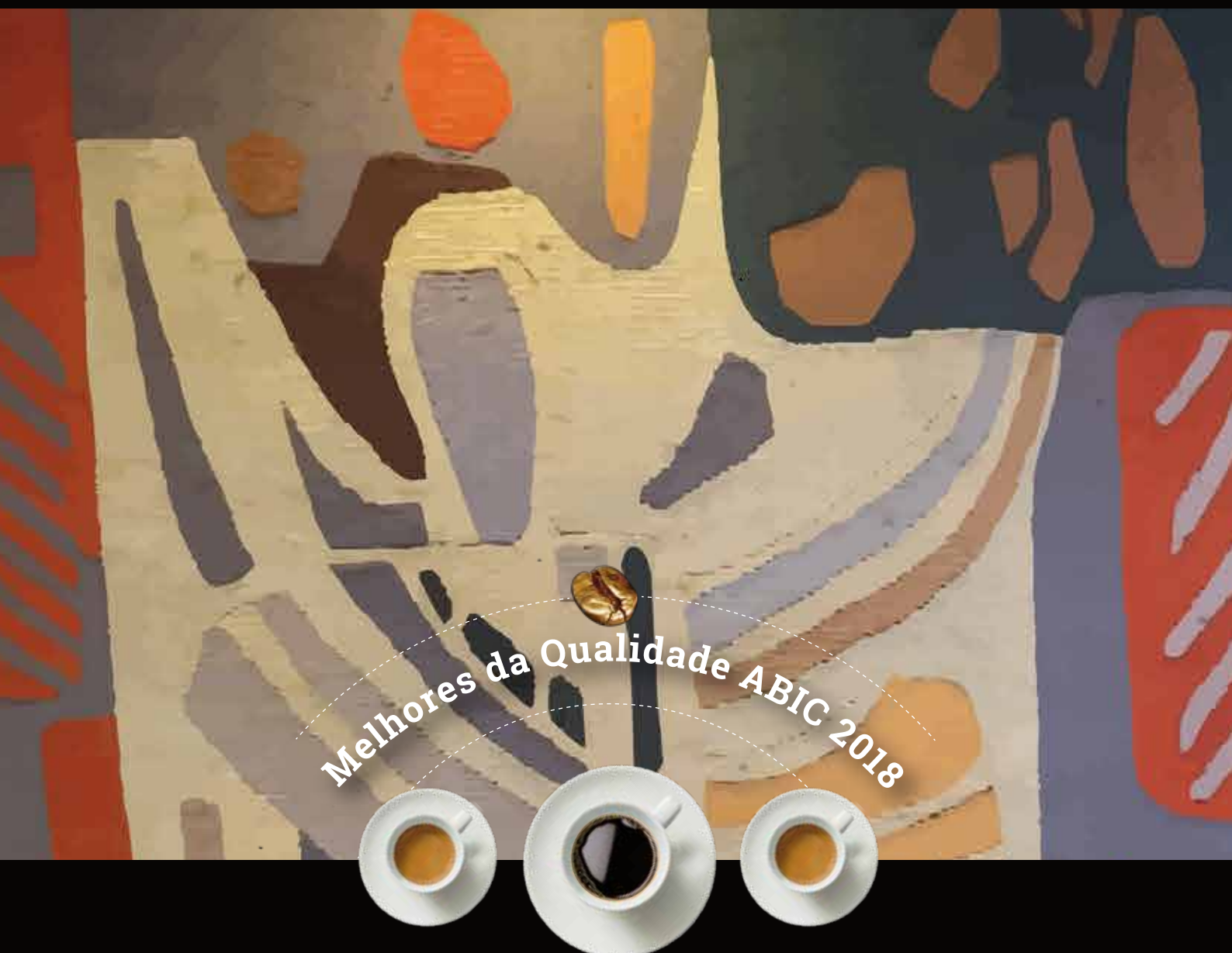


JORNAL DO CAFÉ

Edição Nº 203 - 2018

Associação Brasileira
ABIC
da Indústria de Café

An abstract background featuring a collage of organic shapes in shades of brown, orange, and grey. In the foreground, three white coffee cups are arranged horizontally. The central cup is filled with dark coffee, while the two flanking cups contain a lighter, golden-brown liquid. Above the central cup, a single coffee bean is positioned. A dashed white arc connects the three cups, with the text 'Melhores da Qualidade ABIC 2018' written across it in a white, sans-serif font.

Melhores da Qualidade ABIC 2018

PREMIAÇÃO DESTACA A QUALIDADE DO CAFÉ NO BRASIL

A premiação dos Melhores da Qualidade ABIC 2018 aconteceu na sala Brasília, no Palácio do Itamaraty, um dos cartões-postais da capital do País, no Dia Internacional do Café, em 1º de outubro.

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.



CERTIFICADO
EXTRAFORTE
PUREZA
e QUALIDADE
ABIC



CERTIFICADO
TRADICIONAL
PUREZA
e QUALIDADE
ABIC



CERTIFICADO
SUPERIOR
PUREZA
e QUALIDADE
ABIC



CERTIFICADO
GOURMET
PUREZA
e QUALIDADE
ABIC

A PALAVRA DA ABIC

Prezado Leitor,

Vivemos o ano de 2018 com muitas incertezas e preocupações. O cenário econômico e político bastante indefinido levou os empresários, e mesmo a população em geral, a viver momentos de inquietação.

Passado o período da eleição, com os resultados já definidos, passamos a ter um presidente eleito, que deverá governar para todos os brasileiros e não somente para seus eleitores. Temos um horizonte que se abre e clareia, trazendo esperança de dias melhores e adequados para investimentos e empreendedorismo.

Esperamos também que a oposição seja madura e séria, fazendo o seu papel de fiscalização, sem, entretanto, ser um obstáculo às reformas tão necessárias ao desenvolvimento do Brasil e que tanto almejamos.

A indicação, pelo presidente eleito, da deputada federal Tereza Cristina para assumir o cargo de ministra da Agricultura, Pecuária e Abastecimento agrada o setor agrícola e em especial a nossa cadeia de produção. A deputada, com sua experiência e conhecimento, deve representar um avanço e sinaliza um bom começo de governo. Com certeza a ministra terá o nosso apoio e cooperação. Estamos abertos e dispostos a colaborar.

Mesmo com todas as dificuldades, o ano que se encerra foi de grandes transformações no setor, com aquisições, grandes investimentos em fábricas, equipamentos e com lançamentos

diversos. A indústria de café se mostrou pujante e confiante. A busca pela qualidade foi uma meta e um objetivo.

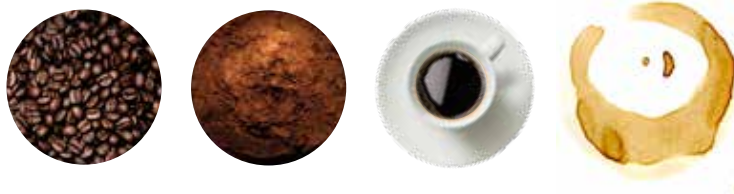
Nesta edição do Jornal do Café, o leitor poderá acompanhar a entrega dos prêmios dos Melhores da Qualidade, um reconhecimento da ABIC às empresas que trabalham com cafés certificados e buscam um aprimoramento da qualidade.

Também poderão ter uma visão interessante do nosso setor, por meio do artigo do José Roberto Mendonça de Barros, "Agronegócio, Indústria e Café" e sobre a "A Revolução Digital no Agronegócio", artigo da Martha Gabriel, ambos palestrantes do 26º Encafé.

Nesse ano também temos duas datas marcantes e significativas: 150 anos de fundação da Probat e Centenário da Cia. Lilla, ambas empresas de extrema importância para a indústria de torrefação e moagem, além de serem grandes parceiras da ABIC e dos eventos da entidade, principalmente os Encafés. Conheça melhor a história dessas gigantes nesta edição.

Quero aproveitar este espaço para transmitir os nossos votos de um Feliz Natal e um grande ano de 2019, com muitas realizações, sucesso e com muita esperança em dias melhores. Recebam o meu abraço e de todos os nossos conselheiros.

Ricardo Silveira
Presidente



CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO TRIÊNIO 2016 – 2019



PRESIDENTE

Ricardo de Sousa Silveira
Café Cristal Ltda. - MG



1º VICE-PRESIDENTE

Carlos Roberto Vianna
Dicasa Ind. e Comércio de Alimentos Ltda. - GO



VICE-PRESIDENTES

Vice-Presidente de Relações Institucionais
Natal Martins
Café Canecão Ltda. - SP



Vice-Presidente Jurídico
Dagmar Oswaldo Cupaiolo
Café Lourenço Ind. e Comércio 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 Ind. 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
Sílvia 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 Comércio de Café Ltda. - SC



DIRETOR EXECUTIVO

Nathan Herszkowicz

REPRESENTANTES REGIONAIS

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

Norte - José Iovan Teixeira
Cical Ind. e Comércio 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 Comércio de Café Juliana - PR

EXPEDIENTE

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

Diretor de Marketing e Comunicação da ABIC

Bernardo Wolfson

Editores:

Eduardo Buitron – edutempocom@uol.com.br
Gabriela Buitron – gabi@tempocom.com.br

Fotos:

Cláudio Arouca

Redação:

Tempo de Comunicação
Rua Piracuama, 280 - cj. 44 - Perdizes
São Paulo - SP - CEP 05017-040
Fone: (11) 3868 4037

Revisão:

Luciana Mello

Criação, Diagramação e Projeto Gráfico:

GSB2 Publicidade
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: 2.000 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

- 06 ENTIDADE**
PREMIAÇÃO DESTACA
A QUALIDADE DO CAFÉ
NO BRASIL

- 14 EVENTO**
DESAFIO DA TORRA:
UM MARCO NA TORREFAÇÃO
BRASILEIRA

- 18 FERMENTAÇÃO**
FERMENTAÇÃO POSITIVA
ATRAI ATENÇÃO DE
PRODUTORES NO BRASIL

- 22 CENTENÁRIO**
LILLA: CENTENÁRIO
MARCADO POR ALTA TECNOLOGIA
EM PRODUTOS DE QUALIDADE

- 24 ARTIGO**
AGRONEGÓCIO, INDÚSTRIA
E CAFÉ

- 28 TECNOLOGIA**
A REVOLUÇÃO DIGITAL
NO AGRONEGÓCIO

- 30 COMEMORANDO**
PROBAT LEOGAP: ATUAÇÃO
QUE RESULTA EM QUALIDADE E
ALCANCE DE MERCADO

- 32 QUALIDADE**
UNIDOS PELA QUALIDADE:
TRIP TO ORIGIN



- 38 EXTERIOR**
ABIC E CÂMARA PERUANA
DE CAFÉ FIRMAM CONVÊNIO INÉDITO
DE COOPERAÇÃO

- 40 GALERIA**
TODOS OS PRESIDENTES

- 42 COFFEE BREAK**





PREMIAÇÃO DESTACA A QUALIDADE DO CAFÉ NO BRASIL



Não teria local e data melhores para dar brilho à premiação da ABIC, de acordo com Ricardo Silveira, presidente da entidade. A premiação dos Melhores da Qualidade ABIC 2018 aconteceu na sala Brasília, no Palácio do Itamaraty, um dos cartões-postais da capital do país, no Dia Internacional do Café, em 1º de outubro.

"Estamos aqui para mostrar o bom café brasileiro para o mundo, no Itamaraty, que é a sala de visitas do Brasil e que tem tudo a ver com o nosso café", comentou Silveira. A cerimônia teve a participação de embaixadores dos principais países compradores de café, além de autoridades do Governo Federal e representantes da cafeicultura brasileira.

Esta edição dos Melhores Cafés do Brasil teve como grande destaque a empresa Café Três Corações, que levou seis premiações para casa, do Programa da Qualidade do Café (PQC, da ABIC). "Para nós, que trabalhamos diariamente para trazer os melhores produtos para o consumidor, é muito importante termos o reconhecimento do Programa de Qualidade da ABIC", afirmou Gilberto Nogueira, executivo do Café Três Corações.

O Presidente da ABIC, Ricardo Silveira, agradece a presença dos convidados



No Dia Internacional do Café, a Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC) prestigia as melhores marcas de 2018 no quesito excelência.



Ministro interino das Relações Exteriores, o embaixador Marcos Bezerra Abbot Galvão, saúda os convidados, enaltecendo a importância do café para o Brasil

Criado em 2004, o PQC certifica o café por categoria de qualidade, audita o processo de produção e o produto, realiza monitoramento e análises periódicas - com coletas de amostras de café no mercado e no varejo em todo o Brasil - e serve também para promover a educação para o consumo e para a segurança alimentar.

Atualmente, são 888 marcas certificadas, em categorias diferenciadas por uma metodologia de análise sensorial: 234 Gourmet, 185 Superior, 414 Tradicional e 55 Extraforte. Cada categoria tem um selo que indica a análise, por tipo e qualidade. Assim, o PQC possibilita ao consumidor entender quais são as características do café e ajuda na escolha da marca.

Para Nathan Herszkowicz, diretor executivo da ABIC, o programa mostra ao mercado que os cafés não são todos iguais e acaba com o mito de que os melhores cafés são exportados e somente o pior fica para o

mercado interno. "Hoje o consumidor tem condições de acesso aos melhores cafés do Brasil, nas prateleiras dos supermercados, e os selos de identificação do PQC possibilitam uma visualização rápida e segura do produto que está na embalagem", destaca Nathan.

Entenda mais sobre o Programa de Qualidade do Café

O monitoramento realizado pelo PQC é feito a partir de coletas de aproximadamente 3 mil amostras de café em prateleiras de supermercados, empórios, panificadoras e padarias. Envolve mais de 30 técnicos especializados em avaliação da qualidade do café e utiliza quatro laboratórios credenciados.

Depois de coletadas, as amostras são encaminhadas para laboratórios onde são avaliadas em uma escala de 0 a 10 pontos, parecida com a realizada com o vinho. O nível mínimo de qualidade do café, depois de provado, deve ser 4,5. O00s melhores cafés têm qualidade acima de 7,3.

Quanto à análise técnica, o profissional responsável por provar o café avalia atributos sensoriais como a fragrância do pó, o aroma da bebida, a acidez, o amargor, a adstringência, o corpo, o sabor e, de uma forma geral, a qualidade global do café.

Nathan Herszkowicz apresenta o PQC e os vencedores do Programa em 2018



Os Melhores da Qualidade ABIC 2018

Honar o compromisso com o cliente que está cada vez mais exigente e curioso com as diversidades dos cafés brasileiros é o que movimenta os representantes das marcas premiadas. Para eles, o Programa de Qualidade da ABIC colabora muito com isso.

Além das três melhores marcas de cada categoria: **Gourmet, Superior, Tradicional e Extraforte**, o programa também reconhece as empresas que tiveram **Qualidade e Consistência**, em todas as análises de qualidade feitas. “Os Melhores da Qualidade ABIC 2018 é uma premiação que tem por objetivo reconhecer as empresas que possuem boas práticas de fabricação em todo os seus processos de industrialização e que obtêm notas constantes, em todas as análises periódicas do PQC”, explicou o presidente da ABIC.

Após a cerimônia, os convidados provaram cafés de diversas origens, preparados por uma equipe de baristas comandada pelo campeão Brasileiro de Baristas de 2018, Thiago Sabino. **JCO**



Milaine Borges Silva, da JJ Mattos Indústria e Comércio de Café



Gilberto Nogueira e Aline Gurgel, do Café 3 Corações, com Ricardo Silveira



Equipe de baristas, que preparam cafés de diversas origens



Thiago Sabino, Campeão Brasileiro de Baristas de 2018

Categoria Gourmet

1º lugar: Café 3 Corações, com a marca Santa Clara Espresso em Grão

2º lugar: Baggio Coffees, com a marca Baggio Espresso Bourbon Grão Gourmet

3º lugar: Café Prima Qualitá em Grão, da Cooperativa Regional de Cafeicultores de Guaxupé - Cooxupé

Qualidade e Consistência 2018: Baggio Espresso Bourbon Grão Gourmet

Categoria Superior

1º lugar: Indústria e Comércio Dona Flor Ltda, com a marca Vergato em Grãos para Espresso

2º lugar: Santana Comércio e Exportadora com a marca Ouro de Kaffa Superior em Grãos

3º lugar: Café UTAM Speciale, da Café UTAM

Qualidade e Consistência 2018: R.J.Baiardi Café Ltda, com a marca Reserva Carmelo em Grão

Categoria Tradicional

1º lugar: Café 3 Corações com o Pimpinela Tradicional

2º lugar: Café 3 Corações com a marca Tradicional Iguaçu

3º lugar: Café Excelsior, com o Excelsior a Vácuo

Qualidade e Consistência 2018: Café 3 Corações, com a marca Café 3 Corações Tradicional a Vácuo

Categoria Extraforte

1º lugar: J.J. Mattos Indústria e Comércio de Café, com a marca Pingo Preto Extraforte

2º lugar: Café 3 Corações, com as marcas 3 Corações Extraforte a Vácuo

3º lugar: Café 3 Corações com 3 Corações Extraforte Pouch



Danilo Moreira, gerente da R.J. Baiardi Café



A Cooxupé foi representada pelo seu diretor Lúcio Araújo Dias



Ana Carolina Soares de Carvalho, do Café UTAM

"Com a palavra, os Melhores do ano"

"Estamos no Programa da Qualidade desde o seu início e temos todas as nossas marcas certificadas, pois acreditamos muito neste projeto da ABIC. O Café UTAM considera importante ajudar os consumidores a entenderem as diferenças de cada tipo de café e a contribuir com a segurança de que eles realmente estão comprando um produto que foi analisado e acompanhado."

Ana Carolina Soares de Carvalho,
Diretora-presidente do Café UTAM (SP).

"O PQC vem impulsionando e melhorando, que é o grande objetivo, a qualidade do café. Esse é o grande triunfo do programa: fazer você tomar um café de qualidade e com prazer."

Conral Brito,
Diretor-presidente da
Indústria Dona Flor (BA).

"Desde 2004, quando surgiu o PQC, o Café 3 Corações acreditou no potencial do projeto da ABIC como norteador para os consumidores conhecerem os tipos de cafés e qual é o seu preferido."

Aline Gurgel,
Representante do Café 3 Corações (MG).



Conral Brito, da Indústria Dona Flor,
Café Vergato



Liana Baggio, da Baggio Café



Wilson Calil Filho, do Café Excelsior

"O grande diferencial deste programa é mostrar ao consumidor que os cafés não são todos iguais. Qual é o melhor café que existe? É o café que mais agrada! E o Programa de Qualidade ajuda a apresentar ao cliente as inúmeras variedades."
Wilson Kalil Filho,
Diretor do Café Excelsior (SP).

"O PQC é muito importante para nos motivar, cada vez mais, a manter o padrão de qualidade."
Milaine Borges Silva,
Diretora da J.J. Mattos Indústria e Comércio de Café (SC).

"O PQC da ABIC é fundamental, pois faz com que tenhamos, cada vez mais, cuidado com a qualidade do café do Brasil. Estamos no caminho certo!"
Liana Baggio,
Diretora-presidente da Baggio Café (SP).

"Eu sou muito fã deste programa, pois o PQC faz com que o consumidor entenda o que está consumindo."
Lúcio Araújo Dias,
Diretor da Cooperativa Regional de Cafeicultores de Guaxupé - Cooxupé (MG).

"Acredito que a importância do PQC está na melhoria da qualidade dos cafés do Brasil, além de ensinar o consumidor a entender um pouco mais sobre o café e suas categorias. Além disso, o PQC me motivou a fazer várias mudanças na minha empresa. Todos os empresários do ramo deveriam aderir ao Programa da Qualidade."
Danilo Moreira,
Gerente da R.J. Baiardi Café (MG).



Ricardo Silveira e Nathan Herszkowicz com os vencedores do PQC 2018

Homenagem ao Dia Internacional do Café

Criada pela Organização Internacional do Café (OIC), a comemoração do dia 1º de outubro foi estabelecida para destacar internacionalmente a importante jornada do café desde a produção até o consumo final.

As comemorações foram uma iniciativa do Ministério das Relações Exteriores (MRE) e da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), em parceria com as entidades do setor, ABIC – Associação Brasileira da Indústria de Café, ABICS – Associação Brasileira da Indústria de Café Solúvel, CECAFÉ – Conselho dos Exportadores de Café do Brasil, BSCA – Associação Brasileira de Cafés Especiais e CNC – Conselho Nacional do Café.

No evento, no Palácio do Itamaraty, o Ministro de Estado interino das Relações Exteriores, o embaixador Marcos Bezerra Abbot Galvão, discursou sobre o tema escolhido pela OIC para as homenagens deste ano. "Women Coffee" foi a temática selecionada para 2018 em celebração à relevância da participação feminina na cadeia produtiva cafeeira. "A resiliência do setor reflete a força de milhões de mulheres, sejam elas plantadoras ou pesquisadoras, exportadoras ou autoras de políticas públicas, que trabalham para que o setor seja cada vez mais eficiente e inclusivo. Que lutam não apenas para incrementar a renda familiar, como também para estimular a produção mais sustentável e intensiva em altas tecnologias e para promover a inserção do café brasileiro em novos mercados internacionais, a manutenção do mercado doméstico e, ainda, o estímulo ao consumo em mercados maduros", avaliou o ministro.

Na ocasião, a senhora Cíntia Matos, presidente da seção brasileira da Aliança Internacional das Mulheres do Café, apresentou também o tratamento da questão de gênero na cadeia produtiva cafeeira.

Além da comemoração em Brasília, embaixadas e consulados brasileiros no exterior realizaram, na mesma data, eventos de promoção sobre o café brasileiro. Em Berlim, Dubai, Londres, Los Angeles, Miami, Moscow, Nova Iorque, Paris, Seul, Sydney, Tóquio e Xangai, compradores, distribuidores, jornalistas, consumidores e degustadores de café, em todas essas cidades, puderam provar a diversidade e a qualidade da oferta dos cafés brasileiros.



Cíntia Matos, presidente da seção brasileira da Aliança Internacional das Mulheres do Café, fala sobre a questão de gênero na cadeia produtiva



DESAFIO DA Torra



UM MARCO NA TORREFAÇÃO DE CAFÉ BRASILEIRA

Idealizado pela Capricornio Coffees, o Roaster Camp Brazil inicia uma nova história no universo da torra no país

Inspirado em grandes eventos internacionais em que são avaliados diversos tipos de torra e técnicas específicas, a Brazilian Coffee Academy, braço educacional da Capricornio Coffees, em parceria com a ABIC – Associação Brasileira da Indústria de Café, criaram a primeira edição do “Roaster Camp of Brazil”, com a participação de torradores de diversas partes do mundo. O campeonato aconteceu em Londrina, no Paraná, e reuniu dez nacionalidades de especialistas em torra.

“A proposta de trazer este evento ao Brasil é justamente de transferir e levar o conhecimento sobre torra a pequenas, médias e grandes torrefações. Tivemos participantes de todos os tamanhos, todos ansiosos por conhecimento e isso nos deixou muito

felizes”, comemora Edgard Bressani, um dos sócios da Capricornio Coffees. A ideia de iniciar uma história no Brasil surgiu por conta do prêmio dos campeonatos internacionais que incluía uma visita às regiões brasileiras produtoras de café. “Aproveitando a vinda dos vencedores, pensamos em trazer também o conhecimento e a expertise aos torrefadores brasileiros e assim melhorar a qualidade e a diversidade da torra”, explica.

A primeira edição do evento reuniu mais de 50 pessoas. Além de buscar os campeões entre os desafios da torra realizados no campeonato, foi uma grande oportunidade de compartilhar conhecimento com uma série de palestras enriquecedoras.



Nathan Herszkowicz apresenta o mercado brasileiro de café, com números que impressionaram os presentes



Nathan Herszkowicz, diretor executivo da ABIC, fez uma palestra sobre o mercado brasileiro de café, trazendo dados mais recentes do consumo de café, da indústria, abordando todos os estágios quanto à torrefação, produtos, níveis de qualidade, variedade de oferta, canais de distribuição de café, entre outros. O público, principalmente os estrangeiros, ficou bastante impressionado com os dados apresentados por Nathan e tiveram a oportunidade de conhecer um pouco melhor o segundo mercado consumidor de café do mundo.

“Foi muito interessante compartilhar conhecimento em uma ocasião como esta, pois para vários participantes o modelo brasileiro de distribuição de mercado, de padarias, cafeterias e até o modo de tomar o café são modelos diferentes do que eles possuem em seus países. Foi um ótimo momento para eles conhecerem os fundamentos da metodologia da ABIC para a certificação e classificação de cafés e também o Programa de

Qualidade de Café – PQC”, afirma Herszkowicz. O sucesso do evento reafirma a importância em compartilhar conhecimentos sobre a torra do café em formatos de desafios como o do Roaster Camp. “Foi incrível estreitar este modelo aqui no Brasil. Isso faz com que incluamos a edição brasileira em nosso calendário anual. Em janeiro de 2019, após o Campeonato Mundial de Torra, na Itália, anunciaremos a próxima data no Brasil e quando serão abertas as inscrições”, explica Edgard Bressani.

Estreitar relacionamentos, compartilhar conhecimento e incentivar a busca por cafés de qualidade são premissas da ABIC em todas as suas ações e iniciativas. A participação de torradores internacionais e premiados em outras edições do evento foi um ponto de destaque na edição inaugural do projeto no Brasil. Cada um traz sua bagagem em conhecimento de café, de torra e de hábitos de consumo de seu país. O Roaster Camp Brazil teve os seguintes participantes premiados:

PREMIADOS

HENRIK ARVIDSSON
EWERTON SATIRO DA SILVA
ANDERSON ALVES
ANNE COOPER
FLAVIA SALDANHA
HUGO SILVA
JOSÉ CARLOS FANTE
DENILSON FANTIN

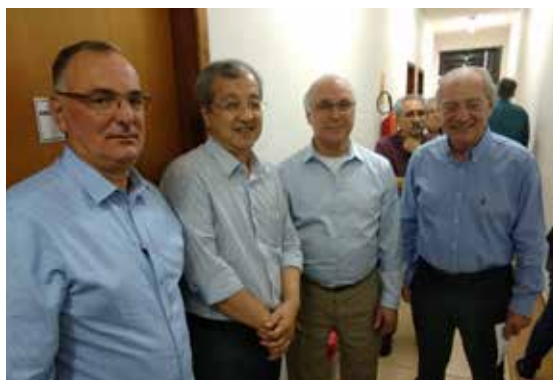


O Roaster Camp favorece ainda o produtor e o torrefador pequeno ou médio que nem sempre tem a oportunidade de contato com especialistas de outros países.

“Conhecer a prática em diversos tipos de torra e seus efeitos na qualidade do café é um diferencial nunca proporcionado no Brasil antes e todo conhecimento compartilhado se torna muito mais valioso, é enriquecedor para a cadeia de café brasileira”, comemora Edgard.

Ações como esta trazem benefícios principalmente para os produtores locais, pois podem diversificar e melhorar a qualidade de seus produtos, além de levar a seus clientes conceitos novos para o consumo do café.

Considerando esta importância regional, o Secretário de Agricultura e Abastecimento do Estado, George Hiraiwa, e o Diretor-Presidente do Instituto Agrônomo do Paraná, Florindo Dalberto, participaram do evento e acompanharam este grande momento para a cadeia cafeicultora do estado e do País. **JCA**



O vice-presidente Sílvia Alves, com Herszkowicz, George Hiraiwa, Secretário de Agricultura e Abastecimento do Paraná e Florindo Dalberto, diretor presidente do IAPAR - Instituto Agrônomo do Paraná



FERMENTAÇÃO POSITIVA

O vinho inspirou muitos escritores e poetas. Há anos, o **business** relacionado à bebida e sua valorização no mercado consumidor é uma fonte de inspiração para a cadeia DE café. Veio daí a adoção da Denominação de Origem, já adotada, por exemplo, na região do Cerrado Mineiro e em vias de ser em outras regiões produtoras do País. Mais recentemente, a fermentação, fundamental na produção do vinho, vem ganhando mais e mais espaço nas discussões entre cafeicultores. Muitos dos quais interessados em conhecer mais sobre a fermentação controlada ou processamento de via úmida do grão. Hoje, o Brasil adota majoritariamente a via seca.

A fermentação controlada ou positiva está chamando a atenção porque ela vem sendo vista como uma ferramenta para amplificar características sensoriais do grão, destacando as especificidades dos lotes. Em muitos casos, esse processo aumenta a pontuação dos cafés no **cupping**. Contudo, sua utilização tem diversos pré-requisitos.

O produtor do Cerrado Mineiro, Gabriel Nunes, que trabalha há cinco anos com fermentação na sua

fazenda, a Nunes Coffee, explica que esse é um método que se usa para aumentar os compostos voláteis - aroma e sabor - do café. "O processo realça características como doçura e acidez que os grãos do lote processado têm". Contudo, ele avisa que a adoção da fermentação exige um grande controle do processo por parte do produtor, do contrário pode ser prejudicial e resultar numa piora das características do grão.

Por isso, a primeira medida a ser tomada por um produtor interessado em fazer a fermentação positiva é conhecer bem o café que ele produz, a fim de identificar o potencial produtivo da fazenda. Esse mapeamento é físico e resultará na identificação das características de cada talhão. "É importante fazer isso por anos para ter um conhecimento profundo do café produzido e dos potenciais existentes nele", destaca o produtor mineiro.

Hoje, nos 400 hectares cultivados na Nunes Coffee, metade da produção, de 12 mil a 15 mil sacas/ano, se caracteriza por cafés especiais. O objetivo é chegar a 80% da produção. No caso do volume do grão fermentado, 20% da produção é submetida a esse processo. A ideia é também elevar esse volume.

ATAÇÃO

A ATRAI ATENÇÃO DE PRODUTORES NO BRASIL

Sua implementação demanda alterações no manejo



A adoção da via úmida veio com o objetivo de focar todo o trabalho na produção de cafés especiais voltados ao mercado interno e externo. “Queríamos sair fora da *commodity* e a fermentação faz parte desse caminho”, ressalta. A adoção dessa prática, contudo, apresentou algumas demandas. Foram feitas melhorias na infraestrutura, com a construção de três tanques de fermentação com investimento de R\$ 45 mil. Outro aspecto importante destacado por Nunes foi a necessidade de capacitar os funcionários para trabalharem com o novo procedimento adotado na fazenda. “Nosso maior desafio foi o operacional. Houve aumento da demanda de funcionários porque há mais

processos, por isso é necessário mais gente. E é preciso fazer a formação dessa mão-de-obra”.

No que se refere ao tipo de levedura usada, a opção na Nunes Coffee foi pela fermentação natural, que se vale das leveduras presentes na própria planta. O mercado oferece a possibilidade de comprar leveduras, a exemplo do que se faz com o vinho, e algumas são as mesmas usadas pelas vinícolas. O produtor avisa que fermentar não é a única parte desse processo. “É preciso observar todo o processo de secagem”, avisa.

O especialista em cafés, Luiz Roberto Saldanha Rodrigues, diretor da Capricornio Coffees, faz uma observação importante em relação a todo esse processo voltado a ressaltar as características positivas do café produzido. “É preciso que fique claro que não se pode fazer um vinho de alta qualidade com a utilização de uvas de baixa qualidade. Na produção de cafés não é diferente. Técnicas de processamento não podem corrigir falhas oriundas do processo produtivo”.

A produção do café precisa ser entendida como um todo, da escolha da variedade, passando, entre outros, pelos tratos culturais, colheita, processamento – via seca ou úmida – secagem e armazenamento. Grãos superiores, se não são bem trabalhados ao longo de todo esse caminho, perdem sua qualidade. Cafés mais baixos poderão ter sua pontuação elevada a partir da fermentação, mas milagres não acontecem. Não se tornará um café excelente.



A adoção de diferentes métodos de fermentação por parte de produtores permite, se conduzidos de maneira adequada, a obtenção de um maior portfólio de produtos do que os convencionalmente oferecidos ao mercado. “Em todas as etapas do processo, porém, o controle de qualidade é a principal ferramenta para avaliação e tomada de decisões”, avisa o especialista da Capricornio Coffees.

A classificação física e sensorial do produto ao longo do seu ciclo de produção é que irá orientar o produtor se suas expectativas em termos de diferenciação do

produto serão ou não atendidas de acordo com o planejamento previamente realizado, possibilitando entender possíveis pontos de melhoria e fazer ajustes necessários de maneira proativa. “É preciso separar melhoria contínua de processo de tentativa e erro, assim como é preciso separar consistência de sorte”, diz Rodrigues.

A dedicação de Gabriel Nunes à melhoria dos seus cafés, adotando a fermentação, novas práticas, formação de mão de obra etc, foi recompensada recentemente, quando venceu um concurso de qualidade e vendeu o lote de seu café fermentado por

R\$ 55 mil a saca. “O retorno financeiro veio com

esse lote premiado. Estamos trabalhando para abrir mercado, inclusive no exterior, e a fermentação é um caminho para potencializar as características do café e produzir com uma qualidade ainda melhor. Mas é preciso cuidar de todo o processo. Também não adianta só falar que tem café, é preciso ser consistente na entrega e mantê-la”, conclui.

Edgard Bressani, diretor da Capricornio Coffees e especialista em café, faz questão de lembrar que os produtores interessados em adotar a fermentação devem buscar apoio técnico. “O assunto merece muita atenção. Levedura não é barata (no caso de adotar as compradas e não as presentes na própria planta, como fez Gabriel Nunes). Então é preciso saber o que está fazendo para não acabar piorando a qualidade do café. Se não for para melhorar, não vale a pena, porque eleva o custo de produção do lote. Por isso, é preciso saber o que está fazendo e buscando”.

No que se refere à demanda, há alguns anos a resposta seria mais óbvia: o destino desse café seria o mercado externo. Mas o mercado brasileiro, segundo maior consumidor do mundo, está passando por uma transformação e a qualidade vem sendo um dos aspectos exigidos por um consumidor mais informado a respeito do café. "O mercado interno está crescendo a taxas relativas bastante elevadas e o mercado nacional de cafés especiais está aquecido em buscas de produtos diferenciados com qualidade

reconhecidamente mais elevada", destaca Luis Roberto Saldanha Rodrigues.

A nova realidade do setor de cafés especiais faz com que o sabor passe a ser o "Rei", abrindo caminho para que experimentações sejam realizadas por todos os segmentos. Nesse sentido, falar de técnicas que permitam também aos produtores alterar os perfis mais convencionais de cafés já reconhecidos pelo mercado passa a ter grande relevância, conclui Rodrigues. 

VANTAGENS	DESVANTAGENS
Possibilidades de desenvolvimento de perfis sensoriais diferenciados dentro de uma mesma propriedade ou microrregião.	Necessidade de maior conhecimento técnico para evitar o risco de deterioração da qualidade em caso de condução inadequada dos protocolos de fermentação.

Via seca e via úmida

Há diferenças genéricas que afetam os atributos sensoriais dos cafés processados "via úmida" ou "via seca", ambas requeridas por diferentes segmentos do mercado: os primeiros apresentam sabor mais suave, com menos corpo e elevada acidez, enquanto que os "arábicas" naturais possuem mais corpo e adstringência e menor acidez. "Originam, portanto, bebidas com diferentes características, mas que, quando bem preparadas, podem apresentar qualidade igualmente superior", explica o especialista Luis Roberto Saldanha Rodrigues, da Capricornio Coffees.

Para entender o uso de processos de fermentação induzida na produção de cafés, precisamos olhar para o

caminho percorrido pela produção e o consumo até o presente momento.

Quando do início da produção comercial de café arábica, saindo da Etiópia até chegar ao Yêmen, até próximo de 1890, a maioria dos cafés produzidos eram processados pela via natural ou seca com a casca, uma vez que o ambiente de produção de grande deficiência hídrica e baixa umidade relativa do ar permitia esse tipo de processamento e secagem.

A migração para regiões mais úmidas e frias como Américas do Sul e Central junto com o aumento da demanda no consumo de café arábica após 1890 esbarrou na dificuldade em utilizar a via natural de processamento e secagem por

conta das condições ambientais - temperaturas menores e umidade mais alta - no momento da colheita. Por isso, surgiu a necessidade do descascamento das cerejas e a presença da mucilagem passou, então, a ser um gargalo para secagem dos cafés descascados.

Para resolver o problema da dificuldade de secagem das cerejas com mucilagem foram adotadas técnicas de remoção mecânica da mucilagem (utilização de desmuciladores) ou de remoção biológica (com ou sem utilização de água em "tanques de fermentação"). Por conta das condições climáticas, a via úmida é bastante utilizada na Colômbia e América Central.

LILLA

CENTENÁRIO MARCADO POR ALTA TECNOLOGIA EM PRODUTOS DE QUALIDADE

Empresa de descendência italiana é responsável por oferecer excelência em torrefação e moagem de café em todo o País



São 100 anos de atuação no mercado brasileiro como fabricante de equipamentos para torrefação e moagem de café. A história da empresa começou na Praça da Sé, no coração da cidade de São Paulo, no início do século passado, quando o italiano Vito Lilla montou a torrefação Café Thesouro.

Hoje a empresa está sob comando do neto, Ciro Lilla, que é presidente e deu sequência à trajetória iniciada por seu avô. Originários de Puglia, na Itália, a família Lilla era de pequenos agricultores e produtores de vinho. Nascido no mesmo ano em que seu avô faleceu, Ciro traz no sangue a paixão pela torrefação e pela moagem de café.

“Quando a Lilla começou, era um momento de pós Segunda Guerra Mundial, como todos os equipamentos que os torrefadores usavam eram importados da Alemanha, meu avô enxergou aí, na dificuldade de importar, a oportunidade de fabricar os próprios moinhos, torradores, peças etc”, explica Ciro Lilla.

A empresa começou a fabricar para uso próprio e

depois passou a oferecer produtos também para outros industriais. “O resultado foi que, em 1918, fechamos a torrefação na Praça da Sé e abrimos a Lilla & Filhos, na Mooca”, comenta.

A empresa sempre seguiu sob comando familiar. Na época, além de Vito, os filhos também participavam da operação: Américo, José, Carmine, Almirante Nicole e Onofre, pai de Ciro. “Eu cheguei a conviver com todos eles aqui – menos com o meu avô. E ao contrário de muitos negócios familiares, sempre conseguimos trabalhar em harmonia”, comemora Ciro.

Essa harmonia é refletida no sucesso da empresa. Nos anos 50, a Lilla era a única que fabricava moinhos, torradores e outros equipamentos para torrefação no Brasil. Mais do que participar de toda a trajetória da Lilla, Ciro foi um grande inovador nos negócios da família. “Em 1968, eu estava no segundo ano de Engenharia e a empresa passava por uma fase ruim, porque as torrefações estavam em crise. Comecei a pesquisar um novo modelo de torrador que eliminava o resfriador e

esta foi a primeira grande inovação que fizemos nos equipamentos”, conta o diretor.

Apesar da pouca experiência – que até então era de um estudante – Ciro não parou por aí. Em 1971 teve seu primeiro projeto e vendido para a Café do Ponto. Ciro conta que, antes desse grande passo, basicamente só a Alemanha produzia esses equipamentos e foi um marco na história da Lilla, pois ampliaram os negócios em todos os aspectos, saindo de uma fábrica de mil metros quadrados para uma de 6 mil metros quadrados.

Tamanho foi o feito de Ciro que, aos 25 anos, ele se tornou sócio da empresa e, depois, passou a ser diretor industrial. “Mesmo com a família muito unida, só entrava para a empresa quem tivesse profisisonalismo e capacidade para isso. Ser parente só não bastava. Tinha que provar que era competente e trabalhador”, reforça.

Se a primeira grande inovação tecnológica nos torradores, até hoje os carros-chefe da Lilla, foi a eliminação do resfriador, a segunda surgiu por causa de um vizinho reclamão do Café do Ponto. “Dois ou três anos depois que comprou o primeiro torrador novo, a Café do Ponto já tinha trocado todos os seus antigos pelos novos, que eram mais eficientes. Mas havia um outro problema: a fumaça que a torra de café provocava e que, naquela época, não tinha solução”, explica Ciro.

O tal vizinho, um milionário que morava muito próximo à fábrica da Café do Ponto, começou a implicar com a fumaça. Os donos da fábrica tentaram resolver o problema comprando queimadores de óleo mais sofisticados para diminuir a fumaça. “Eu estava estudando o caso e pensando no pós-queimador, um sistema de aquecimento da fumaça que a faria virar vapor e gás carbônico depois da torra. Novamente fiz o protótipo e a Café do Ponto foi a primeira empresa a comprar, em 1978”, explica.



Ciro Lilla

Este pioneirismo foi e é marca registrada da Lilla. A busca de soluções tecnológicas fez com que a empresa ganhasse mercado também no exterior. Hoje a empresa exporta para 50 países de todo o mundo, incluindo os Estados Unidos, o Japão e a Inglaterra.

A expansão também aconteceu na linha de produtos oferecida. A Lilla fabrica torradores para várias capacidades, moinhos, silos, faz projetos completos de torrefações, tem sistemas de liga de cafés automatizados e sistemas de automatização de torrefações e equipamentos completos. “Trabalhar em família, em harmonia, buscar sempre as melhores soluções e práticas de mercado, somados à alta tecnologia e paixão pelo que fazemos são algumas das fórmulas que fizeram o negócio iniciado despretensiosamente pelo meu avô Vito chegar até onde chegou. Que venham mais 100 anos e que possamos passar esta paixão para as nossas futuras gerações”, comemora Ciro Lilla. 

Agronegócio, Indústria e café

O sucesso do agronegócio é cada vez mais reconhecido e tem tido impactos positivos na economia brasileira. Por exemplo, durante a recente recessão o setor foi o único, entre os mais importantes, que continuou crescendo e investindo. Entre 2014 e 2017, o PIB contraiu-se 6%, a indústria de transformação encolheu incríveis 12,1% e o setor de serviços perdeu 5%. Entretanto, o setor agrícola cresceu 11,7%!

A mensagem deste trabalho é que o agronegócio tem muito mais impacto na indústria do que geralmente se imagina. Além disso, como o segmento continuará crescendo (antes de tudo pela expansão da demanda externa por nossos produtos), essa importância tenderá a se elevar.

Finalmente, o progresso tecnológico do setor está levando ao desenvolvimento de novos produtos, com demanda relativamente elástica, inclusive pela possibilidade de substituição de bens oriundos do petróleo. Há muito valor sendo criado inclusive no setor de café.

O setor agropecuário tem hoje uma intensa ligação com o setor industrial, maior do que as pessoas imaginam, mesmo as mais informadas.

Isso é resultado, tanto do avanço na tecnologia de produção, colheita e armazenagem, quanto da crescente complexidade no processamento e geração de valor de produtos e matérias-primas, para os mercados interno e externo. Uma forma simples de observar essas relações é a que se segue.

Tomamos a lista de produtos que compõem a Pesquisa Industrial Mensal, utilizada para o cálculo da produção e organizada em 33 setores. São 805 produtos e, destes, destacam-se aqueles ligados diretamente ao agronegócio.



é



Os 189 produtos considerados representam quase 29% do total da pesquisa e mais de 37% do valor da produção da Pesquisa Industrial Anual (PIA) de 2015, número extremamente significativo e revelador de quanto a agricultura e a indústria estão interligadas.

Além disso, é preciso considerar que a cadeia do agronegócio tem uma demanda difusa, porém relevante em muitos segmentos industriais. Por exemplo, estima-se que um terço da produção de caminhões, carrocerias e reboques seja diretamente utilizado no transporte de produtos agrícolas, suas transformações e seus insumos.

Em geral, veremos maior integração entre a agricultura, indústria e os serviços em todos os segmentos.

Haverá um grande avanço tecnológico dentro das fazendas, resultado do barateamento dos sensores e da crescente utilização de técnicas digitais. É a chamada “agricultura de precisão”, o item mais relevante a ser considerado. Essa denominação abarca um conjunto de técnicas que estão em

desenvolvimento na área de pesquisa e implantação em um número crescente de atividades e propriedades rurais.

Ao lado da maior produtividade, eficiência e redução de custos na agricultura, será imperioso continuar a integração com a indústria e o avanço tecnológico, visando a criação de valor por meio do desenvolvimento de novos produtos. Esses poderão ser tanto bens intermediários na cadeia de produção, como bens finais destinados às famílias.

Todos esses segmentos apontam para uma rota extremamente promissora: a criação de produtos que atendam aos anseios do consumidor (produzidos a partir de um bem renovável, positivo do ponto de vista do meio ambiente e que tenham características de biodegradabilidade) elaborados a partir de uma matéria-prima extremamente competitiva em termos globais. Esse é um dos melhores exemplos de que é possível desenvolver uma manufatura de sucesso a partir de vantagens comparativas naturais e alavancadas pela tecnologia já disponível ou em fase final de desenvolvimento.



Além desses segmentos, existe uma grande movimentação no aprimoramento de produtos já existentes. Por exemplo, a aplicação de nanopartículas e nanocápsulas em agroquímicos e fertilizantes permite um aumento na eficiência dos produtos pela liberação mais lenta, resultando em menor utilização de moléculas, menor ameaça ao meio ambiente e maior resultado nos seus objetivos. Da mesma forma, na área de equipamentos, há uma forte demanda por estações meteorológicas, equipamentos, sensores e sistemas etc.

Os consumidores, tanto no Brasil, quanto no resto do mundo, têm uma relação ambiciosa e complexa com os produtos de sua cesta de consumo e com as companhias que os produzem. Dá-se cada vez mais importância àqueles associados à saúde e ao bem-estar, que simplificam a vida, permitem uma conexão humana e possibilitam novas experiências. Além disso, as pessoas têm preocupações com o meio ambiente e a ideia da sustentabilidade. Elas esperam que as companhias falem honestamente e que a rotulagem dos diversos produtos seja absolutamente correta, expressando as qualidades acima mencionadas.

O caso do café é exemplar ¹

O café é um produto bastante tradicional, mas tem passado por uma revolução na cadeia de valor, que vai da lavoura a cafeteira. Antes de tudo, pela produção e comercialização de produtos de melhor qualidade, como o café verde de origem controlada, em que as características de uma dada região são destacadas, de forma similar ao que já acontece com produtos como vinhos, queijos e outros, especialmente no exterior.

A técnica de produção desses produtos precisa ser amigável com o meio ambiente e a rastreabilidade deve

estar assegurada. Novos canais de venda foram criados e estão consolidados, como as cafeterias e as lojas especializadas. Novas empresas entram para disputar o setor. Finalmente, após relevantes inovações tecnológicas, as cápsulas representam a atual fronteira de consumo do produto.

Apenas para avaliar a amplitude dessa inovação, vale dizer que um quilo de café torrado e moído no varejo custa algo como R\$ 20, enquanto que o superior é de R\$ 33, o gourmet R\$ 52 e o mesmo peso nas cápsulas custa R\$ 290, e este benefício é distribuído na cadeia como um todo. O melhor é que esse ganho pode ser capturado por grupos de produtores: uma fábrica em Ribeirão Preto produz lotes pequenos para cafeicultores e cooperativas, que podem assim acessar diretamente consumidores urbanos. Ao mesmo tempo, Montes Claros (MG) já tem quatro fábricas de cápsulas de apenas dois fabricantes.

A inovação no setor tem sido intensa: novas formas de preparação, como cafés exóticos, resultantes das ações na fermentação do grão (que, na definição de Nathan Herszkowicz, transformaram um eventual erro na preparação do produto em criação de valor), café gelado Cold Blue (extraído pelo contato dos grãos com a água fria por 24 horas) e outros.

Estima-se que os cafés diferenciados, que recebem prêmios de 25% ou mais, já representem 40% da safra.

Para mim, a característica mais interessante dessa modernização, pelo menos no Brasil, é o seu caráter democrático, em que pesa a consolidação da indústria no plano global. Inovações e criação de valor estão acessíveis às pequenas e médias propriedades rurais, que hoje podem chegar até o consumidor com o café torrado e moído e até com cápsulas. Estão também



acessíveis a profissionais das cidades, por meio de empreendimentos, industriais, comerciais e de serviços.

Existem produtos novos, que vão do óleo de café a preparações dermatológicas, de beleza e bem-estar. O crescimento na cadeia de valor é cada vez maior e vem sendo arejado por novas técnicas e empreendedores.

Analogamente, muitos outros produtos vivem ou viverão o que vem acontecendo com o café. É uma nova fronteira a ser mais explorada por esse e outros alimentos, aqui e lá fora, na próxima década. Assim, além do mercado interno, a pauta de exportações deverá ser mais sofisticada pela incorporação desses novos produtos.

Conclusões

Agronegócio e indústria têm muito que se beneficiar num contexto de maior abertura e progresso técnico.

Um mundo está se abrindo na criação de valor, tanto no desenvolvimento de novos produtos quanto no redesenho e rejuvenescimento de setores maduros, como no caso do café.

As condições de custo e qualidade das matérias-primas permitem que, com a adequada tecnologia, sejam produzidos produtos muito competitivos globalmente.

As relações entre o agronegócio e a indústria são muito mais intensas, profundas e diversificadas do que se imagina. Elas deverão se aprofundar ainda mais.

Alavancar o progresso a partir de vantagens comparativas naturais e construídas parece uma rota -produtiva, cada vez mais longa e complexa. 

¹Agradeço o auxílio de Nathan Herszkowicz na preparação desta seção.

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

GSB2
publicidade

A Revolução Digital no Agronegócio

Se você vive em qualquer grande centro urbano do planeta, deve perceber a velocidade com que as coisas estão mudando – comportamentos, relacionamentos, comunicação, enfim, tudo, inclusive os negócios! Esse ritmo frenético que vivenciamos é resultado da aceleração tecnológica no mundo, e não vai diminuir.

Estamos testemunhando a aurora de ondas tecnológicas que devem reestruturar a humanidade e o tecido da realidade – inteligência artificial, robótica, internet das coisas, nanotecnologia, *big data*, *blockchain* e impressão 3D. Cada uma delas, no entanto, como qualquer tecnologia, tem o potencial tanto de trazer benefícios quanto malefícios para a humanidade. Por exemplo, podemos usar a inteligência artificial para melhorar a produtividade da terra, monitorar rebanhos, fazer predição de resultados no campo.

Por outro lado, essas mesmas informações e pontos de acesso podem representar vulnerabilidade de segurança para o negócio. A mesma tecnologia que impulsiona as fazendas para ampliar a sua produção também permite o desenvolvimento de agricultura vertical em cidades, reformulando a cadeia produtiva e criando novos modelos de concorrência.

Portanto, a tecnologia nunca é neutra e precisamos de lucidez, sempre, para conseguir enxergar sem paixões os impactos tecnológicos na vida humana, de forma a nos

tornarmos senhores do nosso destino e não vítimas. Esse exercício de pensar criticamente sempre foi importante, pois a história nos mostra que aqueles que foram visionários em relação a tecnologias emergentes dominaram (e ainda dominam) o mundo. Se isso tem se provado verdadeiro até agora, em que as tecnologias eram mais simples e menos potentes, imagine o poder que adquire quem entende e usa as tecnologias dessas ondas emergentes cujo potencial de impacto é exponencialmente maior?

Nesse sentido, quando pensamos na produção de alimentos e nas várias dimensões do agronegócio, as tecnologias têm permitido que driblemos as limitações da natureza, nos dando poder sobre ela. Ao longo da história da humanidade, a tecnologia tem auxiliado tanto na melhoria da utilização de recursos, permitindo automatizar e aumentar a precisão da produção, quanto revolucionado as possibilidades de conservação de alimentos, ampliando a capacidade de armazenamento e alcance logístico de distribuição. E a revolução digital que vivemos? Quais são os principais impactos no agronegócio? Vejamos alguns deles:

1) **IoT** – *Internet of Things* - **Internet das Coisas** é como se captura os dados de tudo (objetos, pessoas, animais, entre outros), trazendo informações inéditas em tempo real sobre o estado da fazenda em uma infinidade de pontos de coleta de dados (temperatura e umidade do solo, localização de animais etc.), que alimenta e cria o *big data*. *IoT* é o motor por trás de tudo o que é "*smart*": *smart health*, *smart hospitals*, *smart objects*, *smart cities*, *smart farms*! *IoT* é o que estrutura a Fazenda 4.0, ou Farm 4.0, em outras palavras, a indústria 4.0 no campo.

2) **Big Data** – o volume gigantesco de dados produzido por *IoT* e sensores de todos os tipos (como os nossos celulares), disponível para todos por meio dos sistemas digitais (como Google, mídias sociais, feeds de notícias etc) permite um acesso à informação, de forma inédita na história da humanidade, tanto para fazendeiros

quanto para a indústria de alimentos e pesquisadores. Dados são a base para a obtenção de inteligência no negócio, e **big data** aplicado nas fazendas é a base da Precision Farm, ou Agronegócios de Precisão.

3) **Inteligência Artificial** – de nada adiantaria uma infinidade de dados sem processamento para extrair valor, inteligência. O cérebro humano tem capacidade limitada de processamento de dados, que tem sido complementada e ampliada de forma espetacular pelos sistemas emergentes de IA. Uma das aplicações mais populares que ilustram o uso de IA no agronegócio é o caso dos **chatbots** inteligentes que funcionam como assistentes para o fazendeiro, fornecendo informações e recomendações em tempo real para a tomada de decisão no campo. No entanto, as aplicações de IA na área vão muito além disso, permitindo controle e automação de tratores, plantações, análise e predição de pragas etc.

4) **Robótica** – se a inteligência artificial é o cérebro por trás dos dados, a robótica é o corpo físico que se manifesta para atuar no mundo. Por exemplo, por meio da robótica, ordenhadoras inteligentes automatizam a produção de leite, drones monitoram e fazem entregas de suprimentos, robôs autônomos preparam e organizam distribuição de ração para animais, entre outras inúmeras atividades.

5) **Nanotecnologia** – uma das limitações em seres vivos é conseguir conexão entre elementos artificiais e suas células. A evolução da nanotecnologia traz possibilidades inimagináveis de integração de animais e vegetais com aparatos tecnológico. Isso traz tanto o potencial de solucionar inúmeras doenças e melhorar consideravelmente a vida e produção no planeta quanto tem potencial também para causar uma catástrofe ecológica.

6) **Impressão 3D** – com a evolução e barateamento das impressoras 3D, toda a cadeia de criação e distribuição de objetos físicos se transforma. Hoje as



impressoras desenvolvem casas, órgãos humanos artificiais, baterias e também alimentos – isso tem um impacto profundo em todo o sistema de produção e obtenção de recursos, bem como na cadeia de distribuição e na demanda de mercado, entre outros fatores.

7) **Blockchain** – toda atividade que gera um registro de transação tende a ser impactada por **blockchain**. Hoje, o “filho” mais famoso dessa tecnologia é o **Bitcoin**, que torna possíveis as transações descentralizadas de criptomoedas. No entanto, **blockchain** pode ser usado como motor para microcontratos, transações de compra, venda etc, cujos dados, quando processados por meio de inteligência artificial, trazem o potencial de tornar tudo em smart e transparente (dificulta corrupção, desvios, adulterações). Uma revolução na confiança, que passa a ser distribuída e tende a transformar todos os tipos de relações.

Essas ondas de impactos tecnológicos, associadas a inúmeras outras tecnologias e metodologias emergentes, já estão em nosso mar e crescendo em ritmo acelerado no oceano que nos cerca. Se isso se tornará uma onda incrível para surfarmos e chegarmos mais longe ou se será um tsunami que pode nos esmagar, depende principalmente de nós mesmos - de como nos preparamos, usamos e atuamos nesse cenário que tem desbloqueado poderes sem precedentes na nossa história. E você? Está preparado? 

Probat Leogap

Atuação que resulta em qualidade e alcance de mercado

Conheça a trajetória da empresa Probat Leogap, responsável pela torra de 7 a cada 10 xícaras de café consumidas no mundo

Qualidade em todas as etapas da cadeia do café é o que garante um produto diferenciado e faz com que o Brasil seja referência na produção e no consumo. Empresas como a Probat, que completa 150 anos de atuação no mundo, e a Probat Leogap, que completa 55 anos de atuação no Brasil, são as grandes responsáveis por manter o bom paladar do consumidor de café.

Fundada na Alemanha, em 1868, a Probat, empresa de torradores e soluções para a indústria de café, já buscava melhorias para a extração do melhor sabor e aroma dos grãos. Hoje é líder na fabricação de equipamentos de torrefação de café com quase 60% de participação no mercado mundial.

Com certeza os seus fundadores, os alemães Alex van Gülpen, Johann Heinrich Lensing e Theodor von Gimborn, não imaginariam que a pequena empresa tomaria tamanha proporção e alcançaria os quatro cantos do mundo.

No Brasil, a empresa ganhou ainda mais visibilidade e espaço ao adquirir em 2001 a Leogap, passando a ser



conhecida como Probat Leogap. A brasileira iniciou sua história no País com o fornecimento de equipamentos de torra para as maiores indústrias de café em 1963, sob o comando de Leo Gappmayer, seu fundador.

Duas empresas de sucesso na cadeia do café juntas só poderiam render excelentes negócios. A Probat Leogap se tornou uma das principais empresas na fabricação de equipamentos de torra e soluções para a indústria do café e atende todos os tipos de clientes, de cafeterias e fazendas a grandes indústrias.

Para abranger também os microtorrefadores (coffeeshops e fazendas), a iniciativa encontrada pela empresa foi de desenvolver a linha ShopRoaster, com equipamentos como o Probatino de 1kg até o Probatone 60, capaz de torrar uma saca de 60kg por carga, além de equipamentos para laboratório e moinhos, que atendem as exigências de qualidade e confiabilidade cada vez mais presentes no setor.



“O Probatino, inclusive, é produzido 100% no Brasil e foi tão bem recebido pelo público que é vendido tanto nacionalmente quanto exportado para todo o mundo. Além disso, o torrador é muito utilizado na maioria dos campeonatos mundiais de café”, afirma Paulo Kleinke, CEO da Probat Leogap. Ele destaca também que as linhas Probatino e Probatone seguem as normas de segurança alemãs, até mesmo para os produtos que são montados e produzidos no Brasil.

Tanto sucesso deve-se principalmente ao investimento em pesquisa e inovação que a empresa realiza. Com isso, os produtos Probat Leogap apresentam inúmeras vantagens ao torrefador, que pode, por exemplo, efetuar variações nas curvas de torra, armazenar diferentes receitas e garantir a repetibilidade de forma sistemática, sempre extraindo a máxima qualidade dos grãos.

A empresa notou também a movimentação no mercado dos produtores de café que passaram a entender mais



Paulo Kleinke

do produto, estudando estratégias e aprimorando as etapas de desenvolvimento para oferecer um café de mais qualidade ainda. “Hoje o produtor faz a sua torra e cria a própria marca. É um mercado em expansão. Nossos produtos Probatone e Probatinos surgiram para atender a esses clientes”, explica Paulo.

“Devido à nossa forte atuação na área industrial, sempre procuramos oferecer as melhores soluções. No último ano, ampliamos ainda mais a nossa gama de clientes e a nossa participação na cadeia de café”, destaca o CEO. A Probat Leogap tem trabalhado com ótimas perspectivas de crescimento em todos os segmentos em que atua.

A empresa acredita que quem gosta de café quer saber a procedência do produto desde a fazenda e ver as etapas como a torra e a moagem antes da preparação da bebida. Acompanhar a torra em uma cafeteria reforça esse contato de aproximação do consumidor pois ele pode ver a transformação do grão no processo de torra, por exemplo. Isso aumenta ainda mais o interesse do cliente pelo café, o que contribui para que as cafeterias fidelizem seus clientes e agucem o paladar, promovendo interesse por uma bebida de maior qualidade.

Saiba mais sobre a história da empresa no site www.probat150.com. 

UNIDOS PELA QUALIDADE:

**Indústria e produção se
aproximam em programas
inéditos**



Trip to

Relacionamentos profundos e frutíferos estão atrelados ao conhecimento que as partes têm a respeito uma da outra. Essa premissa vale também para o ambiente de negócios e é a base do projeto **Trip to Origin**: unidos pela qualidade, proposta pioneira no Brasil, idealizada pela Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC), com apoio de algumas associações de produtores. O projeto tem como meta diminuir a distância entre produtores e torrefadores por meio de ações que estimulem aprendizado mútuo, troca de conhecimentos e **networking**. Tudo isso com o objetivo de melhorar a qualidade do café em toda a cadeia.

O pontapé inicial foi dado no dia 9 de junho, quando um grupo de 10 torrefadores de sete empresas partiu de São Paulo em direção ao Cerrado Mineiro, onde visitaram três fazendas produtoras, duas cooperativas e a Federação dos Cafeicultores da Região do Cerrado. Mergulhados na rotina dos produtores, os torrefadores viram de perto a colheita, secagem, preparo e benefício do grão, além de entabularem muitas conversas com aqueles que estão na ponta inicial da cadeia café. As visitas geraram troca de conhecimentos e oportunidades de **networking**.

Origin

Foto: Tudela Castelhana Coffees

Viagem

“Foi uma imersão com impactos incríveis nos participantes. Muitos torrefadores nunca tinham vivenciado tão de perto as diferentes etapas da produção”, explica Nathan Herszkowicz, diretor-executivo da ABIC. Esses encontros, segundo ele, além de ampliarem o conhecimento dos industriais, que visitaram uma região que não conheciam, abrem a possibilidade de expandir os negócios com novas origens. Herszkowicz revela que a gênese do *Trip to Origin* está em uma ação realizada pela ABIC, junto com o Sindicafé-SP, no início dos anos 2000, quando uma comitiva de torrefadores percorreu a região produtora do Oeste de São Paulo a Mogiana. O resultado, relembra, foi incrível. “Até hoje há reflexos dos conhecimentos incorporados sobre a lavoura por aqueles industriais em práticas adotadas em suas torrefadoras”, afirma Nathan.

Na experiência vivida no Cerrado Mineiro não foi diferente. O grupo da indústria fez a imersão na produção da região e conheceu os cafés locais, ampliando suas referências em relação às características do café dessa região e também as especificidades da atual safra. Esse conhecimento da qualidade e das diferenças de sabores e *blends* disponíveis no Cerrado – e em outras regiões brasileiras – abre para o torrefador do Brasil a possibilidade de ampliar seu leque de oferta de cafés de qualidade superior a partir da diversidade de sabores cultivados nas diferentes regiões do País. Há um potencial a ser explorado internamente que se traduzirá em novidades de altíssima qualidade para o consumidor brasileiro, cujo perfil está cada vez mais exigente e aberto a novidades com qualidade.

Satisfeito com os resultados, o presidente da ABIC, Ricardo Silveira destaca a importância de a indústria ir ao campo: “Precisamos buscar essa integração e fortalecer os elos da cadeia porque uma cadeia onde os elos não se juntam é uma cadeia que se enfraquece, que fica alheia”.

“Conhecendo mais a produção *in loco*, o torrefador amplia os conhecimentos do processo produtivo e que ele pode oferecer ao seu consumidor”, acrescenta Juliano Tarabal, superintendente da Federação dos Cafeicultores da Região do Cerrado. “No *Trip to Origin*, o participante tem uma experiência da cultura regional do Cerrado Mineiro. Nesse caso, ele conhece uma região com cafés que já têm o selo de denominação de origem (DO)” diz Tarabal.

Esse selo, comum na produção de vinhos, começa a ganhar força aqui no Brasil e serve para indicar um território que produz um produto único com características que não podem ser encontradas em nenhum outro lugar. Tarabal destaca que a DO pode agregar valor ao café vendido pelo torrefador, incluindo essa informação na embalagem de seu café. A DO também reforça a possibilidade de o consumidor conhecer mais sobre o produtor a partir do uso da tecnologia dos *QR codes*.

“Hoje a parceria entre a ABIC e os produtores do Cerrado Mineiro é muito importante na qualidade do café. Estamos percebendo que os produtores vêm fazendo um trabalho muito forte. Tivemos uma excelente apresentação sobre qualidade, variedades e outros tipos de café que nós, da indústria, desconhecíamos. Então, acho que é muito importante essa parceria, que só traz qualidade. E, com certeza, a qualidade é o que aciona o mercado de café.”
- Edwaldo Frasson



**Região
do Cerrado
Mineiro**
Denominação de Origem

**Federação dos
Cafeicultores
do Cerrado**

à origem

“Como empresário e como diretor da ABIC acredito que o relacionamento com a cadeia é fundamental para o sucesso do agronegócio café. A aproximação da indústria com a produção é de fundamental importância. Hoje nós estamos começando um evento com o pessoal do Cerrado Mineiro, mas acredito que nós vamos ter no futuro uma aproximação também com as outras regiões produtoras no Brasil. E todos os envolvidos estão de parabéns por promover esse encontro com um nível técnico muito alto.”
- Natal Martins

“O encontro foi muito positivo. Estamos acostumados a receber indústrias de fora, mas essa foi a primeira vez que industriais brasileiros estiveram no Cerrado em uma missão oficial. Essa ação de aproximação com a origem é muito importante porque permite ao torrefador brasileiro conhecer, aprender, ver que o Brasil tem uma gama enorme de possibilidades de oferta, tem uma diversidade enorme de origens”, avalia Tarabal, listando outras origens, entre as quais, Alta Mogiana, Região de Pinhal, Norte Pioneiro do Paraná, Mantiqueira de Minas e Matas de Minas. Ainda que hoje no Brasil apenas o Cerrado Mineiro tenha obtido a Denominação de Origem, essas regiões já avançaram nesse caminho e têm assegurada a Indicação de Procedência.

Francisco Sérgio de Assis, presidente da Federação dos Cafeicultores do Cerrado, está muito otimista com a visita. “Foi a primeira de muitas viagens”. Para Serginho, como é conhecido o dirigente, a ida do torrefador à lavoura muda a forma dele pensar, enxergar o trabalho do produtor. Ele vê o trabalho e o carinho envolvidos e valoriza. “Essa aproximação só tende a beneficiar os dois lados, pois o relacionamento estimula as pessoas a melhorarem”.

Já o dirigente da ABIC, Ricardo Silveira, destaca a importância de um programa que olhe para o produtor e enxergue seu trabalho e o remunere por isso. Ele cita os concursos de qualidade realizados pela entidade há muitos anos como um dos caminhos que já vem sendo trilhados nesse sentido.

Nessa missão oficial à lavoura, produtores e torrefadores conversaram sobre a necessidade de uma conexão maior entre as duas partes para evoluir na qualidade do café e sobre a necessidade de caminharem juntos. “A conexão entre produtor e indústria está num momento mágico, pois eles têm interesse em agir entre eles”, destaca Tarabal. Isso porque o produtor não chega no consumidor, quem chega é o torrefador, responsável pelo café que chega à ponta final. A consciência do objetivo comum, a oferta de produtos de qualidade e que agrade os consumidores mais exigentes, está cada vez mais presente nesses elos.

A visita, que inaugurou o programa ***Trip to Origin***, trouxe a realidade da produção para dentro da experiência do torrefador. “Isso permitiu a ele enxergar a possibilidade de ter produtos de alta qualidade em seu mix. Eu vi, por exemplo, o industrial enxergando no selo de Denominação de Origem, existente na região do Cerrado, uma forma de agregar valor ao seu produto”, avalia o executivo da Federação.

“A tendência é o mercado querer trabalhar as origens, apresentar ao consumidor esses pequenos lotes diferenciados”, ressalta Silveira, da ABIC. O dirigente destaca, contudo, que os programas conjuntos precisam acontecer para que a cadeia se integre e leve a cabo esse tipo de iniciativa que beneficia a todos. “Torrefação e produção trabalham o mesmo produto, por isso precisamos andar juntos”.

Para o produtor Serginho, “iniciativas como a do ***Trip to Origin*** são importantes para que a indústria conheça as particularidades locais e toda a potencialidade de sabores e ***blends*** que o café brasileiro oferece”. Ele faz questão de destacar que há 26 anos vende café de alta qualidade para a Itália e questiona-se sobre quanto desse café ele vende para o mercado interno. “É isso que precisa mudar, porque os jovens estão ávidos por coisa boa e as ferramentas de mídia estão aí para mostrar que temos essa

Viagem à

disponibilidade aqui”, ressalta, fazendo eco a todo o movimento de qualidade em andamento no Brasil e já identificado como uma das principais estratégias para consolidar o crescimento do mercado interno brasileiro, hoje calculado em 22 milhões de sacas, o segundo maior do mundo, atrás dos Estados Unidos que consomem 24,5 milhões de sacas/ano.

O projeto *Trip to Origin*: unidos pela qualidade não se encerra com a visita dos torrefadores às lavouras. Numa próxima etapa, quem pega a estrada são os produtores, tendo como destino uma indústria de café. Essa visita deve acontecer no início de 2019, quando os produtores poderão fazer uma imersão e conhecerão – muitos pela primeira vez – a rotina de uma torrefadora e suas demandas.

“O *Trip to Origin*: unidos pela Qualidade nasceu para mudar o conceito de negócio. Estamos na era da cooperação. É ela que viabiliza a ação dos pequenos e médios empresários da produção ou da torrefação”, destaca Herszkowicz. Na sua avaliação, as rodadas de relacionamento serão um elemento importante para a valorização do café, tanto no que se refere à qualidade como à remuneração. E isso será obtido com a oferta de cafés de qualidade elevada. “O mercado vende todos os tipos de café. A rodada estará limitada aos cafés de melhor qualidade”. Segundo ele, no médio prazo haverá uma grande pressão sobre o quesito qualidade.

“Essa rodada de relacionamento é um evento muito importante. Há muito tempo que a região do Cerrado Mineiro tinha entre seus objetivos essa aproximação com as indústrias e a ABIC é um grande parceiro. Agora, definitivamente, nós nos aproximamos, para que possamos juntos levar ao consumidor cafés de qualidade.” - Regis Damásio Sales – Monteccer

No entendimento do executivo da ABIC, esse estreitamento de relação entre produção e indústria, além de gerar negócios, também fortalece os laços dos elos da cadeia café para a defesa de interesses comuns dentro da política cafeeira do Brasil.

Os resultados positivos da primeira experiência do *Trip to Origin*: unidos pela qualidade aprofundaram as conversas entre produtores e o setor da torrefação. Juntos, eles decidiram que o projeto se tornará um programa oficial, com lançamento previsto para novembro.

Para o próximo ano, já estão sendo programadas visitas para a região de Rondônia e também para o Norte Pioneiro do Paraná. Edgard Bressani, diretor da Capricornio Coffees, com sede na região paranaense, já começou a trabalhar na organização da visita. “Esse contato é super importante porque ele conecta as duas pontas da cadeia. Também é importante que um veja a realidade do outro. No caso do torrefador, conhecendo a realidade de onde ele está comprando seu café, e toda a potencialidade ali existente, ele pode incorporar isso no marketing do seu produto. Sem contar que essas parcerias podem gerar vínculos de contratos por anos”, analisa Bressani, animado com todas as possibilidades implícitas nessa aproximação, sobretudo a que se refere aos ganhos na qualidade do café e sua melhoria na xícara.

Rodada de Relacionamento

O projeto prevê outros desdobramentos. O passo seguinte foi a realização de uma rodada de relacionamento entre produtores e industriais, que aconteceu em outubro no Sindicafé-SP e é uma nova versão das rodadas de negócios. Além da compra e venda de grãos de alta qualidade, esse encontro reforça o conhecimento das características dos cafés locais, por meio de sessões de *cupping* que trarão novidades aos torrefadores, apresentando a nova safra da região. As rodadas de relacionamento consolidam o contato iniciado nas visitas. Juliano Tarabal explica que nessa primeira edição

origem

o Cerrado Mineiro compareceu com produtores oriundos de seis cooperativas da região, que apresentaram seus cafés aos torrefadores participantes.

O evento teve início com as palavras de boas-vindas feitas pelo vice-presidente Edvaldo Frasson que, em nome da ABIC e do presidente Ricardo Silveira, agradeceu a presença e o empenho de todos os envolvidos. Em seguida, ocorreu uma apresentação dos programas de qualidade da ABIC e dos números de consumo e de diferenciação de preços nos cafés certificados, feita pela Coordenadora de Projetos e *Marketing* da ABIC, Mônica Pinto.

Juliano Tarabal deu continuidade às apresentações mostrando uma visão geral da região, das cooperativas, da

metodologia de trabalho e todo o processo que o Cerrado Mineiro teve de seguir para se tornar a primeira região de café brasileira com Denominação de Origem. Para encerrar o encontro, as rodadas de *cupping* avaliaram 30 amostras, em 12 sessões. Para os produtores a rodada foi produtiva e devem gerar negócios em breve. **JCO**

Interessado em participar das visitas?

Os torrefadores interessados em participar das visitas e rodadas de negócios do *Trip to Origin*: unidos pela qualidade devem entrar em contato pelo e-mail abic@abic.com.br.

No assunto do e-mail escreva INFORMAÇÃO SOBRE TRIP TO ORIGIN.

Visite o site da ABIC para mais informações: www.abic.com.br



DELTA TCS

A selecionadora eletrônica mais inovadora do mundo

Painel eletrônico LED
Câmeras RGB de alta velocidade
Full color / HD

Delta
TECHNOLOGY CORPORATION

Vendas, assistência técnica e peças no Brasil: (19) 9 9234 8757
1602 Townhurst - Houston, Texas - 77043 USA
Phone + 1.713.464.7407 - Fax +1.713.461.6753
info@deltatechnology.com - www.deltatechnology.com



Herszkowicz com Eduardo Montauban e dirigentes da Câmara Peruana de Café e Cacau

ABIC e Câmara Peruana de Café firmam convênio inédito de cooperação

Um inovador “Convênio de Cooperação” foi assinado entre a Associação Brasileira da Indústria de Café – ABIC, representada pelo seu diretor executivo, Nathan Herszkowicz e a Câmara Peruana de Café e Cacau - CPC, representada pelo seu gerente geral, Eduardo Montauban Urriaga, durante a Expo Café Peru 2018, realizada em Lima, no Peru.

O acordo tem vários itens de cooperação entre as entidades, visando sempre o aperfeiçoamento da qualidade da bebida e o aumento do consumo em ambos os países.





Assinatura do Convênio, durante o evento em Lima

Entre os objetivos do tratado de cooperação estão:

- 1 – Promover a aproximação das entidades;
- 2 – Desenvolver programas conjuntos de valorização do café como produto e como hábito de consumo;
- 3 – Adotar e promover protocolos de avaliação da qualidade do café em cada região produtora;
- 4 – Criar um banco de amostras;
- 5 – Estimular e desenvolver programas de *marketing* que estimulem o consumo;
- 6 – Criar uma biblioteca de artigos sobre Café e Saúde;
- 7 – Incentivar o desenvolvimento de um programa de comunicação que resulte em aumento de consumo em ambos os países;
- 8 – Participação mútua em eventos;
- 9 – Desenvolver campanhas e programas que estimulem a melhoria contínua da qualidade dos cafés;
- 10 – Criar programas voltados para a valorização das culturas cafeeiras, para o conhecimento e para a valorização do folclore cafeeiro das regiões produtoras.

Para Nathan Herszkowicz, da ABIC, esse convênio representa um enorme avanço na relação entre as duas entidades, que pode resultar em ações semelhantes com outros países, principalmente da América Latina, abrindo novos mercados e possibilitando grande troca de conhecimento. "Fica

notável a preocupação crescente pela busca de produtos de qualidade e pelo aumento do consumo interno em cada país. Com sua enorme experiência, desde o lançamento do Selo de Pureza, em 1989, a ABIC será um colaborador de grande potencial", afirma Herszkowicz.

"Desejo expressar, em nome do Conselho de Diretores da Câmara - CPC e em meu próprio, nossa satisfação com esta grande conquista de nossas instituições, que pela primeira vez, em ambos os casos, unem esforços para conseguir o aumento do consumo de café de qualidade em nosso país, que irá alcançar a sustentabilidade de nossos produtores. Esse acordo permitirá o desenvolvimento de programas conjuntos importantes", afirma Eduardo Montauban, da Câmara Peruana de Café e Cacau.

O acordo será ratificado em cerimônia que acontecerá no âmbito do 26º Encafé. 

SCOLARI ENGINEERING S.P.A. Equipamentos para torrefação



Via per Bresso, 248
20092 Cinisello Balsamo (Milano) Italy
Tel +3902/614561 - Fax +3902/66500260
www.scolarieng.net

REPRESENTANTE PARA O BRASIL

Candido J. Mattar Ribeiro Filho
candido.ribeiro@scolarieng.com
(13) 997310254 / (13) 982053351 / (13) 32845437

GALERIA DOS PRESIDENTES

Nesta edição, o Jornal do Café traz novamente a galeria de presidentes da ABIC pois, na edição anterior, o nome de Ewaldo Wachelke foi publicado com erro de grafia.

Presidente da entidade por dois mandatos, 1983/1985 e 1989/1991, Ewaldo teve uma atuação marcante. Na sua segunda gestão, ocorreu um dos momentos mais importantes da ABIC e para a cadeia produtiva, que foi o lançamento nacional do Programa do Selo de Pureza.

Wachelke sempre teve uma participação associativa, não somente na ABIC como também no Sindicato do Estado do Paraná, sendo respeitado por toda a cadeia produtiva.



1973 / 75

Presidente:

Manuel Pereira da Silva Leite

1º Vice - Presidente:

Iris Antonio Campos

Vice - Presidentes:

Osmar Dias Rocha

Carlos Barcelos Costa

Saul Zúbaran de Souza

Hélio Guedes Pereira

Diretores:

Talmo Alves Pimenta

Eduardo Alves Vieitos

Darke Bhering de Mattos

Hugo Varella Reis

1975 / 77

Presidente:

Manuel Pereira da Silva Leite

1º Vice - Presidente:

Alberto Nahum

Vice - Presidentes:

Iris Antonio Campos

Carlos Barcelos Costa

Ary Santini Longoni

Hélio Guedes Pereira

Diretores:

Talmo Alves Pimenta

Eduardo Alves Vieitos

Francisco Bernardino Martins

Dagmar Oswaldo Cupaiolo

1977 / 79

Presidente:

Walter Santos Pierrot

1º Vice - Presidente:

Manuel Pereira da Silva Leite

Vice - Presidentes:

Iris Antonio Campos

Edgar Wanderley

Ary Santini Longoni

João Baptista Lobo Vianna

Diretores:

Talmo Alves Pimenta

Osmar Dias Rocha

Francisco Bernardino Martins

Dagmar Oswaldo Cupaiolo

1979 / 81

Presidente:

Iris Antonio Campos

1º Vice - Presidente:

Talmo Alves Pimenta

Vice - Presidentes:

Carlos Barcelos Costa

Ary Santini Longoni

Antonio de Cerqueira Celestino

Nicolau Duailibe Neto

Diretores:

Ewaldo Wachelke

Osmar Dias Rocha

Francisco Bernardino Martins

Ivo Salvetti

1981 / 83

Presidente:

Talmo Alves Pimenta

1º Vice - Presidente:

Ewaldo Wachelke

Vice - Presidentes:

Carlos Barcelos Costa

Hélio Guedes Pereira

Antonio de Cerqueira Celestino

Breno Job Freire

Diretores:

Osmar Dias Rocha

Francisco Bernardino Martins

Ivo Salvetti

João Antonio Rodrigues Gimenez

1983 / 85

Presidente:

Ewaldo Wachelke

1º Vice - Presidente:

Talmo Alves Pimenta

Vice - Presidentes:

Carlos Antonio Peixoto

Victor Fernando Ollero Ventin

Walter Santos Pierrot

Breno Job Freire

Diretores:

Osmar Dias Rocha

Francisco Bernardino Martins

Hélio Soares de Campos

José Moreira da Cunha

1985 / 87

Presidente:

Alberto Nahum

1º Vice - Presidente:

Dagmar Oswaldo Cupaiolo

Vice - Presidentes:

Ary Santini Longoni

Victor Fernando Ollero Ventin

Nicolau Duailibe Neto

Luiz Carlos Ehlke

Diretores:

Américo Takamitsu Sato

Carlos Barcelos Costa

Ismael Ferreira de Frias

José Moreira da Cunha

1987 / 89

Presidente:

Carlos Barcelos Costa

1º Vice - Presidente:

Talmo Alves Pimenta

Vice - Presidentes:

Dagmar Oswaldo Cupaiolo

Ewaldo Wachelke

José Carlos da Silva Júnior

Edgar Wanderley

Hélio Guedes Pereira

Saul Zúbaran de Souza

Diretores:

Américo Takamitsu Sato

José Ângelo de Marco

Adílio Cesar Neves Valadão

Victor Fernando Ollero Ventin

1989 / 91

Presidente:

Ewaldo Wachelke

1º Vice - Presidente:

Américo Takamitsu Sato

Vice - Presidentes:

Dagmar Oswaldo Cupaiolo

Carlos Barcelos Costa

José Carlos da Silva Júnior

Edgar Wanderley

Saul Zúbaran de Souza

Manuel Pereira da Silva Leite

Diretores:

Talmo Alves Pimenta

Victor Fernando Ollero Ventin

Francisco Bernardino Martins

José Moreira da Cunha

1991 / 93

Presidente:

Américo Takamitsu Sato

1º Vice - Presidente:

José Carlos da Silva Júnior

Vice - Presidentes:

Dagmar Oswaldo Cupaiolo

Manuel Pereira da Silva Leite

Carlos Barcelos Costa

Edgar Wanderley

Saul Zúbaran de Souza

Victor Fernando Ollero Ventin

Diretores:

Ewaldo Wachelke

José Ângelo de Marco

Talmo Alves Pimenta

Francisco Bernardino Martins

Superintendente

José de Paula Motta filho

1993 / 96

Presidente:

Américo Takamitsu Sato

1º Vice - Presidente:

José Carlos da Silva Júnior

Vice - Presidentes:

Dagmar Oswaldo Cupaiolo

Manuel Pereira da Silva Leite

Carlos Barcelos Costa

Edgar Wanderley

Saul Zúbaran de Souza

Ewaldo Wachelke

Talmo Alves Pimenta

Victor Fernando Ollero Ventin

David Nahum Neto

Guivan Bueno

Diretores:

José Guilherme Lima

José Ângelo de Marco

Oscar Cunha Júnior

Francisco Bernardino Martins

Superintendente

José de Paula Motta filho

1996 / 99

Presidente:

José Carlos da Silva Júnior

1º Vice - Presidente:

Américo Takamitsu Sato

Vice - Presidentes:

Dagmar Oswaldo Cupaiolo

Manuel Pereira da Silva Leite

Carlos Barcelos Costa

Edgar Wanderley

Saul Zúbaran de Souza

Ewaldo Wachelke

Talmo Alves Pimenta

Victor Fernando Ollero Ventin

Guivan Bueno

José Guilherme Lima

Diretores:

Francisco Bernardino Martins

Oscar Cunha Júnior

Superintendente

José de Paula Motta Filho

Secretário Geral

David Nahum Neto

1999 / 02

Presidente:

José Carlos da Silva Júnior

1º Vice - Presidente:

Guivan Bueno

Vice - Presidentes:

Manuel Pereira da Silva Leite

Ewaldo Wachelke

Talmo Alves Pimenta

Victor Fernando Ollero Ventin

Antônio Irineu da Rocha

Sydney Marques de Paiva

Luiz Roberto Gonçalves

Irving Nadir Vieira

Dagmar Oswaldo Cupaiolo

Edgar Wanderley

Diretores:

Carlos Barcelos Costa

Pedro Alcântara Rego de Lima

Ricardo Ribeiro Tavares

Antônio Paulino Martins

Secretário Geral

David Nahum Neto

2002 - 2005

Presidente:

Guivan Bueno

1º Vice - Presidente:

Talmo Alves Pimenta

Conselheiros:

Almir José da Silva

Antônio Irineu da Rocha

Antônio Paulino Martins

Dagmar Oswaldo Cupaiolo

Ewaldo Wachelke

José Carlos da Silva Júnior

Natal Martins

Pedro Alcântara Rego de Lima

Sydney Marques de Paiva

Diretor Executivo:

Nathan Herszkowicz

2005 / 2008

Presidente:

Guivan Bueno

Vice - Presidente:

Almir José da Silva Filho

Conselheiros:

Sydney Marques de Paiva

Pedro Alcântara do Rego Lima

Ewaldo Wachelke

Antônio Irineu da Rocha

Antônio Paulino Martins

José Carlos da Silva Junior

Dagmar Oswaldo Cupaiolo

Natal Martins

Egídio Malanquini

Diretor Executivo:

Nathan Herszkowicz

2008 / 2011

Presidente:

Almir José da Silva Filho

Vice - Presidente:

Guivan Bueno

Conselheiros:

Pedro Alcântara do Rego Lima

Sydney Marques de Paiva

Ewaldo Wachelke

Antônio Paulino Martins

José Carlos da Silva Junior

Dagmar Oswaldo Cupaiolo

Natal Martins

Egídio Malanquini

Márcio Reis Maia

Diretor Executivo:

Nathan Herszkowicz

2011 / 2013

Presidente:

Américo Takamitsu Sato

Vice - Presidente:

Bernardo Wolfson

Conselheiros:

Ewaldo Wachelke

Antônio Paulino Martins

José Carlos da Silva Junior

Dagmar Oswaldo Cupaiolo

Natal Martins

Egídio Malanquini

Márcio Reis Maia

Manoel Felisberto Cruz de Assis

Antônio Roberto Rodrigues de Almeida

Diretor Executivo:

Nathan Herszkowicz

2013/2016

Presidente

Américo Takamitsu Sato

1º Vice - Presidente

Ricardo de Sousa Silveira

Vice - Presidentes

Egídio Malanquini

Dagmar Oswaldo Cupaiolo

Lívio Baraúna Assayag

Pavel Monteiro Cardoso

Manoel Felisberto Cruz de Assis

José Ângelo Marino

José Lúcio Campos

Luciano Inácio

Nilton Luciano dos Santos

Diretor Executivo:

Nathan Herszkowicz

2016/2019

Presidente

Ricardo de Sousa Silveira

1º Vice - Presidente

Egídio Malanquini

Vice - Presidentes

<

Falecimento

Faleceu, em 23 de agosto, o Sr. João Alves de Lima, aos 94 anos, fundador do Grupo 3 Corações e também da ABIC.

Em 1959, João Alves deu início a sua trajetória no setor de café, ainda como vendedor de cafés verdes, na cidade de São Miguel (RN). Em 1961, passa a industrializar o produto, com o café Nossa Senhora de Fátima e em 1985 a empresa passa a se chamar Café Santa Clara.

Em 1984, o patriarca passa o comando das empresas aos filhos, Pedro, Paulo e Vicente, que em 2005 fazem a *joint venture*, com a marca 3 Corações.

João Alves deixa, além do seu legado empresarial de sucesso, a esposa Sra. Joana Rego de Lima, 4 filhos, 14 netos e 5 bisnetos.



Borra de café vira biocombustível

Você sabia que a borra de café pode ser transformada em biocombustível? Quem desenvolveu esta novidade é a empresa inglesa Bio-Bean, em parceria com outras empresas como a Shell, além de outros investidores.

A proposta é extrair da borra de café um óleo que é convertido em um combustível muito menos poluente, denominado óleo de café B-20, que é uma mistura do óleo de café com diesel mineral.

Depois de extrair o óleo combustível, que corresponde de 15 a 20% da borra, a empresa comprime o pó restante e produz pequenos cilindros de "lenha" – *pellets* combustíveis que já são utilizados no

sistema de aquecimento de prédios e residências da capital inglesa.

Cada tonelada de borra de café reciclada é capaz de gerar 200 litros de biocombustível. Alguns ônibus de Londres já utilizam o componente. Com certeza é uma iniciativa muito promissora não somente por reutilizar o café para uma finalidade completamente inusitada como também para evitar o aumento da poluição do planeta.

Mais informações, acesse www.bio-bean.com

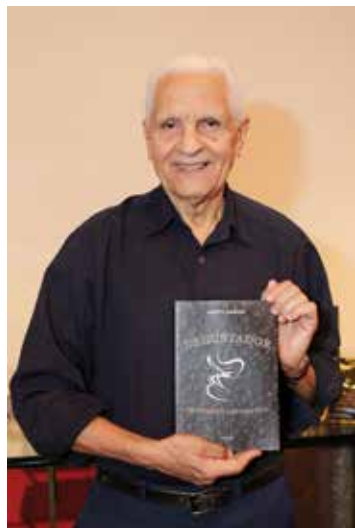


Degustador

Alaerte Barbosa lançou o livro *Degustador – Profissão Esperança*, em noite de autógrafos no Centro de Comércio de Café do Rio de Janeiro.

"Esse é um livro técnico que fala sobre o profissional de bebidas, não somente o Café. Como no mercado já existem muitos livros falando apenas do degustador de café, procurei fazer uma coisa diferente. Para que a leitura não ficasse pesada e cansativa, simulei uma viagem de navio com os leitores", afirma o autor. O livro foi dividido em diversos capítulos, começando pelo Café, após o Vinho, Cerveja, Cachaça, Uísque e, por final, Azeite. Em cada capítulo o Guia contará as lendas do surgimento de cada bebida, curiosidades, piadas e como o produtor ou fabricante procura fazer com que a bebida seja da mais alta qualidade.

O livro pode ser adquirido no site da editora: <http://www.autografia.com.br/>



Guia do Barista lança edição atualizada

Escrito por Edgard Bressani, cafeólogo pelo Coffee Consulate de Mannheim, Alemanha e atual sócio da Capricornio Coffees e do Bravo Café, o *Guia do Barista: da origem do café ao espresso perfeito* traz um conteúdo amplo e muito bem explicado de todas as etapas do grão de café, da colheita até chegar ao barista.

Publicado pela Café Editora, o livro é direcionado ao novo profissional do café para que possa estar sempre atualizado, acompanhando o crescimento do mercado interno da bebida no país. Nesta edição, uma das novidades é um capítulo exclusivo de torra, apresentando as características dos graus de torra, o resfriamento, as embalagens, as variáveis, os torradores, entre outros tópicos sobre o momento da torra. Além de novas imagens, dados atualizados do mercado e tendências.

O primeiro exemplar do Guia do Barista foi lançado em 2007, com temas referentes à preparação de espresso, trazendo informações sobre a produção da bebida, dicas e a demonstração de drinques à base do fruto.

Mais informações: www.cafeeditora.com.br. Para comprar o seu exemplar on-line, acesse www.cafestore.com.br.



Latte art high-tech

A *latte art*, técnica de desenhar com leite sobre a superfície do café, tem mais um aliado. Isso porque algumas cafeterias ao redor do mundo e agora no Brasil elevaram a decoração no tradicional *capuccino* a outro patamar: fotos impressas sobre a superfície do leite.

Um dos espaços que aderiu à nova moda é a cafeteria Sterna, localizada na Vila Mariana, em São Paulo. Uma impressora especial "estampa" a bebida em menos de 30 segundos. Basta encaminhar a foto selecionada por e-mail, *WhatsApp* ou *bluetooth* na hora do pedido e pronto! A impressão é feita com tinta comestível, o que não compromete nem o sabor e nem a qualidade da bebida.



SÓ EXISTE UM

Café
CAMPEÃO®