

JORNAL DO CAFÉ

Edição Especial Nº 200 2017

Associação Brasileira
ABIC
da Indústria de Café

OS MELHORES DA QUALIDADE 2017

PQC-OPORTUNIDADE PARA A INDÚSTRIA

25 ANOS DE ENCAFÉ

NOVO APLICATIVO ABIC DE OLHO NO CAFÉ - SUCESSO TOTAL

CONCURSO ABIC DE QUALIDADE DO CAFÉ

PERFOR

MAIS PERFORMANCE À SUA INDÚSTRIA

Checkweigher e Detector de Metais:
Eleitos em 1º Lugar pela pesquisa de
preferência da Revista Pack, como
os melhores do Brasil!

A
qualidade
do seu
CAFÉ
conta com a
performance
dos nossos
PRODUTOS!



▶ A melhor precisão de pesagem do mercado.



▶ Excelência na detecção de contaminantes de acordo com as normativas brasileiras.

Santa Catarina . Brasil
+ 55 47 3383.3700
vendas@perfor.com.br
perfor.com.br

A PALAVRA DA ABIC

É com muito orgulho que comemoramos o Jubileu de Prata do nosso Encafé – Encontro Nacional das Indústrias de Café. Esse evento, que chega à sua 25ª edição, é uma das principais iniciativas da nossa entidade voltada para os micros, pequenos e médios empresários (que, juntos, respondem por quase 90% do setor), e que enfrentam o desafio de investir na melhoria de seus negócios a partir da reciclagem de conhecimento, do aprendizado e atualização de informações, da melhoria na gestão administrativa e da maior proximidade com seus parceiros e fornecedores.

Existe todo um cuidado por parte da ABIC para que o Encafé seja sempre formatado de maneira a possibilitar que, por meio de palestras, workshops, discussões em grupo e atividades práticas, os industriais e seus colaboradores tenham acesso a informações e tecnologias que propiciem a melhoria contínua da qualidade do produto e da gestão empresarial. Além disso, o contato com empresários de indústrias de maior porte permite uma importante troca de experiências, assim como a exposição de máquinas, equipamentos, produtos e serviços serve de ponto de encontro direto dos industriais com seus fornecedores e consultores.

Ao longo dessas 25 edições, o Encafé tem sido o principal palco de discussões e análise do desenvolvimento do mercado, transformando-se em um norteador dos novos rumos do setor que tem permitido às indústrias a superação de dificuldades cada vez mais diversificadas. Atender aos consumidores e, sobretudo, entender o que ele quer, é sempre um dos focos deste evento. E cada vez mais ele quer um café de melhor qualidade, que lhe dê prazer e energia. Por quê? Porque ele está aprendendo e conhecendo a diversidade de aromas e sabores, respondendo ao trabalho que a ABIC e indústrias associadas realizam desde 2006, com o Programa de Qualidade do Café (PQC), que foi um avanço no nosso Selo de Pureza, de 1989.

Este é um ciclo que se encerra. Agora temos que encontrar novos formatos e inserir cada vez mais a T.I., principalmente e-commerce, introduzindo definitivamente nossas indústrias nestas novas formas de comércio. Vamos buscar outros ambientes e com isso oxigenar nossa mente. Tenho certeza que iniciaremos um novo ciclo, uma nova história.

Ricardo de Sousa Silveira
Presidente



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

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



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



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



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



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



Vice-Presidente de Tecnologia e Modernização
Sílvio Aparecido Alves
Florão Alimentos Ltda. - PR



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



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



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



DIRETOR EXECUTIVO

Nathan Herszkowicz

REPRESENTANTES REGIONAIS

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

Norte - José Iovan Teixeira
Cical Ind. e Com. de Prod. Alim. Ltda - RO

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

Sudeste - Vagner Lorenzetti Millani
Torrefação Noivacolinenses Ltda. - SP

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

EXPEDIENTE

O **Jornal do Café** é uma publicação da **Associação Brasileira da Indústria de Café - ABIC**, enviada à 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

Sub-Editor: 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

Criação, Diagramação e Projeto Gráfico:

GSB2 Propaganda
Praça Rio Branco, 13 - Centro
Espírito Santo do Pinhal - SP - CEP 13.990-000
Fone: (19) 3661 1313
jornaldocafe@gsb2.com.br
www.gsb2.com.br

Impressão: Gráfica Novo Mundo

Tiragem: 2.300 exemplares

ABIC - Associação Brasileira da Indústria de Café

Rua Visconde de Inhaúma, 50 - 8º andar
Rio de Janeiro - RJ - CEP 20091-007
Fone (21) 2206-6161
abic@abic.com.br - www.abic.com.br



/tudodecafe



@tudodecafe



@abic_cafe

ÍNDICE

- ENTIDADE**
- 06 MELHORES DA QUALIDADE
- 12 PQC - OPORTUNIDADE PARA A INDÚSTRIA E MERCADO
- 14 25 ANOS DE ENCAFÉ
- 18 ABIC NA SIC 2017
- MEIO AMBIENTE**
- 20 ABIC COLABORARÁ COM EMBRAPA NA META 2030
- TECNOLOGIA**
- 22 DE OLHO NO CAFÉ - SUCESSO DO APLICATIVO
- 24 NOVO SITE DA ABIC
- 26 PLATAFORMA GLOBAL DO CAFÉ LANÇA APLICATIVO APP
- 27 CNI LANÇA APLICATIVO PARA IOS E ANDROID PARA EXPLICAR A NOVA LEGISLAÇÃO TRABALHISTA
- QUALIDADE**
- 28 CONCURSO ABIC DE QUALIDADE
- MERCADO**
- 32 OS SUPERMERCADOS DE VIZINHANÇA
- 34 CHINA EM FOCO
- 36 CAFÉS IMPORTADOS TÊM PREÇO 77 VEZES MAIOR QUE O EXPORTADO



- INDÚSTRIA**
- 38 MUDANÇAS NA COMPOSIÇÃO SOCIETÁRIA DA MOCOFFEE
- 40 MELITTA ANUNCIA NOVA FÁBRICA EM MINAS
- GESTÃO**
- 42 COMPLIANCE
- ARTIGO**
- 44 CASCAS DE CAFÉ
- 46 **COFFEE BREAK**
CAFÉ BRASILEIRO
CHEF PROMOVE CAFÉ
- FILTROS DE PAPEL PILÃO, CABOCLO E DAMASCO
- BOUTIQUE NESPRESSO
- CAFÉS DO MUNDO - UTAM
- CAFÉ DA SELEÇÃO
- 3 CORAÇÕES - CAMPEÃ DAS CAMPEÃS

ABIC na SIC 2017



MELHORES DA QUALIDADE ABIC 2017



Fotos: Cláudio Arouca

Café Pelé, Café Fraterno e Café 3 Corações Orgânico foram as marcas que mais se destacaram durante o ano no Programa de Qualidade do Café, em suas respectivas categorias de produto: Tradicional, Superior e Gourmet.

Criado no final de 2004, o Programa de Qualidade do Café (PQC) passou em 2006 a ter as empresas e marcas com melhor desempenho reconhecidas pela ABIC. Até 2016, a premiação era feita em âmbito de Encafé – Encontro Nacional das Indústrias

de Café promovido anualmente pela entidade. “Mas sentimos que havia chegado o momento de expandir essa homenagem, criar um evento próprio, dando mais visibilidade às empresas que se empenham pela melhoria contínua da qualidade de seus



Para o presidente Ricardo Silveira era importante que a premiação dos Melhores da Qualidade tivesse um evento próprio, dando mais visibilidade às indústrias e às marcas

produtos”, disse o presidente Ricardo Silveira ao dar as boas vindas ao público que participou do café da manhã para a entrega dos certificados aos Melhores da Qualidade – ABIC 2017.

Realizado em São Paulo, no Maksoud Plaza, o evento reuniu industriais e seus colaboradores, além de representantes do setor e da própria imprensa. Antes das premiações, o próprio presidente foi homenageado com uma placa de prata, marcando as comemorações dos 10 anos da conquista, pela sua empresa, Café Cristal, como melhor produto na categoria Tradicional (com nota de qualidade global de 5,3 pontos), no PQC de 2007.

Também neste primeiro evento exclusivo dos Melhores da Qualidade, foi lançado o aplicativo De Olho no Café, desenvolvido pelo Instituto Totum, agência certificadora dos programas da ABIC. “Estamos abrindo a primeira porta de inúmeras que se seguirão, permitindo maior interação entre consumidores e indústria”, disse Fernando Lopes, diretor do Totum.

Com o lançamento do aplicativo e a premiação dos Melhores da Qualidade 2017, no dia 26 de setembro, a ABIC também abriu as comemorações em torno do Dia Mundial do Café, celebrado em 1º de outubro. A data foi criada em 2015 pela OIC – Organização Internacional do Café com o objetivo de promover a cultura e a tradição histórica do grão em todos os países produtores e consumidores.

Classificação

Foram classificadas por nota de qualidade global as três melhores marcas de cada categoria, e no caso de desempate foi considerada a nota média de manutenção dos produtos ao longo dos doze meses, seguida da nota da última auditoria, realizada pelo Instituto Totum. Todas as empresas participantes do PQC têm seus produtos monitorados permanentemente. Eles são coletados nos pontos de venda e analisados em laboratórios credenciados quanto à sua qualidade, de acordo com a categoria certificada. As indústrias também



Para Fernando Lopes, do Instituto Totum, agência certificadora dos programas da ABIC e responsável pela criação do aplicativo De Olho no Café, as possibilidades de interação entre indústria e consumidores são inúmeras. “Abrimos uma primeira porta dessa comunicação”

são auditadas periodicamente, por certificadora credenciada pela ABIC, para avaliação das instalações, condições de trabalho e de toda a linha de processo industrial, o que leva essas empresas a um verdadeiro trabalho de “Boas Práticas de Fabricação”.

O PQC certifica a qualidade do produto final por meio de uma metodologia de análise sensorial única (pois avalia o café torrado e moído igual ao que se encontra nas prateleiras), classificando e diferenciando em categorias: 1) Tradicionais ou Extraforte, que são cafés para o consumo do dia-a-dia, com custo menor. São comparáveis aos vinhos de mesa, que têm qualidade aceitável com preço acessível. São elaborados com cafés arábicas, conilon ou blendados; 2) Superior, que é um café de boa qualidade e sabor mais acentuado. São comparáveis aos vinhos superiores, que estão na escala intermediária de qualidade e com maior



Vice-Presidente de Qualidade e Programa de Certificação ABIC, Pavel Cardoso e o Presidente da ABIC, Ricardo Silveira



Nathan Herszkowicz explica como é feita a avaliação dos cafés e convida a todos para degustarem e testarem seus conhecimentos

valor agregado. São elaborados com cafés arábicas ou blendados com conilon; e 3) Gourmet, um café excelente, exclusivo e de alta qualidade, com sabor e aroma mais suaves por causa da seleção dos grãos e da torra controlada. Também é possível perceber notas frutais, achocolatadas e de nozes. São comparáveis aos vinhos mais finos, mais raros, exclusivos e de alta qualidade.



Momento de degustar...



... os cafés premiados do PQC

Premiação

Nesta edição de 2017, foram premiadas sete empresas e nove marcas que mais se destacaram durante o ano no PQC, nas categorias Tradicional, Superior e Gourmet.

Na categoria **Café Tradicional**, em 1º lugar ficou a JDE - Jacobs Douwe Egberts BR Comercialização de Cafés Ltda., com a marca Pelé Torrado e Moído Tradicional Vácuo, que obteve a nota de Qualidade Global (QG) de 6,0 pontos (nota média de manutenção 5,07). Em 2º lugar ficou o Grupo 3 Corações Alimentos S/A, com a marca Bangu, que obteve nota de QG de 6,0 (nota média de manutenção 5,00). E em 3º lugar ficou a Torrefação Noivacolinsenses Ltda., com a marca Morro Grande Orgânico, que obteve a nota de Qualidade Global de 5,9 pontos.



Ricardo Silveira, Presidente da ABIC, Aurimar França, Gerente de Qualidade da Jacobs Douwe Egberts BR e Pavel Cardoso, Vice-Presidente de Qualidade e Programas de Certificação ABIC



Ricardo Silveira, Presidente da ABIC, Gilberto Nogueira, Diretor do Grupo 3 Corações e Pavel Cardoso, Vice-Presidente de Qualidade e Programas de Certificação ABIC



Ricardo Silveira, Presidente da ABIC, Vagner Milani, Diretor da Torrefação Noivacolinsenses Ltda., de Piracicaba-SP e Pavel Cardoso, Vice-Presidente de Qualidade e Programas de Certificação ABIC

Na categoria **Café Superior**, o 1º lugar foi conquistado pela torrefadora DPS Gonçalves Ind. e Com. de Alimentos Ltda., com a marca Fraterno Grão Superior, que obteve a nota de Qualidade Global de 6,7 pontos. Em 2º lugar, ficou a Brasil Espresso Comércio Atacadista Ltda., com a marca Via Café Grão, que teve nota de Qualidade Global de 6,6 (nota média manutenção de 6,55). E em 3º lugar ficou a Cooperativa Regional de Cafeicultores em Guaxupé Ltda. – Cooxupé, com a marca: Terraza em Grão Pouch, com nota de Qualidade Global de 6,6 pontos (nota média de manutenção de 6,47).



Ricardo Silveira, Presidente da ABIC, Antônio José Gonçalves, da empresa DPS Gonçalves Ind. e Com. de Alimentos Ltda. e Pavel Cardoso, Vice-Presidente de Qualidade e Programas de Certificação ABIC



Ricardo Silveira, Presidente da ABIC, Lucas Martini e Lucas Moreisa, da empresa Brasil Espresso Com. Atacadista Ltda. e Pavel Cardoso, Vice-Presidente de Qualidade e Programas de Certificação ABIC



Ricardo Silveira, Presidente da ABIC, Mário Panhota, Gerente de Divisão Comercial da Cooxupé e Pavel Cardoso, Vice-Presidente de Qualidade e Programas de Certificação ABIC

Já na Categoria **Café Gourmet** o 1º e o 2º lugares foram conquistados pelo Grupo 3 Corações Alimentos S/A, respectivamente com as marcas 3 Corações Orgânico Vácuo, que obteve nota de Qualidade Global de 7,6 pontos (nota média de manutenção de 7,33), e Santa Clara Espresso em Grão, com a nota de 7,6 pontos (nota média de manutenção de 7,0). O 3º lugar foi conquistado pelo Café Excelsior Ltda., com a marca Excelsior Gourmet em Grão Valvulado, que obteve a nota de Qualidade Global de 7,5 pontos. **JCO**



Ricardo Silveira, Presidente da ABIC, Murilo e Wilson Kalil, da empresa Café Excelsior Ltda. e Pavel Cardoso, Vice-Presidente de Qualidade e Programas de Certificação ABIC



Gilberto Nogueira, Diretor do Grupo 3 Corações, Ricardo Silveira, Presidente da ABIC, Lídio Inácio e Romero Martins, ambos do Grupo 3 Corações, Pavel Cardoso, Vice-Presidente de Qualidade e Programas de Certificação ABIC e Aline Gurgel, do Grupo 3 Corações



Ricardo Silveira, Presidente da ABIC, Romero Martins, Diretor Industrial do Grupo 3 Corações e Pavel Cardoso, Vice-Presidente de Qualidade e Programas de Certificação ABIC



A equipe da ABIC: Ricardo Silveira, Mônica Pinto, Aline Marotti, Camila Arcanjo, Pavel Cardoso, Eduardo Buitron e Nathan Herszkowicz



Ricardo Silveira e Nathan Herszkowicz com jornalistas que foram prestigiar o evento



Os Campeões da Qualidade - ABIC 2017

Como é feita a seleção

A escolha das empresas e marcas que concorrem à premiação dos Melhores da Qualidade é feita a partir do desempenho que apresentam, ao longo de dez meses corridos, alto patamar de qualidade de cafés certificados ABIC.

A premiação é feita por produto certificado e a empresa pode estar localizada em qualquer região do Brasil. São elegíveis no concurso cafés do tipo Torrado e Moído e Grão, sem distinção, o mesmo valendo para as embalagens.

Duas situações podem tornar uma empresa inelegível, ainda que seus produtos atendam aos critérios do regulamento: situação de inadimplência da empresa com as taxas de associação à ABIC, e processo administrativo sendo julgado junto à ABIC, por qualquer motivo. Nesses casos, a premiação é repassada às empresas com notas imediatamente mais altas, conforme critérios listados no Regulamento.

Não há processo de inscrição para a premiação “Melhores da Qualidade”. Qualquer empresa certificada no PQC ABIC e que esteja conforme em relação aos critérios do regulamento é elegível para a premiação do Concurso.

Uma empresa pode ser premiada no Concurso “Melhores da Qualidade” mais de uma vez no mesmo ano, caso apresente mais de um produto que atenda aos critérios do regulamento. Não há limitação de premiações para uma mesma empresa.

Os critérios da premiação são aplicados conforme dados levantados pela Gerenciadora do Programa PQC ABIC, com base no histórico de notas das análises dos Programas. Somente são elegíveis para a premiação “Melhores da Qualidade” as análises oficiais realizadas para o Programa PQC ABIC, e que já tenham sido devidamente liberadas pela Gerenciadora via sistema informatizado do programa.



Maior qualidade, maior agregação de valor

ABIC quer incentivar que as empresas invistam em seus produtos e evoluam da categoria Tradicional para a Superior

A partir de 2018, a ABIC pretende que todas as empresas associadas e suas marcas estejam no PQC – Programa de Qualidade do Café. O objetivo é continuar monitorando os produtos da categoria Tradicional, e estimular o aumento da oferta de cafés Superiores, pois a maior qualidade resulta em maior qualidade de valor.

Para a ABIC chegou o momento de se quebrar o paradigma de que cafés de melhor qualidade não oferecem rentabilidade. De acordo com a entidade, estimativas apontam que o mercado de cafés diferenciados cresce em torno de 10% a 15% ao ano. Já os preços dos cafés certificados no PQC são em média 11% maiores que os demais. Na categoria Gourmet, o preço médio praticado é de R\$ 33,81 kg; na Superior, é de R\$ 25,10 kg, e na categoria Tradicional o preço médio é de R\$ 18,72 kg.

Atualmente, das 700 marcas certificadas pelo PQC, a grande maioria está na categoria Tradicional (mais de 360), mas vem crescendo substancialmente o número de produtos nas categorias Superior, com 150 marcas, e

Gourmet, que já soma 177 marcas. E elas já representam 4% do mercado total.

“É chegada a hora de mais empresas aproveitarem esse novo ambiente de consumo que está se consolidando por meio das redes sociais, dos clubes de café com vendas on-line, dos inúmeros equipamentos, a preços bem acessíveis, para preparo de café nos lares e nos escritórios”, avalia Nathan Herszkowicz, que faz um alerta: lançar um produto na categoria Superior ou Gourmet não basta apenas mudar a embalagem; tem que investir no seu desenvolvimento como um todo, cuidando da sua qualidade, desde a aquisição da matéria-prima até o ponto de torra e moagem adequados.

Esses novos ambientes de negócios já têm incentivado as indústrias a diversificarem seus portfólios, ingressando nas categorias premiuns. Melitta, Cooxupé, 3 Corações, Baggio Coffees, Noivacolinsenses, San Babila, Mitsui, Lavazza, Leão, Utam e Cacique são algumas dessas empresas.

Padrão Ouro em Café

De olho neste crescente potencial de crescimento dos produtos superiores, a JDE Brasil lançou em agosto a L'OR, a sua marca global para o segmento premium.

A nova linha de cafés premium L'OR chega ao Brasil em três blends de Torrado e Moído (embalagens de 250 gramas), seis variantes de Cápsulas em Alumínio (embalagens de 10 unidades cada, sendo uma delas disponível também em embalagem de 20 unidades), dois sabores de Café Solúvel (embalagens de 140 gramas e sachês de 50 gramas) e Grãos Torrados para Espresso (embalagens de 500 gramas).

“Esse lançamento reflete claramente a filosofia da JDE em promover a democracia do café e estamos confiantes de que a partir de agora nasce um novo conceito para o consumo da bebida, o Padrão Ouro em Café”, explicou Lara Brans, presidente da JDE Brasil.

Todos os produtos da linha L'OR estão sendo distribuídos nas principais redes de supermercados do país. Com esta estratégia, os consumidores brasileiros terão acesso a um portfólio completo de cafés de alto padrão, com a qualidade e garantia da maior empresa 100% dedicada ao mercado de cafés no mundo. 



JORNAL DO CAFÉ

Anuncie na revista oficial da ABIC e fale com milhares de pessoas do agronegócio café.

Aproveite a condição especial.
Ganhe 20% de desconto
fechando a partir de duas edições.



Associação Brasileira
ABIC
da Indústria de Café

Para anunciar entre em contato com a GSB2:
jornaldocafe@gsb2.com.br - (19) 3661-1313



25 Anos ENCAFÉ

O Maior Encontro das Indústrias de Café do Brasil!

Ao comemorar sua 25ª edição, evento se consolida como o mais importante fórum das indústrias e dos parceiros do agronegócio



Bodas de prata é o nome dado aos 25 anos de casamento. E é essa data que a ABIC comemora ao realizar, no Iberostar Bahia, a 25ª edição do Encafé – Encontro Nacional das Indústrias de Café, celebrando uma união de muito êxito entre a entidade, as empresas associadas, os parceiros fornecedores de máquinas e equipamentos e os demais agentes da cadeia do café, que sempre prestigiam essa iniciativa.

Essas duas décadas e meia marcam um período em que ocorreram profundas mudanças no perfil do consumidor, nas

transações comerciais, nos conceitos de meio ambiente e sustentabilidade, nas economias e políticas mundiais e nas sociedades. A globalização e a popularização da internet encurtaram as distâncias e deram um novo ritmo à vida pessoal e profissional. A ABIC busca sempre trazer para o Encafé discussões sobre esses novos cenários que impactam os negócios e os comportamentos sociais, antecipando tendências e incentivando as indústrias a se prepararem para elas. Leia a seguir um breve resumo do que trataram esses eventos. 

RETROSPECTIVA ENCAFÉ

1º

foi realizado em **1989**, em Natal (RN), e teve como foco principal a avaliação do lançamento do Selo de Pureza ABIC, ocorrido em agosto daquele ano, e a discussão de diretrizes do programa de autofiscalização para 1990.

3º

foi realizado em novembro de **1994**, em Campos do Jordão (SP). No evento foi aprovado o Código de Ética da Indústria de Café, pelo Conselho Deliberativo da ABIC, em Sessão Extraordinária, um marco na história do setor.

2º

foi realizado em outubro de **1991**, em Maceió. O evento teve como objetivo propor um novo rumo para a indústria de café, baseado na conscientização do setor em aprimorar a qualidade do produto, e no término da autofagia de preços.

5º

foi realizado em novembro de **1996** no Hotel Transamérica Ilha de Comandatuba (BA). A entidade comemorava a industrialização de 11 milhões de sacas. O evento foi o primeiro a reunir toda a cadeia produtiva do café, após a criação do CDPC – Conselho Deliberativo da Política do Café.

4º

foi realizado em novembro de **1995**, no Club Med – Village Rio das Pedras, em Mangaratiba (RJ). O evento teve como slogan “Café, muda que acontece”, frase que assinava a campanha de marketing do ano, e focou na globalização da economia e na modernidade da gestão empresarial. Foi apresentada a pesquisa “Perspectivas e Tendências de Mercado para as Indústrias de Café”.

7º

foi realizado em novembro de **1998** no Hotel Blue Tree Park – Cabo de Santo Agostinho (PE). Contou com uma “aula espetáculo” do professor Ariano Suassuna e teve como tema “Cenários e Tendências no Brasil”.

6º

foi realizado em novembro de **1997**, no Club Med - Village Rios das Pedras, em Mangaratiba (RJ). Teve como tema central “Novos Consumidores, Novos Mercados”. O evento ocorreu em um momento em que a indústria comemorava a consolidação do sucesso das ações desenvolvidas pela entidade, iniciadas com o lançamento do Selo de Pureza, e a comercialização de 12 milhões de sacas no ano.

9º

foi realizado em novembro de **2000**, no Hotel Costão do Santo Agostinho, em Florianópolis (SC). O evento teve como tema foco “A diferenciação das qualidades dos cafés criando novos e importantes nichos de mercado”. A ABIC também comemorou a industrialização de 13 milhões de sacas.

8º

foi realizado em dezembro de **1999**, no Hotel Transamérica Ilha de Comandatuba (BA). O evento foi marcado pelo anúncio da liberação de recursos para a realização do Programa Cafés do Brasil, aprovado pelo CDPC, e de um aporte para o Instituto dos Estudos sobre Café e Saúde da Universidade de Vanderbilt (EUA).





10°

foi realizado em novembro de **2001**, no Hotel Blue Tree Park Resort, em Angra dos Reis (RJ). O evento ocorreu dois meses após os atentados terroristas aos Estados Unidos (em 11 de setembro) e se questionava os efeitos da globalização. Destaque para a palestra do Dr. Darcy Lima, que apresentou uma retrospectiva do seu trabalho "Café e Saúde".

11°

foi realizado em novembro de **2003** no Hotel Sofitel Convention, na Costa de Sauípe (BA). O evento centrou no PQC – Programa de Qualidade do Café como instrumento adequado para impulsionar as vendas por todo o país.

13°

foi realizado em novembro de **2005**, no Blue Tree Park Cabo de Santo Agostinho (PE). Grande destaque foi a pesquisa tendências de consumo, que mostrou que havia diminuído, entre os não-consumidores, o número de pessoas que rejeitavam a bebida em razão de recomendações médicas. Foi lançado o programa "Café na Merenda, Saúde na Escola".

12°



foi realizado em novembro de **2004**, no Sofitel Convention da Costa do Sauípe (BA). Foram anunciados os primeiros resultados do PQC. O evento também foi palco do 1º Concurso Nacional ABIC de Qualidade do Café, disputado pelos lotes vencedores dos certames estaduais. O leilão foi muito disputado. O lance vencedor foi dado pelo Consórcio Brasil, que pagou R\$ 8.001,01, ao produtor Daltro Noronha Barros (Café Cristina), para cada saca de seu lote de 10 sacas.

14°

foi realizado em novembro de **2006** no Centro de Convenções do Sesc, em Guarapari (ES). O evento teve como tema "Pensando o Futuro e Antecipando Mudanças". Foi lançado o programa CCQ – Círculo do Café de Qualidade, que envolvia cafeterias, casas de café, restaurantes, bares e hotéis. Também foi assinado o Acordo de Cooperação Técnica e Comercial entre a ABIC e o Caccer, para desenvolver o Programa Cafés Sustentáveis do Brasil.

15°

foi realizado em novembro de **2007**, no Enotel – Porto de Galinhas (PE). O evento teve como tema "Sustentabilidade e Consumo Consciente". A ABIC levou o boneco "Carioca", um grão de café estilizado, que foi usado na campanha "Café também é Saúde", durante os jogos Pan-Americanos do Rio de Janeiro. Destaque para a palestra do presidente do Instituto Akatu, Hélio Mattar, sobre o tema central do evento.

16°

foi realizado em novembro de **2008** no Enotel – Porto de Galinhas (PE). "O Novo Consumidor Brasileiro" foi o tema central, quando o País comemorava o crescimento da Classe C, porém com as apreensões decorrentes do 'tsunami' que atingiu as economias do primeiro mundo, após a crise financeira dos EUA.



17°

foi realizado em novembro de 2009, no Vila Galé Marés (BA). O tema central foi "O Crescimento do Mercado de Cafés de Alta Qualidade". Destaque para as palestras do consultor Nelson Barrizzelli que apresentou uma visão bem realista do mercado presente e futuro do café e as vantagens competitivas da cadeia, e do presidente da Belissimo Coffee, Bruce Milletto, que falou sobre lojas próprias, tendência nos Estados Unidos.

18°

foi realizado em novembro de 2010, no Centro de Convenções de Natal (RN). A grande discussão nesse encontro foi a Instrução Normativa 16, que criou o Regulamento Técnico para o Café Torrado e Moído. A programação também contou com palestras técnicas, como a apresentada pela Apex-Brasil sobre "Branding e Marca como fator de sucesso nas indústrias de café".

19°

foi realizado em novembro de 2011, no Breezes Búzios (RJ). O tema do evento foi "Novos Desafios: Recuperar a lucratividade e garantir a longevidade das indústrias de café e a manutenção do trabalho". Destaque para a palestra do economista Nelson Barrizzelli que falou sobre a necessidade de a entidade e seus sócios discutirem conjuntamente o planejamento estratégico para nortear as atividades entre 2012 e 2016.

20°

foi realizado em novembro de 2012 no Iberostar Bahia, na Praia do Forte (BA). Foram comemorados os 20 anos do Encafé – "Unindo a Indústria de Café" – e foram iniciadas as celebrações dos 40 anos da ABIC, que ocorreriam no decorrer de todo ano de 2013.

21°

foi realizado em outubro de 2013, no hotel Sofitel Jequitimar, em Guarujá (SP). O evento focou no aumento do consumo, e apresentou tendências e estratégias que poderiam impactar positivamente o crescimento da demanda interna, a exemplo do segmento de doses porcionadas. Tratou também de abastecimento, marketing esportivo, perspectivas econômicas e do novo perfil dos consumidores.

22°

foi realizado em novembro de 2014, no Enotel – Porto de Galinhas (PE). O evento comemorou os 25 anos do Selo de Pureza ABIC, uma iniciativa pioneira e de expressivo sucesso. Destaque para a palestra do economista e ex-ministro da Casa Civil, Pedro Parente, sobre as perspectivas do cenário brasileiro com o novo governo da presidente Dilma Roussef.

23°

foi realizado em novembro de 2015 no hotel Transamérica Ilha de Comandatuba (BA). O evento centrou a programação na necessidade de as indústrias continuarem a investir, cada vez mais, na melhoria contínua do café oferecido aos consumidores. "Com ou sem crise, a qualidade é a palavra-chave do mercado de café, e é o fator fundamental para obtermos lucratividade e garantirmos a sobrevivência de nossas indústrias", disse o presidente Ricardo Silveira.

24°

foi realizado em novembro de 2016 no hotel Transamérica Ilha de Comandatuba. Crise de abastecimento, importação de café verde e oferta de produtos com mais qualidade para o consumidor foram os principais temas do evento. Na abertura do encontro, foram prestadas homenagens ao ex-presidente Américo Sato e ao empresário Pedro Lima, pelas relevantes contribuições à entidade e ao setor.



ABIC na SIC 2017

Entidade apresentou estratégias para alavancar o consumo interno, focando principalmente no PQC – Programa de Qualidade do Café

Representando um setor que foi responsável, em 2016, pela industrialização de 21,2 milhões de sacas (40% da safra nacional), a ABIC esteve presente mais uma vez na Semana Internacional do Café - SIC, que aconteceu de 25 a 27 de outubro no Centro de Convenções Expominas, em Belo Horizonte (MG). A entidade apresentou as inúmeras ações que têm realizado para impulsionar os negócios das empresas a partir

da inovação e da melhoria contínua do café oferecido aos consumidores.

“Nós representamos 80% de um setor que possui mais de 1.400 torrefadoras, a grande maioria de pequeno porte, que comercializam mais de 2 mil marcas. E buscamos atender ao anseio de milhões de brasileiros das mais variadas faixas etárias e de classes econômicas e sociais distintas. Temos um consumo per capita

de 84 litros de café por ano, com o produto presente em 98,5% dos lares. Como se vê, são empresas e consumidores de perfis muito heterogêneos. Exatamente por isso nossa atuação é focada tanto na indústria, para que produza um café de qualidade, isento de impurezas, quanto na educação do mercado para o consumo, o que inclui também o varejo, sobretudo o supermercadista”, disse Ricardo de Sousa Silveira, presidente da ABIC.

Uma das mais importantes ferramentas criadas pela entidade para atender a esses públicos tão diversificados foi o PQC – Programa de Qualidade do Café, e ele permeou as diversas ações da ABIC na SIC 2017.

No estande “Cafeteria ABIC” a entidade apresentou vídeos e filmetes da campanha de marketing deste ano, que tem justamente como slogan a frase: Café certificado sempre vai bem! O público também degustou os cafés finalistas da premiação “Melhores da Qualidade – ABIC 2017”, conferida às marcas que mais se destacaram durante o ano no PQC.

Um espaço que atraiu o público na Cafeteria ABIC foi o do aplicativo De Olho No Café, mais uma iniciativa da ABIC que visa a aproximação dos consumidores com as indústrias.

Além das atividades no estande, a ABIC apresentou, no Grande Auditório, a palestra “As Tendências para o Café de Qualidade no Maior Produtor do



O governador Pimentel entre Almir José da Silva Filho, Nathan Herszkowicz e Ricardo Souza Silveira, conhece o aplicativo De Olho no Café no estande da ABIC

Mundo”, pelo diretor-executivo Nathan Herszkowicz. Ele abordou temas como o avanço das monodoses, com os cafés em cápsulas e novos métodos de preparo; o aumento do número de cafeterias e de novos pontos de consumo e o crescimento das marcas certificadas por categoria de qualidade.

“Nosso objetivo é, a partir de 2018, posicionar todas as empresas associadas e suas marcas no PQC. Vamos monitorar permanentemente a qualidade dos produtos na categoria Tradicional, estimular o aumento da oferta de cafés Superiores e seguir com a certificação Gourmet. Maior qualidade resulta em maior agregação de valor”, define o executivo.

ABIC ainda participou da Cafeteria Modelo, espaço direcionado para o mercado de food-service visando à capacitação técnica de empreendedores do setor. Foi promovida uma Degustação Orientada das Categorias de Qualidade do Café. Mônica Pinto e Christianne Monteiro, coordenadora de projetos e nutricionista da ABIC, respectivamente, mostraram na prática como avaliar sensorialmente o café, seguindo a metodologia do PQC, para saber sobre as classificações dos tipos de produtos: Tradicional/Extraforte, Superior e Gourmet.



O governador Pimentel foi homenageado pela ABIC com a Medalha do Mérito Industrial do Café pelas ações em prol do setor

Reunião Regional

Mais uma vez a ABIC aproveitou a participação na SIC para promover a Reunião Regional anual com associados e parceiros de Minas Gerais. O encontro, marcado na Sala de Inteligência de Mercado, foi realizado em conjunto com o Sindicafé – MG na sexta-feira (27/10).

Na pauta, análise do atual período da economia brasileira; a situação de abastecimento do mercado e a necessária renovação das estratégias e do planejamento da gestão dos negócios. Também foi abordado o aumento significativo da infestação da broca-do-café em diversas regiões produtoras e a dificuldade que as indústrias estão tendo para adquirir lotes com qualidade compatível. JCO

ABIC participará da plataforma Agricultura e Desenvolvimento Sustentável



Plataforma digital está sendo criada pela Embrapa e será composta de artigos que representem o maior espectro possível de posições que deem direção ao cumprimento dos 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável

Os 17 objetivos de Desenvolvimento Sustentável

O desenvolvimento sustentável é aquele que consegue atender às necessidades da geração atual sem comprometer a existência das gerações futuras. Em setembro de 2015, percebendo que os indicadores econômicos, sociais e ambientais dos últimos anos eram pessimistas quanto ao futuro das próximas gerações, a Organização das Nações Unidas (ONU) propôs que os seus 193 países membros assinassem a Agenda 2030, um plano global composto por 17 objetivos (ODSs) e 169 metas para que esses países alcancem o desenvolvimento sustentável em todos os âmbitos até 2030.

Cada objetivo e suas respectivas metas abordam aspectos diferentes que convergem pelo fato de serem essenciais para a viabilidade de uma sociedade sustentável. Todos os países membros da ONU assinaram a agenda 2030 e agora têm que arcar com o compromisso de alcançar as metas dos 17 objetivos.

- 01 - Erradicação da pobreza
- 02 - Fome zero e agricultura sustentável
- 03 - Saúde e bem estar
- 04 - Educação de qualidade
- 05 - Igualdade de gênero
- 06 - Água potável e saneamento
- 07 - Energia acessível e limpa
- 08 - Trabalho decente e crescimento econômico
- 09 - Indústria, inovação e infraestrutura
- 10 - Redução das desigualdades
- 11 - Cidades e comunidades sustentáveis
- 12 - Consumo e produção responsável
- 13 - Ação contra a mudança global do clima
- 14 - Vida na água
- 15 - Vida terrestre
- 16 - Paz, justiça e instituições eficazes
- 17 - Parcerias e meios de implementação

Em comemoração aos seus 45 anos, a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) deu início à preparação da plataforma digital Agricultura e o Desenvolvimento Sustentável, com vistas a captar visões, expectativas e projeções de futuros possíveis, que deem direção ao cumprimento dos 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), fundamentados na Agenda 2030, da ONU.

O diretor-executivo da ABIC, Nathan Herszkowicz, foi especialmente convidado pelo presidente da Embrapa, Maurício Antônio Lopes, para participar desta iniciativa. Nathan abordará o tema Evolução e Perspectivas do Café Industrializado Brasileiro.

A plataforma será composta por artigos individuais de opinião/visão, no estilo dissertativo - argumentativo, representando o maior espectro possível de posições a respeito do tema Agricultura e o Desenvolvimento Sustentável, no Horizonte de 2030. Para Maurício Antônio Lopes, as tendências e sinais captados por esta plataforma poderão contribuir na definição de agenda de prioridades para a ciência agropecuária e com a melhoria de políticas públicas relacionadas ao agro. 



Seu café merece toda atenção!



Mais de 30 anos de experiência atuando nas principais áreas do mercado de café. Venha tomar um café conosco!



JRCORRETORA

Rua XV de Novembro 41 - Conj. 40 - Santos - SP
(13) 3219 7600 - jrcorretora@jrcorretora.com
www.jrcorretora.com

DE OLHO NO CAFÉ

Apenas um mês após lançamento, aplicativo da ABIC já havia recebido 3.376 consultas!



Lançado oficialmente pela Associação Brasileira da Indústria de Café - ABIC no dia 26 de setembro, o aplicativo De Olho No Café, que já foi baixado em 977 aparelhos de celular, recebeu em um mês (até 25/10), nada menos que 3.376 consultas de consumidores de praticamente todo o país que queriam saber sobre a certificação das marcas e até enviar sua opinião. São Paulo lidera o

ranking, com 962 consultas, seguido por Minas Gerais, com 704, e pelo Ceará, com 376. O uso do aplicativo não se restringiu ao Brasil: logo na primeira semana, houve o registro de consultas feitas por usuários na Califórnia, em Sunnyvale (EUA).

Neste primeiro mês, aumentou também o número de denúncias de uso indevido dos selos da ABIC. Ao receber, via APP, a denúncia, o Instituto Totum, agência certificadora dos programas da ABIC e responsável pelo desenvolvimento do aplicativo, encaminha no mesmo instante para a entidade. "Se o consumidor ficar em dúvida sobre a certificação, ele pode fotografar a embalagem e enviar pelo próprio aplicativo. Nós verificamos e remetemos para a ABIC, à qual cabe tomar as devidas providências", diz Fernando Lopes, diretor do Totum.

Os consumidores também estão avaliando, com nota de 1 a 5, o café: quase 150 marcas já foram pontuadas. Comentários também são recebidos e serão consolidados para, posteriormente, serem enviados às respectivas empresas.

Nova Comunicação

"As possibilidades de comunicação entre os consumidores, as indústrias e a própria ABIC, via APP, são inúmeras, e muitas novidades

virão por aí”, diz Fernando Lopes. Um exemplo é o envio aos usuários, pela ABIC, de informações e curiosidades sobre o café, desde formas de preparo, receitas até benefícios para a saúde. “Será enviada uma manchete, para despertar o interesse, seguida de um link, para acesso à informação”, explica Lopes.

Os próximos passos deverão incluir, no APP, informações ou o link do site da torrefadora, que aparecerá na tela do celular assim que o usuário consultar a marca. “Estamos iniciando, com êxito, uma nova era na comunicação”, comemora o presidente Ricardo de Sousa Silveira.

O lançamento do aplicativo De Olho No Café faz parte da proposta da entidade de criar ferramentas tecnológicas e formas de divulgação que fortaleçam a empresa associada no mercado, diferenciando-a frente ao consumidor final, que está cada vez mais consciente da importância da aquisição de um café puro e de qualidade.

O aplicativo é fornecido gratuitamente aos usuários de celular Smarthpone (tanto na versão Android quanto para Iphone), bastando baixa-lo no Google Play ou na Play Store. Ele permite a qualquer consumidor consultar em tempo real se os produtos disponíveis nas gôndolas dos supermercados são certificados no Selo de Pureza e/ou no Selo de Qualidade, bem como sua categoria, Tradicional, Superior ou Gourmet. Para utilizá-lo, basta escanear o código de barras da embalagem para obter a informação. 

Indicadores de Consulta e de Avaliação

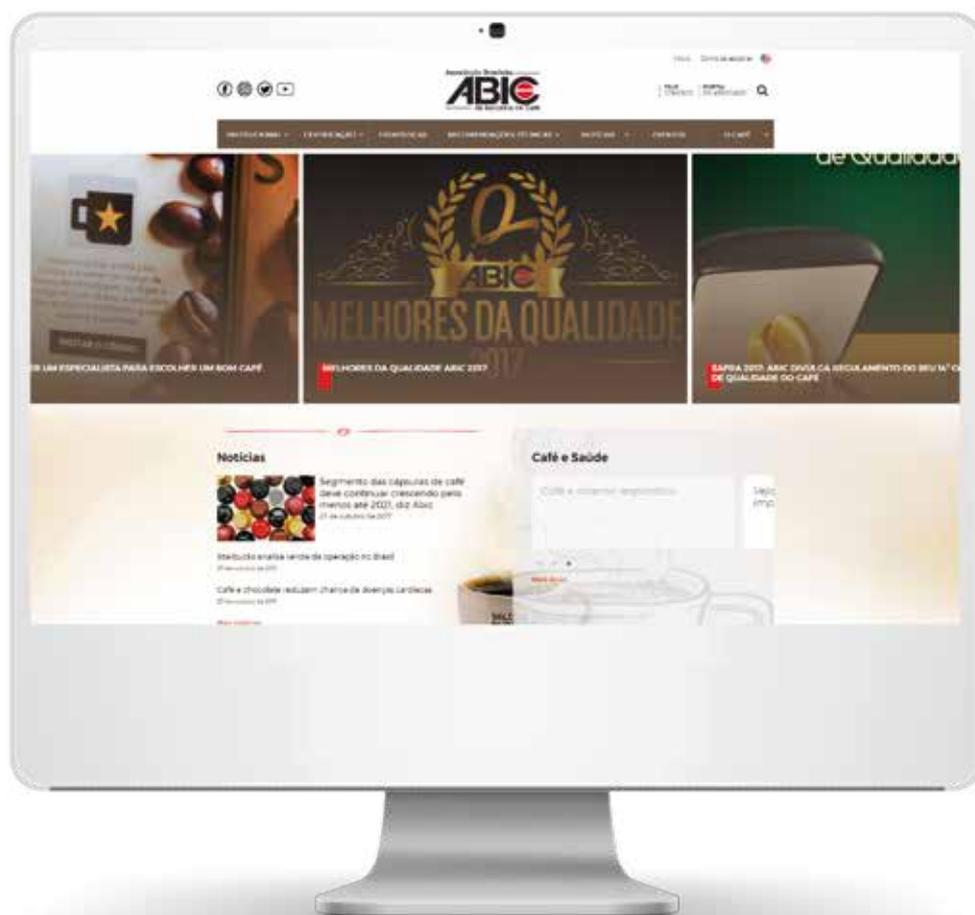
Índice de consultas por Estado (até 25/10):

SP	962	RO	26
Não informado	727	BA	24
MG	704	PE	13
CE	376	MT	9
PR	219	ES	9
RJ	99	PI	7
DF	54	MS	5
GO	48	CA - Califórnia	2
SC	44	AL	2
RS	44	PA	2

Alguns comentários

Avaliação	Comentário
5	Excelente
5	Ótimo
5	O melhor
5	Café excelente. É o café da minha família!!
5	Excelente, o melhor café!
5	Excelente café!
5	Excelente café!
1	Ruim
5	Há anos no mercado priorizando a qualidade. Excelente!
5	Café excelente, recomendo.
5	Excelente café
1	Péssimo
5	Café forte e encorpado! Muito bom
3	Corpo médio e retrogosto intenso
5	Ótimo café
5	Ótimo café
5	Produto muito bom! Tomo sem açúcar, uma boa acidez e corpo agradável.
3	Retrogosto intenso
3	Corpo médio. Sabor forte
5	Adoro esse café!!
3	Não achei saboroso, comprei pensando que fosse muito melhor.
5	Muito legal
4	Corpo médio e sabor delicado.
5	Ótimo
5	Produto excelente!!!
5	Café excelente
5	Excelente
5	Produto de ótima qualidade!
5	Café de valor acessível, que permite o prazer de um bom café com gostinho de "café na casa da vovó". Recomendo!

NOVO PORTAL ABIC



Além de um visual moderno e atraente, conteúdo foi atualizado e traz mais informações.

Totalmente reformulado, o site da ABIC está de 'cara' nova, mais moderna e amigável. A página principal (home), que antes era estática, agora conta com notícias que são atualizadas diariamente, trazendo ainda destaques para lançamentos e eventos da entidade e do mundo do café. Em todo o site, novas fotos ilustram os assuntos, assim como infográficos criados especialmente para assuntos específicos. Elaborado pela

empresa carioca Conceito Comunicação Integrada, o novo portal traz como carro chefe sua apresentação e navegação: além do visual mais clean, um sistema de busca presente em todas as páginas permite que se encontre qualquer conteúdo. Além disso, agora é possível o compartilhamento de notícias e outros conteúdos divulgados pela ABIC nas redes sociais.

A arquitetura do portal foi concebida de forma a facilitar a busca de informações. Os assuntos foram divididos em sete temas, e com um clique podem ser acessados na barra inicial: Institucional, Certificação, Estatísticas, Recomendações Técnicas, Notícias, Eventos e O Café – este último dirigido, sobretudo, aos consumidores e apaixonados pela bebida, com curiosidades, dicas de preparo e de métodos, história, café e saúde, vídeos, campanhas, cursos, etc.



Algumas alterações vão facilitar o trabalho dos usuários. O conteúdo antes chamado de “Programas ABIC” passou a ser denominado de “Certificação” e traz informações sobre normas e regulamentos, passo a passo, laboratórios e instituições certificadas, além da relação atualizada das marcas certificadas em cada um dos programas: Selo de Pureza, PQC – Programa de Qualidade do Café, PCS – Programa Café Sustentável, Programa de Certificação de Cápsulas e Programa Círculo do Café de Qualidade, destinado a cafeterias e casas de café.

Já o programa NMQ – Nível Mínimo de Qualidade, que incluiu um conjunto de sugestões para elaboração de licitações pelos organismos públicos e privados, que antes estava inserido em “Programas ABIC”, ganhou área própria, com o nome Recomendações Técnicas. Com isso, a entidade passa a atender a demanda de muitos organismos que entravam em contato por telefone, pois não encontravam as especificações no site.

Uma das seções mais acessadas no antigo site, o conteúdo de Estatísticas também foi totalmente adaptado ao novo portal, e traz agora gráficos, tabelas e textos do setor, além de pesquisas e informações dos demais segmentos da cadeia café.

A reformulação do portal teve início em maio e foi concluído em setembro, exigindo uma força tarefa de todos os departamentos da ABIC para a revisão e atualização do conteúdo. Outra novidade incorporada é a versão em inglês, que traz as principais informações da entidade e do setor.

“Nossa proposta será manter o portal sempre atualizado, em total sintonia com a velocidade com que acontecem as transformações no mundo do café, atendendo o interesse tanto das indústrias e do mercado varejista e supermercadista, quanto dos consumidores, estudantes e pesquisadores”, diz Mônica Pinto, coordenadora de Projetos da ABIC. 

Acesse: www.abic.com.br

Aplicativo para medir a sustentabilidade no campo

Lançamento da Plataforma Global do Café, ferramenta poderá ser alimentada mesmo sem conexão com Internet



Foto: Divulgação

O café está entre as culturas agrícolas em que a sustentabilidade está mais avançada, como provam os programas nacionais da Plataforma Global do Café (GCP) em oito países produtores, com destaque para o Brasil. Com o aplicativo para monitorar as práticas do Currículo de Sustentabilidade do Café, que o Programa Brasil da GCP lançou no início de outubro, será agora possível quantificar as práticas adotadas, determinar evoluções e carências e comparar regiões. Essa nova etapa reafirma o pioneirismo do programa brasileiro e do País no tema.

O aplicativo está disponível sem custos para membros e parceiros da GCP, para uso em smartphones e tablets, no sistema Android, pela Google Play Store, com o nome “Currículo de Sustentabilidade do Café”, e poderá ser alimentado off-line. Os membros da Plataforma terão acesso aos relatórios comparativos da base de dados, regiões, etc. Já os não membros terão acesso apenas aos relatórios de sua entidade. O app também poderá ser baixado em computadores por meio dos links disponíveis no site <https://gcp.angularlabs.com.br>.

Criado coletivamente por membros e parceiros da GCP para estabelecer uma abordagem nacional, o Currículo de Sustentabilidade do Café abrange 122 práticas para orientar o produtor, sendo que as principais foram destacadas como 18 Itens Fundamentais a fim de facilitar e concentrar esforços em sua aplicação. O aplicativo permitirá avaliar as 122 práticas do Currículo, os Itens Fundamentais, bem como avaliar os 35 indicadores de sustentabilidade, definidos pelo Grupo de Trabalho Brasil da GCP. Irá gerar ainda 25 diferentes relatórios que ajudarão a orientar as instituições em suas ações e projetos de sustentabilidade.

De acordo com a proposta da GCP de medir globalmente a sustentabilidade no café, um grupo de trabalho vem discutindo a definição de indicadores para aplicação internacional, o que gerará uma inédita base de comparação do Brasil com os demais países produtores. 

CNI lança aplicativo para explicar a nova legislação trabalhista

Ferramenta apresenta as novas mudanças na lei, de forma rápida e fácil

A partir de 11 de novembro, empresas e trabalhadores brasileiros passarão a seguir novas e mais modernas leis do trabalho. As regras que entrarão em vigor prestigiam o diálogo, simplificam burocracias e disciplinam formas de trabalho típicas da era digital. E para informar o que há de novo entre os 106 artigos da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) inseridos, alterados e revogados pela Lei nº 13.467/2017, entre outras mudanças em leis esparsas, e que obrigações e direitos regerão a vida de empregadores e empregados, a Confederação Nacional da Indústria lançou o aplicativo Conexão RT.

Disponível para os sistemas iOS e Android, a ferramenta interativa permite a quem quiser conhecer a nova legislação pesquisar as novas

regras e visualizar a legislação anterior e a posterior à aprovação da Lei nº 13.467/17, comparativamente. Para cada item, são apresentadas as referências, seja na CLT, em leis esparsas ou na jurisprudência.

Ao pesquisar sobre o tema “férias”, por exemplo, o internauta conhecerá todos os dispositivos da nova legislação que alteraram esse item, como o que permitiu a divisão das férias em até três períodos, inclusive para maiores de 50 anos, possibilidade inexistente pela lei atual. Em cada tema pode-se obter um quadro comparativo entre a antiga e a nova lei. Será possível, ainda, marcar assuntos de preferência e compartilhar, enviar por e-mail e imprimir as informações que considerar mais relevantes. **JCO**



CONHEÇA O APLICATIVO
CONEXÃO RT

Safra 2017: ABIC divulga regulamento do seu 14º Concurso Nacional de Qualidade do Café

Lotes campeões serão adquiridos em leilão por torrefadoras e cafeterias e irão compor a 14ª Edição dos Melhores Cafés do Brasil que, neste ano, brindarão os consumidores com luxuosas embalagens de 250 gramas e também com cafés em cápsulas.

Apesar do longo período de seca e das altas temperaturas, grande parte dos cafeicultores conseguiu separar em suas propriedades lotes de altíssima qualidade que, neste segundo semestre, foram avaliados em todo o país nos inúmeros concursos regionais e estaduais. São os cafés premiados nestes certames que concorrerão ao 14º Concurso Nacional ABIC de Qualidade do Café – Safra 2017.

Além de campeões em seus Estados e da possibilidade de obterem o título de melhores do país, esses cafés serão disputados por torrefadoras e cafeterias de todo o país em acirrado leilão, e irão compor a 14ª Edição dos Melhores Cafés do Brasil que chegará aos consumidores em meados de abril de 2018, em luxuosos pacotes de 250 gramas e também em cápsulas, com as embalagens identificadas por selo adesivo numerado.

“Nossa proposta é exatamente esta: incentivar a melhoria contínua da qualidade, desde a lavoura até a indústria, mostrando que os melhores cafés do Brasil estão disponíveis aos consumidores brasileiros”, diz Ricardo de Sousa Silveira, presidente da Associação Brasileira da Indústria de Café – ABIC. “Já temos uma grande história vivida em todos esses anos de premiação, e isso nos dá não só um sentimento de dever cumprido, mas também de incentivo de continuarmos avante com esse nosso objetivo”.

Categorias

O regulamento do 14º Concurso Nacional ABIC de Qualidade do Café já está disponível no portal da entidade (www.abic.com.br). Ele será realizado em três categorias: Cafés arábicas preparados por via seca (café natural); Cafés arábicas preparados por via



úmida (café descascado e/ou despulpado) e Categoria Microlote, preparado em qualquer forma e desde que proveniente de propriedade com, no máximo, 15 hectares de área total, considerando todas as culturas existentes no local, condição que deverá ser atestada pelo coordenador do concurso estadual participante.

Cada Estado poderá inscrever no Concurso Nacional um lote por categoria. Só serão aceitos cafés da espécie “Coffea arábica” safra 2017 - preparados por via seca (café natural) ou por via úmida (cereja descascado ou despulpado), com tipo 2/3 para melhor de acordo com a Tabela Oficial Brasileira de Classificação, de bebida apenas mole para melhor nas peneiras 16, 17 e 18, com vazamento máximo de 2% na peneira 16. O teor de umidade deverá ser de no máximo 11%

para os cafés naturais, e para os preparados por via úmida. Cafés fora destas características serão desclassificados.

As amostras do café inscritas no Concurso Nacional deverão representar fielmente lotes de no mínimo 6 sacas e no máximo 35 sacas de 60 kg, exceto o microlote, que deverá compor um lote de 2 sacas de 60 Kg. Estes lotes deverão estar disponíveis fisicamente, separados e ensacados, em suas qualidades, à época do envio de suas inscrições pela Comissão Organizadora local à Comissão Organizadora do Concurso ABIC, até o dia 17 de novembro.

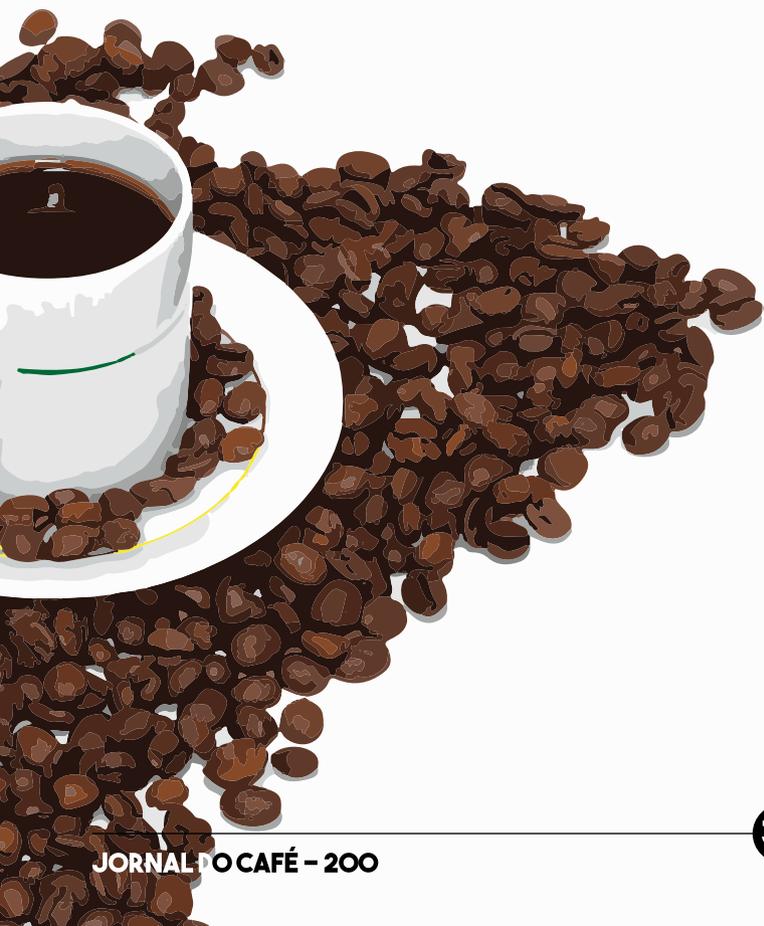
Júris Técnico e Popular

A Comissão Julgadora do Concurso Nacional - Júri Técnico – será integrada por, no mínimo, 5 especialistas em classificação de café e

análise sensorial indicados pela Comissão Coordenadora, entre os membros dos laboratórios credenciados pela ABIC para análises do PQC – Programa de Qualidade do Café. A avaliação da qualidade global do café na xícara será realizada dia 12 de dezembro no Centro de Preparação de Café do Sindicato da Indústria de Café do Estado de São Paulo, que é credenciado pela ABIC. A avaliação será feita em prova cega (sem identificação do produtor, fazenda, região ou estado). O resultado contará com peso de 70% na nota final. Os lotes serão provados e avaliados segundo a metodologia do PQC, atribuindo-se uma pontuação de 0 (zero) a 10 (dez) pontos, a cada lote inscrito e provado.

O Júri Popular, que fará a avaliação de qualidade dos cafés, será formado por 5 Grupos de Consumidores recrutados entre aqueles que se inscreverem previamente no site da ABIC, e que residam nos estados participantes de Minas Gerais, São Paulo, Espírito Santo, Paraná e Bahia. A ficha de inscrição para os consumidores participarem da avaliação sensorial dos cafés ficará disponível no site da ABIC. Poderão participar consumidores com qualquer idade. Serão convidados, para a avaliação dos cafés, no mínimo, 10 consumidores por estado participante, escolhidos pela Comissão Organizadora do Concurso.

A avaliação do Grupo de Consumidores também será em prova cega, no período de 22 a 26 de janeiro de 2018. No dia da avaliação, eles terão uma palestra sobre o Programa de Qualidade do Café - PQC e a metodologia utilizada na avaliação dos cafés e poderão receber conhecimentos e informações por meio digital, a critério da Comissão



Organizadora. O resultado dessa avaliação contará com peso de 15% na nota final. Os lotes serão provados e avaliados com base em uma referência, segundo a metodologia do PQC, atribuindo-se uma pontuação de 0 (zero) a 10 (dez) pontos, a cada lote inscrito e provado. As provas serão realizadas em local e data a serem definidos pela Comissão Coordenadora.

A propriedade produtora também será avaliada quanto à sua Sustentabilidade através de um questionário fornecido pela Comissão Organizadora ou pela apresentação do certificado de Sustentabilidade emitido por organização reconhecida nacional ou internacionalmente. O resultado dessa avaliação contará com peso de 15% na nota final. Propriedades que possuam algum tipo de certificação reconhecida de caráter socioambiental receberão nota máxima. Propriedades que não possuam certificação, caso desejarem pontuar neste requisito, deverão preencher um questionário de práticas sustentáveis, fornecido pela comissão Coordenadora, com no mínimo 80% de conformidade. O questionário deverá ser assinado pelo coordenador do Concurso Estadual, atestando a veracidade das informações. São consideradas certificações reconhecidas de caráter socioambiental as seguintes iniciativas: 4C, Certifica Minas, Café do Cerrado, Rainforest, Fair Trade, UTZ, ISO14001, entre outras. Outras iniciativas serão avaliadas pela Comissão Coordenadora, com apoio de empresa especializada.

Ao final dessas três avaliações, serão somadas todas as notas de cada café, calculada a média ponderada e atribuído a cada café a sua nota final. A divulgação das notas e colocações será no dia 30 de janeiro de 2018.

Leilão dos finalistas

Um leilão com os lotes premiados está marcado para o período de 30 de janeiro a 8 de fevereiro de 2018, indicará as empresas ganhadoras do Concurso, que serão aquelas que conseguirem oferecer os melhores lances de compra dos cafés premiados. Após abertura do leilão no site da ABIC, fica liberado o recebimento dos lances eletrônicos ou por e-mail. Para participar, a empresa interessada deve preencher um cadastro no site e a ficha de lance comprador que deverá ser enviada diretamente pelo site da ABIC ou enviada para o e-mail cristiane@abic.com.br. A planilha com os lances será atualizada seguidamente.

Os lances podem ser dirigidos para qualquer lote, em qualquer quantidade desde 1 saca até todo o lote. Os lances podem ser também para lotes distintos. Cada participante pode repetir seu lance quantas vezes desejar. É admitida a formação de consórcio de empresas para adquirir os lotes finalistas premiados, sem limitação de quantidade de empresas por consórcio, valendo este critério até mesmo para a aquisição mínima de apenas uma saca.

O lance mínimo aceito para todos os cafés finalistas será 70% acima da cotação BMF/BOVESPA do dia anterior ao leilão. Podem participar do leilão pessoas jurídicas, de qualquer atividade ou ramo de negócios, desde que regularmente inscritas e com termo de compromisso da compra e pagamento assinado e enviado à ABIC. O resultado do leilão será conhecido no dia 9 de fevereiro de 2018, em publicação da ABIC. Neste dia serão anunciados os Produtores e Empresas Campeãs do 14º Concurso Nacional ABIC de Qualidade do Café e da 14ª Edição Especial dos Melhores Cafés do Brasil. 

mercado

A novidade surgiu em meados de 2014, quando grandes redes supermercadistas, como Grupo Pão de Açúcar (GPA) e Carrefour, por exemplo, abriram suas primeiras lojas de vizinhança ou de proximidade, que são estabelecimentos com bandeiras como Minuto Pão, Minimercado Extra, Carrefour Express e Carrefour Bairro. Ocupando áreas pequenas, em média de 300 metros quadrados, elas possuem um bom sortimento para atender as necessidades do dia a dia dos consumidores que moram ou trabalham na redondeza. O sucesso pode ser conferido em números: lojas com esse novo formato passaram de 61 unidades para 614 no ano passado. E o segmento continua a se expandir, com novas redes abrindo lojas em capitais e grandes centros. É uma “tendência irrefreável do mercado”, avaliou a ABRAS – Associação Brasileira de Supermercados.

Para o prof. Eugênio Foganholo, diretor da MIXXER, consultoria especializada em varejo, esse novo formato é resultado de todo um processo de transformação vivenciado pelo mercado e pelos consumidores ao longo das últimas décadas, decorrente da estabilização da economia após grande período de inflação. Foram mudanças que alteraram hábitos de compra e consumo, e que agora abrem espaço para novos tipos de comércio, como as lojas de vizinhança, oportunidade detectada como sendo um grande negócio principalmente pelas grandes redes.

Compras de abastecimento

“Apesar de há mais de 20 anos termos conseguido domar a inflação, a memória inflacionária dos consumidores e as práticas dos empresários da cadeia alimentar não mudam da noite para o dia”, define Foganholo.

Na época que o país convivia com altas taxas de inflação, na década de 1980, sobretudo, se



LOJAS DE VIZINHANÇA

privilegiava as grandes áreas, principalmente os hipermercados, quando os consumidores, para poder manter sua relação de troca, faziam grandes compras, as chamadas compras de abastecimento. “Às vésperas de receber seus salários, as pessoas corriam aos hipermercados, engatavam dois carrinhos de supermercado, e “torravam” o salário, pois sabiam que, se deixassem para adquirir os mesmos produtos 30 dias depois, mal conseguiriam comprar 75% do que estavam comprando naquele momento”.



Novo formato varejista cresce e é considerado como uma “tendência irrefreável de mercado” pela ABRAS – Associação Brasileira de Supermercados

Assim, por absoluta necessidade de se fazer valer o dinheiro, vigorava fortemente na época a compra de abastecimento. “Como consequência, reduziu-se o espaço da compra de reposição e das compras de consumo imediato e até de emergência”, diz o consultor, lembrando que nesse período as pessoas de melhor renda tinham que ter em casa freezer – e atualmente a penetração de freezer nas residências caiu dramaticamente.

Supermercados e atacarejos

O processo de estabilização da economia viria a alterar os formatos do varejo, apesar de a mudança de hábito dos consumidores ser mais lenta. “Com o tempo, os hipermercados que reinaram um dia, passaram a ser fortemente desafiados, como até hoje acontece, ficando no meio de um “sanduíche” de dois outros formatos que entregam mais aos consumidores: os supermercados de vizinhança, onde as pessoas fazem suas compras de reposição e até de abastecimento, e os cash & carry, também chamados atacarejos, para compras de abastecimento de algumas categoriais específicas como produtos de limpeza doméstica e bebidas, entre outros itens”.

Nesse processo, observa Foganholo, os preços que foram menores nos hipermercados praticamente se equipararam com os dos supermercados de vizinhança. Porém, os atacarejos, por terem significativa despesa de operação menor que outros formatos, praticam preços inferiores aos de qualquer outro formato.

Lojas de vizinhança

A estabilização da moeda viria a alterar mais uma vez o comportamento do mercado. Apesar de as compras de abastecimento e reposição estarem até então resolvidas, faltava um comércio para as compras de consumo imediato ou de urgência, que eram atendidas pelos supermercados de vizinhança e outros formatos varejistas, como padarias, bares e lojas de conveniência.

“Mas nenhum deles conseguia atender plenamente o consumidor, pois o supermercado talvez não estivesse próximo o suficiente, enquanto a padaria e a loja de conveniência possuíam portfólio de produtos

bastante limitados em termos de categorias e sortimento”, explica Foganholo. O que o consumidor demandava era um formato que fosse ainda mais próximo de sua residência ou trabalho e contemplasse uma oferta de produtos mais ampla, ainda que não tão completa quanto à do supermercado. “Ele queria atender missões de compra muito bem definidas e delimitadas: o café da manhã, o almoço, o jantar, o lanche da tarde, a bebida para refrescá-lo do calor, a sobremesa do almoço”, exemplifica o consultor, lembrando que frequência elevada e tíquete médio baixo caracterizam essa demanda.

Esse espaço no mercado foi detectado pelas redes, em geral as grandes, que conseguem capturar provavelmente melhor que outras empresas varejistas da cadeia alimentar. “Elas perceberam que havia um vazio representado por uma oportunidade gigantesca”, diz Foganholo. “Não por acaso, em geral, este novo formato varejista encontra-se em locais de grande fluxo de pedestres, pois quem compra não vai de carro, mas está de passagem .

Por essas características também são chamadas de lojas de passagem”.

Para o consultor, a loja de vizinhança não substitui outros formatos alimentares, mas complementa-os. “Estamos indo cada vez mais para um futuro que exige múltiplos formatos, para atender o mesmo consumidor em suas diferentes missões de compra”.

Essa percepção de como funciona a demanda e o perfil do consumidor de cada formato de varejo é de suma importância para que as empresas fornecedoras saibam posicionar o seu produto. No caso das indústrias de café, segundo Foganholo, a maior oportunidade nas lojas de vizinhança é desenvolver uma solução para consumo no ponto de venda, que exige estar em espaço pequeno, próximo da entrada da loja. “Exalar o aroma do café pode ser um ótimo convite para o passante parar e consumir o seu café. Comprar para levar para casa café torrado e moído, por exemplo, não parece ser uma demanda característica do consumidor neste formato varejista”. 

mercado
Por: Vilma Pavani

CHINA EM FOCO

Industriais brasileiros participam de reunião com delegação de empresários chineses. Na pauta, contatos para bons negócios em um futuro próximo



Atingir o mercado chinês é o sonho de qualquer segmento da indústria de café do Brasil. Mas um distrito em Pequim já bastou para interessar boa parcela de empresários do setor que, no dia 14 de setembro, participou de uma reunião no Sindicafé – São Paulo, organizada em conjunto com a ABIC. O encontro foi com uma delegação governamental chinesa e teve como objetivo estabelecer as primeiras bases do que poderá significar bons negócios em um futuro próximo.

O grupo chinês veio representado por cinco autoridades do Distrito de Xiancheng, capitaneados pelo vice-governador Li Yi e seu principal assistente, Zhang Dong, vice-diretor geral do escritório da sede da construção de Maliandao, um projeto ambicioso que pretende transformar o local em uma plataforma de cultura e negócios, que inclui a criação de uma rua inteiramente dedicada ao consumo de chá e café. Vem daí o interesse da delegação em contatar os empresários brasileiros, em especial os que trabalham com o café já beneficiado e de alta qualidade. Como disse o vice-governador Li Yi, café e chá são as bebidas mais consumidas no mundo no dia a dia, e poderiam ser duas culturas perfeitamente combinadas por meio de cafeterias ou outros tipos de parceria.

O Distrito de Xiancheng, próximo do centro de Pequim, engloba uma área de 57,7 quilômetros quadrados e tem 1,29 milhão de habitantes. Ali convergem os centros administrativo e financeiro do país, com grande concentração de serviços públicos. Por isso, o projeto tem o firme propósito de combinar tradição e modernidade. Nas ruas da região já coexistem as marcas mais famosas de chá, abrangendo cerca de 4 mil produtores. “Gostaríamos de compartilhar experiências com o maior exportador do mundo de café e encontrar maneiras de introduzir a cultura do café na China para além do grão cru”.

Nathan Herszkowicz, diretor da ABIC e presidente executivo do Sindicafé - São Paulo, durante a apresentação da comitiva chinesa e dos empresários brasileiros presentes, lembrou que o forte das vendas para a China ainda são os cafés verdes, in natura, e o solúvel, mas que um novo espaço se apresenta com a construção de uma rua especializada para colocar os produtos acabados. Como destacou Michele Poli Silva, vice-presidente da ABIC e diretora comercial do Café Jurerê, de Santa Catarina, ficou bem claro

no encontro o interesse dos chineses pelos cafés especiais, de altíssima qualidade, uma percepção que ela já vinha tendo de negócios anteriores feitos com representantes em Xangai, além do uso de tecnologia chinesa em equipamentos e embalagens. Além de já exibir certificados orgânicos para seus produtos (cafés torrados e moídos), Michele ressaltou que a Jurerê também vai operar com chás especiais vindos da China.

Na reunião as empresas brasileiras se apresentaram rapidamente falando de suas especialidades. Estavam ali representantes de grandes empresas, como a 3 Corações, até pequenas como Villa Café, que já está em Xangai desde 2014 com quatro tipos de café moído e em grão. Muitas das perguntas dos chineses diziam respeito aos certificados de qualidade dos produtos e à questão orgânica, mas mostraram interesse também nos empresários que trabalhavam com cafeterias, caso da Octávio Café, por exemplo, e que só trabalha com linhas gourmet, desde a produção até os cafés torrados e moídos, bem como cápsulas.

O encontro, de acordo com os presentes – foram 27 participantes nacionais, de cerca de 10 empresas – foi bem mais produtivo do que se esperava para um contato institucional. E como os próprios chineses fizeram questão de lembrar, a intenção de ampliar a cultura do café na China não se limita à rua especializada ou ao Distrito de Xiancheng, e muitas oportunidades de negócios podem surgir a partir dessa primeira exploração. “Afim, somos 1,4 bilhão de habitantes”, lembrou um membro da delegação. Ao que Herszkowicz acrescentou, com bom humor, um antigo sonho do setor: “Nossa grande expectativa é os chineses passarem a tomar duas xícaras de café por dia”. 

Café importado: preço médio foi **77 vezes superior** ao do exportado

País importou 3,4 mil sacas com preço médio de US\$ 13.265 e exportou 17 milhões de sacas com preço médio de US\$ 172,1 nos oito primeiros meses de 2017

As exportações dos Cafés do Brasil nos primeiros oito meses de 2017 totalizaram 17,06 milhões de sacas de 60 kg, com preço médio de US\$ 172,1 por saca, que geraram US\$ 2,94 bilhões de receita cambial. Nesse mesmo período, o país importou o equivalente a 3.400 sacas de 60 kg, com preço médio de US\$ 13.265, que totalizaram US\$ 45,1 milhões de dispêndio. Essa diferença expressiva do preço médio do café exportado, que majoritariamente é vendido como café cru (verde), em relação ao importado, é atribuída ao elevado valor agregado do produto adquirido do exterior na forma de cafés torrados, essências e concentrados à base de café e café solúvel, entre outros.

Assim, esses diferenciais dos quantitativos e dos preços dos cafés crus em relação aos de alto valor agregado, demonstram que o preço médio do café importado foi 77 vezes superior ao preço médio do café exportado, embora o volume dos importados tenha correspondido a apenas 0,02% da quantidade exportada. E, mais que isso, o dispêndio dos importados correspondeu a 1,5% da receita cambial obtida. Dessa forma, tais números sinalizam que os Cafés do Brasil têm potencial para conquistar e consolidar mercados internos e externos com a venda de cafés e também produtos à base de café com agregação de valor.

Com base nesses dados do Sumário Executivo do Café - Setembro 2017, da Secretaria de

Política Agrícola – SPA, do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento – MAPA é possível verificar que os preços médios dos cafés exportados pelo Brasil nos anos de 2015 e 2016 foram US\$ 166,1 e US\$ 159,1 por saca, respectivamente. E que as importações brasileiras de café nesses anos tiveram preço médio de US\$ 9.655 por saca em 2015, e de US\$ 10.701 em 2016, sendo 58 e 67 vezes superiores aos preços médios das exportações nesses respectivos anos.

Nesse contexto, verifica-se no Sumário que, de janeiro a agosto de 2017, das 17,06 milhões de sacas de café exportadas 14,99 milhões de sacas (87,8%) foram de café verde, 1,8 milhão de sacas de café solúvel (10,7%), 218 mil sacas de extratos, essências e concentrados de café (1,3%) e 22,1 mil sacas de café torrado, ou seja, apenas aproximadamente 0,2%. E que as importações de café com alto valor agregado foram de 2,5 mil sacas de café torrado, que representaram aproximadamente 73% do total importado (3,4 mil sacas); a importação de extratos, essências e concentrados de café correspondeu a 700 sacas, ou seja, por volta de 20%; e de café solúvel foram importadas 300 sacas, 9%, segundo os dados do Sumário Executivo da SPA/MAPA.

O Sumário Executivo do Café – Setembro 2017 está disponível no Observatório do Café, do Consórcio Pesquisa Café coordenado pela Embrapa Café (<http://www.consorcioquesquisacafe.com.br>). 

700 certificações!

Em 2017, a ABIC chegou ao incrível número de **700 marcas certificadas no Programa de Qualidade do Café.**

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

COMPROMISSO ABIC COM A QUALIDADE DO CAFÉ!



ABIC





Mudanças na composição societária da Mocoffee

Ricardo Flores, atual CEO da empresa, assumirá as cotas da Wine.com.br, que sai do bloco de acionistas da Mocoffee. A Tristão Cia. de Comércio Exterior permanece como sócia com o objetivo de promover o café premium brasileiro para todo o mundo

A Mocoffee, empresa multinacional brasileira e portuguesa de produção de cápsulas de café, anunciou no final de setembro mudanças em seu controle societário com a ampliação da participação acionária do atual CEO da companhia, Ricardo Flores, que adquiriu as ações da Wine.com.br. Com este movimento, Ricardo Flores passou a deter 50% da companhia ao lado da Tristão Cia. de Comércio Exterior.

De acordo com nota divulgada pela empresa, a Wine.com.br decidiu sair totalmente do bloco de acionistas para se dedicar integralmente ao seu negócio de e-commerce de vinhos e cervejas, na qual tem uma ampla liderança no Brasil e é uma das maiores do mundo neste segmento.

Ricardo Flores, 33 anos, é formado em Administração e Marketing pelo Instituto Português de Administração e Marketing, de Lisboa, sua cidade natal. Foi gerente de

Marketing entre 2011 e 2013 e diretor de marketing da Wine.com.br entre 2014 e 2015; em janeiro do ano seguinte saiu da operação para assumir como CEO e acionista minoritário a Mocoffee.

Atualmente a Mocoffee opera no mercado de produção de máquinas e comercialização de café em cápsulas em 20 países e é uma das líderes de mercado na Suíça e Austrália. Recentemente expandiu sua operação para a Malásia, Singapura e Áustria.

A Mocoffee foi fundada em 1991 pelo suíço Eric Favre, inventor do sistema de café em cápsula doméstico. Em março de 2015, a companhia foi adquirida pela Wine.com.br e ganhou, logo em seguida, em abril do mesmo ano, a entrada da Tristão em seu corpo de acionistas.

A Tristão é uma das mais tradicionais corporações do segmento do café do Brasil, tendo mais de 82 anos de existência. Ocupa há 55 anos uma posição de destaque na padronização, comercialização e exportação de cafés brasileiros para mais de 40 países dos cinco continentes (80% de suas vendas têm como destino o mercado internacional). Com sede em Vitória (ES), é controladora da Realcafé Solúvel do Brasil, com fábricas em Viana, também no estado de Espírito Santo. Estas empresas fazem parte do Grupo Tristão, que tem diversas empresas no Brasil e exterior na área de café.

A Realcafé é uma das maiores empresas processadoras de café do Brasil, sendo responsável pelo processamento de aproximadamente 400 mil sacas/ano de café tipo conilon, industrializando café tipo solúvel e torrado e moído. O Espírito Santo é o maior estado produtor de café conilon do Brasil e o segundo do mundo (perde apenas para um país, o Vietnã). A Tristão já exportou mais de 40 milhões de sacas de café, gerando receita cambial superior a quatro bilhões de dólares para o Brasil.

Rogério Salume, fundador e CEO da Wine, disse que se orgulha muito da iniciativa de ter trazido a Mocoffee ao Brasil e de ter compartilhado esta operação com a Tristão. “Agora é chegada a hora de a empresa trilhar seu próprio caminho enquanto que a Wine.com.br seguirá firme com foco na liderança do e-commerce de vinhos no Brasil e em outros mercados, tentando sempre surpreender e acompanhar os movimentos de seus consumidores”.

Sérgio Tristão, presidente da Tristão, por sua vez, disse acreditar que com a liderança de Ricardo Flores e com todo o time da Mocoffee “o café brasileiro de marca poderá finalmente alçar novos patamares e colocar a bandeira do Brasil em vários cantos do planeta, mostrando qualidade e excelência na prestação de serviço”.

Já Ricardo Flores disse que pretende “contribuir com a popularização do consumo do café em cápsula e colocar toda a minha experiência no crescimento e implementação da Mocoffee não só no mercado mundial como também no Brasil, com a ajuda e parceria da Tristão, cujos acionistas e pessoal conhecem como ninguém este mercado”.

A Mocoffee é uma empresa de café premium de produção de café em cápsula e de máquinas tipo espresso. A tecnologia suíça foi desenvolvida para oferecer soluções inteligentes e práticas de café e outras bebidas de qualidade para consumidores domésticos e mercado B2B. Com sedes em Lisboa, Portugal e Vitória (ES), Brasil, a Mocoffee tem uma ampla rede de fornecedores e clientes em todo o mundo. Entre seus clientes encontram-se grupos como Oswald Nahrungsmittel GmbH (Unilever), Cafés Richard (Paris) e Vittoria Coffee (Austrália). 



Grupo Melitta quer fortalecer presença no mercado mineiro

Empresa anunciou a construção de nova fábrica, dentro da sua estratégia que visa expandir a presença das marcas do Grupo na região

O grupo alemão Melitta anunciou no início de outubro que construirá uma fábrica em Varginha, no sul do estado de Minas Gerais. A quarta unidade fabril no país tem como principal objetivo crescer e fortalecer ainda mais a participação das marcas do grupo no mercado mineiro, mantendo a estratégia da empresa de expandir cada vez mais a sua presença nos lares brasileiros.

A estimativa é que a nova fábrica entre em operação no segundo semestre de 2018, com foco na produção das marcas de café torrado e moído. “A nova estrutura faz parte do plano de crescimento da companhia, que visa conquistar cada vez mais consumidores no Brasil, oferecendo cafés, filtros e acessórios para o preparo de café com qualidade”, disse Marcelo Del Nero Barbieri, presidente da Melitta para a América do Sul.

O aporte da multinacional alemã no mercado mineiro foi iniciado em abril deste ano, com a aquisição da marca Café Barão. “Foi o primeiro passo para fortalecer as nossas marcas e acelerar o nosso crescimento em Minas Gerais e no Brasil. Identificamos um forte potencial de crescimento para a marca Melitta, para toda a nossa linha de produtos e especificamente para a marca mineira Barão”, reforça Barbieri.



Foto: Divulgação

“Queremos conquistar cada vez mais consumidores no Brasil, oferecendo cafés, filtros e acessórios para o preparo de café com qualidade”, disse Marcelo Del Nero Barbieri, presidente da Melitta para a América do Sul.

A nova fábrica de Varginha atenderá à demanda dos consumidores mineiros e também de outras regiões do Brasil. A nova unidade contará com investimento inicial acima de R\$ 8 milhões, estará instalada em um terreno de 26 mil metros quadrados e terá 3.800 m² de área construída. Ela foi dimensionada para atender ao crescimento do mercado e das marcas do Grupo Melitta. “Nossa expectativa é gerar faturamento próximo a 200 milhões de reais nos próximos 4 anos a partir da unidade de Varginha”, finaliza o executivo.

A Melitta tem em seu portfólio café Melitta, filtros, acessórios e as marcas café Bom Jesus e Barão. Multinacional alemã e presente em 60 países, a Melitta foi fundada em 1908, em Dresden, por Melitta Bentz, criadora do primeiro filtro de papel para coar café. A Melitta do Brasil representa o segundo maior faturamento do grupo em todo o mundo, atrás somente da matriz na Alemanha. 

Café com
qualidade é
café certificado!

ABIC

Natural e saudável, o café é uma das paixões dos brasileiros, que estão mais exigentes quanto ao sabor e aroma da bebida e reconhecem que café não é tudo igual. Por isso, a ABIC sempre manteve um compromisso com qualidade do café, promovendo o consumo da bebida no País através dos seus inovadores e pioneiros programas de certificação.

Conheça:

1989

SELO DE PUREZA

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



2007

CAFÉS SUSTENTÁVEIS DO BRASIL

Programa que certifica cafés com melhor qualidade e sustentabilidade da fazenda à xícara



2004

PROGRAMA DE QUALIDADE DO CAFÉ

Único programa no mundo que certifica a qualidade do produto final e diferencia os produtos nas categorias Tradicional, Superior e Gourmet.



CAFÉ NA MERENDA, SAÚDE NA ESCOLA

Promove o hábito saudável do consumo de café com leite pelos jovens em idade escolar, visando a melhoria da atividade intelectual, a concentração e consequentemente o aprendizado escolar.



2005

NÍVEL MÍNIMO DE QUALIDADE

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



CÍRCULO DO CAFÉ DE QUALIDADE

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



2016

CERTIFICAÇÃO DE CÁPSULAS



Certificação inovadora que oferece avaliação global do café em cápsulas, analisando os principais atributos de qualidade da bebida e sua intensidade.

SELO UNIFICADO DE PUREZA E QUALIDADE



Os programas de
Qualidade e Certificação da ABIC
valorizam o produto e auxiliam na escolha pelo
consumidor!

COMPROMISSO COM A QUALIDADE DO CAFÉ

www.abic.com.br | abic@abic.com.br | (21) 2206-6161



tudodecafe



tudodecafe



abic_cafe

O passo a passo de um departamento de compliance

Quem acompanha o noticiário político e corporativo brasileiro nos últimos três anos, mesmo que por alto, certamente já se fez essa pergunta: “Não será hora de ter uma área dedicada ao compliance na empresa?” Para especialistas como Renato Almeida dos Santos, sócio da S2 Consultoria, especializada em prevenir e tratar atos de fraude nas organizações, a resposta seria: “Já até passou da hora”. “A perda média ocasionada por fraudes internas no mundo é de 5% da receita bruta anual de uma organização”, explica. “Só o impacto financeiro direto justifica o desenvolvimento de um programa de integridade. Isso fora o impacto de imagem quando uma empresa se envolve em escândalos de corrupção”.

PhD em Fraude e Assédio, Renato Santos é advogado, com MBA em Gestão de Pessoas, Mestre e Doutor em Administração pela PUC-SP. É coordenador do MBA em Gestão de Riscos e Compliance da Trevisan Escola de Negócio, colunista da Endeavor e da B3. É ainda autor do livro “Compliance Mitigando Fraudes

Corporativas”, premiado pela CGU e Instituto Ethos.

Contando com essa larga experiência, e para ajudar as empresas a darem os primeiros passos na área, Renato Santos reuniu as principais sugestões em uma espécie de pequeno guia sobre como começar. Confira a seguir o passo a passo para criar seu próprio departamento de compliance:

O que é e o que faz

A área de compliance é responsável pela elaboração e divulgação de políticas como o código de ética e conduta, reforçando a cultura ética na organização. Também é essa equipe que deve gerenciar as ocorrências de fraude ou assédio, por exemplo, desde a captação de denúncias até o tratamento do caso, apurando os fatos e aplicando as punições devidas.

Junto ou separado

Empresas de pequeno e médio porte geralmente não têm recursos disponíveis para constituir uma área só de compliance, mas é necessário que desenvolvam um programa efetivo. Outros

departamentos podem absorver estas atividades. É um erro pensar que a área jurídica da empresa é sempre a mais apropriada para essa atuação. Elaborar políticas é apenas uma das funções do compliance. Pensando em desenvolver uma cultura de compliance, o departamento de Recursos Humanos pode ser o mais indicado.

Tamanho

Uma área de compliance deve ter ao menos um profissional responsável pela implementação das atividades, ainda que não seja exclusivamente dedicado a isso. O importante é que haja alguém focado no tema dentro da empresa. É recomendável que uma equipe de compliance seja multidisciplinar, com gente do Direito para desenvolver políticas, do RH para reforçar a cultura ética, do Marketing para comunicar as políticas aos funcionários, além de profissionais que saibam trabalhar com mapeamento de riscos. Mas, acima de tudo, é preciso garantir a independência da área para que o programa de compliance ou de integridade seja efetivo – e não apenas



Foto: Divulgação

Pequeno guia para as empresas criarem esta importante área

mais um procedimento burocrático.

Fazendo funcionar

Para colocar um programa de compliance para funcionar, uma empresa precisa ter:

- Apoio e comprometimento da alta direção
- Autonomia, independência, imparcialidade, recursos materiais, humanos e financeiros destinados à área responsável
- Dedicção ao desenvolvimento e atualização frequente de ferramentas como código de ética ou de conduta, políticas e procedimentos de prevenção de irregularidades, mecanismos de detecção de problemas como canais de denúncia, medidas disciplinares para casos de violação e medidas de remediação
- Divulgação ampla do programa, com plano de comunicação e treinamento com estratégias específicas

para os diversos públicos da empresa

- Estratégias de monitoramento contínuo, de modo que as deficiências encontradas em qualquer área possam realimentar o programa de compliance

O dia a dia

Os profissionais de compliance se responsabilizam pela manutenção da cultura de integridade na empresa, com análise e mitigação de riscos da área. Também cabe a eles a atualização das políticas e normas, a realização de treinamentos sobre temas de compliance, a gestão das denúncias de problemas com a sua apuração e ações corretivas.

Contratando gente íntegra

Antes mesmo do ingresso dos novos colaboradores, é possível aplicar testes de integridade com o objetivo de compreender o potencial de resiliência que o candidato possui ao se deparar com dilemas éticos no cotidiano profissional. Para quem já trabalha na empresa, cabe

realizar treinamentos interativos e lúdicos para gerar curiosidade, reflexão e integração do colaborador às políticas de compliance.

Punição

Medidas disciplinares em casos como fraudes e assédios podem e devem ser aplicadas para minimizar a percepção de impunidade. Quando os colaboradores não veem decisões efetivas contra ações antiéticas, o programa de compliance cai em descrédito. Da mesma forma, a punição deve ser proporcional ao erro, ou o programa pode gerar uma percepção de injustiça. Entre as medidas possíveis estão advertência verbal ou por escrito, suspensão, demissão por justa causa e até processos judiciais.

Custo x Benefício

A perda média ocasionada por fraudes internas no mundo é de 5% da receita bruta anual de uma organização. Só o impacto financeiro direto justifica o desenvolvimento de um programa de compliance. Isso fora o impacto de imagem quando uma empresa se envolve em escândalos de corrupção. 

CASCAS DE CAFÉ

Um resíduo industrial como fonte de cafeína

O Brasil é o maior produtor e exportador mundial de café, o que acarreta em uma enorme produção de resíduos, constituído principalmente por cascas. O principal método de beneficiamento do café no Brasil é realizado por via seca. Neste processo de retirada das cascas e pergaminho, a quantidade de resíduo gerada constitui aproximadamente 50% da produção de café, isto é, a quantidade de café beneficiado é similar à quantidade de resíduos gerados por meio de seu beneficiamento.

Com base nos dados da Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB), considerando-se que na safra de 2015 foram beneficiadas 43,24 milhões de sacas de café, é possível estimar que, somente neste ano, foram geradas aproximadamente 2,58 milhões de toneladas de cascas de café. Essas cascas contêm algumas substâncias consideradas como fatores antinutricionais quando empregada na alimentação de ruminantes. A cafeína, uma destas substâncias, pode ser tóxica para os animais quando as cascas de café são utilizadas como alimento. Além disso, por se tratar de um resíduo gerado em elevada quantidade, as cascas ao serem dispostas inadequadamente, podem afetar o meio ambiente por elevar a quantidade de matéria orgânica e gerar consequentemente a poluição de solos e águas.

Tendo em vista que os resíduos vegetais, de uma forma geral, podem conter substâncias de alto valor agregado, que podem ser convertidos em produtos comerciais, os pesquisadores envolvidos neste trabalho decidiram avaliar os diferentes compostos presentes nas cascas de café objetivando viabilizar sua utilização, pois se trata de um resíduo agroindustrial abundante no Brasil, gerado todos os anos e que é descartado ou subutilizado.

A cafeína (1,3,7-trimetilxantina) é um alcaloide do grupo das xantinas que apresenta atividades biológicas importantes, tais como atividade antioxidante e antimicrobiana, apresentando ainda propriedades farmacêuticas que a tornaram a substância psicoativa mais consumida em todo o mundo.

Para a obtenção da cafeína a partir de produtos naturais, ela é extraída com solventes imiscíveis em água, ou seja, substâncias que não se misturam com a água e que geralmente podem ser prejudiciais à saúde humana e ao meio ambiente, por apresentarem toxicidade acumulativa. Neste método de extração tomando como exemplo o café torrado e moído, que possui cafeína em sua composição, o material vegetal entra em contato com a água e a cafeína por ser solúvel em água é extraída. Posteriormente, esse extrato obtido é misturado com um solvente orgânico



O pesquisador Michel Rocha Baqueta

Foto: Divulgação

normalmente diclorometano, imiscível em água. Este solvente irá extrair apenas a cafeína do extrato e posteriormente será eliminado por um sistema de destilação para obtenção da cafeína pura. Dessa forma, além de se obter a cafeína isolada, se obtêm o café descafeinado, porém o problema da utilização deste tipo de solvente é sua toxicidade. Outro método utilizado na remoção da cafeína é o por fluido supercrítico, utilizando gás carbônico (CO₂), este é um método de extração verde que não gera resíduos nos grãos de café após a extração, porém que necessita de equipamento específico e de alto custo para ser realizado.

Buscando-se realizar uma investigação dos compostos presentes nas cascas de café, o presente estudo verificou que utilizando um método alternativo de extração, pode-se obter um extrato onde a cafeína é o composto majoritário, podendo ser obtida a partir de solventes menos tóxicos, oferecendo uma alternativa para a purificação da cafeína e contribuindo para a descafeinação das cascas de café para um possível reaproveitamento.

METODOLOGIA E RESULTADOS

Utilizando amostras de cascas de café, fornecidas por uma indústria beneficiadora de café do estado do Paraná, o estudo teve como objetivo determinar a quantidade de cafeína nas cascas de café utilizando solventes de baixa toxicidade, ou seja, menos prejudiciais à saúde humana e ao meio ambiente, e comparar a quantidade de cafeína presente nos extratos de cascas e grãos de café torrados, comercializados pela mesma empresa que forneceu as amostras de cascas de café.

Essa comparação foi realizada a fim de verificar se a quantidade de cafeína extraída das cascas seria semelhante à quantidade de cafeína extraída dos grãos de café. Utilizando um método de extração verde, a cafeína das cascas de café foi extraída com diferentes proporções entre etanol e água, à temperatura ambiente e a 40 °C. Os extratos obtidos foram analisados por Cromatografia Líquida de Alta Eficiência com detecção de arranjo de diodo (CLAE-DAD), uma técnica analítica para identificação e quantificação de compostos químicos. Pelos resultados obtidos, mesmo que em diferentes concentrações de etanol e água, os extratos não apresentaram diferenças na composição química, no entanto, apresentam diferenças na quantidade de cafeína extraída. A cafeína foi o composto majoritário dos extratos, sendo que o extrato obtido à temperatura ambiente com etanol a 40% (v/v) em água apresentou o maior rendimento para a cafeína. Este extrato apresentou uma concentração referente a 2,36 µg (microgramas) por miligrama de casca de café.

Amostras de grãos de café torrado comercial foram analisadas nas mesmas condições e a quantidade de cafeína extraída foi seis vezes maior do que nas cascas de café, indicando que as cascas de café, que hoje são subutilizadas ou apenas descartadas podem ser uma fonte interessante de cafeína. O estudo indicou que as cascas de café possuem uma quantidade considerável de cafeína e que esta matriz pode ser utilizada como fonte deste composto. A cafeína é muito utilizada, principalmente nas indústrias farmacêutica e alimentícia e as cascas de café podem vir a se tornar uma fonte para a extração e comercialização desta substância, uma vez que a técnica de extração empregada neste estudo é simples, de baixo custo e utiliza solventes de baixa toxicidade. Além disto, após a remoção da cafeína as cascas ainda poderão ser utilizadas na alimentação de animais sem que sejam tóxicas para os mesmos. Os autores agora trabalham para determinar se as cascas, após a remoção da cafeína pelo método proposto, podem ser consideradas descafeinadas, pois para isso, 97% da cafeína presente no material devem ser removidas durante a extração. Portanto o foco do trabalho neste momento é determinar quanto de cafeína ainda resta nas cascas após a extração com etanol 40%.

Além disto, cabe ressaltar que a toxicidade para os animais após a retirada da cafeína ainda deve ser testada, pois a cafeína pode não ser a única substância que apresenta toxicidade. Alguns pesquisadores indicam que os

taninos e polifenóis podem ser outros agentes de toxicidade presentes nas cascas de café, embora os maiores efeitos sejam atribuídos a presença da cafeína especificamente.

Sobre os autores:

A pesquisa foi realizada por Michel Rocha Baqueta durante o seu Trabalho de Conclusão de Curso - Monografia intitulada: Extração e caracterização de compostos do resíduo de casca de café.

O trabalho está disponível para acesso em:

http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/6001/1/CM_COA_LM_2016_2_04.pdf.

O artigo elaborado foi aceito pela Brazilian Journal of Food Research e será publicado em breve. Atualmente, Michel Baqueta é mestrando em Tecnologia de Alimentos pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), Programa de Pós-Graduação em Tecnologia de Alimentos.

Aline Coqueiro, colaboradora desta pesquisa, é doutora e realiza pós-doutorado na UTFPR. Fernanda Vitória Leimann e Bogdan Demczuk Junior são professores doutores na UTFPR e foram orientadores de Michel Baqueta durante o TCC. Todos fazem parte do Departamento Acadêmico de Alimentos – DALIM – da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, Campus Campo Mourão. 

Chef promove café

“Café Brasileiro, sabor de boas festas” é o tema da campanha de final de ano desta marca

que é uma das mais tradicionais do Brasil, com 43 anos de história, produzida pela Mitsui Alimentos. A ação promocional tem como embaixador oficial o vencedor do reality show de culinária em 2016, Leonardo Young. A campanha está sendo veiculada neste último trimestre do ano, com forte promoção em PDV e redes sociais, visando reforçar o posicionamento de Café Brasileiro no segmento, aliando tradição e modernidade. Em 2017, a marca também lançou novas embalagens para as linhas Tradicional e Extraforte, com identidade visual e layout mais moderno e sofisticado.



Foto: Divulgação



Fotos: Divulgação

Novos filtros

As marcas de cafés Pilão, Caboclo e Damasco, pertencentes a JDE Brasil, possuem agora filtros de papel para o preparo de café coado. Produzidos com papel 100% filtrante, de fibra celulose, os produtos podem ser encontrados em dois tamanhos, 102 (menor) e 103 (maior), atendendo as diferentes preferências e necessidades de preparo e quantidades da bebida.

Os filtros de papel serão distribuídos em regiões de maior importância para cada marca. Pilão estará disponível em SP, RJ, MG e Sul. Damasco, marca preferida dos curitibanos, será distribuído em toda região Sul. Já Caboclo estará presente em SP, MG e na região Sul.

Boutique Nespresso

A Nespresso, com 10 anos de operação no Brasil, anunciou em outubro a expansão dos negócios da marca no país com uma nova Boutique permanente no Shopping Eldorado, em São Paulo.

O novo espaço localizado no piso térreo - Átrio Pinheiros, oferece uma experiência 360° para os clientes e amantes do café da região. São aproximadamente 154 m² que abrigarão o espaço que incluirá um Carpe Diem para degustação dos 24 cafés permanentes da marca e vitrines com exposição dos icônicos acessórios e máquinas Nespresso. O layout, com cores vivas e ambientação moderna, é assinado pelo renomado designer italiano Aldo Parisotto. Com a instalação do novo espaço, os Membros do Nespresso Club também contarão com um ponto coleta das cápsulas usadas, expandindo assim um dos pilares do The Positive Cup, programa de sustentabilidade lançado em 2014.

Foto: Divulgação





Cafés do Mundo

O Grupo UTAM está lançando a linha Cafés do Mundo, em cápsulas, que oferece blends de quatro países: Brasil (café de torração média, que resulta um espresso com aroma persistente e sabor que lembra amêndoas ao caramelo com um leve toque de chocolate), Colômbia (café de torração média, se caracteriza por uma suave acidez e aroma intenso, com notas de chocolate e floral), Guatemala (café de torração média, com aroma tênue, herbáceo e floral, ideal aos paladares mais suaves) e Timor (com notas florais do café arábica produzido na região proporcionam uma bebida caracterizada por nuances delicadas, suaves e com leve acidez. Possui torração média e aroma rico).

O Grupo UTAM também está investindo R\$ 2 milhões em estrutura e tecnologia na planta de Piumhi (MG), e já possui nove produtos no mercado, além da nova linha de Cafés do Mundo, que é importada. Desde que entrou neste segmento, com o lançamento das cápsulas UTAM Uno, em março de 2013, a representação deste nicho no faturamento total da empresa quintuplicou.

Café da Seleção

O Café 3 Corações é o café oficial da Seleção Brasileira de Futebol.

O objetivo da parceria é reforçar os laços com os consumidores que são apaixonados pela energia da Seleção e do Café.



“Nossa marca carrega a paixão e a brasilidade no DNA. Assim como a Seleção, colocamos alma em tudo que fazemos e valorizamos a nossa origem. Do cafezal até a xícara, jogamos com o coração. Além disso, o café também é um energético natural e incentivar a prática de esportes é um pilar importante para nós”, explica Roberta Prado, head de Marketing do Grupo 3 Corações.

Para promover esta parceria, a marca contará com uma plataforma de comunicação completa, e vai ativar a campanha #JogueComCoração, que estará presente em diversos pontos de contato, desde as redes sociais até os pontos de venda e mídias diversas. O anúncio da parceria aconteceu dia 5 de outubro, durante o jogo Brasil X Bolívia, quando o painel de LED trouxe as frases “Café 3 Corações”, “Café da Seleção” e a hashtag #JogueComCoração.

Campeã das Campeãs

Na noite de 17 de outubro foram divulgadas as 20 empresas vencedoras do ‘Prêmio Melhores do Agronegócio’, realizado pela Revista Globo Rural em parceria com a Serasa Experian. A premiação, realizada em São Paulo (SP), chegou neste ano a sua 14ª edição.

Os vencedores são escolhidos com base nos resultados financeiros e em iniciativas de sustentabilidade das empresas. Além das melhores em vinte segmentos do agronegócio, três empresas levaram o prêmio nas categorias especiais. O grupo 3 Corações, além de vencer na categoria Indústria de Café, foi a Campeã das Campeãs entre as Melhores do Agronegócio em 2017.



Na foto Pedro Lima, presidente do grupo 3 Corações, com Nathan Herszkowicz, diretor-executivo da ABIC

Café com qualidade é café certificado.

Natural e saudável, o café é uma das paixões dos brasileiros, que estão ficando cada vez mais exigentes na questão pureza e apurados na escolha de novos aromas e sabores. Por isso, a ABIC desenvolveu o PQC - Programa de Qualidade do Café. Um programa que classifica e garante a qualidade do café, facilitando a escolha e a identificação da qualidade de cada marca. Basta ficar de olho nos selos das embalagens: Tradicional, Superior e Gourmet. Escolha seu café preferido e relaxe. A ABIC garante a pureza e a qualidade do seu café.

