

Coca-Cola entra no mercado de café com a marca Leão

Por Heloisa Magalhães | Do Rio e de Parintins (AM)



Hagen, de novos negócios: pesquisa identificou demanda em café e leite

A Coca-Cola vai vender café. A partir da primeira semana de agosto já estarão disponíveis em supermercados e lojas especializadas no Rio, São Paulo e Curitiba embalagens de café em pó e em grão, do tipo arábica. Ainda não há data definida, mas o produto será distribuído em todo país e haverá, ainda, vendas por meio de redes sociais.

Com a marca Leão, o café será do tipo premium. A proposta é que seja mais um produto da família de bebidas não gaseificadas da companhia. Aquelas para serem consumidas quentes ou frias, como mate e chás, prontos ou em saquinhos. Hoje são cerca de 200 rótulos da antiga Leão Junior, que a multinacional americana comprou em 2007.

No mesmo guarda-chuva de não gaseificados estão os sucos e néctares Del Valle, da empresa adquirida em 2006 pela Coca-Cola em parceria com a engarrafadora mexicana Femsa.

O lançamento oficial do café está programado para 6 de agosto, o primeiro dia de jogos da Olimpíada. A Coca-Cola é um dos patrocinadores do evento desde 1928. Serão instaladas no Parque Olímpico 20 máquinas que moem o café na hora do consumo. Ficarão espalhadas na área de alimentação e no centro de hospitalidade, espaço reservado para receber convidados.

A estratégia para colocar o café no portfólio de produtos começou a ser delineada aqui mesmo, em 2014. A partir de pesquisas para lançamentos, a equipe da área de novos negócios da companhia identificou que havia espaço para café e leite. No fim do ano passado, foi comprada a fabricante mineira de lácteos Verde Campo, processo que ainda está sendo finalizado.

Além do refrigerante

Dados da Coca-Cola no Brasil



■ Início das operações:

1942, no Rio

■ Sistema Coca-Cola Brasil:

formado por dez grupos de fabricantes/engarrafadores, emprega 69 mil funcionários

■ Produtos:

refrigerantes (Coca-Cola, Fanta, Schweppes, entre outros); sucos e néctares (Del Valle), energéticos (Powerade); água engarrafada (Crystal); chás secos e prontos para beber (Leão); e café (Leão)

■ Investimento em 2016:

R\$ 2,9 bilhões

■ Investimento previsto para 2017*:

R\$ 3,2 bilhões

■ Estreia em café

■ Marca: Leão

■ Tipo: arábica, em pó e em grão.

■ Origem do grão: Minas Gerais e Espírito Santo.

■ Lançamento: 6 de agosto, em Rio, São Paulo e Curitiba

■ Preço: R\$ 9,50, a embalagem de 250 gramas em pó; e R\$ 25 a embalagem de 500 gramas em grãos

Fonte: Empresa *Investimento total do Sistema Coca-Cola Brasil

Em paralelo, a multinacional começou o trabalho para identificar tipos de grãos, zonas produtoras e especialistas em torrefação para a oferta de café, informou o vice-presidente de novos

negócios da companhia, Sandor Hagen. As pesquisas mostraram que a marca Leão seria adequada, pois tem alta aceitação do consumidor.

O "blend" do café Leão foi criado a partir de definições de baristas contratados pela Coca-Cola, afirmou o diretor de marketing de novas categorias da multinacional, Renato Fukuhara. Ele, que após tanto pesquisar se tornou um apaixonado por café, disse que a mensagem que a empresa quer passar é a de estimular o consumidor a preparar o seu próprio café, curtindo uma "experiência sensorial por meio de um café de maior qualidade".

O café em pó, com torra escura ou média, em embalagens de 250 gramas, vai custar R\$ 9,50. Já o em grão, com 500 gramas, R\$ 25. Na embalagem, que tem similaridades com a de mate, virá escrito "Exportado do Brasil para brasileiros", uma brincadeira com a ideia, comum no país, de que o café de melhor qualidade vai para o exterior.

Na embalagem há uma válvula especial para expelir gases do próprio café, mas sem deixar que o ar entre, prejudicando a qualidade do produto, disse Fukuhara. A oferta em cápsulas ainda não está no radar da Coca-Cola, embora não seja descartada.

Hoje a empresa vende café no Japão como bebida gelada, onde há a maior demanda por esse tipo de produto no mundo, informou Hagen. Nos Estados Unidos há a versão "pronto para beber", também para consumir gelado, com a marca Illy. O produto foi desenvolvido por uma joint venture entre a italiana illycaffè e The Coca Cola Company.

Múlti busca diversificar seu mix de produtos no Brasil e no mundo, diante da retração nas vendas de refrigerantes

No Brasil, os frutos do café da Coca-Cola são adquiridos de produtores de Minas Gerais e do Espírito Santo. Em sua maioria, são pequenos proprietários já voltados para o plantio de frutos para o preparo de café gourmet. A torrefação fica à cargo da Real Café, do grupo capixaba Tristão.

Por sua vez, produtores do açaí e do guaraná no Amazonas, a maioria em regiões de baixo poder aquisitivo, recebem assistência direta da Coca-Cola. Em 31 de maio, a empresa lançou o programa Olhos da Floresta, voltado para o cultivo do fruto do Guaraná. Em parceria com a ONG Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola (Imaflora), o projeto atua no município de Presidente Figueiredo, distante 107 quilômetros de Manaus.

A produção será combinada com outras culturas. A proposta é que o guaraná do Amazonas seja certificado, com controle ao longo da cadeia, do plantio até o produto final. O objetivo é que, até 2020, 350 famílias estejam envolvidas na produção do fruto do guaraná comprado pela Coca-Cola.

"Temos turismo ecológico, com mais de cem lindas cachoeiras. Temos também mineradora de cassiterita (minério de onde se extrai o estanho), mas faltavam alternativas para desenvolver e criar oportunidades para os produtores. Muitos já estão envolvidos no novo projeto, diz Neilson Cavalcante, prefeito da cidade.

Em Presidente Figueiredo está também a Usina de Balbina. Mas o prefeito lembra que os tempos estão especialmente difíceis, pois os reservatórios estão muito baixos, devido à falta de chuvas, o que reduz os royalties para a cidade, que tem cerca de 28 mil habitantes.

A Coca-Cola Brasil está presente no Amazonas há 30 anos, pois fabrica o xarope do refrigerante em Manaus. Em 2013, lançou o suco de açaí com banana com a marca Del Valle. O açaí vem de árvores nativas e para apoiar o fortalecimento das cadeias produtivas do fruto, com o projeto batizado de Coletivo Floresta, trabalha junto aos extratores do açaí em dez municípios do Amazonas.