

Jornal do Café

Edição nº196 - 2016

Associação Brasileira
ABIC
da Indústria de Café

NOVOS SELOS DA ABIC

Nova identidade visual dos selos são o resultado do compromisso da ABIC com a Qualidade do Café. Mais facilidade para o consumidor, maior confiabilidade para as marcas associadas.



SUSTENTABILIDADE

Nescafé Dolce Gusto e Pão de Açúcar firmam parceria inédita para coleta de cápsulas em supermercados

CAFETERIA ESCOLA

Universidade Federal de Lavras lança projeto que será também um laboratório de pesquisa e ensino relacionados ao café

650 certificações!

No mês de outubro de 2016, a ABIC chegou
ao incrível número de **650 marcas certificadas**
no Programa de Qualidade do Café.

Associado ABIC, comemore!
Esse marca é sua, essa marca é nossa, esse é o

COMPROMISSO ABIC COM A QUALIDADE DO CAFÉ!



ABIC



A PALAVRA DA ABIC

Nossos associados, industriais de café, passam por um período extremamente crítico no que se refere ao abastecimento de matéria-prima. A quebra da safra do café conilon no Espírito Santo, maior estado produtor desse grão, inverteu o mercado de forma abrupta. O preço da saca de conilon superou o de arábica.

O momento exige muita prudência e cuidado com os negócios, a fim de preservá-los. É preciso que cada um acompanhe o mercado dia a dia, ajustando o blend de acordo com a nova realidade, mantendo um controle rigoroso de custos em função dos aumentos da matéria-prima, revisando suas ações promocionais, preservando seus estoques e seu patrimônio. Talvez isso ajude a amenizar esse período crítico. Mas, principalmente, fiquem atentos e cuidem da qualidade dos cafés adquiridos para industrialização. Jamais deixem deteriorar a qualidade de suas marcas, pois isso vai afugentar seus consumidores, mesmo os mais tradicionais e fieis.

Em reunião realizada em outubro no CDPC – Conselho Deliberativo da Política do Café, que retomou a interlocução desta entidade,

integrada por toda a cadeia cafeeira, com o governo, em na qual também se analisou a recriação do Departamento do Café no Ministério da Agricultura, a ABIC defendeu o imediato aumento do volume ofertado nos leilões semanais. Essa seria uma primeira alternativa para a crise de abastecimento que atinge não só a indústria de café torrado e moído como também a de solúvel.

De acordo com estimativas do IBGE, a safra atual do Espírito Santo deve ficar em 5,820 sacas, volume 30,7% abaixo do colhido no ano passado (7,761 milhões de sacas) e 45,9% inferior à do ano de 2014 (9,949 milhões). O mercado já considera muito remota a possibilidade de uma recuperação dos cafezais capixabas e dos volumes do grão na colheita em 2017.

No encontro do CDPC prevaleceu o sentimento do que “somos todos uma mesma empresa do café”, e que se deve procurar uma solução que atenda a todos. Tenho certeza que essa crise vai ser superada com o empenho da ABIC, de seus associados e dos demais setores, pois nosso compromisso é com o consumidor e com a qualidade do café!

Ricardo Sousa Silveira

Presidente da ABIC





QualidadeCertificada

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO TRIÊNIO 2016 - 2019

PRESIDENTE



Ricardo de Sousa Silveira
Café Cristal Ltda. - MG

1º VICE-PRESIDENTE



Egídio Malanquini
Vista Linda Ind. e Com.
de Cafés Especiais Ltda. - ES

VICE-PRESIDENTES



Carlos Roberto Viana - Vice-Presidente de Relações Institucionais - Dicasa Ind. e Comércio de Alimentos - GO



Dagmar Oswaldo Cupaiolo - Vice-Presidente Jurídico - Café Lourenço Ind. Com. Ltda. - SP



Livio Baraúna Assayag - Vice-Presidente de Planejamento e Exportação - Ind. de Café Manaus Ltda. - AM



Pavel Monteiro Cardoso - Vice-Presidente de Qualidade e Programa de Certificação - Sobesa Indl. de Alim. Santanense Ltda. - BA



Bernardo Wolfson - Vice-Presidente de Marketing e Comunicação - Melitta do Brasil Ind. e Com. Ltda. - SP



Silvio Aparecido Alves - Vice-Presidente de Tecnologia e Modernização - Grupo 2 Irmãos - PR



Marco Antônio Campos - Vice-Presidente de Administração e Finanças - Café Itaú Ltda. - MG



Edvaldo Frasson Teixeira - Vice-Presidente de Economia e Estatística - Treviolo Café Ltda. - SP



Micheli Poli Silva Gelsleichter - Vice-Presidente de PMES, Meio Ambiente e Sustentabilidade - J.J. Mattos Ind. e Com. de Café Ltda. - SC

DIRETOR-EXECUTIVO



Nathan Herszkowicz

REPRESENTANTES REGIONAIS

Nordeste - Francisco Leonel Pereira Freire - São Braz S/A Ind. e Com. de Alim. S.A - PB.

Norte - José Iovan Teixeira - Cical Ind. e Com, de Prods. Alims. Ltda. - ME - RO

Centro-Oeste - Wilson Oliveira - Café Rancheiro Agro Industrial Ltda. - GO

Sudeste - Vagner Lorenzetti Millani - Torrefação Noivacolins Ltda. - SP

Sul - Ewaldo Wachelke - Ind. e Com. de Café Juliana Ltda. - PR

CARTA AO LEITOR

Esta edição tem como matéria principal a nova logomarca dos programas de certificação da ABIC, criada para marcar o nosso Compromisso com a Qualidade do Café. É mais uma bandeira que levantamos em prol do fortalecimento e em defesa do mercado, dos associados e dos consumidores.

E já que o assunto é qualidade, não deixe de ler a matéria sobre a Cafeteria Escola que foi inaugurada na Universidade Federal de Lavras - UFLA. Com proposta inovadora, o projeto pretende ir além do ensino do preparo correto da bebida, atuando também como um laboratório de pesquisa e ensino relacionados ao café.

Destaco também a entrevista com nossa companheira Micheli Poli Silva, CEO do Café Jurerê, de Santa Catarina, que é a primeira mulher a assumir um cargo no Conselho de Administração da ABIC.

Boa leitura com excelentes cafés!

Bernardo Wolfson

Vice-presidente de
Marketing e Comunicação

EXPEDIENTE

O **Jornal do Café** é uma publicação da Associação Brasileira da Indústria de Café - ABIC, enviada a: associados, autoridades, entidades e pessoas representativas do setor cafeeiro. Os artigos assinados não refletem, necessariamente, a opinião ou pensamento da entidade.

Diretor de Marketing e Comunicação da ABIC: Bernardo Wolfson
Editora: Marília Moreira (MTb 11381)

- mariliatempocom@uol.com.br

Subeditor: Eduardo Buitron - edutempocom@uol.com.br

Redação: Tempo de Comunicação - Rua Piracuama, 280 - cj 44
Perdizes, São Paulo - SP, CEP: 05017-040.

Fone: (11) 3868 4037.

Diretor de Criação: Gilberto Sato
- gilberto@smartpropaganda.com.br

Diretor de Arte: Charles A. Takada
- charles@smartpropaganda.com.br

Coordenadora de projeto: Mayara Schmidt
- mayara@smartpropaganda.com.br

Criação, Diagramação e Projeto Gráfico: Smart Propaganda
- Av. Brg. Faria Lima, 1826 - cj. 713 - Jardim Paulistano
- São Paulo - SP - Fone: (11) 3815-5566 -
jornaldocafe@smartpropaganda.com.br -
www.smartpropaganda.com.br

Impressão: Melting Color - tel (11) 4341-8054

Tiragem: 2.150 exemplares

ABIC - Associação Brasileira da Indústria de Café

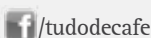
Rua Visconde de Inhaúma, 50 - 8º andar

CEP 20091-007 - Rio de Janeiro - RJ

Fone: (21) 2206 6161 - Fax: (21) 2206 6155

E-mail: abic@abic.com.br

www.abic.com.br



ÍNDICE

ENTIDADE

- 06** Compromisso ABIC com a qualidade do café

PERFIL

- 10** Empresária assume vice-presidência da ABIC

QUALIDADE

- 14** Cafeteria escola da UFLA
16 Inovação Catarinense recebe certificação ABIC de qualidade superior
18 San Babila, Catuay do Brasil e Baggio têm seus cafés com cápsulas certificadas
20 Consumidores vão eleger os melhores cafés do Brasil

SUSTENTABILIDADE

- 22** Parceria para coleta de cápsulas em supermercados

SUSTENTABILIDADE

Pág.

22



CAFÉ & SAÚDE

- 26** Café e fígado

PUBLICIDADE

- 30** Empresa abre sua primeira filial no Brasil

EVENTO

- 33** ABIC na Semana Internacional do Café

- 37** COFFEE BREAK



COMPROMISSO ABIC COM A QUALIDADE DO CAFÉ

Como resultado e identidade desta bandeira em prol do fortalecimento e em defesa do mercado, dos associados e dos consumidores, está a nova logomarca dos programas de certificação

Pureza é um dos atributos da qualidade de um bom café, ao lado do aroma marcante, acidez equilibrada, corpo acentuado e retrogosto prolongado, propriedades que são ressaltadas por uma torra e moagem corretas e uma matéria-prima adequada. Trata-se, portanto, de um conjunto de características que resultam na qualidade global do café na xícara, e que são indissociáveis.

Esse é o conceito no qual se baseia o novo design do Selo da ABIC que passa a identificar para os consumidores as marcas certificadas pelos seus programas. Assim, a nova logomarca mantém a identidade visual do Selo de Pureza, programa pioneiro lançado em

1989, e adiciona a certificação no PQC – Programa de Qualidade do Café, que desde 2006 trabalha com as categorias de produto Tradicional, Superior e Gourmet, passando agora a incluir o Extra-Forte.

“Pode-se dizer que o Compromisso com a Qualidade do Café é um programa da ABIC que pretende ampliar a oferta para os consumidores de cafés tradicionais de qualidade média para melhor, além dos Superiores e dos Gourmet. Isto porque os consumidores mostram que desejam produtos diferenciados e melhores e estão dispostos a pagar por esta qualidade. Por isso, a ABIC e as indústrias estão empenhadas em aumentar as exigências com relação a

qualidade da matéria-prima que adquirem no mercado”, diz Ricardo Sousa Silveira, presidente da entidade.

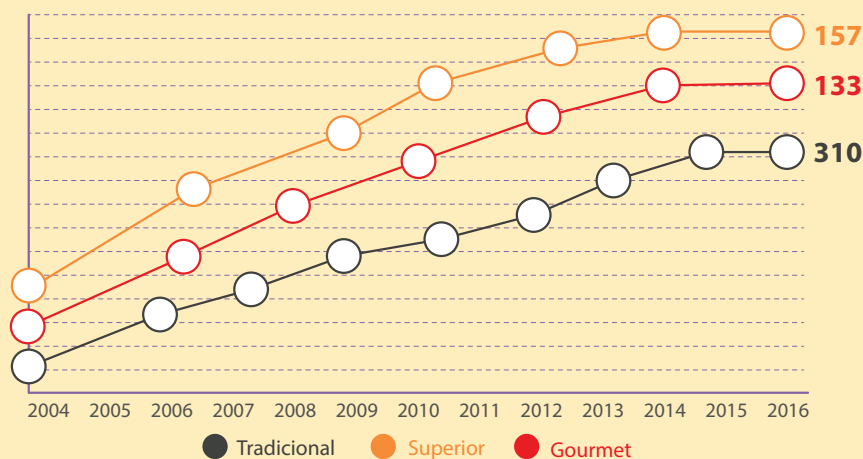
A nova logomarca transmite ao consumidor uma informação rápida e clara, e dá maior confiabilidade à marca, já que é uma certificação creditada pela ABIC e que reforça exatamente o compromisso da ABIC com a qualidade do café.

Este novo modelo do Selo ABIC poderá ser utilizado pelas empresas que já estejam participando dos dois programas de certificação: Selo de Pureza e PQC. Se a empresa participar apenas no Selo de Pureza, deverá migrar para o PQC. A aplicação do novo selo é condicionada à autorização específica da ABIC, na forma de cessão do direito de uso da imagem, que é de propriedade da entidade. Sua utilização deverá seguir as orientações do Manual de Aplicação, que está sendo enviado pela ABIC para as empresas que manifestaram interesse e que estejam em conformidade com os programas e obrigações junto à ABIC.

SANEANDO O MERCADO

Ao unir seus programas de certificação, a ABIC avança em suas propostas de fortalecimento do setor e de educação para o consumo de café iniciadas há 27 anos. Lançado em agosto de 1989, antes mesmo da criação do Código de Defesa do Consumidor (em 1991), o Programa Permanente de Controle do Café – Selo de Pureza ABIC deu um novo norte ao setor, resgatando ao longo desses anos a credibilidade desta que é a segunda bebida mais consumida pelos brasileiros, atrás apenas da água.

Evolução Produtos PQC



Ativo e consistente até os dias hoje, o Selo de Pureza se baseia na autorregulamentação e foi lançado com dois objetivos. Primeiro, sanear o próprio setor, denunciando indústrias que fraudavam seus produtos e cujas marcas, após coletadas no varejo e analisadas em laboratório, fossem constatadas impuras ou com adição de outros elementos. Paralelamente, o segundo objetivo era responder e ao mesmo tempo assumir um compromisso com os consumidores, que nas décadas de 1970 e 1980 deixaram de lado o café por causa da baixa qualidade e por acreditarem que o melhor produto era exportado.

O consumo brasileiro, que em 1965 era de 4,72 quilos de café torrado e moído por habitante/ano, caiu para 2,27 quilos em 1985. Na época que o Selo de Pureza foi implantado, mais de 30% das marcas analisadas e comercializadas em todo o País burlavam a legislação, ou com impureza ou com adição de outras substâncias, como milho, cevada, açúcar e caramelo. Atualmente, menos de 2% a 3% das marcas coleta-

CAFÉ CRISTAL EXTRA FORTE



O Café Cristal Extra Forte, em embalagem almofada de 500 gramas, já está sendo comercializado com a nova logomarca que une o Selo de Pureza com o Programa de Qualidade do Café (PQC). A iniciativa foi de Ricardo Sousa Silveira, presidente da ABIC e diretor da indústria Café Cristal, de Patos de Minas (MG), que quis servir de exemplo para os demais industriais.



das e analisadas são fraudadas ou impuras, e são casos muito isolados ou regionalizados. Atualmente, são monitoradas mais de 1.000 marcas, com coleta de 3.000 amostras por ano.

A queda no consumo de café registrada, sobretudo, na década de 1980, teve como razão a baixa qualidade do produto e sua adulteração. O que levou as indústrias a essas práticas foram diversos motivos, desde as constantes intervenções governamentais, como os tabelamentos de preços que nivelavam por baixo todas as marcas (e não estimulavam a diferenciação e a melhor qualidade), até a própria campanha de aumento do consumo interno, realizada nos anos 1960 pelo IBC – Instituto Brasileiro do Café, órgão extinto em 1990. Nessa campanha, que visava principalmente diminuir os altos estoques de café verde do governo, o IBC praticamente dava de graça a matéria-prima para as torrefações, o que propiciou o surgimento de inúmeras empresas sem qualquer vocação para a atividade e sem qualquer conhecimento dos requisitos mínimos de qualidade.

Ativo até os dias de hoje, o programa do Selo de Pureza parte da autofiscalização do próprio setor e é custeado pelas próprias indústrias. As marcas de café são coletadas em pontos do varejo por auditores independentes, e enviadas, desca-

racterizadas, para análises em laboratórios credenciados. Essa seriedade e a transparência do processo de coleta e análise asseguraram a credibilidade deste programa e do Selo de Pureza junto ao mercado e aos consumidores.

Como entidade, o poder da ABIC recai apenas sobre as indústrias associadas, às quais pode penalizar administrativamente, com suspensão temporária do uso do Selo ou até exclusão do quadro associativo. Por isso, tem papel fundamental a ação dos órgãos de defesa do consumidor, a exemplo do Procon, Ministérios Públicos e a própria Vigilância Sanitária, que têm poder para retirar produtos fraudados do mercado e até fechar empresas.

UM PASSO PARA A QUALIDADE

Com o conceito e percepção da pureza consolidados, a ABIC avançou nas suas propostas e criou o PQC que, com suas categorias de produtos, auxiliaria os industriais a melhor posicionarem suas marcas e despertaria junto aos consumidores o desejo de experimentar diferentes marcas e descobrir qual é o seu melhor café.

Em agosto deste ano, o PQC atingiu o total de 600 marcas certificadas, que são coletadas e analisadas quanto às suas características sensoriais, em modelo criado e introduzido no Brasil ainda em 2004. Por isso,

COMO O PROGRAMA AJUDA A MELHORAR A QUALIDADE?



o Brasil tem hoje centenas de marcas de cafés gourmet e especiais, que não existiam até o ano 2000. São mais de 450 empresas participantes. E para atender a demanda, existem sete laboratórios credenciados pela ABIC e mais de 30 provadores, classificadores e graders habilitados para provar e avaliar o café.

Diferentemente do programa do Selo de Pureza, que se limita a analisar se o café é puro ou fraudado, o PQC possui ferramentas que auxiliam os industriais a melhorarem objetivamente a qualidade de seus produtos.

Audidores experientes visitam as instalações industriais e fazem uma análise crítica dos procedimentos da empresa, listando os itens que precisam ser melhorados. Periodicamente, o industrial recebe relatórios de benchmarking, posicionando a sua marca em relação às outras participantes do programa, mantendo a devida confidencialidade.

Além de toda essa consultoria, o Certificado de Qualidade emitido pela ABIC, entidade reconhecido e de muita credibilidade tanto no Brasil quanto no exterior, diferencia o produto e a empresa das demais concorrentes. Isso significa agregação de valor à marca; relação mais eficaz com o consumidor, melhor exposição do ponto de venda (PDV); participação das tacadas nas licitações e garantia de estar adequado às normas existentes. Deve-se considerar também que os preços dos cafés certificados no PQC são, em média, 11% maiores dos que os não certificados.

A criação do novo Selo ABIC incorpora, portanto, a estrutu-

ra dos dois programas, Selo de Pureza e PQC, e atende as inúmeras propostas e sugestões feitas por associados e dirigentes nas reuniões dos Conselhos Deliberativo e de Administração, bem como, nas Reuniões Regionais, desde 2015, período em que se procedeu os estudos para o desenvolvimento do novo logotipo. ®

ABIC NÃO COMUNGA COM A FRAUDE NO CAFÉ

O estudo divulgado dia 28 de setembro pelo PROCON-MG, baseado em seu Programa de Monitoramento do Café Torrado e Moído no Estado de Minas Gerais, foi aplaudido pela ABIC e pelo Sindicato das Indústrias de Café de Minas Gerais. O estudo indicou que 30,7% (74 marcas), das 241 amostras analisadas, continham impurezas acima do limite legal.

Tanto a ABIC quanto o Sindicafé-MG foram os organismos que mais encaminharam denúncias aos PROCONs e Ministério Público de Minas Gerais desde 2010, para informar sobre as irregularidades. Portanto, a divulgação das marcas impróprias para consumo foi apoiada pelas entidades que, em comunicado à imprensa, se colocaram à disposição para combater a fraude e oferecer cafés de melhor Qualidade. “A ABIC não comunga com a fraude no café, que deve ser puro como exigência mínima de qualidade”, diz Ricardo Sousa Silveira, presidente da ABIC.

“Felizmente, das 12 marcas denunciadas pelo PROCON-MG como sendo participantes do Programa do Selo de Pureza, 6 (seis) delas já foram excluídas da ABIC, 4 (quatro) estão sendo verificadas e outras 2 (duas) já estão respondendo a processo por impureza”, informa o presidente da ABIC.

O estudo do PROCON-MG conclui que apesar de poucas exceções “a probabilidade de se encontrar um café de baixa qualidade com o Selo da ABIC é bem menor”.

Mais informações com Aline Marotti pelo email : aline@abic.com.br.

EMPRESÁRIA ASSUME VICE-PRESIDÊNCIA DA ABIC



Micheli Poli Silva, CEO do Café Jurerê, de Santa Catarina, é a primeira mulher a assumir um cargo no Conselho de Administração da ABIC

Aos 33 anos, a catarinense Micheli Poli Silva foi eleita membro do Conselho de Administração da ABIC, para o período de 2016/2019, passando a responder pela vice-presidência da área de Pequenas e Médias Empresas, Meio Ambiente e Sustentabilidade. Ela é a primeira mulher a participar da direção executiva da entidade, apesar de a ABIC ter sempre contado com a colaboração ativa de empresárias no seu Conselho Deliberativo.

Assumir a vice-presidência da ABIC é mais uma conquista na trajetória de sucesso que Micheli tem no meio empresarial, no qual se destaca principalmente pelas ações pioneiras no sindicato patronal. Aos 27 anos, ela foi a primeira mulher (e a mais jovem)

na história a presidir o Sindicato das Indústrias de Torrefação e Moagem do Café no Estado de Santa Catarina (2011 a 2014), tendo sido eleita para o segundo mandato até 2017. Também tem forte atuação na Associação dos Sindicatos Filiados à FIESC, onde é diretora executiva desde 2012.

Formada em Direito pela UNIFEBE e pós-graduada em Direito Empresarial pelo CESUSC, Micheli começou a trabalhar aos 15 anos e é sócia administradora do Café Jurerê, marca da empresa JJ Mattos Ind. e Comércio de Café, torrefação fundada por seu pai em 1987 e localizada em Tijucas, na Grande Florianópolis. É também Classificadora e Degustadora de Café.

Nesta entrevista exclusiva ao Jornal do Café, Micheli conta sobre sua trajetória, desafios e planos à frente da ABIC, como o projeto de apoio ao Micro e Pequeno Empreendedor, que já está em desenvolvimento.

Jornal do Café: Como foi o seu ingresso no mundo do café? A torrefação é da sua família? Conte um pouco sua história.

Micheli Poli Silva: Bem, minha família atua no segmento do café desde 1945. Meu avô paterno iniciou sua vida com a agricultura e também com uma pequena torrefação. Com o passar dos anos o negócio foi expandindo, meu avô se aposentou e a administração passou para seus oito filhos. Meu pai, o caçula, saiu da sociedade em 1987 para administrar a sua própria torrefação. Eu iniciei minhas atividades no negócio em 1998, aos 15 anos. Meus pais sempre me estimularam e nesta idade já sentia vontade de me envolver nos negócios da família. Comecei na produção e após um ano passei para o setor administrativo. Em 2000 entrei para a faculdade de Direito e em 2001 comecei a administrar, paralelamente, outros negócios da família. Isso foi até 2007, quando voltei exclusivamente para a indústria, focando meus esforços no setor comercial e de desenvolvimento.

JC: Em um segmento dominado, sobretudo, por homens, você tem se destacado, tanto como empresária quanto como presidente do SINDCAFÉ-Santa Catarina e agora integrando o Conselho de Administração da ABIC. É difícil esse relacionamento? Como você se posiciona? Você acha que os homens estão se acostumando com a liderança das mulheres?

MPS: O interessante é que todos os convites surgiram de pessoas destas entidades, que tinham até então sua diretoria composta 100 %

por homens. Sou tratada em pé de igualdade por todos os senhores com quem me relaciono nestas entidades, onde meu posicionamento é levado em consideração da mesma forma que os demais. Penso que esta questão da liderança feminina vem crescendo aos poucos, os homens estão aceitando e absorvendo esta ideia. Creio que, independentemente de ser mulher, o que importa de fato seja a capacidade de realizar o que foi proposto.

JC: Quais as principais dificuldades e conquistas à frente do Sindicato? Como é o setor torrefador catarinense?

MPS: O SINDCAFE de Santa Catarina é um sindicato pequeno. No passado, por volta de 1970, tínhamos 46 torrefações no estado. Atualmente contamos com apenas sete. O fato de não ser um estado produtor de grãos de café e sofrer a concorrência de indústrias de fora de Santa Catarina, fez muitos industriais migrarem de segmento, não exercendo assim mais a atividade da torrefação. Vejo este o maior desafio: o de manter os industriais interessados em ficar no mercado. O trabalho principal é o estímulo à diversificação de produtos, com aumento da qualidade e melhoramento de vendas. Acredito que estamos alcançando nossos objetivos!

JC: Na sua posse no Conselho de Administração da ABIC, e a partir da experiência vivida em sua empresa,

você destacou que o micro e pequeno empresário cuidam de tudo na indústria, tendo que lidar com todas as adversidades do dia a dia. Daí ser fundamental qualificar o empresário e seus funcionários para a busca da qualidade e da sustentabilidade. Você também lembrou que trabalhar com produtos com maior valor agregado e certificados podem fazer a diferença na empresa. Como você pretende atuar como vice-presidente de PMEs, Meio Ambiente e Sustentabilidade? Tem estratégias já definidas?

MPS: Neste momento estamos desenvolvendo um projeto de apoio ao Micro e Pequeno Empreendedor, com enfoque em proporcionar conhecimento ao empresário, ampliando suas possibilidades. Nele contaremos com apoio de outras entidades, SEBRAE, Sindicatos, Federações das Indústrias. Estas entidades já têm trabalhos que se ligam diretamente com o nosso projeto. Creio que esta sinergia fará com que nosso propósito seja alcançado de forma mais rápida e dinâmica. O importante também é proporcionar a este empresário a aproximação com estas entidades que poderão auxiliar em muito no seu negócio das mais diversas formas.

JC: Você acredita que micro e pequenos empresários deveriam buscar



cursos de especialização em classificação e degustação de café? Ter esta especialização ajudou você a entender mais do negócio café?

MPS: É fundamental esta especialização; é a base do conhecimento para se trabalhar com café. Os principais problemas da indústria hoje vêm a partir da compra desqualificada da matéria-prima. Isto reflete diretamente no produto final, no lucro. Com conhecimento, existe uma diluição de custos significativa, além da possibilidade de diversificação da linha de produtos com maior valor agregado. Ninguém administra o que não conhece! O negócio não vai para frente. Obrigatoriamente tive que buscar este conhecimento para poder desenvolver meu trabalho. Para mim não bastava ter outros classificadores na empresa, eu precisava saber tecnicamente sobre o negócio, e somente a experiência dos anos de trabalho não supriam a minha necessidade.

JC: Na sua carreira na indústria, quais conquistas você destacaria? E quanto ao lançamento de novos produtos, quais foram os mais inovadores?

MPS: Destaco o crescimento em volume de vendas, ampliação de mercado com atendimento em canais diversificados e a criação de novos produtos e prestação de serviços. No que tange a inovação, o Fast Coffee¹, sistema de drip coffee bag, foi o produto mais inovador e diferenciado que trouxemos ao mercado. É um produto que vínhamos desenvolvendo desde 2014 e lançamos efetivamente em 2016. Com o apelo crescente da monodose no mercado, vimos como uma ótima opção ao consumidor ter um produto que ofereça o café passado na hora, em qualquer lugar, sem necessidade de máquinas de extração ou equipamentos específicos de preparo.

JC: Mudando um pouco de assunto, vamos falar da Micheli consumidora de café. Quantos cafezinhos você toma por dia? Prefere café filtrado

ou 'espresso'? Tem alguma xícara especial?

MPS: Nossa... bebo por volta de 6 xícaras grandes (100 ml) por dia. Meu hábito em casa e no trabalho é o do café passado. Porém, quando vou a alguma cafeteria, a trabalho ou a lazer, não abro mão de um belo 'espresso' cortado. Em alguns lugares nem preciso mais fazer o pedido, eles já conhecem o jeito certo que eu gosto. Uso a tradicional xícara de chá de porcelana. Algumas vezes uso caneca de porcelana também.

JC: Você começou a tomar café com que idade? Era hábito na casa de seus pais e avós?

MPS: Sabe, diante da história da minha família era para eu ter começado muito cedo a tomar café. Porém, comecei com uns 10 anos de idade. Nunca gostei de café passado com leite, o que é o hábito de bebida da minha mãe, e era o que ela nos oferecia. Acho que foi isso que retardou um pouco a introdução da bebida no meu dia-a-dia.

JC: E seus filhos? Eles tomam café com leite?

MPS: Tenho dois filhos: o Rodrigo, de 9 anos, e o Vitor, de 5. Ambos bebem café com leite desde muito pequenos. Engraçado, houve um episódio há cerca de dois anos, em que o Rodrigo, então com 7 anos, me perguntou se criança não podia beber café puro, sem leite. Eu sempre tive o hábito de oferecer o café com leite para ele e nunca me liguei em oferecer de outra forma. Enfim, agora ele bebe ambos os tipos.

JC: Para finalizar, conte como é a sua rotina? É difícil dividir as tarefas entre casa e trabalho?

MPS: Realmente, acho que este é meu maior desafio. Administrar tudo com qualidade. Hoje, tenho meus filhos, que são minha razão de viver. Conto com a minha família para me ajudar no dia-a-dia. Nossa empresa não é na mesma cidade em que moro, então, preciso deste suporte. Quanto ao trabalho, fui aprendendo a delegar muitas coisas, porém sem-

pre gostei de ter conhecimento e um certo controle do que acontece em todas as áreas. Acho importante para o bom andamento do negócio. Mas, com certeza, por muito tenho que fazer escolhas difíceis. Entretanto, nunca abrirei mão da minha família, dos meus filhos. Por mais que eu ame o que faço, o trabalho para mim sempre será a segunda prioridade. ☺

“Neste momento estamos desenvolvendo um projeto de apoio ao Micro e Pequeno Empreendedor, com enfoque em proporcionar conhecimento ao empresário, ampliando suas possibilidades. Nele contaremos com apoio de outras entidades, SEBRAE, Sindicatos, Federações das Indústrias.”

EXCLUSIVO



MONTANA
COFFEE

SOLUÇÕES EM EMPACOTAMENTO

MC.NES
**Máquina Automática
para Envase de Cápsulas**

**Sistema exclusivo, semi-automático,
para conservação de cápsulas em
atmosfera modificada, com recave
de frascos.**

Compatível com sistema Nespresso e outros

CAFETERIA ESCOLA DA UFLA



*Com proposta inovadora,
projeto pretende ir além do
ensino do preparo
correto da bebida, atuando
também como um
laboratório de pesquisa
e ensino relacionados ao café*

Projetado promovido pela Agência de Inovação do Café (InovaCafé) da Universidade Federal de Lavras (UFLA), a Cafeteria Escola foi inaugurada no início de outubro e passa a atender a comunidade acadêmica, além dos moradores dos municípios de Lavras e região.

Instalada no Centro de Convivência da UFLA, a cafeteria escola foi batizada de CafEsAL, nome que presta uma homenagem à antiga Escola Superior de Agricultura de Lavras (ESAL). “Esse é um resgate que reforça o compromisso da universidade com a sua história, perpetuando sua tradição e reafirmando o seu legado na trajetória da cafeicultura no país e no mundo”, explicou o diretor da InovaCafé, professor Luiz Gonzaga de Castro Junior.

“Além de comercializar cafés e apresentar diferentes métodos de preparo, vamos atuar como laboratório de pesquisa e ensino relacionados ao café, atuando desde sua produção até o consumo, envolvendo os alunos de graduação, pós-graduação, empreendedores e a comunidade interessada no assunto”, disse a Gestora em Inovação do Café, barista e responsável pelo

projeto, Helga Andrade.

O café servido é produzido na própria InovaCafé e só no dia da inauguração foram servidos 2.500 cafezinhos, o que corresponde a 125 litros da bebida! Durante a degustação, as pessoas foram orientadas sobre o consumo consciente do açúcar, e alguns estudantes provaram o café sem o produto, afinal quando a bebida é boa, a adição de açúcar é dispensável.

Durante o evento de abertura do novo estabelecimento, o escritor Carlos La Terza, autor do livro “Leite de Pedra”, apresentou sua obra que é feita de forma artesanal e reúne poesias datilografadas em filtros de café reutilizados. Os filtros usados para fazer o café que foi servido na inauguração foram doados ao autor que criou o projeto “Leitura Sustentável”, que lança livros com poesias de autores mineiros utilizando somente o filtro de café reutilizado como matéria-prima. A ideia é que a Cafeteria CafEsal sirva de ponto de coleta de filtros de papel, assim os estudantes e a comunidade poderão entregar o material no local e o mesmo será destinado ao poeta para confecção dos livros. ☺

Propostas

A Cafeteria Escola tem como objetivo qualificar estudantes, professores, funcionários e a comunidade externa no preparo e consumo de cafés de qualidade. Ela vai funcionar em dias e turnos alternados, oferecendo serviço convencional de cafés para o público e promovendo treinamentos e eventos com vagas limitadas. Para saber a programação semanal, basta acessar a página da cafeteria no Facebook.

Entre os serviços que serão oferecidos pela cafeteria estão:

- ☺ Venda do café produzido pela InovaCafé (o CafEsal), grãos, torrado ou moído
- ☺ Venda de café espresso, cappuccino e outras bebidas à base de café
- ☺ Degustações comentadas de cafés
- ☺ Treinamentos sobre técnicas de preparo e bebidas à base de café
- ☺ Eventos sobre café e espaço aberto para eventos da comunidade

INOVAÇÃO CATARINENSE RECEBE CERTIFICAÇÃO ABIC DE QUALIDADE SUPERIOR



Imagens meramente ilustrativas.

A ABIC avaliou em julho, na categoria de qualidade Superior, o Drip Coffee Bag produzido pela J.J.Mattos Ind. e Com. de Café, de Tijucas, Santa Catarina, que atua no mercado com a marca Café Jurerê. Trata-se do Fast Coffee Jurerê, um sistema inovador no Brasil de preparo da bebida filtrada em dose única, comercializado em embalagem com dez sachês de 10 gramas de café cada. O produto é acompanhado de porta-filtro cartonado para ser fixado na borda da xicara, para preparo direto da bebida, em dose de 150 ml ou mais, mostrando praticidade e conveniência.

Este é o primeiro Drip Coffee Bag certificado pela ABIC no Brasil no

PQC - Programa de Qualidade do Café e no PCS - Programa Cafés Sustentáveis do Brasil. Na categoria Superior, segundo o PQC, os cafés têm mais sabor e aroma. E conforme apontam as pesquisas, os consumidores cada vez mais querem melhor qualidade e buscam inovações e novas experiências.

Para Ricardo de Sousa Silveira, presidente da ABIC, a certificação conferida a um produto inovador, que traz mais uma forma de preparo ao segmento de cápsulas e sachês, faz parte do “Compromisso ABIC com a Qualidade do Café”, que visa estimular a oferta crescente de cafés de melhor qualidade aos consumidores.



SUSTENTABILIDADE

A torrefação Café Jurerê, focada na qualidade de seus produtos e processos, participa desde 2011 dos Programas de Qualidade e Sustentabilidade da ABIC, adotando por ação de ecoeficiência comprar café em grão e embalagens de empresas que possuam Certificação Ambiental e que comprovem que seus fornecedores possuam práticas de sustentabilidade e preservação do meio ambiente.

Os grãos de café que compõem o blend são provenientes de fazendas que adotam o cultivo consciente, onde todo o seu processo é auditado e certificado por organismos reconhecidos como: Fair Trade, 4C, Rainforest, Orgânicos e Selo do Café do Cerrado.

Na fase da industrialização, são utilizadas embalagens certificadas com FSC-Forest Stewardship Council. Além de fazer todo o controle de emissão atmosférica, a empresa utiliza equipamentos que promovem a diminuição desta emissão através da queima da fumaça gerada no processo de torra. ①

SAN BABILA, CATUAY DO BRASIL E BAGGIO TÊM SEUS CAFÉS EM CÁPSULAS CERTIFICADOS

*O Programa ABIC de
Certificação de Café em
Cápsula vem ganhando
a cada dia o interesse de
mais empresas.*



Liana Baggio, da Baggio Coffees certificou quatro produtos:
Caffè.com Caps, Caps Intenso, Gourmet Caps Clássico e Suave.

Três empresas já estampam nas embalagens de seus cafés em cápsulas a certificação da ABIC com a indicação da intensidade da bebida, o que orienta o consumidor no momento da compra. Lançado recentemente, após um ano de estudos e adequação da metodologia de avaliação, essa certificação se baseia na análise sensorial do café, e o resultado com o laudo sai em cerca de um mês. A intensidade é feita em uma escala de zero a dez pontos, ou seja, das bebidas mais suaves até as mais fortes.

A San Babila Espresso Cápsula, marca da indústria paulistana San Babila Café Ltda., foi a primeira a conquistar a certificação ABIC para este tipo de produto. Após passar pelo crivo dos laboratórios credenciados e especializados em avaliação de café, o produto foi certificado com intensidade de 4 pontos, uma bebida suave.

Mais recentemente, outras duas empresas, tiveram seus cafés em cápsulas certificados pela ABIC: a Catuay do Brasil Ind. e Com. de Café Ltda. e a Baggio Coffees Exportação Ltda., ambas do estado de São Paulo.

A Catuay do Brasil certificou dois produtos: Café Brasil Clássico, com intensidade de 5 pontos, e Café Brasil Intenso, com intensidade 7. Para a empresa, esta certificação “reafirma o compromisso do Grupo Catuay em produzir um produto diferenciado e de extrema qualidade para os nossos

clientes. E, através da certificação, o consumidor terá a certeza de levar para casa um café selecionado e com a intensidade garantida pelo laudo da Associação. Um diferencial que deve refletir nas vendas do nosso produto”, explicou Jaime Franco Júnior, Diretor do Grupo Catuay.

Já a Baggio Coffees Exportação certificou quatro produtos da sua linha Caps: Baggio Caffè.com Caps, com intensidade 6; Baggio Gourmet Caps Clássico e Caps Suave, com intensidade 3, e Baggio Caps Intenso, com intensidade 4.

A metodologia para avaliação das características da bebida de café em cápsulas foi desenvolvida no último ano em trabalho conjunto do GAC, do Instituto de Tecnologia de Alimentos (Ital) e do Lab Carvalhaes, que são laboratórios credenciados pela ABIC para análise de café, com apoio do Instituto Totum, responsável pelo gerenciamento do programa.

O programa é por adesão e, apenas após a avaliação do produto, é autorizado o direito de uso do Selo de Certificação ABIC para Café em Cápsula e a respectiva indicação de intensidade da bebida. Para facilitar, a entidade criou um completo manual com informações e descritivos sobre a aplicação correta do selo nas embalagens. 



Acima: a Catuay do Brasil certificou dois produtos: Café Brasil Clássico e Café Brasil Intenso

Ao lado: A San Babila Espresso Cápsula, foi a primeira marca a conquistar a certificação ABIC para cápsulas.



CONSUMIDORES VÃO ELEGER OS MELHORES CAFÉS DO BRASIL

Pelo segundo ano consecutivo, o Júri Popular participará da seleção, ao lado do Júri Técnico. Lotes serão pontuados também pelas Práticas Sustentáveis

Os concursos regionais e estaduais que selecionam os seus melhores cafés da safra 2016 começam a chegar ao final. E a ABIC está acompanhando cada um desses resultados porque, entre eles, estarão os finalistas do 13º Concurso Nacional de Qualidade do Café, coordenado e realizado pela entidade.

Devido ao sucesso obtido em 2015, este ano os lotes inscritos pelas entidades estaduais para disputar o Concurso Nacional serão avaliados por um Júri Técnico e também quanto à Sustentabilidade das propriedades rurais e suas Boas Práticas de Produção. E ainda passarão 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.

Para os consumidores participarem da avaliação, basta preencher a ficha de inscrição que está no site da ABIC (www.abic.com.br). Em 2015, essa atividade foi considerada muito importante pelos participantes, tantos pelos que já conheciam mais sobre café, como pelos iniciantes. Há uma grande troca de informações e experiências, resultando em um encontro que propicia novos conhecimentos e experimentações.

Em prova cega, os Grupos de Consumidores ou Júri Popular, especialmente constituído para esta finalidade, têm, no dia da avaliação, uma palestra sobre o Programa de Qualidade do Café -PQC e a metodologia utilizada

na avaliação dos cafés. O resultado dessa avaliação contará com peso de 15% na nota final.

Amostras dos lotes inscritos serão provados e avaliados com base em uma referência, segundo a metodologia do PQC - Programa de Qualidade do Café, atribuindo-se uma pontuação de 0 (zero) a 10 (dez) pontos para cada um. As provas serão realizadas em local e data a serem em breve divulgados pela Comissão Coordenadora.

Veja o regulamento completo no portal da ABIC. ☺



AGENDA

25 de Novembro - Data final para a inscrição dos Concursos Estaduais

06 de Dezembro - Avaliação das amostras pelo júri Técnico

16 a 20 de Janeiro/2017 - Avaliação das amostras pelo júri Popular

26 de Janeiro/2017 - Divulgação do Café Campeão e dos Finalistas

26/01 a 03 de Fevereiro /2017 - Período do Leilão Aberto às indústrias, cafeterias e pessoas jurídicas interessadas

07 de Fevereiro /2017 - Divulgação das Empresas Campeãs

Abril/2017 - Lançamento da 13ª Edição Especial

PARCERIA PARA COLETA DE CÁPSULAS EM SUPERMERCADOS

*Primeira iniciativa de arrecadação
desse material no varejo alimentar
brasileiro foi firmada entre Nescafé
Dolce Gusto e Pão de Açúcar*

Nescafé Dolce Gusto, uma das marcas líderes em sistemas de café 'espresso', e o Pão de Açúcar, rede de supermercados pioneira no varejo em ações de sustentabilidade, anunciaram a implantação da coleta de cápsulas em lojas selecionadas, criando a primeira iniciativa de arrecadação desse material no varejo alimentar brasileiro. Desde o final de setembro, marcando a fase inicial do projeto, cinco lojas receberam urnas: uma em Curitiba, três na cidade de São Paulo e uma no Rio de Janeiro.

De acordo com a Nescafé Dolce Gusto, as cápsulas recolhidas nos pontos de coleta passarão por um processo de reciclagem, evitando assim o descarte incorreto no meio ambiente e permitindo que os resíduos sejam transformados em insumos para a elaboração de novos produtos, dentro do conceito de economia circular.

para toda a sociedade", afirma a empresa. "Assim como em outros países onde está presente, Nescafé Dolce Gusto está trabalhando a expansão gradual da instalação de postos que facilitem o descarte".

Para o Pão de Açúcar, uma rede que aposta em questões ligadas à sustentabilidade há mais de 15 anos e já é referência para o consumidor na reciclagem de diversos tipos de materiais, é de extrema importância construir um conjunto sólido de ações que não apenas tangibilizem a crença da marca nessas questões, como sirva de incentivo aos clientes para levar um estilo de vida mais sustentável. Dessa forma, o Pão de Açúcar mantém iniciativas pioneiras no varejo como um programa de reciclagem que beneficia centenas de cooperativas, além de uma iniciativa circular, o Novo de Novo, que consegue inserir nova-

O primeiro artigo da marca feito com esses materiais 100% reciclados foi o porta-cápsulas RENOVE



O primeiro artigo da marca feito com esses materiais 100% reciclados foi o porta-cápsulas Renove, um expositor com capacidade para 16 unidades que facilita o dia a dia do consumidor na escolha da bebida. Com design prático, o novo acessório está sendo vendido no site da marca para consumidores de todo o Brasil.

Para produzir esse acessório, as cápsulas passam por um processo de extrusão e são transformadas em uma resina plástica, que pode ser utilizada como matéria-prima para produção de diversos itens.

"Reforçando o comprometimento com o uso sustentável dos recursos e preservação do meio ambiente, a marca está constantemente em busca de alternativas para reduzir o impacto ambiental e gerar valor compartilhado

mente no ciclo produtivo os materiais que foram descartados pelos clientes nas lojas.

A parceria com o Pão de Açúcar amplia o sistema de coleta já implantado pela Nescafé Dolce Gusto nas seguintes lojas de São Paulo: Home&Cook Itaim Bibi, Home&Cook Itupeva, Home&Cook Mooca e Home&Cook São Bernardo do Campo.

SUSTENTABILIDADE AO LONGO DA CADEIA

A Nestlé desenvolve um extenso trabalho ao longo da cadeia, começan-

do no campo. Por meio do programa Nescafé Plan, a empresa busca fomentar o desenvolvimento de produtores locais para a adoção de um padrão de produção, atendendo especificações de

“A água utilizada na fábrica é proveniente de reuso”

sustentabilidade. O padrão escolhido dentro do programa é o Código Comum da Comunidade Cafeeira (4C).

Na nova fábrica de cápsulas Nescafé Dolce Gusto, em Montes Claros (MG), a Nestlé utiliza o conceito “Triplo Zero”: 0% Resíduo, 0% Emissão de Carbono e 0% Água. Neste modelo de operação, nenhum resíduo é enviado a aterros.

Além disso, a água utilizada na fábrica é proveniente de reuso e tem como origem o volume extraído durante o processamento de leite na fábrica de Leite Moça, localizada no mesmo terreno. Os resíduos provenientes da limpeza do café vão para compostagem e sobras de matérias-primas de cápsulas e embalagens são recicladas ou usadas para a geração de energia em outras indústrias.

As iniciativas estão alinhadas ao conceito de Criação de Valor Compartilhado, que norteia a atuação da Nestlé nos países onde está presente e busca gerar valor para toda a sociedade.

A Nestlé Brasil e suas empresas coligadas estão presentes em 99% dos lares brasileiros, segundo pesquisa realizada pela Kantar Worldpanel. A empresa tem 30 unidades industriais, localizadas nos Estados de São Paulo, Minas Gerais, Bahia, Pernambuco, Goiás, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Espírito Santo. Emprega mais de 21 mil colaboradores diretos e gera outros 220 mil empregos indiretos, que colaboram na fabricação, comercialização e distribuição de mais de 1.000 itens. 

MOVENZA **Novidade Nescafé Dolce Gusto**

Para inovar a experiência do café, do grão ao design, a marca criou a nova máquina multibebidas, frias ou quentes, Movenza, com exclusivo sistema abre e fecha e interface touch. Possui abertura automática com um toque; painel touchscreen; pressão de até 15 bars; Eco mode, com desligamento automático em 5 minutos e reservatório de 1 litro.

Preço sugerido: R\$ 1.199,99



TRANSFORMANDO CÁPSULAS EM UM ACESSÓRIO

Baseado no conceito de economia circular, onde os resíduos se transformam em insumos para produção de novos produtos, as cápsulas descartadas pelos consumidores nos pontos de coleta passam por um processo de extrusão e são transformadas em uma resina plástica. Essa resina se transforma em matéria-prima para produção de novos produtos, sendo o porta-capsulas Renove, o primeiro artigo de Nescafé Dolce Gusto, feito com materiais 100% reciclados (15% de cápsulas pós-uso).



CAFÉ & FÍGADO

Por Dr. Raymundo Paraná, professor associado e livre-docente de hepatologia da Faculdade de Medicina da Universidade Federal da Bahia e chefe do serviço de hepatologia do Hospital Universitário da UFBA.

O café é bebida milenar originária do Oriente Médio e da Etiópia. O seu consumo mundial diário é estimado em 2,25 bilhões de taças em todos os continentes, ou seja, 7.000.000 de toneladas por ano. O Brasil se destaca como um dos principais produtores e também como mercado consumidor.

O café contém a cafeína, uma meta-xantina também encontrada em chás e outras plantas. Faz tempo que se conhecem as propriedades estimulantes da cafeína para o cérebro humano, como também a possibilidade de gerar insônia ou arritmia cardíaca em alguns indivíduos que consomem a bebida em excesso ou possuem sus-

ceptibilidade genética a estes efeitos. Por outro lado, recentemente, o café foi cientificamente estudado quanto aos seus efeitos em outros órgãos e sistemas.

No fígado, os estudos científicos têm demonstrado os benefícios desta bebida na prevenção de doenças hepáticas e também no tratamento adjuvante de diversos agravos hepáticos.

No tratamento da hepatite C, o consumo de duas a cinco xícaras de café por dia é recomendado por especialistas, pois foi observado melhor chance de resposta ao tratamento antiviral.

Mais recentemente, observou-se que a cafeína se liga aos receptores de uma molécula chamada Adenosina.

Este aspecto faz reduzir o mecanismo de fibrogênese hepática gerada por agressões – de qualquer natureza – às células do fígado. Torna-se, portanto, um agente possivelmente antifibrosante, reduzindo assim a evolução das doenças hepáticas para a Cirrose.

O NIH (Instituto Nacional de Saúde dos Estados Unidos), importante órgão de pesquisa médica, estudou 219 indivíduos e observou uma relação inversa entre o consumo de café e a mortalidade. Isso significa que aqueles que consumiam o café viviam mais do que os que não o consumiam. Comparando-se o consumo de café e de chá verde em pacientes consumidores de álcool, observou-se que o café me



lhorava as taxas do fígado, enquanto o chá verde não tinha qualquer efeito.

Outro estudo com 1.176 trabalhadores mostrou que os níveis de GGT (enzima hepática) estavam reduzidos naqueles que consumiam moderadamente o café comparado aos que não o consumiam. Já em 740 pacientes com doença do fígado pelo consumo exagerado de álcool, demonstrou-se que aqueles que bebiam café tinham significativa redução no risco do desenvolvimento de cirrose hepática.

Em outro estudo, o consumo regular do café em pacientes obesos com outro tipo de doença hepática associada à obesidade e a dislipidemia, chamada Esteato-hepatite Não Alcoólica (NASH), muitas vezes associada ao Diabetes, revelou que a esteatose hepática é menor nos que consumiam café comparado àqueles que não o consumiam.

Nos pacientes que submeteram a cirurgia bariátrica, aqueles que consumiam café tinham um escore de fibrose hepática menos avançada do que aqueles não o consumiam.

Na hepatite C, um estudo longitudinal envolvendo 776 pacientes tratados em longo prazo com baixa dose de Interferon com intuito de reduzir a evolução da doença hepática, o consumo do café associou-se com menor resistência insulínica e lesão hepática mais leve na avaliação das biopsias do fígado.

Comparando-se aqueles que consumiam mais de três xícaras de café por dia com aqueles não consumiam café, havia uma nítida relação positiva do uso do café no menor risco de evolução da doença. Essa relação também foi estudada com o chá verde e com o chá preto, todavia não se encontrou evidências positivas no uso dessas duas bebidas. Aliás, há farta documentação implicando o chá verde em toxicidade, sobretudo quando prescrito em formulações ou consumido em excesso.

Mais recentemente, usando-se um moderno método de avaliação da fibrose hepática, chamado Fibroscan (método não invasivo que substitui a biópsia do Fígado), observou-se que o consumo do café em portadores de hepatite associou-se ao menor escore de fibrose no Fibroscan.

Num estudo no Japão, envolvendo mais de 20.000 pacientes com doença hepática crônica, foi observado que aqueles que consumiam café tinham o seu risco de câncer primário de fígado reduzido.

Uma meta-análise envolvendo dezesseis estudos confirmou que o risco do desenvolvimento do câncer de fígado entre aqueles que consomem café é reduzido comparado aos que não o consumiam.

Assim sendo, não há qualquer evidência científica que demonize o café como inimigo do fígado como, infelizmente, circula na internet ou em algumas práticas médicas dissociadas da ciência.

Como medicina não é seita, medicina é ciência, todos os jargões que santificam o chá verde e demonizam o café não passam de práticas sem crivo científico e que precisam ser coibidas no nosso País. Infelizmente, a fácil circulação de informações na internet e outros meios de comunicação geram falsos conceitos e fazem vítimas entre indivíduos de boa fé.

Enquanto alguns alardeiam os benefícios do Chá Verde, a literatura médica é repleta de casos de toxicidade por esta bebida, pois o seu princípio ativo, a catequina, é comprovadamente tóxica para o fígado, inclusive porque é um agente pró-oxidante e não antioxidante como dizem aqueles que não respeitam a medicina baseada em evidência científica. Já o café, basta ter acesso às fontes confiáveis de ciência médica para observar que não existem justificativas para tratá-lo como um “inimigo do Fígado”. ☯

Este artigo foi originalmente publicado em 31/07/2014 e revisado em 21/06/2016 no site <https://drauziovarella.com.br/alimentacao/cafe-e-figado/>

BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA

- Saab e cols.- Impacto do Café nas Doenças Hepáticas. Liver International, 2013.
- Cronstein e cols: Receptores de Adenosina e Fibrose do Fígado. Um Estudo Translacional. Biology Rep. 2011.
- Jangs e cols: Efeito do Café, Cigarro e Álcool nos Testes de Função Hepática. Gastroenterology, 2012.
- Kaneha e cols: Tratamento da Esteato Hepatite Não Alcoólica e Consumo de Café. Liver International, 2013.
- Sasaki e cols: Efeito das Bebidas Contendo Cafeína nas Aminotransferases em Pacientes com Hepatite C. Plos Wan, 2013.
- Schuppe e cols: Carcinoma Hepa-

tocelular. Tendências Epidemiológicas e Fatores de Risco. Digestive Disease, 2009.

- Freedman e cols: Consumo do café é inversamente proporcional à Mortalidade. New England Journal of Medicine, 2013.



**Anual - 11 edições
Mensal**

Anuncie

(11) 3879-7099 / 3803-5500
comercial@midiadbo.com.br

O QUE O PRODUTOR DE CAFÉ DEVE SABER PARA MELHORAR SEUS RESULTADOS?

Revista Agro DBO, leitura indispensável para quem vive de agricultura e está sempre em busca de conhecimento e de olho nas práticas que trazem mais resultados ao seu negócio.

Acompanhe o cenário agrícola nas diferentes regiões, com destaque para as novas tecnologias e tendências que fazem a diferença para os produtores de café, soja, milho, algodão, sorgo, entre outras culturas.





Corte da fita inaugural.



Coquetel de inauguração.



EMPRESA **ITALIANA** ABRE SUA PRIMEIRA FILIAL NO **BRASIL**

Depois de ter comercializado por 20 anos e vendido aos mais importantes Torrefadores Brasileiros seus equipamentos de acondicionamento de café a vácuo, a OPEM S.p.A., com sede em Parma, Itália, decidiu que a INTERNACIONALIZAÇÃO deve passar através da abertura de uma filial no Brasil e, mais precisamente, na metrópole de São Paulo.

A filial "OPEM BRASIL" localiza-se a 20/30 minutos do aeroporto de Guarulhos. O edifício possui escritórios e um galpão de 680 metros quadrados (destinado à exposição de equipamentos e a ampliações futuras), totalmente reformados e adequadamente decorados. O ar que se respira é de ordem no estilo OPEM Itália. Os clientes que já nos conhecem irão certamente reconhecer nessa pequena filial uma continuidade da sede. A filial foi inaugurada no dia 16 de setembro de 2016 com a presença de muitos Torrefadores Brasileiros, órgãos da imprensa, a diretoria da OPEM Itália e do Cônsul Geral da Itália

em São Paulo, Dr. Michele Pala.

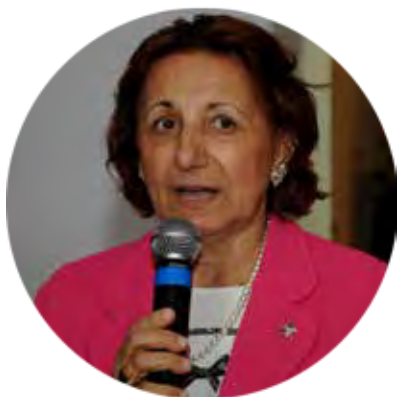
"Temos grandes expectativas na nova filial para a comercialização de equipamentos, que poderá alcançar não apenas os clientes brasileiros, mas também do Chile, Argentina e do Mercosul, oferecendo-lhes máquinas tradicionais e máquinas para cápsulas de café", afirmou Fabio Binacchi, Presidente da OPEM S.p.A., durante o discurso de boas-vindas, referindo-se aos modelos inovadores de equipamentos de entrada tipo CR1P/CR2P para o processo de envase e acondicionamento de diferentes tipos de cápsulas, para



Fabio Binacchi

chegar depois a propor equipamentos de produção mais alta já instalados nas grandes torrefações europeias e americanas.

“Estarmos aqui em São Paulo e no Brasil representa para nós um desafio” declarou **Ombretta Sarassi**, diretora geral da OPEM S.p.A., sublinhando



Ombretta Sarassi

que chegou o momento de dar início à internacionalização da empresa. **“Uma vez identificadas a sede e a equipe ideal, decidimos investir aqui. Apos-tamos muito no mercado das cápsulas devido ao elevado potencial de crescimento deste setor aqui no Brasil e nos países vizinhos”** acrescentou. **“Trouxemos a essa região de São Paulo um pouco da cultura de Parma e levaremos à nossa cidade um pouco da cultura brasileira. Aqui me sinto em casa, as pessoas são realmente acolhedoras.”**

O cônsul geral da Itália, **Michele Pala** lembrou que uma das funções dos consulados e embaixadas é apoiar as empresas italianas, o que é um motivo de orgulho. **“Demonstrar que temos competências e tecnologia que po-**

dem ser importadas aqui significa também que o sistema empresarial italiano acredita no Brasil. É um mo-



Michele Pala

mento muito importante e gostaria de congratular-me com a OPEM pelo investimento que está fazendo aqui. Esse é o momento certo porque a empresa já conhece o mercado brasileiro e sabe o que está fazendo. Desejo muito sucesso a todos vocês”.

Objetivos

A OPEM Brasil é dirigida pelo sócio e Diretor Comercial local **Marcelo Provetti**, que conta com mais de 16 anos de experiência no setor do acondicionamento do café, e que teve seu primeiro contato significativo com a OPEM Itália, da qual tinha ouvido falar positivamente, em 2011. Naquela época teve a oportunidade de compreender melhor a estrutura e a filosofia da OPEM S.p.A.. Em 2012 foi convidado para ir à Itália para discutir sobre a sua representação da OPEM no Brasil. A decisão de abrir uma filial no Brasil amadureceu no decorrer de outubro 2015, e em tempos recordes chegamos à abertura no dia 16 de setembro de 2016.

“Para mim se trata da realização de um sonho profissional porque o mercado do café cresceu muito e, durante o tempo em que era representante, concluí algumas boas vendas a novos torrefadores. A OPEM S.p.A. é uma empresa muito sólida, muito séria e 90% focada no mercado do café. Costumamos dizer que tratamos o

café com o respeito que merece porque não se trata apenas de um gênero alimentício, mas sim de uma bebida extremamente importante para a economia brasileira”.

Nessa primeira fase, em comum acordo com o Diretor Comercial, concentraremos nossa atenção na venda de máquinas novas, com a assistência técnica prestada por técnicos brasileiros, adequadamente formados e qualificados. Essa possibilidade constitui um valor agregado importante porque reduz os tempos e custos, proporcionando segurança aos clientes que optaram pela compra de equipamentos novos.

“Além da comercialização das máquinas, a presença no galpão de um equipamento completo para a produção de três tipos de cápsulas nos permitirá prestar consultorias, efetuar testes e produção para os torrefadores ou startups interessados nesse negócio. Estamos avaliando também, em função da flexibilidade fiscal entre os países do Mercosul, a viabilidade de poder produzir equi-



Marcelo Povetti

pamentos menores diretamente no local. O investimento previsto é de 2 milhões de euros em três anos e sinto a responsabilidade de alcançar o ponto de equilíbrio o mais rapidamente possível”, diz Provetti.

“No começo, tínhamos pensado em apostar no mercado da monodose, porém percebemos que no último ano o packaging do café moído a vácuo voltou a se impor. A venda de alguns equipamentos para embalagem a vácuo, com soluções técnicas

avançadas, nos fez entender que este método de acondicionamento ainda está muito ativo. A OPEM sempre foi líder nesse tipo de máquina e nada deve ser subestimado”, conclui o executivo.

Impacto no mercado

“Saber que uma empresa como a OPEM vê no Brasil um país em crescimento e expansão nos deixa muito felizes, visto que o nosso mercado não está crescendo apenas em termos de público, mas também de qualidade”, declarou **Nathan Herszkowicz**, diretor executivo da ABIC - Associação Brasileira da Indústria de Café. “Nossos consumidores estão mais informados e isso incentiva a busca por uma qualidade mais ele-



Nathan Herszkowicz

vada em termos tanto de matérias-primas, como de equipamentos. O segmento das cápsulas registrou um crescimento importante nesse país e os equipamentos oferecidos pela OPEM atendem às necessidades das principais máquinas de café em cápsulas. Além disso, no business plan da empresa está a previsão de responder às exigências dos clientes, oferecendo o serviço de envase de cápsulas aos pequenos produtores de café. Certamente, o seu lançamento nesse momento irá incentivar o mercado das cápsulas aqui no Brasil, mas também a venda no varejo, na medida que os supermercados pretendem oferecer as cápsulas”.

Para **Sydney Marques De Paiva**, da empresa Café Bom Dia, a chegada da

OPEM no Brasil representa um evento de uma certa relevância. “Somos o segundo maior mercado de café industrial no mundo e ainda não tínhamos um fabricante de equipamentos presente aqui, dedicado ao nosso país e focado em nós, para responder às nossas exigências. Portanto, esse é para nós um momento fantástico! Espero que com a chegada da OPEM consigamos dispor de maiores oportu-



Sydney Marques De Paiva

nidades para oferecer ao mercado brasileiro o que já está presente na Europa”.

A empresa fabricante de café Bom Dia já trabalha com as cápsulas e possui uma máquina da OPEM para o acondicionamento a vácuo. “Estamos avaliando a compra de uma máquina para o envase de cápsulas e temos muito interesse na OPEM, porque é uma ótima empresa que fabrica máquinas excelentes. As empresas brasileiras de torrefação devem se sentir honradas de tê-la aqui. Sua chegada, além de reforçar as relações, facilita também a nacionalização dos produtos, graças às adaptações calibradas no nosso país”.

A chegada da OPEM no Brasil foi comemorada também por **José Renato Gonçalves Dias**, diretor da Café Orfeu (Fazenda Sertãozinho). “Possuímos uma grande marca, grandes máquinas e ter a OPEM no Brasil significa maior proximidade a nós, clientes. Estamos mais próximos da assistência técnica e das novidades, e isso é ótimo. Já temos máquinas da OPEM para o envase de cápsulas e o acondicionamento a vácuo. Essa novida-



José Renato Gonçalves Dias

de nos aproxima ainda mais e torna nossas relações mais sólidas. Aliás, nossas máquinas dispõem de um dispositivo de controle à distância para que possam ser monitoradas a partir da Itália em caso de problemas. Devo dizer, porém, que nunca foi preciso usá-lo porque nunca tivemos uma avaria”.

Leonel Freire, diretor superintendente da Café São Braz, declarou ver



Leonel Freire

com muitos bons olhos a chegada da OPEM, porque comprar um equipamento e depois depender totalmente de outro país é complicado. “O aspecto mais importante é que a empresa fornecerá a assistência técnica aqui, o que é muito vantajoso para nós. Temos uma máquina OPEM para o acondicionamento a vácuo e uma para produção de sachê e estamos avaliando a oportunidade de comprar outra. Gostamos muito dessa máquina que temos há alguns anos e trabalha muito bem. Espero que, com a chegada da OPEM ao Brasil, as relações possam tornar mais sólidas”. ☺



ABIC NA SEMANA INTERNACIONAL DO CAFÉ

*Entidade promoveu suas
certificações e também
mostrou, em workshop,
a metodologia de avaliação
de café em cápsulas*

A ABIC marcou presença na Semana Internacional do Café, realizada de 21 a 23 de setembro, no Expominas, em Belo Horizonte, promovendo os seus diversos programas de certificação e qualidade.

Durante todo o evento, em seu estande 'Cafeteria ABIC' foram exibidos vídeos da campanha de marketing da entidade deste ano, abordando os benefícios do café para a saúde (desempenho, atenção e prevenção de doenças), e filmetes com receitas de bala de café, shake de café e pãozinho de café com recheio. Também foram promovidas degustações dos cafés

Palestras e Workshops

O diretor executivo da ABIC, Nathan Herszkowicz, participou do DNA Café, no auditório principal, apresentando a palestra "Brasil: Consumo em Transição, Certificação e Agregação de Valor na Cadeia Produtiva". O tema também foi tratado durante bate-papo do diretor executivo com as integrantes da Aliança Internacional das Mulheres do Café (IWCA, na sigla em inglês). A propósito, a ABIC também foi apoiadora do cupping realizado pela IWCA Brasil durante o



O público conheceu de perto as novidades do mundo do café

premiados da 12ª Edição Especial ABIC dos Melhores Cafés do Brasil.

A entidade também distribuiu folders com todos os programas de certificação, como o Selo de Pureza, Programa de Qualidade do Café (PQC), Círculo do Café de Qualidade (destinado às casas de café), Nível Mínimo de Qualidade (sugerido para as concorrências públicas e privadas) e Programa Cafés Sustentáveis do Brasil e o recente Programa de Certificação de Café em Cápsula.

evento e que contou com a presença de Camila Arcanjo, que é coordenadora do Grupo de Avaliação de Café (GAC), do Sindicafé - São Paulo.

Na Cafeteria Modelo do evento, a entidade realizou o workshop "Aprenda com a ABIC: Metodologia de Avaliação de Café em Cápsulas", que contou com palestra e degustação realizadas por Mônica Pinto, coordenadora de Projetos da ABIC e por Camila Arcanjo, do GAC.

O workshop foi realizado em duas

sessões, limitadas a 20 participantes cada. Inicialmente, foi feita uma análise do mercado de cafés em cápsula e seu potencial de crescimento no Brasil, e apresentada a inovadora certificação ABIC para este produto, com informações detalhadas da metodologia de análise sensorial da bebida. Na sequência, os participantes degustaram três cafés, com intensidades diferentes (suave, médio e mais intenso). Em cada degustação foi feito um teste: foram comentados os atributos de aroma, sabor, notas características (frutado, achocolatado, caramelo, etc.) e os participantes marcaram em

cultores, torrefadores, classificadores, exportadores, compradores, fornecedores, empresários, baristas, proprietários de cafeterias e apreciadores.

Reuniões Regionais ABIC

Aproveitando a presença de um grande número de representantes das indústrias de café em Belo Horizonte, a ABIC promoveu, no final da Semana Internacional de Café, a Reunião Regional em parceria com o Sindicafé-MG, encerrando a série de



suas fichas a intensidade, numa escala de 0 a 10. Após a degustação, foi apresentado o perfil do sabor de cada um dos cafés e a intensidade das bebidas.

A Semana Internacional do Café (SIC) é uma iniciativa do Sistema FAE-MG, Café Editora, Sebrae e Governo de Minas, por meio da Secretaria de Agricultura, Pecuária e Abastecimento do Estado de Minas Gerais (Seapa). O evento reuniu representantes de toda a cadeia produtiva do setor cafeeiro nacional e internacional, entre cafeei-

seis encontros promovidos em 2016. (Veja na página 36 um resumo dessas reuniões).

Essas reuniões, já tradicionais, são sempre uma oportunidade dos participantes se atualizarem sobre as ações da ABIC, de exporem seus problemas e discutir soluções para melhorar seus negócios. Neste ano, a pauta tratou de assuntos importantes como o compromisso com a qualidade do café, tendências de consumo e sobre as novas legislações: RDC 14 (matérias estranhas), RDC 24 (Recall de alimentos) e RDC 26 (Rotulagem Alergênicos)

O diretor executivo da ABIC apresentou os programas de certificação da ABIC e fez uma análise do atual cenário de consumo e novas tendências



REUNIÃO REGIONAL ABIC GOIÂNIA-GO

GOIÂNIA-GO

15 empresas, com 24 representantes, estiveram na sede SINCAFÊ-GO no dia 29 de junho. Destaque para a necessidade local da criação de parcerias, como entre ABIC e SEBRAE, para ofertas de cursos de treinamento e capacitação de industriais e ABIC-SINCAFÊ-GO, com o fim de reforçar o compromisso com a qualidade do café.



REUNIÃO REGIONAL ABIC VITÓRIA-ES

VITÓRIA-ES

A reunião realizada na sede da FINDES no dia 16 de agosto teve ampla participação. 33 participantes, representando 23 empresas, demonstraram muita preocupação com as legislações vigentes e os riscos para as indústrias de café. O tema Qualidade foi amplamente discutido, assim como a importância do controle na aquisição de matéria prima. Os presentes selaram o Compromisso com a Qualidade do Café com a assinatura da Carta Aberta de Vitória.



RESUMO DOS ENCONTROS REALIZADOS



REUNIÃO REGIONAL ABIC CAMPINAS-SP

CAMPINAS-SP

O tema qualidade foi amplamente discutido na sede do Café Canecão entre os 36 participantes de 20 empresas no dia 8 de junho. Os industriais sugeriram uma recomendação técnica de um padrão mínimo de qualidade da matéria-prima e ampliar, ao longo do tempo, a nota mínima de qualidade global dos cafés tradicionais, divulgando mais o Programa de Qualidade do Café ABIC.



REUNIÃO REGIONAL ABIC LONDRINA-PR

LONDRINA-PR

Tradicionalmente, a sede do IAPAR recebeu 14 empresas e 26 representantes no dia 14 de julho. A discussão trouxe preocupação com a RDC 14/2014 e o controle da broca do café, além da exaltação à categoria "Extraforte", novidade da certificação unificada ABIC.



REUNIÃO REGIONAL ABIC B.HORIZONTE

BELO HORIZONTE-MG

Realizado na Expominas durante a Semana Internacional do Café 2016, o encontro em Belo Horizonte contou com a incrível participação de 40 pessoas, representando 29 empresas. A ABIC foi elogiada em relação às tratativas com a ANVISA. A entidade também reforçou recomendação para evitar comprar cafés brocados, em vista da RDC 14/14 e com excesso de defeitos, em vista da RDC 07/11. Foi informado aos participantes que 33 empresas já solicitaram o uso do Selo de Pureza e Qualidade ABIC e que o Café Cristal, do Presidente Ricardo Silveira, foi o primeiro a estampar o novo selo na sua embalagem.



REUNIÃO REGIONAL ABIC SALVADOR-BA

SALVADOR-BA

A sede da FIEB recebeu, no dia 7 de julho, 12 empresas, com 17 representantes. Os presentes se preocuparam bastante com o abastecimento e os custos da matéria-prima.

COFFEE) BREAK

CAFÉ SOLIDÁRIO

Pelo terceiro ano consecutivo, a rede de cafeterias Il Barista Cafés Especiais abraçou a Campanha Outubro Rosa. O blend “La Vie En Rose” foi comercializado e parte da renda revertida para a Fundação Laço Rosa, uma ONG que doa perucas para pacientes em tratamento de quimioterapia. Em 2015, o projeto atendeu mais de 1.200 mulheres em todo país.

Gelma Franco, proprietária da rede, afirma que o fato de ser mulher a motivou a encontrar uma forma, como empresária, de ajudar na divulgação dos exames preventivos contra o câncer de mama. Como também contribuir para o desenvolvimento das mulheres do café na região rural, onde os grãos foram adquiridos.

“O La vie en Rose é um blend com notas florais, médio corpo, sabor suave e com fundo cítrico. Sua base é a variedade catuai amarelo, natural. Esse café é produzido por uma cooperativa de mulheres da pequena cidade de Poço Fundo, no Sul de Minas Gerais, plantado acima de 1.200 metros de altitude. Pagamos 50% a mais em cada saca para valorizar o trabalho tão especial dessas valentes produtoras de café. Ou seja, um café produzido e comercializado por mulheres, para contribuir na recuperação de várias outras mulheres”, explica Gelma.



GRANÍSSIMO ORIGEM

A Cia. Cacique lançou em setembro o seu Graníssimo Edição Especial Origem, uma série exclusiva e limitada de cafés em cápsulas elaborados com grãos adquiridos no 13º leilão dos Melhores Cafés de São Paulo. Em cartuchos identificados com selos numerados, a edição traz os blends “Circuito das Águas” e “Região Serrana”, além do “Fazenda Buenópolis”, propriedade localizada na região da Alta Mogiana paulista.

Em embalagem com 10 unidades, cada cápsula de Graníssimo Origem prepara um expresso de 40 ml. Todos os produtos da linha Graníssimo podem ser encontrados nos melhores supermercados dos estados do Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

Circuito das Águas - Aroma com notas predominantes de caramelo e limão. Bebida que combina notas cítricas adocicadas e finalização com delicado herbáceo. Intensidade 4

Região Serrana - Aroma com notas florais e frutas cítricas. Bebida com fundo caramelo, equilibrada, vibrante e de finalização cítrica. Intensidade 5

Buenópolis - Notas aromáticas predominantes de caramelo e leve herbáceo de erva-doce. Bebida encorpada e equilibrada com leve acidez cítrica e de finalização adocicada. Intensidade 4



DIRETOR EXECUTIVO

O brasileiro Robério Silva foi reconduzido ao cargo de diretor executivo da OIC – Organização Internacional do Café por mais dois anos e meio, após o vencimento de seu contrato, em 30/09/2016. A decisão foi um reconhecimento dos importantes resultados alcançados pela entidade durante a sua gestão, no período de 2012 a 2016. Entre esses resultados está a ampliação da abrangência e representatividade da OIC, consolidando-a como o principal fórum internacional do setor. No período, ingressaram na entidade 11 novos países: Estado Plurinacional da Bolívia, Ruanda, Zimbábue, Malaui, Camarões, Paraguai, Madagáscar, República Democrática do Congo e Peru (exportadores), além da Federação Russa e Japão (importadores).

HOMENAGEM

O diretor executivo da ABIC, Nathan Herszkowicz, foi homenageado com a Medalha Mérito Cafeeiro no 42º Congresso Brasileiro de Pesquisas Cafeeiras, realizado de 18 a 21 de outubro no Centro de Convenções do Hotel Fazenda Vale do Sol, em Serra Negra (SP). Herszkowicz foi homenageado pelo trabalho que realiza em prol do café tanto na ABIC quanto junto ao Sindicafé - São Paulo e à Câmara Setorial do Café, também de São Paulo.

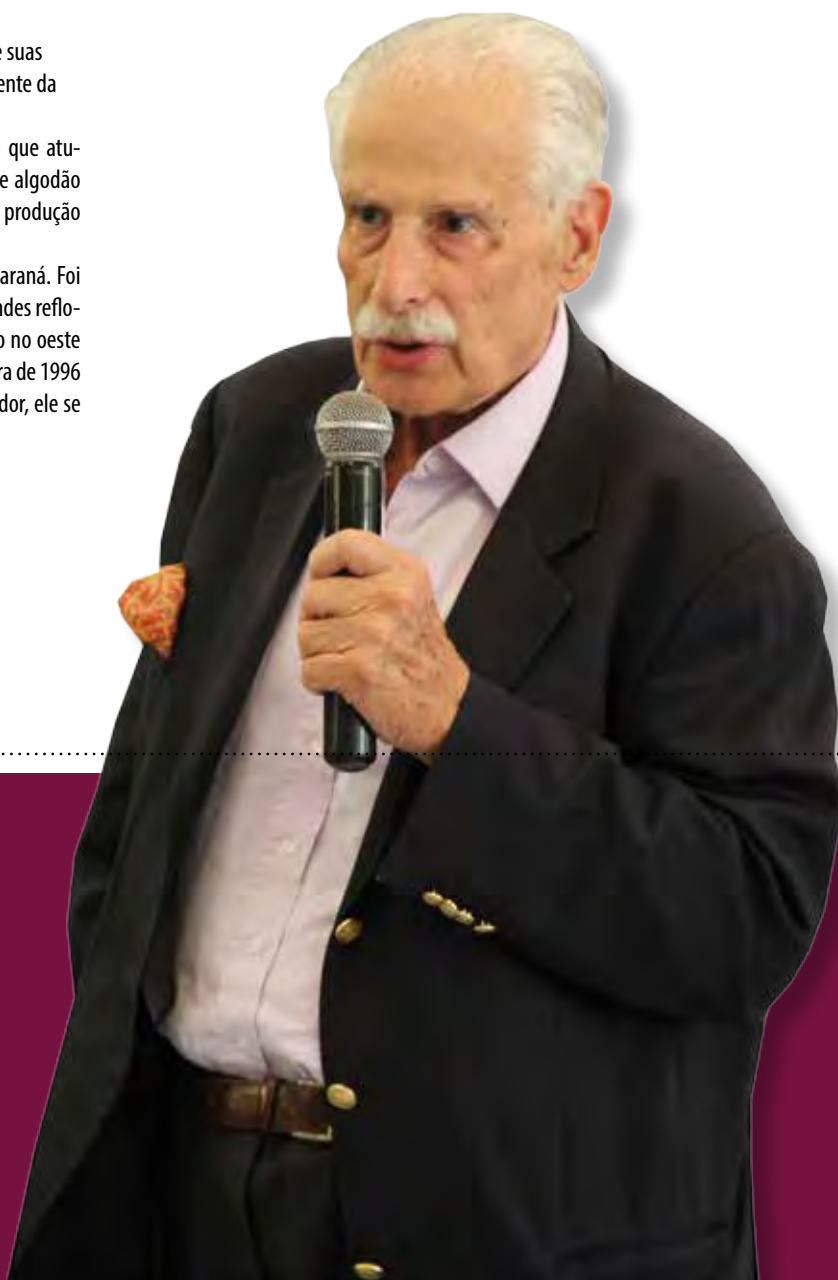
Com o slogan “Produzir mais café, com economia, só com boa tecnologia”, o congresso, já tradicional na agenda do setor, reuniu técnicos-pesquisadores das mais variadas instituições do país, de empresas, institutos e universidades, e teve como objetivo divulgar os últimos resultados obtidos através de trabalhos de pesquisa e inovações no manejo dos cafezais e preparo do café.

LUIZ HAFERS

O agronegócio café brasileiro perdeu no início de agosto uma de suas maiores lideranças: Luiz Suplicy Hafers, produtor de café e ex-presidente da SRB - Sociedade Rural Brasileira faleceu dia 4, aos 80 anos.

Natural de Santos (SP), Hafers era de uma família tradicional que atuava com café desde 1840. Trabalhou como corretor e exportador de algodão na empresa da família e, depois, começou a atuar diretamente na produção agrícola.

Em 1962, comprou sua primeira fazenda de café no norte do Paraná. Foi pioneiro no sistema de plantio de café adensado e participou de grandes reflorestamentos nos anos de 1970. Também produzia café e criava gado no oeste baiano, desde 1989. Hafers foi presidente da Sociedade Rural Brasileira de 1996 a 2002 e, atualmente, era conselheiro da entidade. De perfil agregador, ele se tornou um dos principais formadores de opinião do setor agrícola.



Cafés Certificados

OS SEIS PROGRAMAS QUE TORNAM O SEU PRODUTO DIFERENCIADO



Selo de Pureza (1989)

Certificação pioneira no Brasil, que atesta a pureza do café torrado e moído, oferecendo segurança alimentar e respeito ao consumidor.

Programa de Qualidade do Café - PQC (2004)



Único programa no mundo que assegura a qualidade do café e diferencia os produtos nas categorias Tradicional, Superior e Gourmet.



Nível Mínimo de Qualidade (2005)

Oferece um conjunto de especificações e procedimentos para assegurar a aquisição de um café de melhor qualidade em licitações.

Cafés Sustentáveis do Brasil (2007)



Programa que oferece garantias aos consumidores de qualidade e sustentabilidade do café, da fazenda à xícara.



Círculo do Café de Qualidade (2007)

Diferencia e qualifica os estabelecimentos que trabalham com café de qualidade, dissemina conhecimentos e promove atividades de capacitação e treinamento como ferramenta de apoio técnico e educativo.

Café na Merenda, Saúde na Escola (2007)



Promove alimentação saudável junto aos jovens e os benefícios do consumo moderado e diário de café para a atividade intelectual, o aprendizado escolar e a prevenção de doenças.

Associação Brasileira
ABIC
da Indústria de Café

43 anos prezando pela pureza, qualidade, e segurança alimentar.

SIGA A ABIC NAS REDES SOCIAIS!



facebook.com/tudodecafe



instagram.com/tudodecafe



twitter.com/abic_cafe



plus.google.com/+ABICAssociaçãoBrasileiradaIndústriaCafé

Café com qualidade é café certificado.

Natural e saudável, o café é uma das paixões dos brasileiros, que estão ficando mais exigentes na questão pureza e apurados na escolha de novos aromas e sabores. Eles estão entendendo cada vez mais que café não é tudo igual.

Por isso, na hora de expor o produto, setorize suas gôndolas de acordo com o selo de qualidade indicado em cada embalagem: Tradicional, Superior ou Gourmet. Assim você facilita a escolha do seu consumidor.



Qualidade **Certificada**