



Uma iniciativa **syngenta**

NEWSLETTER Nº 13 | OUTUBRO DE 2010

WWW.NUCOFFEE.COM.BR

MUNDO NUCOFFEE RASTREABILIDADE

O futuro de toda a cadeia

Em uma sociedade cada vez mais globalizada, a rastreabilidade garante a segurança alimentar e o cumprimento de normas internacionais necessários ao comércio entre várias nações. Mais que isso, atende à demanda do consumidor por um conhecimento que vai além de um nome na embalagem. E o consumidor, hoje, é quem dita as tendências do mercado.

Dados que antes não tinham vida, que somente apontavam processos de produção, evoluíram para histórias de pessoas e lugares individualizados. Com isso, obtêm-se transparência e aproximação nas relações comerciais. Os mesmos dados, que são nada mais que informações descritivas minuciosas, permitem o controle total da gestão do negócio, que resultam em mais qualidade no produto final.



FOTO DIVULGAÇÃO

NUCOFFEE leva a sério a importância da rastreabilidade produtiva e, mais que isso, da conexão que ela viabiliza entre as pontas da cadeia. Para isso, softwares como o Webmap disponibilizam aos torrefadores de todo o mundo a rastreabilidade completa das unidades produtivas dos parceiros, com georreferenciamento e mapeamento da fazenda, informações de campo e, ainda, a história e perfil do produtor. A contrapartida para o produtor, e o que completa o processo de transparência e conexão entre as pontas da cadeia, é o comprovante de destino, que o informa para onde foi comercializado seu café e para qual torrefação.

Os torrefadores ganham e os produtores também. “Quando vê o cuidado do produtor, a sustentabilidade ambiental e social aplicadas e vê ainda que ele tem uma horta comunitária, uma biblioteca social ou um consultório médico para os funcionários, o torrefador passa a enxergar de forma diferente esse produto”, explica Daniel Friedlander, gerente de marketing NUCOFFEE.

O acesso à informação dá credibilidade aos produtores, que ganham a fidelidade do comprador: “Ele ficará de olho na próxima safra do produtor que tem um café que ele já conhece”, completa Friedlander. O recado que os produtores recebem é que vale a pena investir em boas práticas e em qualidade porque o comprador paga mais por isso. “Aquilo que gera uma boa repercussão, deixa de ser uma iniciativa isolada e torna-se um padrão a ser seguido. Essa, na verdade, é uma forma sustentável de incentivar as boas práticas”, diz ele. A rastreabilidade está, por fim, tornando os produtores mais competitivos no mercado.

Rogério Vargas, gerente de marketing café da Syngenta, garante que esse é o futuro do mercado de qualidade: “Não estamos pedindo para o produtor fazer um investimento que não sabemos se vai lhe trazer retorno. Nós temos certeza desse retorno. O cliente está disposto a pagar bem por aquilo que ele valoriza e quer”.

PRECISÃO NO PROCESSO

Para cumprir as exigências do Webmap, o produtor tem que se organizar e, ao colocar no papel exatamente aquilo que fez, ele consegue avaliar a própria gestão. Mas os produtores brasileiros têm um perfil conservador, conforme explica Vargas: “Se ele ainda não faz parte do mundo da qualidade, ele acha que é muito trabalho cumprir as orientações indicadas porque é algo a mais para fazer todos os dias. Então ele se pergunta se vale a pena. É só com o retorno da valorização do café que ele entende que vale e se sente estimulado”.

O produtor Aloísio Antonio Cardoso da Silva, da Fazenda Água Santa, localizada em Candeias, Sul de Minas, há 20 anos cultiva café e há dois é parceiro NUCOFFEE. Ele entrou para o programa porque buscava qualidade e reconhece os benefícios que resultaram da política de rastreabilidade: “Eu passei a achar melhor o programa conforme fui conhecendo. Entendi que o torrefador podia se interessar mais pelo meu café sabendo o que a gente faz todo dia na fazenda. E nós mesmos passamos a ter mais ciência de todos os processos. Hoje, quando temos necessidade, pesquisamos nos relatórios para buscar dados e informações”.

Para ele, a consequência direta da boa gestão, além da qualidade almejada, é um lucro maior. “Com essa organização, eu tenho menos perda e, com o café melhor, mais rendimento.”

FUTURO DE QUALIDADE E RESULTADO

O engenheiro agrônomo Tom Araújo é coordenador NUCOFFEE e também produtor na região de Campos Gerais, no Sul de Minas. Sua propriedade ganhou em qualidade com as diretrizes do programa, mas ele chama a atenção para a importância da boa gestão. “A maioria dos produtores brasileiros não tem o valor exato de quanto está custando produzir o seu café. Então os dados compilados para a rastreabilidade permitem a eles estimar melhor esse custo e assim gerenciar melhor a fazenda”, diz Araújo.

Ele também reconhece a dificuldade dos produtores iniciarem o processo de coleta de informações de rastreabilidade, mas afirma que os resultados vêm a médio e longo prazo, quando o produtor equilibra seus custos e eleva seu patamar a um mercado diferenciado. Silva teve que persistir para que seus funcionários entendessem os benefícios da rastreabilidade e efetivassem-na no dia a dia da propriedade: “Mas com o retorno positivo, eles têm demonstrado mais compreensão”, diz o produtor.

Vargas enxerga nesse processo a evolução do mercado de café nacional: “O produtor sabe para quem está vendendo e o torrefador, de quem ele comprou. Esse é o mundo da diferenciação, onde os produtos têm um valor agregado. É outro mercado e NUCOFFEE quer ser um agente de mudança nessa ‘descommoditização’ do cafeicultor brasileiro”.

CAFÉ E CULTURA

COMO ESCOLHER SEU CAFÉ

Fique atento às informações de origem, variedade e notas características



FOTO: CIA DE FOTO/CAFÉ EDITORA

O primeiro passo é partir do pressuposto de que nenhum café é igual. Existem diferentes regiões que produzem diferentes cafés no Brasil e no mundo. Cada variedade, fazenda e beneficiamento apresentam uma característica natural e sofre interferências humanas que conferem à bebida sabor, aroma, corpo e acidez ímpares. Mas cada pessoa tem um gosto, um paladar e uma forma de apreciá-lo.

Para saber de qual você mais gosta, primeiro, é preciso provar diversos cafés de qualidade, de várias regiões, para apurar o paladar. No varejo, encontram-se diferentes tipos de grão, que registram na embalagem a variedade (arábica ou robusta), a região de cultivo, o nome da fazenda,

se é um blend ou single origin e as características – por exemplo: aroma adocicado, encorpado, sabor frutado, acidez delicada e sabor residual prolongado. O detalhamento das nuances da bebida ainda não é completo para o consumidor, mas já é possível buscar marcas que se preocupam em esclarecer o cliente.

O café 100% arábica é o mais fino nessa escala de qualidade. Produz uma bebida complexa, mais leve, aromática, doce e ligeiramente ácida. Cultivado em altitudes elevadas, por ser mais sensível ao calor, é menos encorpado e tem menos amargor, se comparado à espécie robusta.

Outra dica importante é reparar se o café vem torrado e moído, em grãos ou em sachê. A embalagem de café moído deve identificar o nível de moagem ou o método de preparo para o qual é mais adequado: se é para espresso (de média a grossa); french press ou italiana (grossa); ou coador (fina). A não adequação pode fazer com que o degustador não sinta todas as qualidades de um café gourmet.

Independentemente da escolha, moído ou em grãos, prefira sempre embalagens pequenas, de 250 a 500 gramas. Embalagens menores evitam a oxidação do café após aberto, o que compromete sua qualidade.

A data de fabricação é outro indicador importante. Ao contrário do que possa parecer, ela não indica a data de envasamento (ou fabricação) do café, mas o dia em que os grãos foram torrados. Quanto mais novo, a bebida terá um melhor resultado.

Quanto ao tipo da embalagem, prefira a vácuo ou com atmosfera inertizada, que traz uma válvula desgaseificadora. Essas dão ao café uma vida útil de média a longa, pois evitam o contato com a luz e o ar e a perda dos aromas.

Feita a escolha do seu café de qualidade, é só prepará-lo com cuidado e sentir primeiro o aroma, depois a acidez, o sabor, o corpo e, por fim, se o sabor residual agradou. É possível fazer esse exercício a cada café degustado, para notar as diferenças e chegar a um ou a vários produtos que agradem ao seu paladar.

CAFÉ NO MUNDO

CAFÉ E SUSTENTABILIDADE

O conceito evoluiu e atingiu um novo nível de responsabilidade econômica, social e ambiental

A comissão de Bruntland, que se reuniu na Noruega em 1987, definiu, muito subjetivamente, que a sustentabilidade é: aquela que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das próximas gerações em satisfazer as suas.

Desde então, entre 1987 e os anos 2000, inicia-se um processo de mensuração de impactos para testar os diferentes critérios que formariam os pontos de controle ou exigências dos selos atuais de certificação. A tentativa era de ser mais objetivo no trato com a agricultura, já que esta nada mais é do que a arte de produzir alimentos sem provocar danos irreversíveis ao meio ambiente.

No início, a conscientização do consumidor foi despertada mais fortemente por meio do respeito aos pilares sociais e ambientais alicerçados em um marketing para público ativo (Business to Consumer – B2C).

Mas a garantia de que toda a viabilidade econômica fosse adicionada aos critérios acima, formando então o famoso tripé econômico, social e ambiental – base para qualquer iniciativa moderna de processo sustentável – começa somente nos anos 2000. Nesta época, os supermercadistas (através da criação do sistema de gestão de boas práticas agrícolas e de higiene – GAP) colaboraram, e muito, com ferramentas de gestão para os códigos modernos.

Ao mesmo tempo, a indústria resolve incluir elementos da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e do sistema de auditoria SA 8000 na parte social, juntamente com sistemas de rastreabilidade, além da necessidade de inspeções executadas por terceiros, treinados e sem conflitos de interesse. É o caso de NUCOFFEE, que, ligada nessa tendência, investe em tecnologia e gestão de qualidade em todas as etapas produtivas do café, no estímulo das boas práticas agrícolas.

Para viabilizar esse upgrade na cafeicultura nacional, a plataforma desenvolveu programas de aperfeiçoamento como o Protocolo NUCOFFEE, que traz orientação aos produtores parceiros quanto às normas de sustentabilidade ambiental e social exigidas internacionalmente para viabilizar a comercialização do café a torrefadores de outros países. Os produtores valorizam o formato do programa e reconhecem o destaque que ganham no mercado internacional ao atender às boas práticas.



ILUSTRAÇÃO WEBERSON SANTIAGO/CAFÉ EDITORA

O produtor de café, após ser alvo de um bombardeio de novas informações relativas à certificação de sua propriedade e lutar para entender os princípios de premiação e uso dos selos, começa a perceber que mostrar como e onde foi produzido seu produto é mais importante num relacionamento comercial longo do que a questão dos prêmios pagos para alavancar os sistemas neste início. E hoje, para atender a crescente demanda por café responsável, todos os agentes da cadeia participam dos sistemas.

RECONHECIMENTO

ENTREVISTA COM MICHAEL PHILLIPS

O barista campeão mundial não se considera o melhor do mundo, apenas um embaixador do café

Formado em Artes Plásticas e Cinema, Mike trabalha com café há apenas quatro anos, na torrefação e cafeteria Intelligentsia Coffee & Tea, que tem sede em Chicago. Conheça outros detalhes sobre o campeão da World Barista Championship (WBC) na entrevista a seguir:

Qual café você escolheu para a competição? Eu usei três cafés da Costa Rica. Eles foram, cada um, processados de maneira diferente. Servi no espresso um café lavado de sabor limpo e brilhante, com acidez marcada por notas de cereja. No cappuccino, um despolpado doce e encorpado. E o último era um café natural, com sabor de frutas silvestres e intensidade picante.

Dizem que você prefere ser chamado de embaixador do café, em vez de barista campeão mundial... O título de campeão implica que eu seja o melhor do mundo e eu não acredito que isso seja verdade. O que eu acho que o título realmente quer dizer é que eu sou o escolhido neste ano para representar os cafés especiais e ajudar a explicar para o mundo por que o nosso trabalho é especial e por que vale a pena nosso esforço. É uma tarefa difícil, mas que estou feliz em aceitar.

Que mensagem você daria aos baristas hoje? Eu gostaria de dizer-lhes que investir em aprendizagem nunca será demais e que o processo nunca para. Muitos pensam que ao aprender a fazer um bom latte art estão preparados o suficiente, quando na realidade este é apenas o começo. Um verdadeiro barista aprende a vida toda e fazer bons desenhos no leite é a sua habilidade menos importante.

E a outros profissionais de café? Eles precisam respeitar o trabalho desenvolvido nas cafeterias. Toda a boa matéria prima, bom processamento e boa torra do mundo podem ser arruinados por uma má preparação da bebida. Se derem aos baristas respeito e treinamento, todos sairão ganhando.

Como foi sua experiência no Brasil em 2009? Fantástica. Estive em muitas fazendas e cafeterias, além de vários bons restaurantes em São Paulo. Gostei muito de aprender sobre o cenário do café no Brasil.



FOTO FERNANDO SCIARRA/CAFÉ EDITORA