

# Cafezinho arretado

Baggio Coffees aposta na região Norte para aumentar a participação de mercado em cafés premium

LÍVIA ANDRADE

**D**epois de conquistar o mercado do Sul e do Sudeste do País, a Baggio Coffees almeja o Estado do Pará para começar a expansão na região Norte. Embora com 123 anos de história, quando se trata de torrefação, a Baggio é uma novata. Sim, a companhia fundada por imigrantes italianos está trabalhando com café industrializado há apenas três anos e meio. Apesar da pequena caminhada, este braço da Baggio já representa 10% do faturamento da empresa, que no ano passado foi de R\$ 5 milhões. Além disso, conquistou mercados exigentes em Estados como São Paulo, Paraná e Santa Catarina. Na capital paulista, por exemplo, os produtos da Baggio são encontrados em pontos de venda sofisticados como o Empório Santa Maria e a Casa Santa Luzia. "O distribuidor no Pará das máquinas de café La Spaziale nos procurou interessado em vender nossos cafés", diz Liana Ometto, diretora comercial da empresa.

Com fazendas em São Paulo e Minas Gerais, a Baggio comercializa anualmente cerca de 14 mil sacas de café verde. Deste montante, apenas uma pequena parcela formada por grãos especiais, aqueles com uma qualidade acima da média e com aroma e doçura inigualá-



“Nossa ideia não é ser grande, mas ser especial”

Liana Ometto

veis são destinados à torrefação. No ano passado, 160 sacas se encaixaram no padrão dos três produtos da empresa: Baggio Gourmet, Baggio Fatto Uno e Baggio Aromas. O primeiro é um blend de cafés da Mogiana e do Sul de Minas, o segundo é 100% Mogiana e o terceiro tem várias opções de aromas: chocolate com menta, amaretto, caramelo, limão e açaí. Curiosamente, este último aroma, que deve cair no gosto do paraense, foi desenvolvido para o mercado norte-americano. **"Existe uma grande carência por produtos gourmet na nossa região. Aqui só encontramos cafés com mais de dois meses de torra e com grãos de média e baixa qualidade", diz Luiz Carlos Ongaratto, que é quem está levando os cafés Baggio para o Pará.**

Por conta da umidade do ar, a Baggio desenvolveu um ponto de torra para as condições paraenses. O produto será enviado via rodoviária e a previsão é vender 300 quilos por mês até março e depois passar para 500 quilos. Pode parecer pouco, mas está dentro do plano da empresa. "Nossa ideia não é ser muito grande, mas ser especial", finaliza Liana. •

## Portfólio:

Baggio Aromas, Baggio Gourmet (ao lado) e Baggio Fatto Uno

