



43

**VAI UM
CAFEZINHO
CONHEÇA A
CADEIA DO
CAFÉ**



café é uma das bebidas mais populares do mundo, mas sua história e origem datam de séculos atrás. Acredita-se que a planta de café tenha sido descoberta na Etiópia, por volta do século IX. No século XVII, o café chegou à Europa e, posteriormente, ao continente americano, tornando-se rapidamente uma das bebidas mais consumidas em todo o mundo. Em meados do século XVIII, a bebida foi trazida para o Brasil, por meio de oficiais

portugueses recém-chegados da Guiana Francesa. As primeiras plantações foram estabelecidas no estado do Pará, no norte do Brasil e, posteriormente, se expandiram para outras regiões, como o Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais. O clima e o solo fértil da região Sudeste se mostraram ideais para o cultivo da planta, **contribuindo para o rápido crescimento da cafeicultura no país**, que se tornou o maior produtor e exportador do mundo.

O café tem uma variedade de usos e finalidades que ultrapassam o selo de bebida popular. Além das diferentes formas de consumir o café no dia a dia como bebida – coado, expresso, solúvel e outros – ele também pode ser utilizado como ingredientes em diversas receitas, como bolos, sobremesas e produtos embalados. Além disso, o café é encontrado na indústria de cosméticos, devido às suas propriedades antioxidantes e estimulantes. Ele pode, ainda, contribuir para a geração de energia, por meio da produção de biogás através de resíduos produtivos, como cascas e borra; ou virar fertilizante para fornecer nutrientes ao solo. Além disso, pesquisas recentes demonstraram ser **possível transformar o óleo essencial da borra de café em biodiesel**.

A cafeicultura é constituída por diversos segmentos que desempenham papéis específicos na geração de insumos, produção, processamento, distribuição e consumo do produto. Inicia-se antes mesmo da produção, com os fornecedores de insumos para a produção agrícola. Assim, os produtores podem cultivar e colher os grãos, repassando a produção para os intermediários, responsáveis pela comercialização e transporte até a indústria. O elo industrial pode ser dividido em indústrias de torrefação e moagem **(a), indústrias de café solúvel (b) e indústrias de cápsulas (c), no período mais recente**. Ainda existem as indústrias que utilizam o café como matéria prima para suplementação, como o café verde. Os distribuidores, por sua vez, encarregam-se da logística de distribuição, levando o café aos pontos de venda, tanto para o mercado externo quanto interno. Por fim, temos os consu-

midores finais, que desfrutam da bebida em diferentes regiões do mundo.

Outro aspecto importante da cafeicultura brasileira é o sistema de cooperativas. Esse modelo de aglutinação de produtores desempenha um papel significativo na cadeia, especialmente em regiões onde a produção é dominada por pequenos agricultores. As cooperativas proporcionam o compartilhamento de recursos e conhecimentos, reduzindo custos e aumentando a eficiência, além de oferecer serviços como assistência técnica, acesso a crédito e capacitação. **Nesse segmento, o destaque brasileiro a nível mundial vai para a Cooxupé**, a maior produtora de café do planeta, que exporta o produto para mais de 40 países, gerando renda e crescimento sustentável para os seus mais de 18 mil cooperados.

Segundo a Conab (Companhia Nacional de Abastecimento), entre as variedades Arábica e Robusta, a produção brasileira gira ao redor de **55,1 milhões de sacas** (60 Kg) beneficiadas, com uma produtividade de 29,4 sacas por hectare e uma área plantada de 1,9 milhões de hectares. Na produção, o destaque fica para a região Sudeste, que representa 86% do total produzido, com Minas Gerais e Espírito Santo como principais representantes. Entre os fatores competitivos do Brasil no cultivo do café, estão: 1) o clima favorável e a geografia diversificada, possibilitando a produção de uma ampla variedade de cafés com qualidade; 2) a eficiência e a inovação, com a adoção de tecnologias avançadas em diversas etapas da produção; 3) os sistemas de certificação e rastreabilidade, que garantem a qualidade e a procedência dos cafés brasileiros, agregando valor e sustentabilidade ao produto; 4) a amplitude de mercados internacionais (são mais de 120), posicionando o produto de origem brasileira no exterior; e 5) a força do modelo associativista e cooperativista como fator determinante para o sucesso da produção. Atualmente, **o Brasil é o maior exportador global de café com 30% do mercado global** (40,9 milhões de sacas).

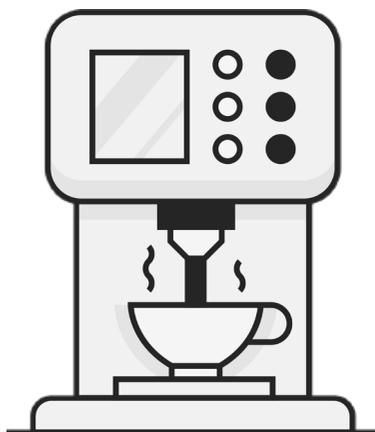
Olhando para o futuro da cafeicultura brasileira, algumas tendências podem guiar o setor. A adoção de práticas de agricultura regenerativa e o uso eficiente dos recursos naturais é forte tendência e deve favorecer o Brasil no mercado internacional. Outro ponto importante será o uso de tecnologias avançadas, como **inteligência artificial, utilização de drones, sensores e análise de dados para otimizar a produção e reduzir os custos**. Além de novos equipamentos e tecnologias, a rastreabilidade e identidade de origem continuarão sendo diferenciais para o setor. E, por fim, a expansão do sistema cooperativista pode direcionar para um futuro mais rentável e sustentável, desde que escalonado para nível nacional com qualidade e eficiência.

É impressionante a expansão de cafeterias na China e outros países asiáticos, mostrando um futuro promissor no consumo.

A cafeicultura é um grande orgulho para o Brasil. Desde sua importância no desenvolvimento das diferentes regiões no passado, ao papel social de integração de pequenos e médios produtores no período recente. Há muitos outros destaques que podem ser abordados e conhecidos nessa cadeia. Recomendamos que pesquisem e conheçam. **Mas, que tal se antes você fizer uma pausa para um cafezinho.**

Recomendamos que visite os seguintes sites para mais informações:

- www.abic.com.br • www.ico.org • www.brazilcoffeenation.com.br
- www.cooxupe.com.br • www.cecafe.com.br • www.cncafe.com.br
- www.abics.com.br



QUESTÕES PARA DEBATE

- 1)** Quais ações podem ser realizadas para fortalecer a comunicação dos produtos do café para o consumidor? Quais oportunidades podem ser exploradas no ambiente do marketing de alimentos (embalagem, story telling e outros)?
- 2)** O Brasil é o maior exportador global de café (grãos). Ainda assim, outros países, (a exemplo da Colômbia) acabam por ter maior reconhecimento quanto a qualidade do produto. Como fortalecer a imagem do café brasileiro no exterior?
- 3)** Quais os problemas/desafios que ainda existem na cafeicultura e o que poderia ser feito para solucioná-los?

