

MARKETING DOS CAFÉS DO BRASIL

CARLOS HENRIQUE JORGE BRANDO¹

Nosso tema é o Programa de Marketing Cafés do Brasil. Ao falarmos sobre este tema sempre há a tentação de dizer que só agora o Brasil fará marketing. Todavia dizer isto é uma grande injustiça. Uma grande injustiça com os nossos exportadores, com os nossos industriais de solúvel, com os nossos torradore e também com os nossos produtores. É injusto com os nossos exportadores, que tem uma participação tão expressiva no mercado mundial graças ao trabalho de marketing contínuo que fazem no dia a dia de suas operações, recebendo visitas, viajando para visitar clientes, participando de feiras e exposições, promovendo eventos. É injusto com nossos industriais de solúvel, que a exemplo dos exportadores de café verde controlam expressiva fatia do mercado mundial, também graças a um trabalho silencioso e contínuo de marketing. É injusto com os nossos torradore que habilmente e graças a um brilhante esforço de marketing conseguiram fazer com que o consumo doméstico de café passasse de 8 para 13 milhões de sacos em menos de 10 anos, transformando o Brasil no 2º maior consumidor do mundo. Finalmente é injusto com os nossos produtores que também promovem os seus cafés, participam em feiras e recebem visitas das mais variadas origens e que recentemente foram mesmo até a China promover os Cafés do Brasil. Este próprio evento em que aqui estamos pode ser entendido como uma atividade de marketing dos Cafés Brasil.

Na realidade o Brasil sempre fez e faz um marketing silencioso de seus cafés. O Programa de Marketing Cafés do Brasil visa a coordenar as atividades de marketing dos diversos setores e empresas e complementar as atividades da iniciativa privada e das entidades de classe. Portanto o que estamos agora iniciando é um período em que se praticará um marketing de maior visibilidade. Não estamos começando, pretendemos continuar, apoiar,

¹ P&A Marketing. R. Ana Leite Vieira. Espírito Santo do Pinhal, SP, CEP: 13990-000. Fone: (19) 651-3233.
E-mail: pea.marketing@tantac.com.br

complementar, coordenar, direcionar as atividades de marketing dos Cafés do Brasil. Sim, há algo novo no horizonte, que vem porém se somar ao que já se faz.

Em café o Brasil é um país com muitos sabores. O agronegócio Cafés do Brasil envolve muitos setores e é um negócio complexo mas muito bem estruturado. O Programa de Marketing Cafés do Brasil vem responder aos anseios e necessidades de marketing de todos os setores, principalmente dos 4 setores principais: a produção, a indústria de torrado e moído e solúvel e o comércio ou exportação. Atende ainda ao governo que é um participante importante no agronegócio café. Indiretamente atende aos fornecedores de insumos e serviços.

Nosso plano de marketing tem várias linhas estratégicas. Por exemplo, ocupar maiores espaços no café verde em áreas estratégicas, usar o café solúvel como ponta de lança em mercados novos e consolidar os antigos, utilizar os cafés especiais para criar uma imagem de qualidade dos Cafés do Brasil, continuar a expansão do mercado interno, etc.

Nesta ocasião eu quero falar de oportunidades, quero falar do reposicionamento dos Cafés do Brasil, que oferecem um leque de oportunidades para nós e para nossos clientes e parceiros. É evidente que o país aumenta sua produção e esperamos que aumentem também as oportunidades. Nosso país é único entre os fornecedores por sua diversidade de climas, diferentes variedades de café plantadas e nossa tecnologia, que permite processar o café de diferentes maneiras. O resultado desta diversidade é a nossa multiplicidade de sabores.

O Brasil oferece café arábica e robusta processados pelos sistemas natural, cereja descascado e lavado. Oferecemos ligas e origens individuais, cafés comerciais e cafés especiais. Em realidade temos um café para cada situação, um café para cada necessidade e é por esta razão que o “S” está vermelho no novo logotipo. Esta é a nova face dos Cafés do Brasil. Com o “S” em vermelho nós queremos marcar a multiplicidade de sabores, os sabores dos Cafés do Brasil.

Nós queremos explorar juntos as oportunidades, este leque de oportunidades, e para tanto há vários estudos em andamento e várias estratégias sendo consideradas. Por hora enquanto as estratégias estão sendo desenvolvidas estamos realizando um trabalho de base com o objetivo de definir e caracterizar as qualidades dos Cafés do Brasil, identificar e caracterizar as regiões produtoras e fazer uma associação entre os tipos

de café e as regiões. Finalmente, estamos trabalhando para conscientizar o produtor das necessidades do mercado, conscientizá-los para as qualidades que o mercado requer.

Eu convido-os agora a fazer uma viagem pois nem todos que aqui estão conhecem todas as regiões produtoras. É difícil visitar todas as regiões e nem sempre é possível ver todos os processos em operação. Vamos mostrar a vocês o que se faz no Brasil hoje para produzir cafés de qualidade, para fazer chegar a qualidade ao consumidor e vocês são nossos parceiros nesse processo.

Estamos aumentando a produção, não há dúvida, mas também estamos melhorando, e MUITO, a qualidade e há mercados que demandam os Cafés do Brasil.

Nosso país é um território imenso com café plantado em muitas áreas, muitas latitudes (desde 5 até 25 graus de latitude Sul entre o Equador e o Trópico de Capricórnio) e muitas altitudes (desde 400 até 2000m). Plantamos café em climas diferentes. As áreas mais altas são ocupadas pelo café arábica, que representa 80% de nossa produção. As áreas mais baixas, mais quentes e úmidas, são ocupadas pelo café robusta, que representa 20% de nossa produção. Plantamos variedades diferentes que oferecem sabores diferentes, por exemplo o Bourbon, hoje muito requisitado no mercado de café especiais, ao qual eu agora adiciono o Icatu 3282 que tem características bastante semelhantes ao Bourbon.

Estamos diante de um novo paradigma no melhoramento genético. Antes o melhoramento genético era orientado para a produtividade, arquitetura da árvore (facilidade de colheita) e resistência a pragas e doenças. Hoje a esses fatores adicionamos também a seleção para melhorar a qualidade na xícara. Também no robusta ou conillon o melhoramento genético hoje é feito visando a melhorias no aspecto, na torra e no tamanho. O Brasil tem os maiores e melhores institutos de pesquisa genética de café no mundo; tem e sempre teve. O Instituto Agrônomo de Campinas é a mais antiga instituição de pesquisa de café no mundo, hoje com mais de 100 anos. Mais da metade do café plantado no mundo hoje vem de variedades criadas no Brasil.

Hoje utilizamos três sistemas de processo: o natural (ou via seca), o cereja descascado (também conhecido como semi-seco ou semi-lavado) e o sistema lavado ou despulpado. Hoje se pode escolher qual sistema usar dependendo do mercado e do cliente.

Nós não estamos presos a um único processo como a maioria de nossos concorrentes, produtores de café lavado, estão, forçados que são a usar este sistema em virtude do clima. Nós sabemos que o processo usado afeta a bebida e nosso produtor pode assim adaptar o café ao cliente e ao mercado. Quem mais pode fazer isto ? Esta é a visão moderna de marketing: é o cliente quem decide.

A maioria dos Cafés do Brasil é processados pelo sistema natural. Os naturais, os cafés naturais são realmente amigos do meio ambiente, pois em seu processo não se consome água e portanto não se contamina água.

Nós queremos produzir naturais cada vez com mais qualidade. Por isso separamos os bóias, parcialmente secos, dos cerejas, mais úmidos, e secamos os bóia e cereja separados para obter melhor uniformidade de seca (umidade final uniforme), produto mais consistente e aparência e torra melhores. Sabemos que o bóia, mais seco, seca mais depressa e o cereja, mais úmido, seca mais devagar. Portanto os dois tem que ser secados separadamente.

Como os cafés naturais secam em contato com a casca, com a polpa que é rica em açúcares, nossos cafés naturais são adocicados. São cafés naturalmente doces. Olhem que apelo forte de marketing: cafés naturalmente adocicados!

O segundo processo mais usado no Brasil é o processo cereja descascado também conhecido como CD. A produção de café cereja descascado cresce ano a ano e já ultrapassou a barreira de 1 milhão de sacas. Estimamos que neste ano 2000 a produção excederá 1,5 milhões de sacas.

O processo cereja descascado foi criado no Brasil para melhorar a qualidade do café. O processo se inicia, como no sistema natural, com a separação de bóias e cerejas. Como entre as cerejas freqüentemente há verdes, há necessidade de uma segunda separação, a separação dos verdes, que é feita simultaneamente com o despulpamento. A separação de verdes melhora a qualidade na xícara porque elimina o sabor negativo típico dos grãos verdes. Somente cerejas maduras são despulpadas pois as cerejas maduras são aquelas que estão no pico da qualidade. Como o pergaminho seco com a mucilagem, que não é removida, o cereja descascado adquire então sabor adocicado porque a mucilagem, a exemplo da polpa, também é rica em açúcares. Portanto o café cereja descascado também é naturalmente adocicado. Eis ai outro grande apelo de marketing.

Tanto o café cereja descascado quanto o café natural são naturalmente doces. Trata-se de uma característica ímpar dos Cafés do Brasil.

O cereja descascado é um exemplo de tecnologia a serviço da qualidade, é tecnologia brasileira a serviço da qualidade. Ao contrário do que muitos pensam, tecnologia e qualidade são complementares. A tecnologia ajuda a produzir cafés de melhor qualidade.

O Brasil também produz, em menores volumes, cafés despulpados. Em alguns anos esta produção de despulpados pode chegar a algumas centenas de milhares de sacos e há regiões que são conhecidas por seus cafés lavados.

O Brasil produz despulpado com tecnologia limpa, amiga do meio ambiente, com baixo consumo de água, recirculação da pouca água que é usada e descarte ecologicamente seguro dos resíduos, ao contrário de muitos concorrentes, hoje às voltas com a poluição causada por seus benefícios úmidos e onde freqüentemente benefícios úmidos são fechados pelas autoridades ambientais. Não há casos de rios contaminados por benefício de café no Brasil apesar de nosso volume de cafés despulpados superar aquele de muitos países.

O Brasil produz café natural, café cereja descascado e café despulpado com tecnologia limpa, ecologicamente correta e amiga do meio ambiente.

Somente o cafeicultor brasileiro tem o privilégio de escolher o sistema de benefício para fazer a qualidade que o cliente quer. O Brasil é realmente único pois pode adaptar o seu produto às necessidades do mercado e esta adaptação pode ser feita após o fruto estar pronto para a colheita na árvore, após a colheita e antes de se iniciar o benefício. Em parceria com nossos importadores, podemos oferecer a bebida que o cliente quer, pois temos uma vasta gama de produtos que são fruto de diferentes latitudes, altitudes, climas, solos, variedades e processos.

Continuamos nossa viagem por quase todas as quatorze regiões ora identificadas, localizadas em seis estados produtores. Este foi um primeiro esforço para identificar as regiões, caracterizar seus cafés e definir suas vocações.

Começaremos com Minas Gerais, o maior estado produtor, que responde por 50% do café produzido no Brasil. O Estado está dividido em 4 regiões: Sul de Minas, Cerrado, Matas de Minas e Chapada de Minas.

O Sul de Minas é uma região tradicional de arábica plantado em

montanha. São pequenas fazendas com média de 10ha, sendo 70% das fazendas menores que 5ha. Mas há grandes fazendas também. Os naturais predominam aqui, como nas demais regiões, porém com boa participação de CD e despulpados. São cafés conhecidos pela doçura e corpo pronunciados.

O Cerrado de Minas Gerais tem platôs elevados, com estações bem definidas que criam a possibilidade de uma maturação muito uniforme. São grandes fazendas com mecanização intensa e irrigação na parte oeste. Os naturais do Cerrado são ingredientes básicos para espressos de qualidade e há interesse crescente pelo cereja descascado em algumas áreas.

As duas outras regiões de Minas Gerais são Matas de Minas, que é uma região grande, no leste do Estado, maior que o Cerrado, e a Chapada de Minas, que é uma região pequena composta por manchas de produção no norte do Estado.

A produção na região das Matas de Minas cresce muito. Trata-se de uma das regiões mais íngremes da cafeicultura brasileira e que tem também as maiores variações de altitude. São pequenas propriedades que usam mão-de-obra intensivamente. É nessa região que se produz o exclusivo sabor Rio, principalmente nas áreas baixas. O café Rio tem mercado cativo nos países mediterrâneos. Os arábicas de qualidade são os naturais de altitude ou o cereja descascado, que vem substituindo os despulpados, muito comuns antes.

A região da Chapada de Minas tem topografia diferente, com platôs elevados e desfiladeiros profundos. É uma das regiões mais pobres do Brasil e onde o café tem profundo impacto econômico. Os naturais predominam mas os melhores cafés são lavados, com tendência a se produzir o cereja-descascado.

O estado de São Paulo é o terceiro maior produtor do país, depois de Minas Gerais e Espírito Santo. São Paulo está dividido em uma região tradicional, muito conhecida, a Mogiana, e o Centro-oeste do estado.

A região Mogiana é muito parecida com o Sul de Minas, da qual é dividida apenas por uma linha de divisa estadual artificialmente criada. O sul da Mogiana é mais montanhoso e usa mão-de-obra mais intensivamente. O norte é mais plano e mais mecanizado. Os cafés da Mogiana são semelhantes aos cafés do Sul de Minas. A Mogiana produz principalmente naturais e cereja descascado, os quais se sobressaem por sua doçura natural.

O Centro-oeste do estado de São Paulo tem topografia ondulada e

fazendas médias a grandes. A região ainda está buscando a definição de sub-regiões. Garça, por exemplo, já criou um selo de origem e Pirajú tem núcleos de produção de cereja descascado. Os cafés do Centro-oeste de São Paulo são componentes básicos de muitos “blends” comerciais conhecidos e se caracterizam por um sabor duradouro.

O Espírito Santo é o segundo estado maior produtor do Brasil. No sul do estado planta-se arábica, nas regiões mais altas conhecidas como Montanhas do Espírito Santo. O norte do estado é ocupado por robusta, em regiões mais baixas e próxima ao litoral. É uma área onde a produção cresce muito.

No sul do estado do Espírito Santo, onde se planta arábica, predominam as pequenas propriedades. É uma região explorada pelo turismo graças a suas montanhas verdejantes e às paisagens atraentes. O café é fonte importante de renda nesta região. Os arábicas são naturais e cereja descascado. Há também cafés Rio por que esta região é contígua às Matas de Minas.

No norte do estado planta-se o café Conilon Capixaba nas áreas planas próximas à costa. Quarenta por cento da área de robusta é irrigada e esta é a maior região de conilon do país. Os cafés são processados quase que totalmente pelo sistema natural embora haja hoje interesse pelo cereja descascado.

O estado do Paraná está dividido em duas áreas: Terra Roxa e Iguaçu, onde a cafeicultura vem se desenvolvendo com um novo modelo tecnológico baseado em alta densidade de plantio, variedades especialmente adaptadas e pequenas propriedades (menores que 8 hectares). O processo cereja descascado é parte do pacote tecnológico, mas os naturais ainda predominam. As regiões Terra Roxa e Iguaçu produzem cafés diferentes, com preocupação em viabilizar economicamente uma cafeicultura de qualidade em áreas expostas a geadas periódicas.

O estado da Bahia está dividido em três regiões: o Planalto da Bahia (sua região central), o Cerrado da Bahia (oeste do estado) e o sul da Bahia (Atlântico), contíguo ao estado do Espírito Santo, onde se planta café robusta da variedade conilon, ao contrário das duas outras regiões que plantam arábica. O Planalto da Bahia tem clima tropical, baixa densidade de plantio, prática colheita seletiva e seus lavados são conhecidos internacionalmente. Já o Cerrado da Bahia é a fronteira mais recente da cafeicultura brasileira. Alí se usa alta tecnologia com irrigação por pivô central, mecanização do

cultivo e da colheita, obtendo-se alta produtividade. O processamento é basicamente pelo sistema natural, inclusive por que a região ainda carece de infra-estrutura.

As outras regiões produtoras de café no Brasil são: Rondônia, a mais importante destas outras regiões, onde se produz café conilon, e manchas de produção nos estados de Pernambuco, Ceará e Rio de Janeiro, que já foi tradicional produtor. Hoje cresce o plantio de café no estado de Mato Grosso.

Maiores detalhes sobre as regiões e a descrição de seus cafés bem como outras informações podem ser encontrados no folheto Cafés do Brasil que tem uma lâmina para cada região.

Repetimos: os Cafés do Brasil oferecem vantagens únicas: muitas variedades, diversidade de processo e muitos sabores pois temos muitas regiões, climas diversos e eco-sistemas diferentes. Em realidade temos um café para cada situação, para cada necessidade.

Para fazer os cafés e as qualidades chegarem ao cliente temos um setor exportador dinâmico que é o elo entre o interior do Brasil e o importador. São mais de 200 empresas privadas, conhecidas por sua confiabilidade e pela execução satisfatória de contratos, que tem à sua disposição uma infra-estrutura fantástica de benefício e comercialização.

Temos infra-estrutura de primeiro mundo que permite uma logística eficiente. São estradas excelentes, ferrovias em processo de modernização, portos ganhando eficiência, telecomunicações eficientes e centros de preparo e estufagem de containers no interior. Os portos brasileiros podem exportar grandes volumes mensalmente; com a privatização estes portos estão ganhando maior capacidade e maior eficiência o que dá ao Brasil uma vantagem competitiva única de poder entregar café com extrema rapidez.

Além da logística existe um controle de qualidade sofisticado, conduzido pelos exportadores, baseado na inspeção física do grão e, mais importante, na prova de café para verificar a qualidade na xícara. O exportador brasileiro conhece os blends que o mercado quer e as necessidades e as qualidades preferidas pelos clientes.

O Brasil é único pois produz todos os tipos de café em quantidade e com a qualidade que o cliente necessita e nossa produção de café é sustentável. Sim, produzir café no Brasil não afeta o meio ambiente, gera riqueza, distribui renda e cria empregos. O agronegócio Cafés do Brasil é totalmente sustentável pelos critérios social, econômico, ecológico, político,

espacial e cultural.

Concluimos repetindo uma vez mais: um país muitos sabores, que é o conceito básico de nossas estratégias de marketing. Nossa variedade de sabores e de produtos é representada pelo “S” em vermelho na nova logomarca dos Cafés do Brasil. O manual da nova logomarca estará disponível em breve e será distribuído aos usuários da marca. O principal usuário são os exportadores que colocam esta marca em 18 a 20 milhões de sacos a cada ano. Logo os clientes no exterior receberão os sacos de Cafés do Brasil com a nova marca. Esta mudança pode parecer cosmética mas marca o início de nova fase. O Brasil passa a promover mais agressivamente seus cafés, os Cafés do Brasil.