



Para viabilizar exportação, empresário cria marca voltada para o mercado chinês.

O empresário Marcelo Moscofian, diretor do Santa Monica Café Gourmet, está prestes a embarcar o primeiro lote de café torrado com a marca da empresa para a China. Os cinco contêineres que devem sair do Porto de Santos (SP) rumo a Xangai levam uma carga de 25 toneladas dividida entre o grão torrado e moído, cápsulas para máquina, sachês para coar a bebida na xícara (drip coffee) e pequena parcela de café verde.

“Não conseguimos embarcar a carga porque um chinês registrou a nossa marca”, conta Moscofian. Para viabilizar a exportação, ele explica que precisou criar uma marca específica para o mercado chinês. Apesar do atraso, o empresário diz que, assim que resolver essa pendência, o café será despachado.

As exportações brasileiras à China totalizaram 64,2 bilhões de dólares no ano passado, um aumento de 35 por cento na comparação anual, graças em parte ao fato de Pequim ter aumentado as importações de soja da nação sul-americana em meio a uma guerra comercial com os Estados Unidos.

O café gourmet, do tipo arábica, mais refinado, é produzido no município de Machado, no Sul de Minas, onde ficam as cinco fazendas do grupo, que ocupam 300 hectares. Na China, o produto será vendido com a nova marca para supermercados. Também vai abastecer cafeterias, hotéis, bares e restaurantes por meio de um distribuidor local. A empresa fechou um contrato de fornecimento de cinco anos com o distribuidor chinês. No primeiro ano serão embarcados 70 contêineres. A previsão é aumentar 30 contêineres a cada ano.

A China faz parte de um projeto maior da empresa de exportar café gourmet para cerca de 30 países. O plano de exportação começou a ser traçado em 2017 e prevê a abertura de cafeterias no exterior. “Planejamos ter cafeterias na China em 2020”, diz Moscofian.

Fonte: Estadão