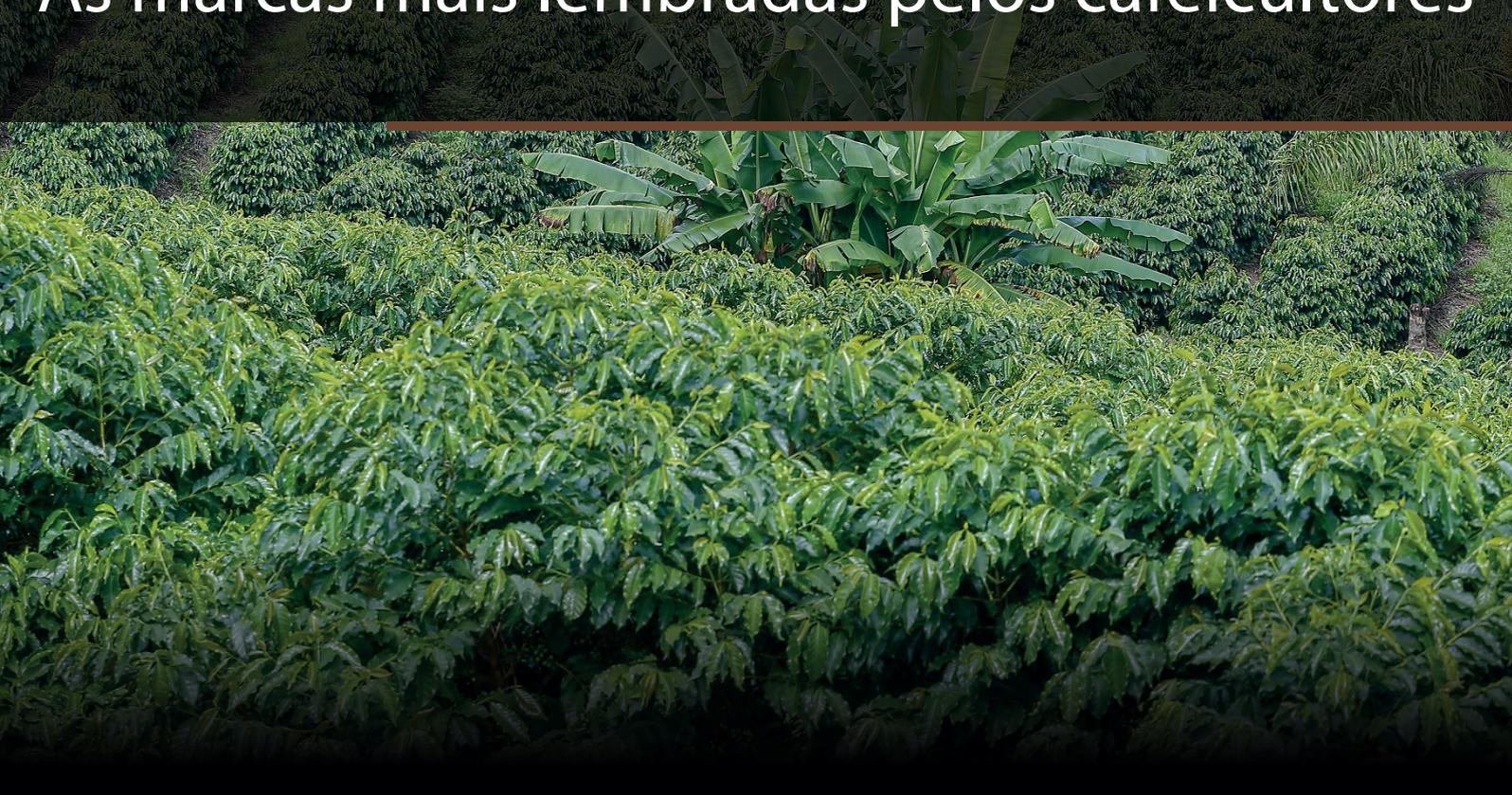
NEGÓCIO CAFÉ

ANO 01 • NÚMERO 02 • AGOSTO DE 2018



TOP OF MIND EXPOCAFÉ 2018

As marcas mais lembradas pelos cafeicultores



Francisco Palheta: entre fatos e lendas . Prática da desbrota . Inteligência Competitiva . Concursos de qualidade . Safra recorde de conilon

EXPEDIENTE

NEGÓCIO CAFÉ 02
AGOSTO DE 2018

EDITOR

Eduardo Cesar Silva

COLABORADORES

Angélica da Silva Azevedo

Luiz Gonzaga de Castro Junior

Renso Alfredo Aragón Calderón

Tarsis Murad Alvarenga

Núcleo de Estudos em Cafeicultura
(NECAF/UFLA)

FOTO DE CAPA

Adobe Stock

 @negociocafe

 contato@negociocafe.com.br

 facebook.com/revistanegociocafe





CARTA AO LEITOR

Negócio Café chega à sua segunda edição com três mil assinantes cadastrados. Este número é quase o dobro do que tínhamos em maio, quando o número zero foi publicado. A nossa base de leitores cresce diariamente, assim como o número de seguidores das nossas redes sociais.

Para continuar crescendo, a nossa estratégia é oferecer conteúdo de alta qualidade para os leitores. Para isso, pesquisamos continuamente temas que sejam relevantes para todos os elos da cadeia produtiva do café.

Um ótimo exemplo é a matéria de capa deste mês. Descobrimos quais são as marcas mais lembradas pelos cafeicultores em seis categorias diferentes: cultivar de café, implementos agrícolas, derrçador manual, trator, cooperativa e software de gestão.

São informações inéditas e exclusivas que você só encontra nas páginas de Negócio Café.

Boa leitura!

Eduardo Cesar

SUMÁRIO

NOVIDADES 06

EVENTOS 07

Está aberta a temporada 2018/2019 de concursos de qualidade do café

HISTÓRIA 09

Lendas e fatos sobre a vida de Francisco Palheta, o introdutor do café no Brasil

LAVOURA 12

Prática da desbrota - Safra recorde de conilon

INT. COMPETITIVA 16

Um giro pelas principais notícias internacionais

ESPECIAL 19

Conheça as marcas mais lembradas pelos cafeicultores



Starbucks entra na guerra contra o plástico. Saiba o que a empresa está fazendo na página 18



Descubra qual é a cultivar mais lembrada pelos cafeicultores do Sul de Minas. Página 20

Deixe de perder dinheiro!



**A inteligência trabalhando
a seu favor com a**

AgroRenda

Inteligência em Commodities

mercadodecafes.com

[**contatoagrorenda@gmail.com**](mailto:contatoagrorenda@gmail.com)



NOVIDADES

Café Gourmet Arte do Grão chega ao mercado

Negócio Café

O Café Gourmet Arte do Grão é uma das mais novas marcas disponíveis aos apreciadores de um café de qualidade. O lançamento oficial aconteceu em junho, no Espaço Quai D'Orsay, em São Paulo.

Na ocasião, o produtor do café, Lucas Santos, apresentou a novidade para alguns convidados. Além de conhecerem a proposta da marca, eles puderam degustar o café, que foi preparado pelo próprio Lucas.

Desenvolvido e cultivado no sítio São Judas Tadeu, de forma sustentável e artesanal, o café 100% arábica vem de grãos das

cultivares Catuaí Vermelho, Catuaí Amarelo e Obatã.

Sua produção está localizada em Ouro Fino, sul de Minas Gerais. Além disso, é um café produzido em sombra, garantindo um sabor acentuado e diferenciado à bebida.

O café já pode ser encontrado em algumas cafeterias e restaurantes de São Paulo, mas a intenção é que a distribuição possa ser expandida para todo o Brasil.

Pedidos do Café Gourmet Arte do Grão podem ser feitos pelo telefone (11) 96725-6838, diretamente com Lucas Santos, ou via e-mail: cafeartedograo@gmail.com



Créditos: CJ_Fotografia



EVENTOS

Está aberta a temporada 2018/2019 de concursos de qualidade

Negócio Café



A colheita do café ainda não terminou em todas as regiões, mas o mercado já está ansioso para conhecer os lotes e microlotes de grãos especiais que foram produzidos esse ano. Como é de costume, boa parte desses lotes é revelada nos concursos de qualidade.

Nos próximos meses, milhares de profissionais ligados ao café, dos cafeicultores aos baristas, irão acompanhar com interesse o resultado dos principais concursos nacionais, estaduais e regionais.

Cup of Excellence Brazil - 2018

O Cup of Excellence (COE) é considerado um dos maiores concursos de qualidade do mundo. Trata-se de uma competição internacional com a participação de cafeicultores de vários países, selecionados por meio de concursos nacionais. No Brasil, o evento é realizado pela Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA, na sigla em inglês) e pela Alliance for Coffee Excellence (ACE), em conjunto com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos, a Apex-Brasil. As amostras podem ser encaminhadas

para duas categorias distintas: cafés naturais e cerejas descascados/despulpados. Saiba como participar do concurso, que já está com as inscrições abertas:

Cafés Naturais - podem participar desta categoria cafés processados por via seca. As amostras poderão ser entregues até 11 de setembro de 2018. A pré-seleção ocorrerá no período de 16 a 20 de setembro de 2018 e o resultado será divulgado até o dia 21 de setembro de 2018. A fase nacional ocorrerá entre os dias 08 e 11 de outubro de 2018.

Cereja Descascado - nesta categoria são recebidos cafés processados por via úmida. As amostras podem ser encaminhadas até 04 de setembro de 2018. Entre os dias 10 e 14 de setembro será realizada a pré-seleção e o resultado será divulgado até o dia 15 de setembro de 2018. A fase nacional acontecerá entre os dias 04 e 07 de outubro de 2018.

Os resultados das duas categorias serão divulgados no dia 12 de outubro de 2018 e a fase internacional será realizada de 15 a 21 de outubro de 2018.

Para mais informações, basta acessar o site da BSCA: <http://brazilcoffeenation.com.br/contest-edition/list>.



Aroma BSCA

O Aroma BSCA é um concurso que busca premiar os melhores cafés produzidos pelos membros da Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA). Serão recebidos lotes de café arábica produzidos na safra de 2018 e que tenham certificação de sustentabilidade.

O evento já está em sua terceira edição e, assim como o Cup of Excellence, possui duas categorias: os naturais e os cerejas descascados. A inscrição pode ser feita *online* e as amostras encaminhadas para a sede da BSCA, em Varginha/MG, até o dia 16 de outubro de 2018.

Serão selecionadas as amostras com pontuação igual ou superior a 84 pontos, no período entre 30 de outubro de 2018 e 01 de novembro de 2018. O resultado final do concurso e a premiação ocorrerão na Semana Internacional do Café, realizada entre os dias 07 e 09 de novembro de 2018.

Para mais informações e acesso ao regulamento completo do concurso, basta acessar o site da BSCA: <http://brazilcoffeenation.com.br/contest-edition/list>.

Concurso de Qualidade dos Cafés de Minas Gerais – 2018

Estão abertas as inscrições para o 15º Concurso de Qualidade dos Cafés de Minas Gerais. Organizado pela Secretaria de Estado da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Seapa/MG) e da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater-MG), em conjunto com o Instituto Federal do Sul de Minas (IF Sul de Minas), a Universidade Federal de Lavras (Ufla) e a Fundação de Apoio, Ensino, Pesquisa e Extensão (Faepe), o concurso é destinado a todos os cafeicultores mineiros.

O certame conta com as categorias natural e cereja descascado. As amostras (colhidas em 2018) deverão ser nas peneiras 16 ou acima, com vazamento máximo de 5%. A lavoura de origem da amostra deverá ser georreferenciada e ter a cultivar identificada.

A data limite para o envio dos grãos é dia 06 de setembro de 2018. Mais informações estão disponíveis no site da Emater: http://www.emater.mg.gov.br/portal.cgi?flagweb=novosite_concurso_cafe2018&grupo=01236.

Outros concursos

VI Prêmio da Região do Cerrado Mineiro

Envio das amostras até 12 de setembro de 2018
Informações disponíveis em <http://www.cerradomineiro.org/premio/>.

26º Concurso Minasul Qualidade Café

Envio das amostras até 20 de setembro de 2018
Informações disponíveis em <https://www.minasul.com.br/pt/institucional/concurso/formularios>.

17º Concurso Estadual de Qualidade do Café de São Paulo

Envio das amostras até 06 de outubro de 2018
Informações disponíveis em http://www.sindicafesp.com.br/detalhe-evento?id_evento=11.

Concurso Florada Premiada

Concurso exclusivo para mulheres
Envio das amostras até 21 de setembro de 2018
Informações disponíveis em <http://projetoFlorada.com.br/home/concurso-florada-premiada/>.

A revista Negócio Café apoia a realização dos concursos de qualidade do café. Se você faz parte da organização de algum concurso e quer que o divulguemos, envie as informações para contato@negociocafe.com.br.



HISTÓRIA

Francisco Palheta: entre fatos e lendas

Por Eduardo Cesar*

Herói para uns, ladrão para outros, Francisco de Melo Palheta é o personagem mais conhecido da história do café no Brasil. E não é para menos, já que ele foi o responsável por trazer as primeiras mudas e sementes de café para o país, no ano de 1727.

Esse acontecimento é comumente citado em apostilas de barismo, palestras, blogs e até artigos acadêmicos. No entanto, isso é feito de maneira muito resumida. Boa parte dos textos que tratam da história do café no Brasil cita apenas as informações básicas do acontecimento, sem falar na confusão que existe entre fatos e lendas.

Dessa maneira, detalhes importantes sobre a missão que iniciou a cafeicultura brasileira, e o responsável por ela, são desconhecidos por muitos. É hora de mudar isso. A seguir, você encontrará um pequeno guia de perguntas e respostas que esclarece os pontos confusos da história.

Francisco Palheta realmente existiu?

Pode parecer estranho, mas de tão repetida em sua versão simplificada, a história da introdução do café no Brasil adquiriu uma aura de lenda para algumas pessoas.

O retrato de Palheta

A representação mais famosa de Francisco Palheta, e que inspirou outros artistas, é essa que aparece ao lado. O retrato foi publicado em um jornal de 1927. O seu autor foi o professor Marques Junior, da Escola Nacional de Belas Artes.

Ele teria se baseado em documentos antigos, mas como registrou o historiador Affonso de Taunay, nenhuma fonte descreve quais eram os traços fisionômicos de Palheta. Diante disso, Taunay classificou o método de Marques Junior como "pitoresco".

Seja como for, o retrato ficou famoso e a imagem de um elegante aventureiro passou a fazer parte do imaginário popular.



*Editor da Revista Negócio Café. É doutor e mestre em administração pela Universidade Federal de Lavras. Formado pelo Curso Superior de Tecnologia em Cafeicultura do Instituto Federal do Sul de Minas, campus Muzambinho.

O relato de um aventureiro que se infiltrou em território estrangeiro para obter a preciosa planta soa quase tão fantástico quanto aquele do pastor de cabras. E se Kaldi é apenas uma lenda, esse também não seria o caso do velho Chico Palheta?

O fato é que Palheta realmente existiu. A documentação a seu respeito não é muito abundante, mas é mais do que suficiente para comprovar que ele atuou por muito tempo na região norte do Brasil como militar a serviço da coroa portuguesa.

Quem foi Francisco Palheta?

Ele era filho de um militar português, o capitão de infantaria João Rodrigues Palheta. Sua data de nascimento é desconhecida, mas em 1691 já fazia parte do exército. O historiador Basílio de Magalhães supõe que ele tenha nascido por volta de 1670, em solo brasileiro.

Em 1709, Palheta recebeu uma sesmaria do governador do Estado do Maranhão e Grão-Pará. Tempos depois, em 1731, recebeu outra. O jornalista paraense Nélio Palheta, descendente do famoso militar, acredita que as propriedades ficavam na região do município de Vigia, no Pará.

Entre 1722 e 1723, Palheta liderou uma importante expedição de exploração do Rio Madeira. Em 1727, cumpriu a sua mais importante missão: trazer o café para o Brasil.

Sabe-se que foi casado e teve cinco filhos, além de ter sido um dos primeiros cafeicultores do país. A última notícia que se tem dele é de 1733, quando escreveu uma carta ao rei de Portugal. Não existem registros sobre a sua morte.

Como ele se envolveu com o café?

Em fevereiro de 1727, o governador do Maranhão e Grão-Pará, João da Maia Gama, nomeou Francisco Palheta como comandante de uma missão na fronteira do Brasil com a Guiana Francesa. O objetivo era resolver uma disputa territorial entre portugueses e franceses.

Em meio a várias instruções sobre o que deveria ser feito, Maia Gama deu uma ordem muito peculiar, reproduzida abaixo da maneira como está no documento original:

“E se acaso entrar em quintal ou jardim ou Rosa ahonde houver cafee com pretexto de provar alguma fructa, verá se pode esconder algum par de graons com todo o disfarce e com toda a cautella, e recommendará ao dito Cabo que volte com toda a brevidade e que não thome couza nenhuma fiada aos francezes nem trate com elles negocio.”

Portanto, foi o governador da região quem ordenou a obtenção de sementes para iniciar o cultivo no país.



Igreja da Madre de Deus, Vigia (PA). Alguns pesquisadores acreditam que Palheta nasceu e viveu nos arredores da cidade. Créditos: InfoPatrimônio/WikiMedia Commons, CC BY-SA 4.0

Como as sementes de café foram obtidas?

Não se sabe como isso foi feito. Naquela época, os franceses estavam proibidos de vender sementes de café capazes de germinar. E os brasileiros e portugueses eram proibidos de fazer negócios com os franceses.

No entanto, a missão foi bem-sucedida. O próprio Palheta, na carta de 1733, conta que conseguiu mais de mil sementes e quatro mudas de café, mas não detalha como. Uma possível explicação é que ele negociou com algum produtor francês, a despeito das proibições que recaíam sobre ambas as partes.

Assim que a expedição retornou, as sementes foram divididas entre os agricultores de Belém do Pará, dando início à cafeicultura brasileira.

Qual foi o papel da madame d'Orvilliers?

Provavelmente, nenhum. Existe uma versão fantasiosa e muito conhecida da história, segundo a qual madame d'Orvilliers, esposa de Claude d'Orvilliers, governador da Guiana Francesa em 1727, teria colocado algumas sementes de café no bolso de Palheta. O gesto costuma ser descrito como um galanteio e a sua veracidade foi defendida por alguns historiadores do passado. De concreto, o que se sabe é que nenhum documento oficial da época menciona isso, nem mesmo a carta de Palheta ao rei. Atualmente, essa versão é rejeitada pelos pesquisadores.

Qual foi o impacto econômico inicial da introdução do café no Brasil?

O impacto foi pequeno nas primeiras décadas após 1727. O cultivo se espalhou rapidamente pelo estado do Maranhão e Grão-Pará, mas nunca chegou a ter grande importância econômica.

A coroa portuguesa até concedeu alguns incentivos, como a isenção de taxas sobre a exportação de café, mas o cultivo não vingou. No final do século XVIII, o Brasil ainda tinha pouca relevância no mercado internacional de café. A situação só começou a mudar após a vinda da família real portuguesa para o país, em 1808.

Palheta ficou famoso após cumprir com sucesso a sua missão?

Não. Na verdade, o seu nome e os seus feitos ficaram esquecidos por quase 200 anos. Poucas décadas após o início da cafeicultura no Pará, um bispo que viajou pela região escreveu que as pessoas não souberam lhe dizer o nome completo do homem que trouxe as primeiras sementes de café. Elas sabiam apenas que o seu sobrenome era Palheta.

Muitos livros nacionais sobre café, publicados durante o século XIX, não mencionam o nome do militar. Foi apenas no início do século XX que muitas das informações apresentadas neste texto foram descobertas e divulgadas. A fama de Palheta é recente.



Palheta plantando o primeiro cafeeiro do Brasil. Cena do documentário "Sementes de Ouro Negro - a história de Francisco de Melo Palheta". Créditos: Carlos Barreto/YouTube

LAVOURA

Prática da Desbrota

Núcleo de Estudos em Cafeicultura - NECAF/UFLA

Visando atingir o maior potencial da lavoura, é preciso definir um sistema de condução tanto durante a fase vegetativa quanto na reprodutiva. Tal manejo consiste na definição do espaçamento entre plantas, densidade de plantio, arquitetura da planta e uso de mecanização.

A prática da desbrota é um tipo de poda, podendo ser realizada durante todo o ciclo de produção em diferentes regiões e condições de plantio, sendo uma atividade essencial para a longevidade e a produtividade do cafeeiro, principalmente depois da realização de podas na lavoura.

Consiste na retirada de brotações (popularmente conhecidas como ramos-ladrões ou ramos improdutivo de crescimento vertical) que crescem no ramo ortotrópico da planta de café, sendo sua emissão estimulada por ataques de pragas e doenças, deficiências nutricionais, competição com plantas daninhas, falta de água e podas severas.

O objetivo é evitar os prejuízos gerados por tais ramos, que não geram frutos e competem por água e nutrientes com os demais ramos produtivos. Em muitos casos, essa prática passa despercebida ou não é priorizada pelo produtor.



Para falar com o NECAF, envie um e-mail para contato@necafufla.com.br

Procedimento

- 1) Avaliar necessidade de desbrota na planta;
- 2) Fazer o arranque dos ramos, utilizando instrumentos de corte (ex: foice leve, decotadoras) ou mesmo manualmente (se possível, utilizar luvas para proteção);
- 3) Considerar arquitetura de planta desejada como critério de arranque (ex: priorizar a retirada de ramos perpendiculares à linha de plantio, visando a mecanização da lavoura).
 - a) Plantas novas: retirada total dos ramos;
 - b) Plantas recepadas: retirada total, deixando de 1 a 2 brotos mais vigorosos no ponteiro;
 - c) Plantas adultas: retirada de 2 a 3 vezes por ano, de preferência depois da colheita, quando os ramos atingirem de 20 a 30 cm de altura.

Ponto negativo

- Em grandes lavouras, torna-se uma prática trabalhosa e onerosa.

Pontos positivos

- Prática simples e eficaz;
- Aumenta a qualidade e produtividade de grãos;
- A desbrota pode ser feita por qualquer produtor;
- Proporciona maior luminosidade e arejamento.

Palavra do especialista

A desbrota do cafeeiro é uma prática onerosa ao produtor. Porém, resultados de pesquisa mostram que, se realizada de forma correta, poderá acrescentar em até 40% na produtividade em relação a uma área conduzida sem desbrota.

João Paulo Aguiar - Extensionista Rural da Emater

Assine a revista Negócio Café

É grátis!

Só precisamos do seu
nome e e-mail

Cadastrar



Maior safra de conilon da história

Negócio Café

A safra 2018 do conilon será a maior da história. De acordo com a estimativa da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab), divulgada em maio, serão 13,7 milhões de sacas, um aumento de 27,9% em relação a 2017.

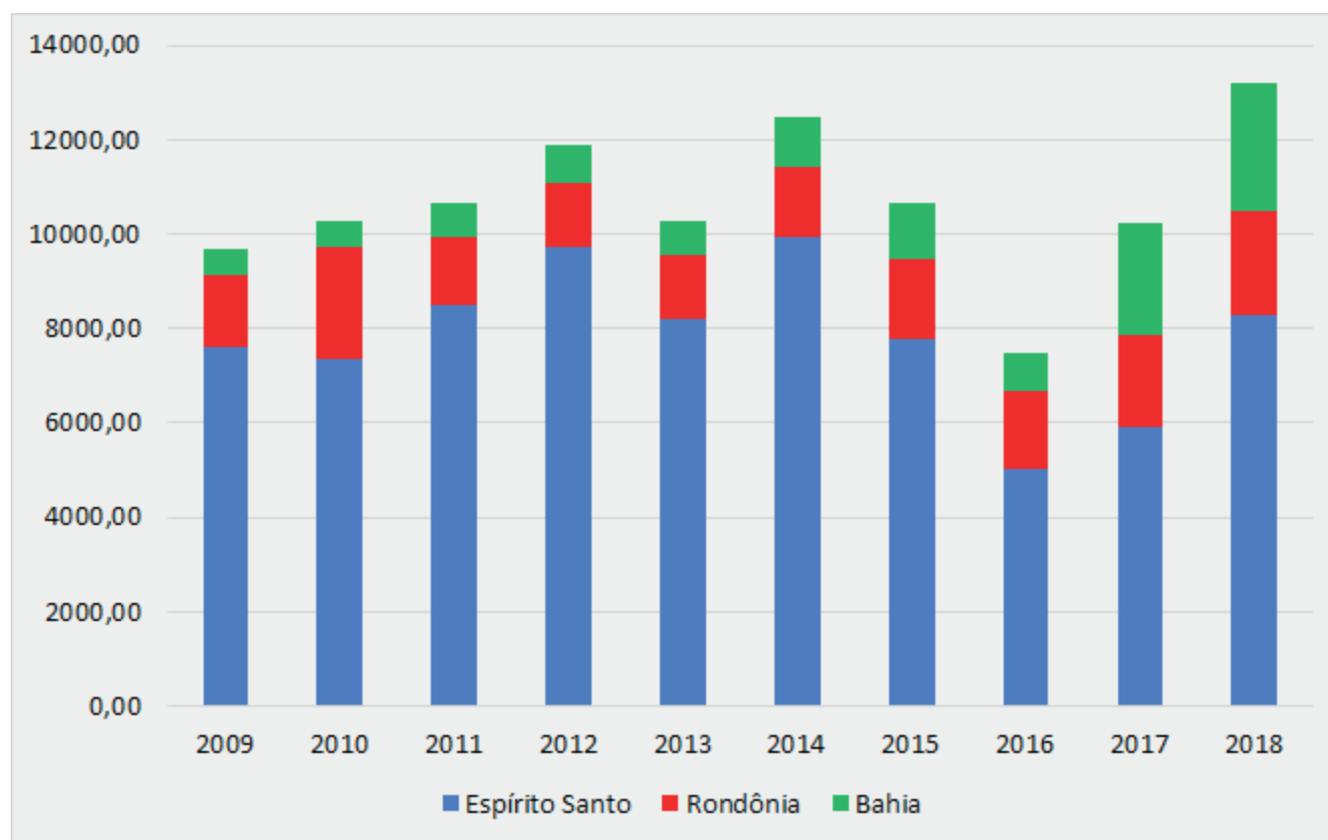
O recorde atual é de 13 milhões, obtido na safra 2014. Entre 2015 e 2017, a produção nacional de conilon foi prejudicada pela falta de chuvas no Espírito Santo, o maior estado produtor desse café. Segundo a Conab, a partir de 2017 houve um bom volume de chuvas nas regiões cafeeiras do estado e as temperaturas foram adequadas. Com isso, as lavouras capixabas se recuperaram e sua produção para a safra 2018 foi estimada em 8,3 milhões de sacas.

Além do Espírito Santo, o conilon também é produzido em grande escala na Bahia e em Rondônia. Juntos, os três estados serão responsáveis por 13,2 milhões de sacas do produto em 2018, ou 96,4% do total.

Bahia mantém a vice-liderança

Ao longo dos últimos anos, Rondônia se firmou como o segundo maior estado produtor de conilon do país. No entanto, desde 2017 essa posição pertence à Bahia. Segundo a Conab, a safra 2018 de conilon na Bahia deve ser de 2,7 milhões de sacas, enquanto Rondônia tem estimativa de 2,2 milhões.

O principal motivo para isso foi o aumento da produtividade das lavouras baianas de conilon. De acordo a Conab, sua produtividade média em 2018 será de 57,6 sacas/ha, a maior do país. O Espírito Santo aparece em segundo lugar, com média de 42,9 sacas/ha. Em Rondônia, a estimativa é de 30,5 sacas/ha.



Produção de café conilon em Rondônia, Espírito Santo e Bahia, entre 2009 e 2018, em mil sacas de 60 quilos.
Fonte: Conab

ANUNCIE NA NEGÓCIO CAFÉ



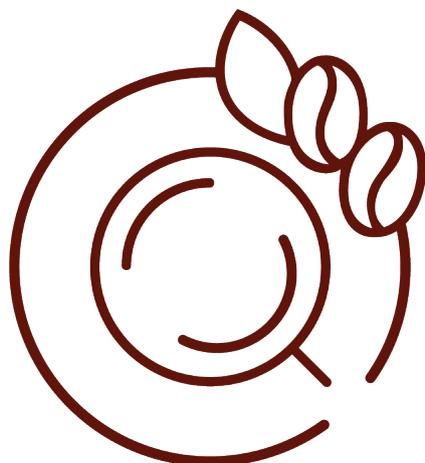
3 mil assinantes cadastrados

Única revista especializada em café
100% digital e 100% gratuita

Amplo compartilhamento nas redes sociais

Para mais informações, solicite
o nosso midia kit

contato@negociocafe.com.br



NEGÓCIO CAFÉ

INTELIGÊNCIA COMPETITIVA

Negócio Café

Nova cultivar aumenta a competitividade dos cafeicultores colombianos

A Federação Nacional dos Cafeicultores Colombianos lançou uma nova cultivar de café, a Cenicafé 1. Ela foi desenvolvida pelo Centro Nacional de Pesquisas do Café da Colômbia e é resultado de 20 anos de trabalho.

Ela apresenta porte baixo, elevada produtividade, resistência à ferrugem (*Hemileia vastatrix*) e à antracnose (*Colletotrichum kahawae*). Também pode ser cultivada em todas as regiões cafeeiras da Colômbia.



De acordo com a Federação, a nova cultivar é indicada para plantios adensados, com até 10 mil plantas/ha em lavouras a pleno sol, ou 5 a 7 mil plantas/ha em cultivos sombreados.

A Cenicafé 1 foi obtida a partir de um cruzamento entre Caturra e o Híbrido de Timor. As avaliações conduzidas pelos pesquisadores mostram que ela oferece grande potencial para a produção de cafés especiais. Com informações de Coffee Media

Lavazza compra concorrentes para crescer, mas perde mercado

A torrefadora italiana Lavazza comprou a empresa australiana Blue Pod. Durante dez anos, a Blue Pod foi a distribuidora exclusiva de cápsulas e máquinas Lavazza para escritórios na Austrália. A operação faz parte da estratégia de internacionalização da torrefadora italiana.

Nos últimos anos, a Lavazza tem investido na compra de outras empresas com o objetivo de expandir a sua presença no cenário internacional.

Em 2015, a companhia adquiriu a marca dinamarquesa Merrild e, em 2016, a francesa Carte Noire. Em 2017, comprou 80% dos negócios da Kicking Horse Coffee, sediada no Canadá; adquiriu 100% das operações da Nims, localizada na Itália, além da Espresso Service Proximité, companhia francesa especializada em serviços de café para empresas.

Apesar de todas essas aquisições, a participação de mercado da companhia italiana diminuiu em 2017. De acordo com dados da consultoria Euromonitor, a Lavazza tinha 2,7% das vendas mundiais de café industrializado em 2016, medidas em valor, mas esse número caiu para 2,5% no ano seguinte.

No mesmo período, Starbucks e Strauss Coffee cresceram de 2,3 para 2,5%. A Nestlé lidera o mercado com 22,5% de participação, seguida pela JAB, que tem 12,7%. Lavazza, Starbucks e Strauss estão empatadas em terceiro lugar.

As fusões e aquisições são comuns na indústria do café, já que possibilitam a aquisição de ativos estratégicos.

Cápsulas Nescafé Dolce Gusto começam a ser fabricadas no Vietnã



O Brasil já não pode mais se orgulhar por ser o único país produtor de café a ter uma fábrica das cápsulas Nescafé Dolce Gusto. A unidade da Nestlé em Montes Claros, Minas Gerais, foi a primeira fora da Europa a produzir cápsulas dessa marca, mas deixou de ser a única em julho, quando foi inaugurada uma linha de produção no Vietnã.

A Nestlé instalou uma linha de produção de cápsulas Nescafé Dolce Gusto na sua fábrica em Tri An, na província de Dong Nai, Vietnã. A estimativa de processamento é de 2,5 mil toneladas de café por ano, o que equivale a 130 milhões de cápsulas. A empresa vai utilizar grãos do próprio país no processo.

A nova linha foi criada para atender ao mercado asiático. Espera-se que 10% da produção seja consumida pelos vietnamitas, enquanto 90% será exportada para outras localidades, como Tailândia, Filipinas, Malásia, Cingapura, Hong Kong, Taiwan e Indonésia.

A Nestlé é a principal compradora de café do Vietnã, com a aquisição anual de 20% a 25% do total produzido pelo país. Com o uso de grãos vietnamitas, a empresa espera atender à demanda local e oferecer cápsulas a um preço acessível. Com informações da Nestlé e Beverage Daily

À esq. Cápsulas Nescafé Dolce Gusto; Créditos: Felipe P. Lima Rizo/Unsplash. À dir. Florada de *Coffea canephora* na província de Dak Lak, Vietnã. Créditos: DXLINH, CC BY-SA 3.0

Empresas multinacionais se unem para fomentar a sustentabilidade da cafeicultura vietnamita

A Jacobs Douwe Egberts (JDE), a Louis Dreyfus Company (LDC) e a Syngenta firmaram parceria em um novo projeto de sustentabilidade desenvolvido no Vietnã. Por meio dessa ação conjunta, as companhias procuram aumentar a resiliência da cadeia de produção perante as mudanças climáticas, além de melhorar a gestão dos defensivos agrícolas nas províncias de Dak Lak, Dak Nong e Gia Lai.

A expectativa é que, nos próximos três anos, 3 mil produtores dessas localidades sejam atendidos pelo programa, que conta com o investimento de aproximadamente US\$ 1 milhão.



A JDE ficará responsável por treinar os cafeicultores em práticas de agricultura sustentável, enquanto os agrônomos da LDC ficarão incumbidos de prestar orientações sobre a diversificação de culturas e técnicas para a resiliência climática. Serão realizados seminários e treinamentos em campo direcionados não apenas aos agricultores, mas também para estudantes, lideranças locais e agrônomos que atendem as comunidades participantes.



@negociocafe



@revistanegociocafe

Starbucks se junta à guerra contra os copos e canudos descartáveis

A sustentabilidade é uma pauta forte na cadeia do café. Enquanto a indústria busca superar as dificuldades no processo de reciclagem das cápsulas, no segmento de cafeterias os desafios estão relacionados ao uso e ao descarte de copos e canudos plásticos.

Como forma de superar esse problema, a Starbucks anunciou que não utilizará mais canudos plásticos descartáveis em suas lojas. A mudança ocorrerá nos próximos anos, sendo previsto o término desse processo até 2020. Com tal ação, a empresa espera eliminar cerca de 1 bilhão de canudos utilizados em suas unidades.

Para substituir o canudo convencional, foi desenvolvida uma tampa que permite ao cliente consumir a bebida. Apesar de ser produzida com plástico, a tampa pode ser reciclada. Também foram criados canudos fabricados com materiais alternativos, como o papel e o plástico biodegradável.

Em relação aos copos descartáveis, que não podem ser reciclados devido à dificuldade de se remover o revestimento de polietileno (responsável por manter a temperatura da bebida), a alternativa foi a criação de um “imposto” em todas as suas unidades do Reino Unido.

Desde julho, é cobrada dos clientes uma taxa de 5 *pence*, o equivalente a R\$0,25, por cada copo descartável utilizado no estabelecimento. Já aos clientes que optam pelo uso de copos reutilizáveis é oferecido um desconto de 25 *pence*, que equivale a R\$1,23, em qualquer bebida do cardápio. Em outras palavras, a companhia está oferecendo um belo incentivo para que os consumidores levem as suas próprias canecas.

A decisão de estabelecer tal taxa em todas as suas unidades do Reino Unido aconteceu após o sucesso obtido em um programa piloto desenvolvido em Londres. O teste foi realizado em conjunto com a organização ambiental Hubbub, num período de três meses, e revelou um aumento de 126% no uso de copos reutilizáveis nas lojas participantes. Com informações do The Guardian e ABCNews



Copos e canudos descartáveis estão sendo combatidos no Reino Unido. Créditos: Pete Bellis/Unsplash

ESPECIAL

TOP OF MIND EXPOCAFÉ 2018

As marcas mais lembradas pelos cafeicultores

Negócio Café



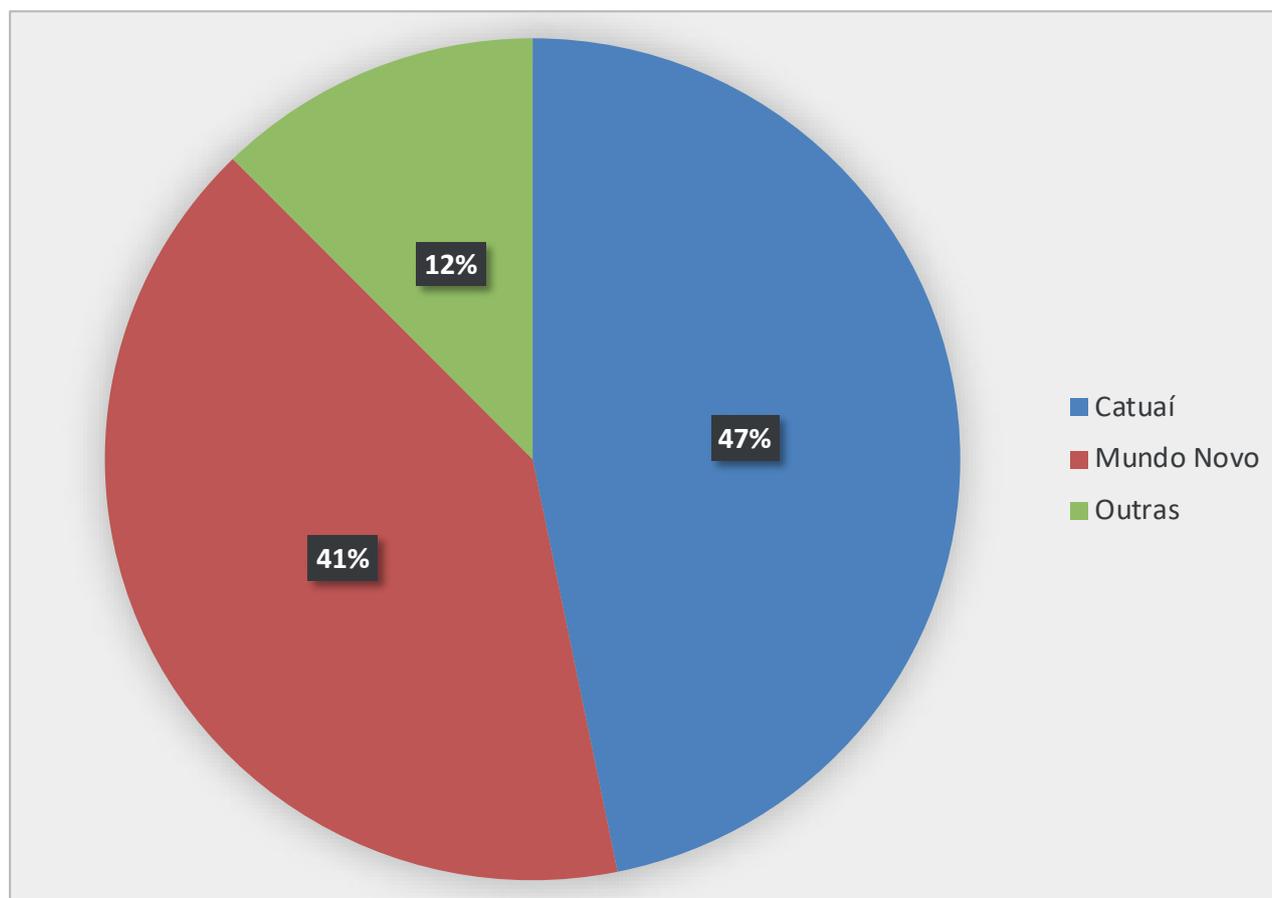
A revista Negócio Café apresenta, com exclusividade, alguns resultados da primeira pesquisa top of mind da cafeicultura brasileira. Top of mind é um termo em inglês que se refere às marcas mais presentes na mente de um consumidor. Partindo desse conceito, o objetivo da pesquisa foi descobrir as marcas mais lembradas pelos cafeicultores em 20 categorias diferentes de produtos e serviços, desde fertilizantes e defensivos até maquinários.

Os dados foram coletados a partir da aplicação de 300 questionários durante a Ex- pocafé 2018, evento realizado no município de Três Pontas, no Sul de Minas, entre 16 e 18 de maio. Essa foi a 21ª edição do maior evento nacional de transferência de tecnologias para a cafeicultura, que atrai visitantes de todo o país e também de outras partes do mundo.

Com 12 mil visitantes durante os três dias e 160 expositores, a feira representa uma ótima oportunidade para mensurar a popularidades das marcas voltadas à cafeicultura. Além disso, ela ocorre no coração da maior região produtora de café do mundo. A Conab estimou a safra 2018 do Sul de Minas em 16 milhões de sacas.

A seguir, serão apresentados os resultados de seis categorias: cultivar de café, implementos agrícolas, derriçador manual, tratores, cooperativa e software de gestão. O relatório completo - contendo os resultados das 20 categorias e informações como a segunda marca mais lembrada, a marca utilizada e os motivos para utilização - será comercializado a partir de setembro deste ano. Informações sobre o produto podem ser obtidas pelo e-mail contato@negociocafe.com.br.

Cultivar de café



Com 47% das respostas, a cultivar Catuaí Vermelho foi a mais lembrada pelos cafeicultores; a Mundo Novo figurou em segundo, com 41%.

A cultivar Catuaí Vermelho foi uma das muitas contribuições que o Instituto Agrônomo de Campinas (IAC) prestou à cafeicultura brasileira. A sua história começou em 1949, quando pesquisadores do IAC realizaram um cruzamento artificial entre Caturra Amarelo e Mundo Novo. Após um cuidadoso processo de seleção, ela foi lançada comercialmente em 1972. Graças ao seu porte baixo, o Catuaí Vermelho é muito utilizado em plantios adensados, uma prática que ganhou força a partir da década de 1980.

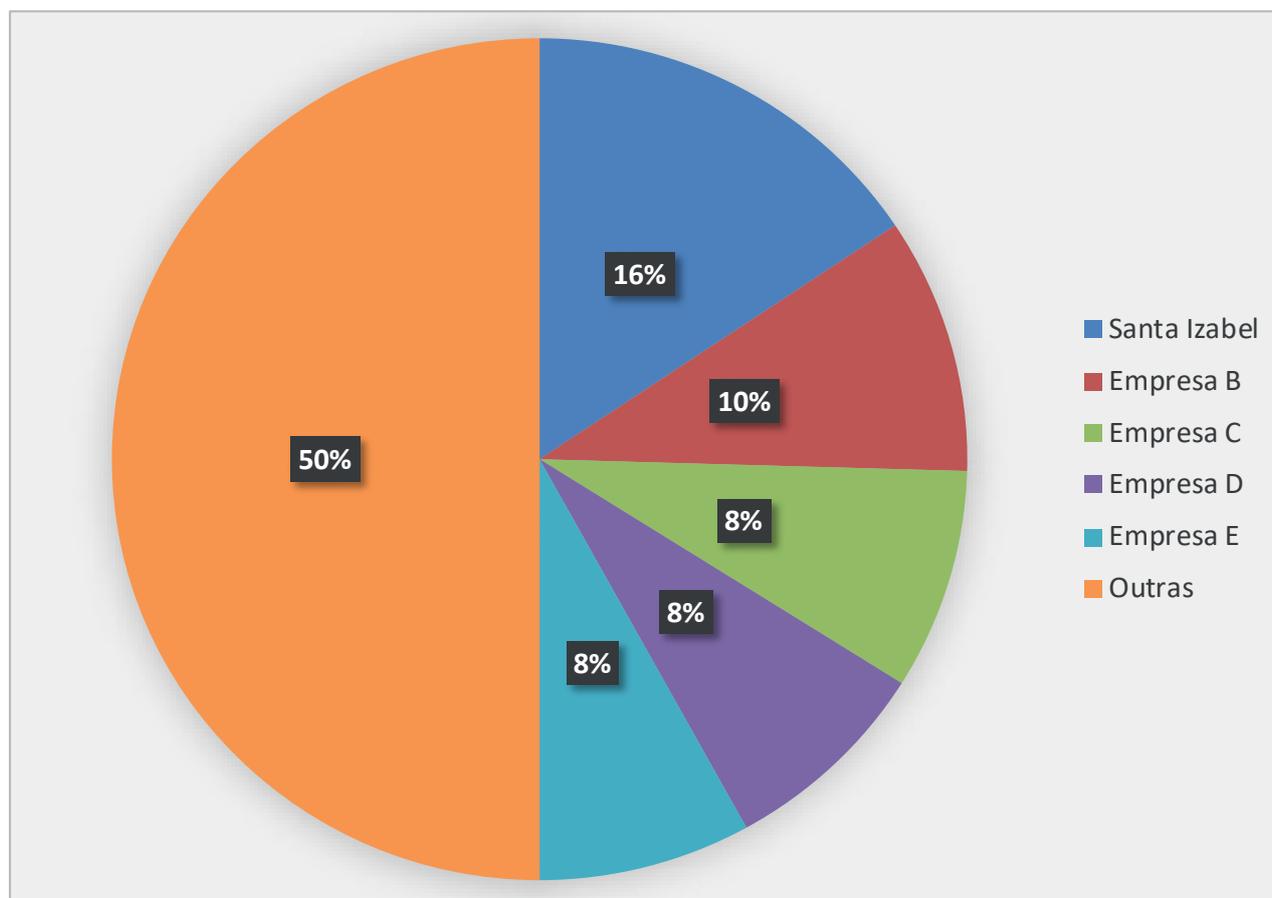
O cafeicultor Wander de Faria Pereira, que possui uma propriedade no município de Carmo do Rio Claro, no Sul de Minas, é um dos muitos produtores que aprovam a cultivar. De acordo com ele, as plantas de Catuaí Vermelho se adaptaram muito bem ao microclima da

região. Elas apresentam bom vigor e alta produtividade. De acordo com Pereira, a próxima ampliação de lavoura da propriedade será feita com o uso dessa cultivar.

Minas Gerais se tornou o maior estado produtor de café do Brasil em 1985. Desde então, a produção mineira de café aumentou de 10,6 milhões de sacas para 30,7 milhões. A maior parte desse café é Catuaí Vermelho ou Mundo Novo. São duas cultivares que possibilitaram a modernização da cafeicultura de montanha, substituindo as antigas lavouras de baixa produtividade. Mesmo com a popularização de novas cultivares, ainda mais produtivas, as lavouras de Catuaí Vermelho continuarão tendo grande importância para os cafeicultores mineiros por muitos anos.

Menção honrosa: a cultivar Arara, lançada pela Fundação Procafé em 2008, foi lembrada por 2,6% dos participantes. Ela oferece alta produtividade na lavoura e qualidade na xícara.

Implementos Agrícolas



Na categoria implementos agrícolas, a marca mais lembrada pelos cafeicultores foi a Santa Izabel, com 16%. A segunda marca contabiliza 10%, seguida de outras três, empatadas na casa dos 8%. Juntas, as cinco empresas representam 50% de todas as respostas.

Um dado que chamou a atenção foi o grande número de marcas citadas nessa categoria. Mais de 30 empresas diferentes foram lembradas durante a pesquisa, o que mostra um setor bastante fragmentado.

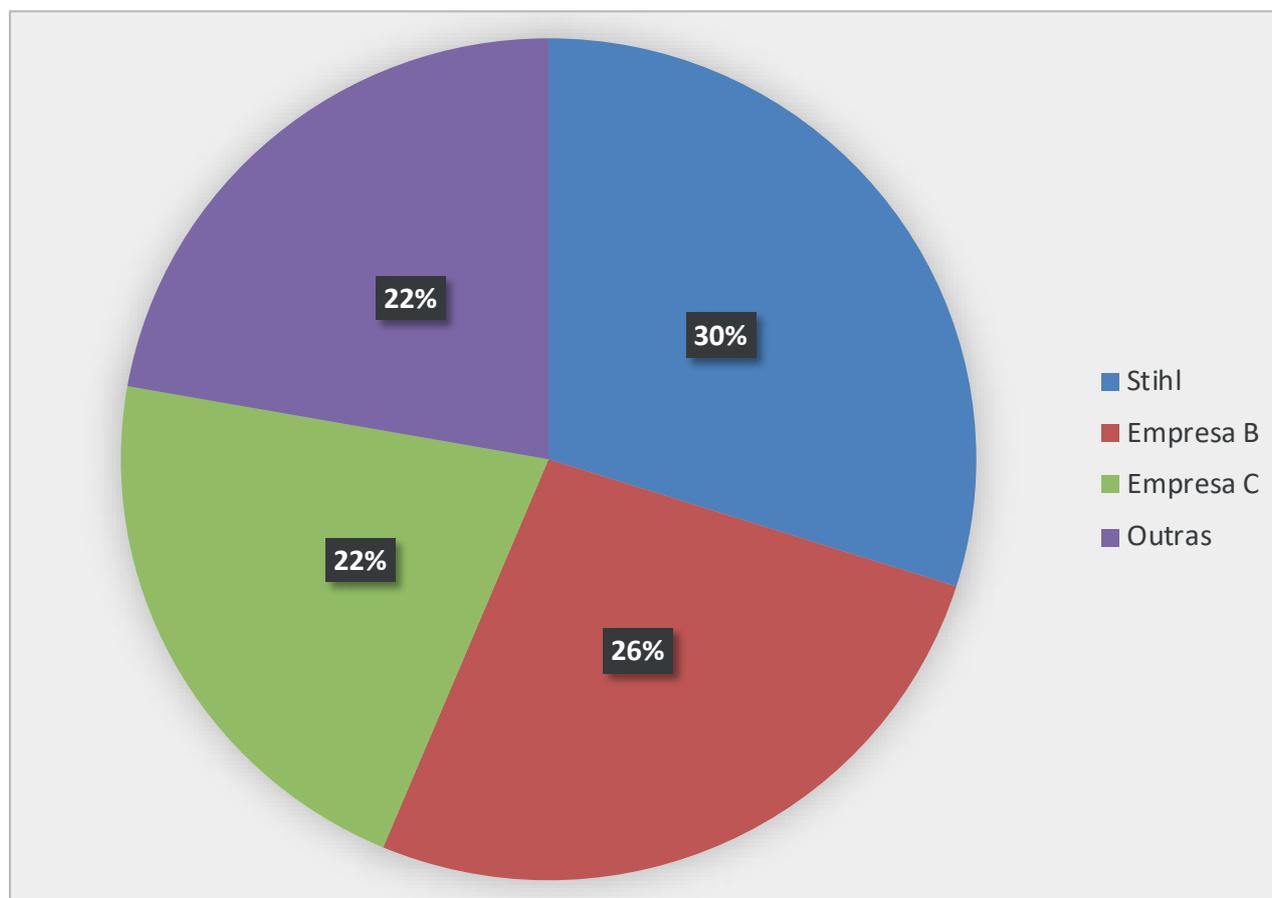
De modo geral, o setor de implementos agrícolas é bem diversificado, com a presença de empresas grandes e pequenas, nacionais e internacionais. Algumas companhias que têm como negócio principal a fabricação de outros tipos de equipamentos para a cafeicultura, como tratores ou secadores, também fabricam implementos.

A Santa Izabel Agro Indústria é uma empresa sediada em São João da Boa Vista (SP). Foi criada em 1955 com o foco inicial em manutenções e reparos de implementos agrícolas. Atualmente, a companhia fabrica e comercializa implementos rodoviários, como carrocerias e reboques para o transporte de cana, e agrícolas, como arados, roçadeiras e sulcadores.

Em 2017, a empresa foi adquirida pelo Alamo Group, com sede no estado norte-americano do Texas. O Alamo Group atua no design, fabricação e distribuição de máquinas e implementos para agricultura e infraestrutura. O grupo controla empresas na Europa, Austrália, América do Norte e América do Sul.

Até o fechamento desta edição, a Santa Izabel Agro Indústria ainda não havia retornado o pedido de Negócio Café para comentar o resultado.

Derrçador manual



A Stihl foi a vencedora na categoria derrçador manual, sendo a primeira marca lembrada por 30% dos entrevistados. A segunda colocada ficou com 26%, e a terceira com 20%.

O derrçador manual foi uma das grandes novidades da cafeicultura de montanha nos últimos 20 anos. No início, a sua adoção foi lenta, mas com a escassez de mão de obra para trabalhar na colheita o equipamento passou a ser adotado em grande escala pelos produtores.

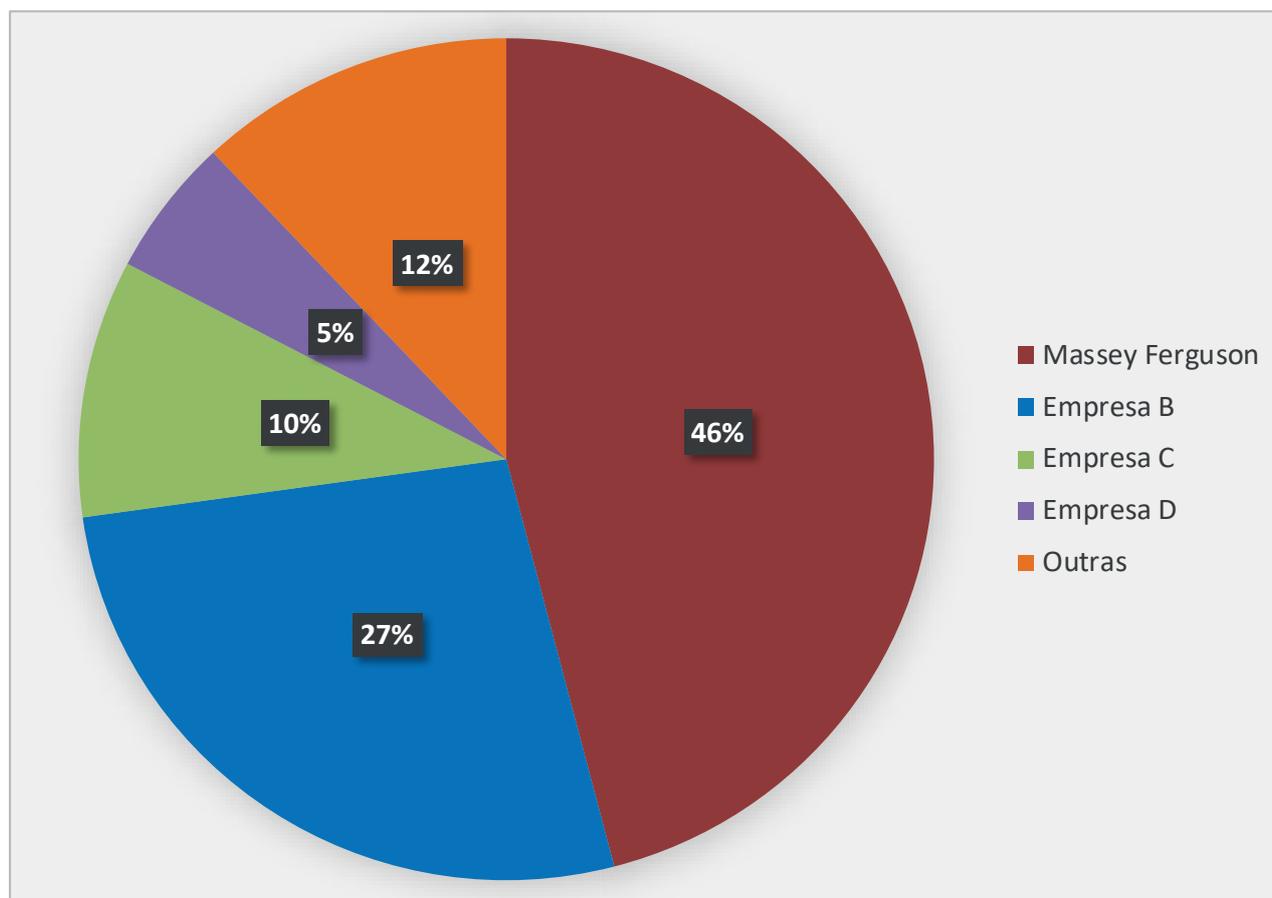
A Stihl é uma empresa de origem alemã fundada em 1926. A marca está presente no Brasil desde a década de 1950, quando começou a exportar motosserras para o país. Em 1975, se instalou no Brasil com a abertura de uma fábrica em São Leopoldo (RS). A companhia comercializa ferramentas motorizadas portáteis, como roçadeiras, pulverizadores, podadores e equipamentos de proteção individual, e atende um amplo público, dentre eles o setor agropecuário.

Palavra da empresa

“Credito este reconhecimento ao complexo trabalho de campo realizado em conjunto com os produtores de café e usuários da ferramenta, traduzido pelo P&D da empresa em um produto de ponta, que entrega uma efetiva melhoria na produtividade dos nossos clientes. O derrçador de café STIHL SP 20 é exemplo de qualidade e inovação, desenvolvido conforme as necessidades de colheita dos produtores brasileiros. Com as opções de garras e tubos disponíveis, o produtor tem nove combinações possíveis para customizar o acessório de acordo com as características do cafeeiro e sua preferência. Assim, temos em um único produto a tecnologia necessária para suprir as diferentes demandas e especificidades de colheita de café no segmento.”

Rafael Zanoni, Gerente de Marketing da Stihl

Trator



Com 46% das menções, a Massey Ferguson foi a marca de trator mais citada pelos entrevistados. A segunda colocada obteve 27% das respostas; a terceira, 10%; e a quarta, 5%.

Os tratores são símbolos da agricultura mecanizada, que é mais produtiva e eficiente. São utilizados em várias tarefas, desde o preparo do solo até o transporte da colheita.

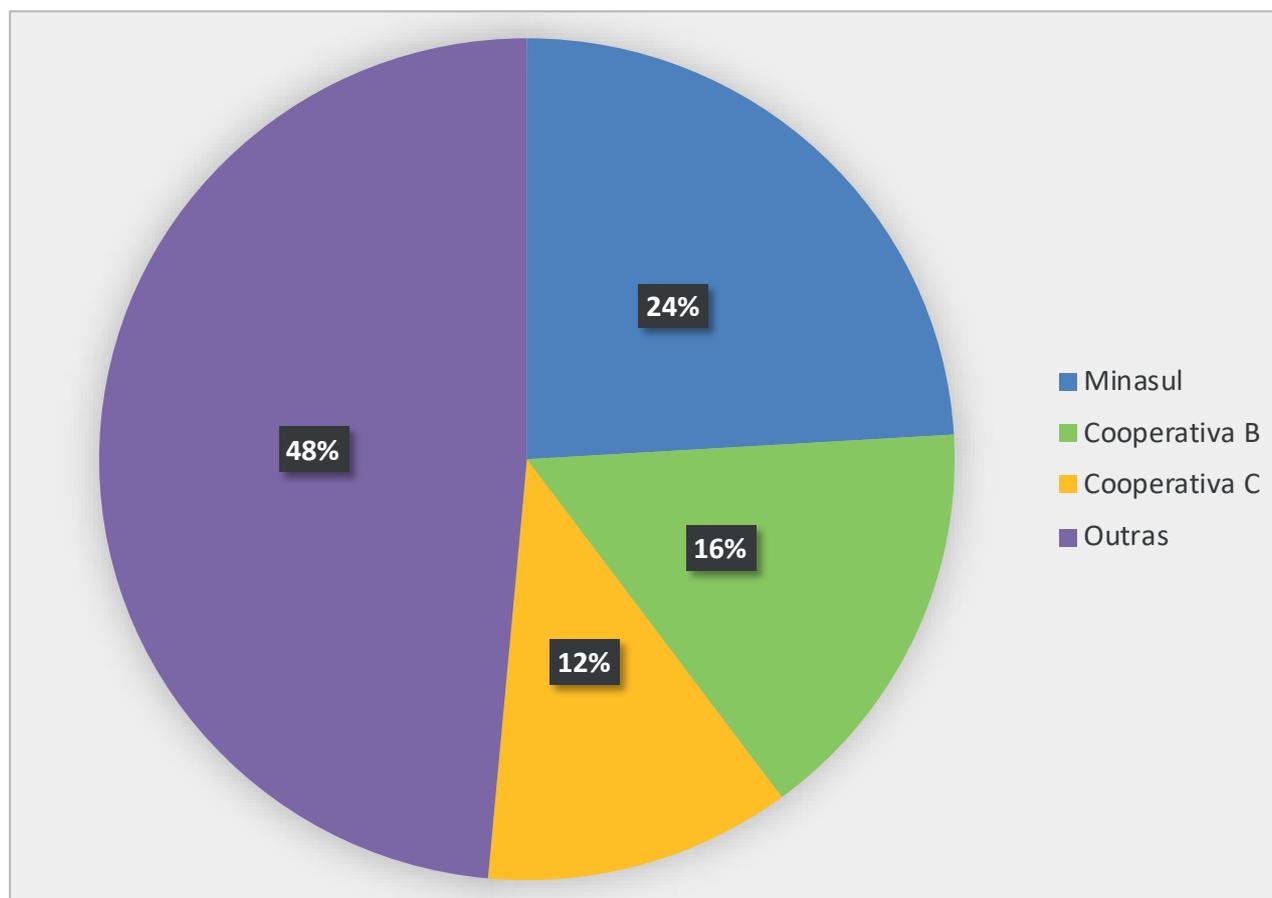
A Massey Ferguson é uma empresa de equipamentos agrícolas subsidiária da AGCO Corporation. Surgiu em 1847, no Canadá, e adotou o nome atual em 1958, após a fusão entre as marcas Massey Haris e Ferguson. A companhia se instalou no Brasil no final da década de 1950. Há cinco fábricas em funcionamento no país, responsáveis por atender ao mercado interno e exportar para a América do Sul. A empresa comercializa tratores, implementos, colheitadeiras, plataformas e pulverizadores.

Palavra da empresa

“A Massey Ferguson possui em seu DNA modernidade e pioneirismo no desenvolvimento de máquinas agrícolas. Isso se reflete em um portfólio de tratores que aliam alta tecnologia, robustez, produtividade e baixo custo operacional. Também dispomos de uma rede de concessionárias altamente capacitada e preparada para atender nossos clientes, cobrindo todo o território nacional com mais de 200 pontos de venda. Para a Massey Ferguson, o reconhecimento que estamos recebendo ao sermos tão lembrados pelos produtores nos motiva a continuar investindo em constante inovação e em um serviço de alta qualidade para levar ao trabalho no campo ainda mais modernidade, tecnologia e confiabilidade.”

Massey Ferguson

Cooperativa



A Cooperativa dos Cafeicultores da Zona de Varginha (Minasul) foi a mais lembrada pelos entrevistados, sendo citada por 24% deles. A segunda colocada obteve 16% das respostas, e a terceira, 12%. Os 48% restantes ficaram divididos entre mais 20 cooperativas diferentes que foram mencionadas.

Esse resultado mostra que, embora apenas três cooperativas tenham acumulado quase metade das respostas, o cenário do cooperativismo cafeeiro é diversificado. Além das grandes cooperativas, existem muitas de tamanho médio ou pequeno que atendem regiões específicas.

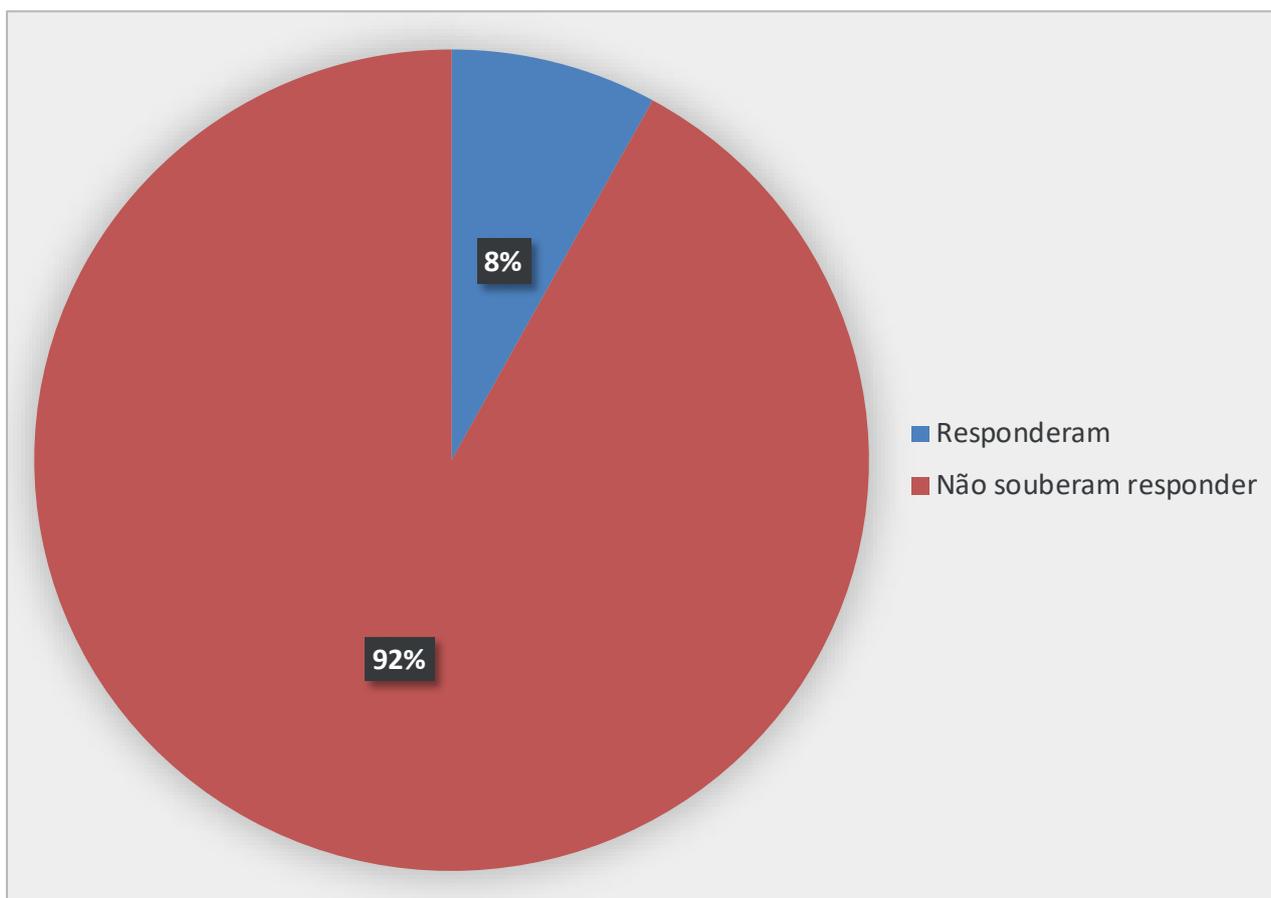
O cooperativismo está em alta no Brasil. As cooperativas de crédito, por exemplo, cresceram muito nos últimos anos. No agronegócio, elas estão se modernizando para continuarem relevantes. As cooperativas agropecuárias estão agregando valor às commodities e oferecendo novos serviços para os cooperados.

Palavra da cooperativa

“Ficamos muito satisfeitos com esse reconhecimento do nosso trabalho. A Minasul tem buscado praticar um conceito de empresa cooperativista ágil e eficiente, com a busca constante da ampliação e diversificação do nosso portfólio de produtos e serviços para o cooperado. E tudo isso suportado por uma tecnologia de ponta. Nós também estamos nos estabelecendo na industrialização, no comércio e na exportação do nosso produto principal, o café. Outra prática predominante na Minasul é a intercooperação, que são parcerias fortes com as outras cooperativas e com os fornecedores dos nossos insumos. Com isso, temos alcançado resultados muito expressivos, com um crescimento acelerado dos negócios e um grande aumento no número de associados.”

José Marcos Rafael Magalhães, Diretor Presidente da Minasul

Software de Gestão



Na categoria *software* de gestão, um resultado preocupante: apenas 8% dos entrevistados, exatos 24 cafeicultores, souberam citar uma marca.

Esse dado mostra que a grande maioria dos produtores de café desconhece as opções existentes no mercado, o que pode indicar a necessidade de mais divulgação por parte das empresas que oferecem tais ferramentas. O resultado também mostra que a gestão dos custos de produção, quando acontece, é feita com ferramentas simples, como papel e caneta.

De acordo com uma pesquisa feita por Angélica Azevedo, doutoranda em administração pela UFLA e colaboradora da Negócio Café, 95,8% dos cafeicultores do Sul de Minas utilizam a internet como fonte de informação. Ou seja, eles já estão habituados com o uso de tecnologias digitais. Falta, agora, criar ferramentas fáceis para que eles gerenciam as suas propriedades.

A pedido de Negócio Café, o consultor Mauro Martini comentou o resultado da pesquisa:

“O controle de custos dentro de uma propriedade cafeeira é fator primordial para avaliação das atividades e dos resultados obtidos, e os diversos softwares de gestão existentes no mercado podem ser uma ferramenta importante nesse processo. O resultado da pesquisa pode demonstrar, ainda, a baixa preocupação dos produtores com os seus custos, levando a tomar decisões erradas no médio e longo prazo, prejudicando sua saúde financeira no negócio café”

Mauro Scigliani Martini, Consultor-chefe da AgriCaffè - Soluções em Cafeicultura. Contato: maurosmartini@hotmail.com

TOP OF MIND EXPOCAFÉ 2018

Relatório final

A pesquisa Top of Mind Expocafé 2018 englobou 20 categorias diferentes de produtos e serviços. Para cada uma delas, os cafeicultores entrevistados responderam quatro perguntas diferentes:

1 - Quando você pensa em (categoria), qual é a primeira marca que você lembra?

2 - Quando você pensa em (categoria), qual é a segunda marca que você lembra?

3 - Qual destas você utiliza?

4 - Por quê?

Conteúdo do relatório final:

- Introdução

- Detalhamento da metodologia empregada

- 78 gráficos com todos os resultados obtidos

- Nome das cinco primeiras colocadas em cada categoria

- Análise exclusiva sobre o papel das marcas na cafeicultura

O relatório final da pesquisa será comercializado a partir de setembro. Para saber mais a respeito, envie uma mensagem para contato@negociocafe.com.br

Lista de categorias

Cultivar de café
 Fertilizante Mineral
 Fertilizante Organomineral
 Fertilizante foliar
 Defensivos
 Trator
 Implementos
 Colhedora de café automotriz
 Derrçador manual
 Lavador, descascador e despulpador
 Secador de café
 Benefício de café
 Armazéns Gerais
 Cooperativa
 Comercialização de café
 Software de gestão
 Instituição financeira
 Revistas e jornais
 Site de notícias
 Programa de TV





NEGÓCIO CAFÉ

contato@negociocafe.com.br