



Café, "Cafés" & Cafeterias

Café: planta da família rubiácea, originária da Etiópia, foi utilizada e disseminada mundo afora como bebida pelos povos árabes, daí a razão do nome da principal variedade (*Coffea arábica*) a qual é mais consumida na forma direta. Já a variedade robusta ou conillon (*C. canephora*), com elevado teor de cafeína, é mais utilizada na formação de *blends* e na indústria de solúvel, segmento que utiliza mais de 25 milhões de sacas.

Há exatos 280 anos chegavam ao Brasil as primeiras mudas de café trazidas da Guiana Francesa por Francisco de Mello Palheta. Desde então o precioso grão passou a despertar interesse e deu grande contribuição ao desenvolvimento nacional bancando o início da industrialização e promovendo a interiorização, sobretudo com a construção das ferrovias para viabilizar seu transporte até os principais portos. E por muito tempo foi o item mais importante no comércio externo brasileiro. Com o tempo o país tornou-se o principal produtor mundial, atualmente responde por cerca de 30% do mercado, sendo o segundo maior consumidor superado apenas pelos Estados Unidos. Mas o consumo *per capita* é baixo frente a outros países, sobretudo aqueles de regiões frias.

"Cafés": pontos de encontro de pessoas que existem desde os remotos tempos, como lugares de freqüência seleta onde se discutiam política, economia, temas sociais e amenidades acompanhadas da degustação da bebida. Veneza foi o ponto de irradiação da bebida para o Mundo, quando os mercadores adquiriam o grão da Turquia e chegou à Europa pelos idos de 1600, tornando-se bebida mundialmente cultuada. O termo café também é sinônimo de bar ou restaurante e tem Paris, Viena, Londres e Buenos Aires, como lugares representativos de centenários estabelecimentos que são pontos obrigatórios para os apreciadores da bebida.

Cafeterias: por sua vez podem ser consideradas a versão moderna dos "cafés", e também chamadas de *coffee shops* e *snack bars* e muitas delas atualmente se assemelham às redes de *fast food* pela forma de atendimento e ampla distribuição geográfica. Embora a bebida quente seja o carro chefe, versões geladas e uma plêiade de produtos -bebidas variadas e comidas- são

oferecidas aos consumidores, além da venda de café empacotado (torrado e/ou moído), cafeteiras, louças, Cds/DVDs, etc.

Com a aceleração do processo profissional do *espresso* na Itália a partir da década de 1940 houve uma revitalização das cafeterias que, hoje na sua moderna apresentação, crescem exponencialmente em todo o Mundo. O binômio *espresso*-cafeterias criou a figura do barista, profissional capacitado para preparação e decoração da bebida a ser servida, hoje muito requisitado com o aumento do consumo fora do lar.

O ano de 2006 deve ser lembrado como o marco da inserção oficial do Brasil no rol de países consumidores de cafés finos, embora já existissem há bom tempo cafeterias bem qualificadas por aqui, caso do Café do Ponto, primeira rede do país (hoje de propriedade da multinacional Sara Lee), do Fran's Café e do Rei do Mate, entre outras, e que operam no sistema de franquias.

A inauguração da Starbucks, considerada a *McDonald's* do café, ao final do ano passado em São Paulo e que hoje já conta com quatro lojas localizadas em três *shopping centers*, foi o marco dessa conquista que já vinha se firmando há tempo com o padrão oferecido pelas empresas nacionais.

A propósito as grandes redes de *fast food* também estão se tornando *coffee shops*, casos da própria *McDonald's*, *Dunkin Donuts* e *Burger King*, que são fortes concorrentes da Starbucks, nos Estados Unidos e que têm intenção de expandir para outros países, como o Brasil onde já existem algumas lojas servindo a bebida.

A instalação aqui da Starbucks, que se faz presente em 37 países com mais de 13 mil pontos de atendimento (inclusive na China), foi um desafio. Pois para se adequar aos costumes locais foi modificada até a forma de atendimento, servindo o café quente em xícaras ao invés de copos térmicos (isopor) descartáveis e incluindo o famoso pão de queijo como acompanhamento. Isso é mostra da força e importância do mercado brasileiro que pode se tornar uma vitrine da rede mundial.

Cabe lembrar que o Brasil já se fazia presente nesta empresa como fornecedor de matéria-prima. O café Bourbon, produzido pelo Grupo Ipanema em Minas Gerais, além de servido pronto, é também vendido embalado nessa multinacional estadunidense já há algum tempo.

Outras cadeias internacionais de grande aceitação - embora cobrem preços elevados, por oferecer produtos diferenciados e sofisticados - como Nespresso, Illy e Lavazza, já estão no Brasil. Por sua vez grupos brasileiros estão se firmando no exterior, nas áreas de torrefação e moagem e de cafeterias.

No Brasil, as cafeterias foram surgindo discretamente na esteira dos grãos (café verde) de qualidade superior. Com a desregulamentação do agronegócio café em 1990, leia-se extinção do IBC, teve início a produção de grãos de qualidade superior que deu novo alento ao setor. Essa situação vem se consolidando com várias iniciativas institucionais tanto públicas como privadas, como, por exemplo, a criação da Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA) à semelhança da congênera existente nos Estados Unidos. A Associação Brasileira da Indústria do Café (ABIC) por sua vez instituiu o Concurso Nacional de Qualidade do Café já em sua terceira edição. Também a Câmara Setorial do Café, criada no âmbito da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo, promoveu ao final de 2006 pela quarta vez a Edição dos Melhores Cafés Paulistas. Outros exemplos Brasil afora também visam o mesmo propósito - melhoria da qualidade do café.

Embora tenha passado por um período de ostracismo, levando a economia cafeeira à estagnação, o mercado vive de novo uma fase de euforia por conta de produtos valorizados pela qualidade nos mercados interno e externo, enquanto os embarques de café torrado e moído são ainda pequenos, mas com potencial para crescer.

As inaugurações de cafeterias vêm conquistando novos consumidores, inclusive jovens, por oferecer uma gama de produtos em atrativas (e caras) versões. Renomados restaurantes também oferecem cafés de qualidade para coroar suas faustosas refeições. Alguns até cobrando preços exorbitantes, mas relativamente insignificantes quando comparados com os gastos de alimentação.

É interessante notar que hoje em várias cidades do Mundo, convivem lado a lado os tradicionais "cafés" com as modernas cafeterias, ambos imbuídos em servir de modo mais convidativo a tão apreciada bebida.

Diversas iniciativas têm contribuído para o aumento do consumo interno de café: denominação de origem (*terroir*); orgânicos; *fair trade*, naturais entre outros. Esses tipos de certificação concedem *status* ao produto, atuando como efetivo *marketing* na divulgação da qualidade do grão, inclusive extrapolando suas fronteiras geográficas.

Pode-se esperar um *boom* neste segmento, pois o atavismo do brasileiro é muito forte por tudo que já foi dito, escrito e romanceado nestes quase trezentos anos de convivência diária.

Mesmo com o requinte do café *espresso* nas sofisticadas cafeterias e dos "cafés" dos grandes centros urbanos, não se deve desprezar o tradicional cafezinho dos rincões de Minas Gerais, Paraná ou São Paulo, mesmo aquele servido nos modestos lares e que exala um aroma irresistível, cada vez mais saboroso com a melhoria da qualidade do grão.

"Vamos tomar um cafezinho?" Convite que há muito faz parte do cotidiano de muitos povos e jamais recusado por quem quer que seja - brasileiro, grego ou coreano!

Talvez isso explique o fato de que, após mais de 400 anos depois de sua introdução, o hábito de tomar café sobreviva a todas as transformações tecnológicas, como bebida ícone da globalização, por fazer parte da cultura de todo o planeta Terra.

Palavras-chave: café, "cafés", cafeterias, qualidade.

Sebastião Nogueira Junior
Pesquisador do IEA
senior@iea.sp.gov.br

Liberado para publicação em: 25/06/2007