



**GINGA é uma Marca de café da empresa Angonabeiro, uma unidade de negócio do Grupo DELTA CAFÉS, criada em 1998 e cuja alteração de imagem, em 2011, teve como objectivo devolver o prestígio internacional ao café angolano. A Angonabeiro é hoje líder do mercado de cafés torrados em Angola, assegurando a compra da produção para o seu abastecimento em Angola.**

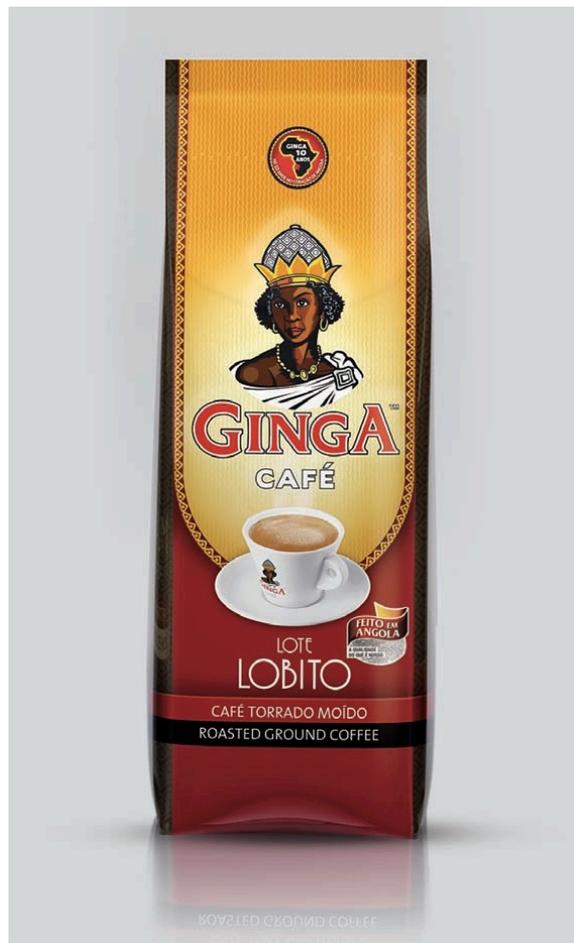
#### VALORES DA MARCA

Sendo uma unidade de negócio do Grupo DELTA CAFÉS, a Angonabeiro opera de acordo com as boas práticas do grupo a que pertence. Assim, a empresa procura implementar normas e procedimentos idênticos aos praticados pela DELTA CAFÉS em Portugal, ajustando-os, naturalmente, ao contexto social, económico e político de Angola. A Angonabeiro assegura a sustentabilidade dos produtores de café em Angola, apostando na construção de infra-estruturas nas zonas de café, tais como furos, poços e fornos. Trata-se de um investimento que se insere na política de responsabilidade social da empresa e que visa o apoio a projectos comunitários, com o objectivo de melhorar a qualidade de vida dos pequenos e médios produtores de café, assim como das respectivas famílias e restantes moradores das aldeias. Para além disso, contribui para o desenvolvimento das comunidades produtoras, fomentando a escolarização e a capacitação dos produtores,

promovendo também a gestão racional de recursos naturais e a não poluição dos solos. Um compromisso em linha com a política de responsabilidade social do Grupo.

#### PRODUTOS E DESENVOLVIMENTOS FUTUROS

A actividade comercial da Angonabeiro está orientada para três mercados distintos: o canal horeca, o retalho alimentar e o institucional.



No canal horeca, a Angonabeiro tem reforçado a sua capacidade de cobertura no terreno, o nível de serviço aos clientes e a visibilidade e acessibilidade da Marca. Neste sector, a Marca GINGA comercializa Café Torrado em Grão, o

lote Premium – Muata, feito a partir do melhor café angolano. No canal de retalho alimentar, a Angonabeiro está presente nos momentos promocionais-chave dos clientes, contribuindo para fazer crescer este mercado. A empresa comercializa embalagens de café moído e em grão, bem como cafés instantâneos, das Marcas GINGA Bwe, GINGA Lobito e GINGA Muata Prestígio, disponíveis em embalagens de 1 kg, 500 g, 200 g, 125 g e 100 g. Em 2014, a Marca GINGA renovou o seu portefólio de solúveis, introduzindo uma lata de 100 g destinada ao mercado informal. Este novo produto tem como missão garantir o abastecimento ao mercado informal através de uma proposta muito competitiva em termos de preço, mantendo a qualidade que define o café GINGA.

#### MERCADO

Após a independência de Angola, o café nacional perdeu muito do seu prestígio nos mercados internacionais. Quando em 1998, a Angonabeiro entrou no mercado angolano, verificava-se uma falta de formação de quadros e uma significativa falta de matéria-prima. Para contrariar esta conjuntura, a empresa apostou na recuperação de infra-estruturas, na formação de recursos humanos e na oferta de meios técnicos para recuperar a cafeicultura em Angola. Para além disso, a empresa acompanha os produtores locais, desde a plantação à colheita, para garantir que a qualidade do café é a melhor possível e financia, inclusivamente, pequenos produtores sem comissões adicionais. No sentido de garantir o escoamento do produto dos seus fornecedores, a Angonabeiro celebra contratos de compra de café, nos quais são definidos os preços em função das cotações do mercado internacional. Esta iniciativa oferece segurança ao produtor,

**SABIA QUE:**

- A Angonabeiro lidera o mercado de cafés torrados em Angola e promove a produção de café verde, mediante o apoio directo aos pequenos e médios produtores, assegurando a compra das suas produções para abastecer a empresa em Angola, assim como para exportar para Portugal.

- A Angonabeiro produz mais de 200 toneladas de café torrado por ano, utilizando apenas metade da capacidade instalada e tem mais de 100 colaboradores (95% contratados localmente).

- O economista Manuel Ricardo Miranda decidiu escrever a história da Rainha GINGA, numa obra intitulada "A primeira nacionalista angolana."

uma vez que lhe permite, logo à partida, assegurar uma margem para o seu negócio. Este procedimento contribuiu, definitivamente, para que muitos camponeses, agricultores e produtores tenham voltado à cafeicultura, que até aí estava praticamente abandonada.

**COMUNICAÇÃO**

A Marca GINGA é uma homenagem à Rainha Ginga, que governou os reinos de Ngongo e Matamba, ficando conhecida pela sua excentricidade e espírito guerreiro. Para comemorar os 10 anos da Marca, em 2011, e comunicar o seu "rebranding", foi lançada a campanha "Há 10 anos no coração de Angola".

A nova imagem dos cafés GINGA teve como base a reinterpretação de uma das representações mais populares da Rainha Ginga. A ilustração da rainha e o logótipo da Marca foram criados de forma a tornar mais icónica e expressiva toda a gama de cafés.

O rejuvenescimento da imagem da Marca é transversal a toda a gama de produtos e reforça a sua ligação a Angola, uma vez que do ponto de vista gráfico, todo o "packaging" foi reformulado com as cores marcantes de Angola – Vermelho, Amarelo e Preto. GINGA é uma

Marca que estimula a proximidade com os seus



clientes e consumidores. Tal como a Marca portuguesa, a Marca angolana aposta numa criteriosa estratégia de patrocínios, apoiando projectos de interesse local, promovendo, dessa forma, o envolvimento emocional do consumidor com a Marca. Em 2013, GINGA continua empenhada em contribuir activamente para o desenvolvimento da indústria angolana de café, reforçando a notoriedade da Marca. De destacar a sua presença no programa Cubico Novo da TV Zímbo e, mais recentemente, a adesão ao programa "Feito em Angola" – que potencia o desenvolvimento da indústria nacional.



**VANTAGENS COMPETITIVAS**

A Angonabeiro é uma empresa que assegura a sua competitividade com base no equilíbrio das variáveis económicas, sociais e ambientais, tendo contribuído significativamente para a recuperação do prestígio internacional do café angolano. Há 12 anos que a empresa desenvolve um trabalho pioneiro ao nível da cultura de café angolano, identificando as zonas com potencial para plantação de café, promovendo parcerias com agricultores locais, concedendo apoios financeiros para o arranque da campanha e contribuindo logisticamente na fase de descasque. Este trabalho continuado tem contribuído para o desenvolvimento económico de populações

agrícolas no interior do país e estimulado a fixação das mesmas no meio rural. O café GINGA é vendido exclusivamente em Angola mas a empresa perspectiva consolidar a sua actividade através da sua internacionalização para outros mercados. O facto de ser produzida em Angola e de utilizar café 100% angolano é a principal vantagem competitiva da Marca. Os consumidores angolanos reconhecem no café GINGA uma Marca genuína e irreverente mas o facto de ser angolana, de incorporar os valores angolanos e de contribuir activamente para o desenvolvimento da indústria nacional de café são as principais forças do Café GINGA junto dos seus consumidores.



**2001**  
Inauguração da fábrica de Café GINGA.

**2010**  
Renovação do portefólio GINGA e relançamento da Marca com a campanha "Há 10 anos no coração de Angola".

**2012**  
Lançamento do projecto de crescimento na fileira do café verde e na distribuição de produtos alimentares em Angola.

**2014**  
Renovação do portefólio de café solúvel e adesão da Marca GINGA ao programa "Feito em Angola".